



Karoline Kahmann (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Online- und Social-Media-Redakteurin bei den Stadtbüchereien Düsseldorf) und Stephan Schwering (Leiter der Zentralbibliothek der Stadtbüchereien Düsseldorf) nehmen gemeinsam auf dem #blogsofa Platz: Eine enge Zusammenarbeit zwischen Bibliotheksleitung und Social-Media-Team begünstigt eine erfolgreiche Arbeit in den Sozialen Netzwerken. Foto: Andreas Bretz

Stephan Schwering

Eine neue Herausforderung für Social Media in Bibliotheken

Warum Bibliothekarinnen und Bibliothekare Hashtags lieben sollten

Viele Bibliotheken sind seit einigen Jahren in Social Media präsent. Durch die Diskussion über die Sozialen Netzwerke nicht nur in Bezug auf Datenschutz, sondern auch als Gefahr für unsere liberale Demokratie wird Social Media zu einem Spannungsfeld für Bibliotheken, aus dem sich ein Auftrag zum Handeln ableitet. Gleichzeitig stellt es die Mitarbeitenden in Bibliotheken vor neue Herausforderungen.

Social Media und Bibliotheken: Herausforderung und Spannungsfeld

Social Media ist nicht nur Spaß, kann aber Spaß machen. Lange Zeit gab es einen Hype um Katzenvideos und Selfies und der bestmöglichen Selbstdarstellung (auch von Bibliotheken) – das alles gibt es immer noch. Aber Social Media ist in Verruf geraten: schon länger wegen Datenskandalen, in jüngster Vergangenheit besonders wegen der Herausforderungen durch Social Media für unsere liberalen Demokratien in der Europäischen Union und Nordamerika. Und dennoch: Social-Media-Arbeit ist notwendig, denn nach wie vor nutzen Millionen Menschen in Deutschland die Sozialen Medien zur Kommunikation und Information.

Allein die Nutzungszahlen von Social Media in Deutschland zeigen, wie groß das Potenzial für Bibliotheken ist: So ist davon auszugehen, dass es 2020 circa 23 Millionen täglich aktive deutsche Facebook-Nutzer gibt¹. Und auch global hat Social Media eine immense Bedeutung: Die weltweite Nutzung steigt weiter: Im Januar 2021 lag die Anzahl der monatlich aktiven Nutzer von Sozialen Netzwerken bei rund 4,2 Milliarden. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl um rund 13,2 Prozent gestiegen. 2015 lag die Zahl der aktiven Social-Media-Nutzer bei rund 2,08 Milliarden.²

Mit dem Anspruch, nah an den Lebenswirklichkeiten der Menschen zu agieren, ergibt sich für die Öffentlichen Bibliotheken nicht nur eine Notwendigkeit, in Social Media präsent zu sein und die digitale Kommunikation für die Bibliothek strategisch zu konzipieren. Durch die jüngsten Entwicklungen ergibt sich darüber hinaus auch der Auftrag, unsere freiheitliche Grundordnung im Netz zu verteidigen und für gegenseitigen Respekt, Meinungsfreiheit und eine pluralistische Gesellschaft einzutreten – den »lauten Meinungsmachern« und »Hate speech« etwas entgegenzusetzen. Anfang der 20er-Jahre des 21. Jahrhunderts ergibt sich ein herausforderndes Spannungsfeld für Bibliotheken in Bezug auf Social Media, die (anfängliche) Naivität früherer Jahre scheint passé.

Dabei betrifft die Debatte über Soziale Netzwerke längst nicht nur die Inhalte von Rechtspopulisten, Duldung von Hatespeech oder die Verbreitung von Fake News in den Netzwerken. Die Plattformen selbst und ihre politische und gesellschaftliche Bedeutung geraten immer mehr in den Fokus. Der Angriff auf das Kapitol in Washington durch Trump-Anhänger/-innen im Januar 2021 und die nachfolgende Sperrung aller Social-Media-Accounts von Trump durch Facebook, Twitter und Co. verdeutlichen bei näherer Betrachtung die unheimliche Macht der Konzerne. Die Journalistin Christiane Hanna Henkel spricht in einem bemerkenswerten Kommentar in der Neuen Zürcher Zeitung im Januar bereits davon, dass »der Überwachungskapitalismus«³ durch die digitale Macht von Unternehmen begonnen habe.

Bei aller Ungewissheit, wie es um die Digitalkonzerne in Zukunft bestellt sein wird, ob es gar irgendwann zum Beispiel ein stark reguliertes »öffentliches Facebook« geben könnte, das sich stärker zu unseren demokratischen Werten bekennt: Bibliotheken sollten eine Rolle spielen und aus der aktuellen Lage der Social Media einen Auftrag für die Bibliothek ableiten: Der »Spaßfaktor Social Media« weicht einer Systemrelevanz von Social-Media-Arbeit. Die Bibliotheken sind jetzt als Informations- und Recherche-spezialistinnen gefragt denn je. Damit könnten sie jetzt ihren gesellschaftlichen Auftrag auch im Netz erfüllen.

Auf der »Next Library Konferenz« 2018 in Berlin hat der US-amerikanische Bibliothekswissenschaftler David Lankes in seinem »Manifesto for a Global Librarianship« dazu aufgerufen, dass Bibliothekarinnen und Bibliothekare viel stärker als globale Gemeinschaft deutlich machen sollten, wofür Bibliotheken stehen. Sie sollten ihre gesellschaftliche Bedeutung stärker herausstellen und sich in gesellschaftlichen und politischen Diskussionen einbringen – und dies können sie auch im Netz und nicht nur in der Bibliothek vor Ort:

»It is time for librarians to leave the safety of our stacks and hit the street. On the street with our books and our wireless hubs, we must educate the masses, and energize them into dialog, and action to advocate for better decisions. We must match every Smart City proposal with a Smart Citizen proposal that sees our communities not simply generators of data, but as people worthy of investment and endowed with rights and value. We must, you and I must define a new librarianship, a more proactive and muscular librarianship that no longer waits for the privileged to use us. Rather we must seek out all factions of the community, and actively bring them together in a safe space to seek consensus on a better tomorrow. A better tomorrow based in knowledge and rationalism and kindness for all.«⁴

Social-Media-Arbeit für Bibliotheken sollte immer ganzheitlich gesehen werden, aktuelle Umstände und politische Diskussionen müssen berücksichtigt werden, wenn man Social Media als wirkliche digitale Kommunikation und digitales Angebot sieht und nicht als reines Marketing und PR.

Beispielsweise ist es hilfreich, aktuelle Themen lokaler Non-Profit-Gemeinschaften und Netzwerke durch Posts, Tweets und Beiträge der Bibliothek zu unterstützen, wie zum Beispiel »Fridays for Future«, Initiativen der LGBTQIA-Bewegung, Urban-Gardening-Projekte et cetera.

Grundlegendes für Bibliotheken in Social Media

Warum sollten Bibliotheken überhaupt in Social Media aktiv sein und dort wertvolle Personalressourcen einsetzen? Die grundlegenden, bekannten Erkenntnisse und Erfahrungen vieler Einrichtungen haben nach wie vor Gültigkeit: Eine Präsenz in Social Media kann den Bekanntheitsgrad und die Sichtbarkeit der Bibliothek erhöhen. Mit Social Media haben Bibliotheken die Möglichkeit, in der digitalen Welt eine große Reichweite zu erzielen – auch außerhalb der üblichen Bibliotheksklientel. Kleineren Bibliotheken bieten sich vielfältige Möglichkeiten und Chancen. Für größere Bibliotheken ist die Präsenz im Rahmen einer professionellen Digitalstrategie mittlerweile obligatorisch.

Bibliotheken können sich dabei in den Sozialen Netzwerken als eine sympathische und moderne Einrichtung darstellen und mit ihren ganzen Angeboten als analoger und digitaler Ort sichtbar werden. Nur die Büchertische und Büchertipps zu posten, reicht dabei allerdings nicht mehr, obschon die Zielgruppe der Buch- und Literaturliebhaber in den Sozialen Medien, insbesondere bei Twitter und Instagram (»#Bookstagrammer«), sehr präsent ist.

In den Sozialen Medien kann eine Bibliothek die Menschen den Bibliotheksalltag durch ein Schlüsselloch sehen lassen. Und sie kann sich – vielleicht für eine Bibliothek ungewöhnlich – emotional an die Nutzer/-innen wenden und so viel stärkere Identifikationsmöglichkeiten bieten – zum Beispiel durch eine direkte Ansprache und die Strategie, auch Gesichter der Bibliotheksmitarbeiter/-innen zu zeigen.

Bibliotheken bieten immer mehr digitale Dienstleistungen an. Ob E-Book-Ausleihe, digitale Zeitungs- und Zeitschriftenangebote, Datenbanken, Streaming-Dienste und vieles mehr. Nichts macht allerdings die Bibliothek, die digitale Dienstleistungen anbietet, unattraktiver und unglaubwürdiger, als wenn sie selbst mit dem kommunikativen Herzstück im Digitalen, den Social Media, hadert und diese Medien doch zur Vermittlung der digitalen Dienstleistungen nutzen will. Es ist wichtig, dass sich Bibliotheken mit Social Media auskennen, wenn sie digitale Dienstleistungen an Interessierte vermitteln wollen. Hier ist Professionalität und geschultes Personal gefragt, das die Social-Media-Kanäle auch technisch beherrscht und sie kennt. Welche Ansprache ist dort üblich, welche Zielgruppen erreicht man in welchen Kanälen und welche nicht. Welcher Kanal macht Sinn für die eigene Einrichtung, welcher nicht. Probiert man ein neues Portal direkt aus oder wartet man ab?

Die Einbindung der Bibliothek in die öffentliche Verwaltung oder anderer Trägerschaft macht das Agieren in den Sozialen Medien häufig kompliziert. Hier ist eine enge Kommunikation zum Beispiel mit der Presseabteilung, die Missverständnissen vorbeugen kann, der beste Weg, um erfolgreich arbeiten zu können.

Social Media für und bei Veranstaltungen – Verknüpfung des analogen »dritten Ortes« mit der digitalen Kommunikation

Einen großen Mehrwert erzielen die Aktivitäten von Bibliotheken in Social Media dann, wenn sie mit dem analogen »dritten Ort« der Bibliothek verbunden werden. Im Grunde entfalten sie

dann erst ihre ganze Wirksamkeit und der sogenannte ROI (Return Of Investment) ist dann besonders hoch. Dabei ist die Erfolgsmessung von Social Media nicht nur klassisch in einer Statistik abbildbar, wie wir es vielleicht sonst gewohnt sind. Natürlich kann man Kennzahlen ermitteln, die darüber Auskunft geben, wie hoch zum Beispiel eine Reichweite von Social-Media-Profilen oder besser noch die Interaktion der Nutzer/-innen ist. Wichtig erscheint mir die Erkenntnis, »dass ein Return nicht immer monetärer Natur sein muss und Soziale Medien auch in anderer Form zur Wertschöpfung des Unternehmens beitragen können.«⁵

Twitter scheint für Bibliotheksmitarbeiter/-innen ein besonders geeigneter Kanal für die Vernetzung und bibliothekarische Arbeit zu sein.

In neuen Veranstaltungsformaten kann man die digitale Kommunikation und Community mit Veranstaltungen in der Bibliothek begleiten. Damit steigt nicht nur die virtuelle Sichtbarkeit in dieser Zielgruppe, sondern auch die nachhaltige Vernetzung. Bei den Stadtbüchereien Düsseldorf ist seit 2016 das #blogsofa ein Beispiel dafür. Das Veranstaltungsformat eröffnet den Düsseldorfer Blogger/-innen regelmäßig eine Bühne im Analogen und schafft eine Schnittstelle zwischen Social Media und Face-to-face-Erfahrungen mit den Mitmenschen. Zu einem Thema (zum Beispiel Reiseblogs oder Foodblogs) werden Blogger/-innen eingeladen, um von Social-Web-Rangerin Wibke Ladwig auf dem Sofa interviewt zu werden. Die Blogger/-innen lernen ihre Leser/-innen kennen und vernetzen sich mit anderen Blogger/-innen aus der Region. Seit Beginn der Veranstaltungsreihe wurde diese live gestreamt und so direkt in die Digitale Community gebracht. Die Rückkopplungen zwischen digital und analog ergeben interessante Effekte: So kam beispielsweise eine Do-It-Yourself-Bloggerin wiederum zurück ins LibraryLab der Zentralbibliothek und bot dort einen Workshop für die Nutzer/-innen an. In der digitalen Community ist das #blogsofa mittlerweile ein Begriff, da während der Veranstaltung von den Zuschauer/-innen vor Ort getwittert wird und das #blogsofa so für Nicht-Teilnehmende digital erfahrbar wird.

Alle räumlichen Angebote in der Bibliothek, die in irgendeiner Form an die digitale Community adressiert sind, benötigen eine Einbettung in die digitale Kommunikation. Ein Angebot wie das LibraryLab⁶ in der Zentralbibliothek der Stadtbüchereien Düsseldorf kann deshalb auch außerhalb der Bibliothek glaubwürdig auftreten und zur Vernetzung mit der Community vor Ort dienen, weil die Kommunikation durch die Sozialen Medien flankiert wird. Das LibraryLab ist in vielerlei Hinsicht ein Katalysator für die Smart Library der Zukunft.⁷ Bibliotheken dürfen hier ruhig auch selbstbewusster und »cooler« auftreten.

Social Media für Bibliothekar/-innen: Anforderungen an Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen

Intern verlangt Social Media den Führungskräften in Bibliotheken einiges ab. Man tut gut daran, die Arbeit eines Social-Media-Teams agil zu gestalten. Hierarchische Strukturen würden die

Arbeit zu stark einschränken. Den Führungskräften in Bibliotheken kommt dabei eine Schlüsselrolle zu: Das mindeste, was Führungskräfte leisten müssen ist, Personal damit zu beauftragen, die technischen Voraussetzungen und Zugänge für das Team zu schaffen und für ein Umfeld in der Bibliothek zu sorgen, das Social Media befördert und wertschätzt. Dabei gilt es auch immer wieder, die Fahne für die engagierten Kolleginnen und Kollegen hochzuhalten, wenn Social Media polarisiert – und das tut es immer.

Wenn man mit Social Media in der Bibliotheksarbeit erfolgreich sein will, muss man ganz anders arbeiten. Zum Glück beschäftigen sich viele Bibliotheken mittlerweile mit »New Work« und agilem Arbeiten, denn dies ist eine Voraussetzung für erfolgreiche Teamarbeit in Social Media geworden. Ganz wichtig ist dabei eine Vertrauenskultur im Team. Zusammenfassend kann man die Rolle der Bibliotheksleitung oder die von Führungskräften für Social Media mit »Kontrolle abgeben, Vertrauen stärken, Führung behalten« betiteln – dafür ist eine Vertrauensbasis und gute Teamarbeit unerlässlich. Offenheit wird zur Kernanforderung an Führungskräfte.

Darüber hinaus ist es wichtig, das Ziel zu haben, die Social-Media-Aktivitäten in die Arbeitsabläufe der Bibliothek einzubinden und in die Arbeitsplatzbeschreibungen der Kolleginnen und Kollegen fest aufzunehmen. Dies schafft Klarheit in viele Richtungen. Bestenfalls hat die Bibliothek Social-Media-Manager/-innen beschäftigt.

Entscheidend für den Erfolg von Social Media ist letztlich das Know-how: Wirksame Personalentwicklung im schnelllebigen Social-Media-Bereich ist deshalb besonders wichtig. Die (inhaltlichen) Konzepte der einzelnen Netzwerke haben sich immer wieder geändert und sie werden sich weiter ändern. Der stete Wandel und die stetigen Veränderungen der Plattformen stellen hohe Anforderungen an die Flexibilität und das Know-how des Social-Media-Teams, das immer auf dem neuesten Stand sein muss. Bei den Stadtbüchereien Düsseldorf⁸ wird das Social-Media-Team in regelmäßigen individuellen Fortbildungen und durch ein jährliches Coaching des gesamten Teams mit externer Unterstützung geschult, um das eigene Handeln stets zu reflektieren und zu verbessern.

Unverzichtbar als Führungskraft ist mittlerweile, das »Digitale Leben« auch vorzuleben, so wie wir auch in anderen Arbeitsbereichen aus der Führungsrolle heraus als Vorbild agieren sollten. Dazu gehört auch Mut zum Experimentieren, im Netz die Scheu zu verlieren und Offenheit einzuüben. Damit gelingt auch der Führungskraft im agilen Team ein glaubwürdiges »Digital Leadership«. Man kann im Übrigen auch selbst direkt profitieren, denn es ergeben sich interessante Kontakte, die ein eigenes digitales Netzwerk schaffen und damit auch Communities in die Bibliothek bringen. Im Blog »Bibliothekarisch.de« gibt es eine »Kleine Liste deutschsprachiger Bibliotheksleiter/-innen größerer Bibliotheken auf Twitter + Lehrende«⁹, die dokumentiert, wer über Bibliotheksthemen twittert. Hier ist durchaus noch »Luft nach oben«. Twitter scheint ohnehin für Bibliotheksmitarbeiter/-innen ein besonders geeigneter Kanal für die Vernetzung und bibliothekarische Arbeit zu sein.

Ist man in der »Digitalen Gesellschaft« zum Beispiel auf einem Barcamp¹⁰ unterwegs, ist es selbstverständlich, während

der Veranstaltung zu twittern. Für ein Barcamp gibt es einen oder mehrere Hashtags¹¹, unter dem alle Tweets zum betreffenden Ereignis gefunden werden. Auf Treffen von Bibliotheksmitarbeiter/-innen wie zum Beispiel dem Bibliothekartag ist dies in den vergangenen Jahren auch angekommen. Es fördert die Kommunikation der Konferenzteilnehmer/-innen untereinander, ermöglicht sich neu zu vernetzen und twitternde Kolleginnen und Kollegen direkt auch analog kennenzulernen. Darüber hinaus ermöglicht es den Kolleginnen und Kollegen, die nicht an der Konferenz vor Ort teilnehmen können, diese über den Hashtag auch inhaltlich in Echtzeit zu Hause zu verfolgen. Es gibt der ganzen Konferenz zudem eine öffentliche Sichtbarkeit (was Bibliotheken immer gut tut) und ermöglicht den Veranstaltern oder Verantwortlichen, diese Konferenz im Nachhinein anhand des verwendeten Hashtags zu dokumentieren. Viel spricht also dafür, bei Events wie dem Bibliothekartag zu twittern.

Seit 2017 gibt es den deutschen Bibliotheks-Twitter-Chat »BIBchatDE«, der einmal im Monat stattfindet und Bibliotheksthemen öffentlich unter dem Hashtag #BIBchatDE diskutiert. Die Macher/-innen des #BIBchatDE erläutern die Zielsetzung so: »Mit dem Bibchat wollen wir nicht nur in direkten Kontakt mit Fachkolleginnen und -kollegen treten, wie dies bereits an vielen anderen Stellen erfolgt. Unser Ziel ist es, die Reichweite von Twitter zu nutzen, Bibliotheksinhalte und gesellschaftsrelevante Themen, auf die Bibliotheken reagieren möchten, einem breiteren Publikum bekannt zu machen und im öffentlichen Raum zu diskutieren. Ein weiterer Aspekt ist

das interdisziplinäre Netzwerken und der Ausbau überregionaler Kontakte. Twitter ist nicht das Format, um Themen in aller Tiefe ausschöpfend zu behandeln. Vielmehr möchten wir Impulse für Diskussionen setzen und Menschen mit ähnlichen Fragen und Interessen zusammenbringen.«¹² Im Mai 2021 fand bereits der 50. #BIBchatDE¹³ statt.

Seit 2017 gibt es den deutschen Bibliotheks-Twitter-Chat »BIBchatDE«, der einmal im Monat stattfindet und Bibliotheksthemen öffentlich unter dem Hashtag #BIBchatDE diskutiert.

In den Wissenschaftlichen Bibliotheken spielt Twitter auf der Ebene der Wissenschaftskommunikation eine Rolle. Viele Wissenschaftler/-innen sind sehr aktiv auf Twitter, um Trends und Player zu identifizieren und zu verfolgen, die eigene Profilbildung und Positionierung öffentlich zu machen und stärker in die Interaktion und Kommunikation mit der Presse zu treten. Auf Twitter erreicht man die Multiplikatoren für die eigenen Inhalte – diese Erkenntnis ist auch für Öffentliche Bibliotheken interessant.

Die ZB MED ist auf Twitter sehr aktiv. »Die Ausrichtung auf Ziel und Zielgruppe gilt nicht nur für Social Media, sondern für sämtliche Kommunikation. Aber besonders in den Sozialen Medien ist es wichtig, sich immer wieder klar zu machen, welche Ziele und welche Zielgruppen man wirklich erreichen möchte. Ansonsten ist die Gefahr groß, sich bei den immer

ANZEIGE

ZB MED digital



Online-Angebote sind Standard. In Pandemie-Zeiten ist es Gold wert, dass ZB MED schon seit langem auf elektronische Lösungen setzt, stellten sie doch insbesondere während

der Lockdowns die einzige Möglichkeit für die Nutzung der ZB MED-Angebote dar. Bestehende Service-Leistungen wurden zudem rasch ausgebaut und weitere Dienste aufgebaut:

Zugang zu Informationen:

- LIVIVO – das ZB MED-Suchportal
- Lebenswissenschaften
- COVID-19 Hub
- Lieferdienste
- Digitale Sammlungen
- DBIS
- E-Books / E-Journals
- Fernzugriff
- Kauf auf Wunsch - DDA

Workshops und Beratung:

- Beratung zum digitalen Publizieren
- Carpentry Workshops
- Zoom with a Librarian
- Online-Einführung in die Bibliotheksbenutzung

Open Access publizieren mit den PUBLISSO-Plattformen:

- Journals
- Meetings
- Forschungsdaten
- Living Handbooks
- Serien
- Zweitveröffentlichungen
- Dissertationen

Mehr Infos:



größer werdenden Möglichkeiten und Medien zu verzetteln – und das bei begrenzten Ressourcen. Fokussiert man sich auf Ziele und Zielgruppen, ergibt sich für ZB MED als Infrastruktur- und Forschungszentrum für die Lebenswissenschaften fast zwangsläufig Twitter als passender Kommunikationskanal. Wir finden dort einerseits die Bibliotheks- und Open-Access-Community, andererseits aber auch Wissenschaftler/-innen aus dem gesamten Spektrum der Lebenswissenschaften, mit denen wir uns vernetzen. Das heißt natürlich nicht, dass kein anderer Kanal für uns relevant ist. Es gilt, die schnelllebige Social-Media-Sphäre stets im Blick zu haben und immer wieder neu zu entscheiden«, sagt Ulrike Ostrzinski, Pressesprecherin und stellvertretende Leiterin Marketing.¹⁴

Ausblick: Bibliotheken als Orte der Innovation und Partizipation in der »Smart City«?

Auch in der Zukunft ist die digitale Kommunikation durch Social Media für Bibliotheken unerlässlich. Bibliotheken könnten in Zukunft eine stärkere und größere Rolle in digitalen Partizipationsprozessen der »Smart City« der Zukunft spielen. Denn: Öffentliche Bibliotheken der Gegenwart und der Zukunft bringen die Menschen zusammen und bauen Netzwerke mit Bürgerinnen und Bürgern, weil sie dafür die Plattform zur Verfügung stellen: Bibliotheken werden zunehmend Orte des Wissens(aus)tausches und des informellen Lernens der Nutzerinnen und Nutzer untereinander sein. Bibliothekslabore und Makerspaces gibt es in vielen Bibliotheken. Als anlog-digitaler Ort sollten sich Bibliotheken daher aktiv in »Smart City«-Prozesse einbringen, so neue Zielgruppen in der Stadtgesellschaft erschließen und die Bibliothek zukunftssicher strategisch verankern.

1 Angaben laut <https://buggisch.wordpress.com/2020/01/02/social-media-messenger-und-streaming-nutzerzahlen-in-deutschland-2020/> Zuletzt abgerufen am 20.04.2021

2 Angaben laut Statista „Anzahl der aktiven Social-Media-Nutzer weltweit in den Jahren“ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/739881/umfrage/monatlich-aktive-social-media-nutzer-weltweit/> Zuletzt abgerufen am 06.04.2021

3 Christiane Hanna Henkel: »Der Überwachungskapitalismus hat begonnen«, in: Neue Zürcher Zeitung, 19.01.2021, S.17

4 David Lankes: »A Manifesto for a global librarianship« <https://davidlankes.org/a-manifesto-for-global-librarianship/>. Zuletzt abgerufen am 04.05.2021

5 Jana Lipovski; Andrea Pramor: „Social Media und der Return of Investment“. In: „Social Media – eine Herausforderung für Bibliotheken, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft“, Wiesbaden 2012.

6 Das seit Oktober 2017 bestehende LibraryLab bietet in den Räumen der Zentralbibliothek der Stadtbüchereien Düsseldorf einen Ort, an dem Besucher/-innen sich niedrigschwellig mit innovativer digitaler Technik vertraut machen und diese in einem nicht-kommerziellen Raum kennenlernen und ausprobieren können. Veranstaltungen zu digitalen Themen ergänzen das offene Angebot informativ und machen den Ort zur partizipativen Kommunikationsplattform, in dem Wissenstausch zwischen Bibliothek und Besucher/-innen sowie zwischen Besucher/-innen untereinander möglich sind.

7 Vgl. Schwering, Stephan: »Das LibraryLab der Zentralbibliothek der Stadtbüchereien Düsseldorf als Wegbereiter für die Smart Library der Zukunft«, S. 141 in: Smart Libraries – Konzepte, Methoden, Strategien. Wiesbaden 2019.

8 Seit einigen Jahren sind die Stadtbüchereien Düsseldorf mittlerweile sehr erfolgreich in den sozialen Netzwerken präsent. Man findet die Stadtbüchereien bei Facebook, Instagram, Twitter und demnächst für die neue Jugendbibliothek der Zentralbibliothek bei TikTok. Der eigene Blog heißt »Buchstabensuppe«. Der YouTube-Kanal wird derzeit hauptsächlich als »Container« für Videoproduktionen zur Verlinkung genutzt, hat durch Corona aber eine deutliche Aufwertung erfahren.

9 <http://bibliothekarisch.de/blog/2021/04/10/kleine-liste-deutschsprachiger-bibliothekleiterinnen-groesserer-bibliotheken-auf-twitter-lehrende/> - Zuletzt abgerufen am 12.04.2021

10 Barcamp: »Ein Barcamp (häufig auch BarCamp, Unkonferenz, Ad-hoc-Nicht-Konferenz) ist eine offene Tagung mit offenen Workshops, deren Inhalte und Ablauf von den Teilnehmern zu Beginn der Tagung selbst entwickelt und im weiteren Verlauf gestaltet werden. Barcamps dienen dem inhaltlichen Austausch und der Diskussion, können aber auch bereits am Ende der Veranstaltung konkrete Ergebnisse vorweisen (z. B. bei gemeinsamen Programmierworkshops).« Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Barcamp>, - Zuletzt abgerufen am 20.04.2021

11 Hashtag = Als Hashtag wird ein (Schlag-)Wort oder auch eine Wortkette bezeichnet, denen ein Rautezeichen, (#), vorangestellt wurde. Ein Hashtag dient zur Kommunikation innerhalb von sozialen Netzwerken, wie etwa Twitter, Facebook, Instagram etc. Dient auch als Metatag um Inhalte zu einem Thema in den Netzwerken zu finden.

12 <https://www.zbw-mediatalk.eu/de/2017/10/bibchat-der-twitter-chat-zu-bibliotheken-2/>. Zuletzt abgerufen am 19.04.2021

13 Ausführliche Informationen zum BIBChatDE: Nathalie Funda: »BibChatDe - Analyse des Twitterchats als Basis für die Konzeption aktueller bibliothekarischer Weiterbildung«, Bachelorarbeit, TH Köln, 2018.

14 Gespräch/Email-Wechsel am 11.03.2021



Stephan Schwering, geboren 1969, war seit 1992 in leitenden Funktionen in Mittelstadtbibliotheken in NRW tätig und von 2008 bis 2013 Mitglied im Vorstand des Verbandes

der Bibliotheken des Landes NRW. Er ist der Initiator der »Nacht der Bibliotheken« in Nordrhein-Westfalen, die seit 2005 alle zwei Jahre stattfindet. Von 2008 bis 2014 gehörte er dem Fachbeirat der ekz.bibliotheksservice GmbH an. Seit 2014 ist Stephan Schwering Leiter der Zentralbibliothek der Stadtbüchereien Düsseldorf und mitverantwortlich für den internen Zukunftsprozess und das Konzept der neuen Zentralbibliothek im KAP1, die im Herbst 2021 in neuen Räumlichkeiten eröffnet wird. Er hält Social Media in Bibliotheken für eine Führungsaufgabe, beschäftigt sich mit Communitybuilding und digital-analogen Bibliothekskonzepten. Er ist Mitbegründer des Twitterchats »BIBChatDE« beim Kurznachrichtendienst Twitter. – Twitter: @StpnLibrarian