

Weg vom „Entweder-oder“ hin zu einer digital-analogen Gesamtstrategie

Interview mit Christoph Deeg



Diana Rupprecht
im Gespräch mit
Christoph Deeg

Christoph Deeg ist weltweit als Berater und Speaker für Gamification, Social-Media-Management und Digitale Strategien unterwegs. Seine Kunden sind Bibliotheken sowie andere Kultur- und Bildungseinrichtungen und Unternehmen. Die BFB-Redaktionsbeirätin und Leiterin der Stadtbibliothek Fürstenfeldbruck, Diana Rupprecht, bat ihn um ein Interview.

Sie begleiten weltweit Bibliotheken und Unternehmen bei ihren Veränderungsprozessen. Ihr Fokus liegt dabei auf der Entwicklung digital-analoger Strategien. Welche gemeinsamen Probleme gibt es? Was können Bibliotheken von Unternehmen lernen?

Die wahrscheinlich größte Gemeinsamkeit ist die Tatsache, dass beide Bereiche mitten in dem Prozess der digitalen Transformation stecken und dass ebenso beide Bereiche als Antwort digital-analoge Gesamtstrategien entwickeln müssen. Und leider ist beiden Bereichen in der Breite noch immer nicht klar geworden, was dieser Prozess bedeutet. Was Bibliotheken von Unternehmen lernen können, ist vor allem Management. Hier fehlt es – bei allem Respekt vor den Leitungsebenen in den Bibliotheken – noch massiv an Know-how. Ich meine damit vor allem die Managementmethoden im Kontext digital-analoger Gesamtstrategien. Dabei sind die Bibliotheken aber auch Gefangene ihrer Strukturen inklusive des öffentlichen Diensts und kommunaler Strukturen.

Ein aktuelles Projekt ist eine Workshop-Reihe mit bayerischen Bibliotheken, die sich über den Zeitraum von einem Jahr erstreckt. Was steckt hinter Ihrer Idee einer digital-analoger Gesamtstrategie?

Kernidee ist die Erkenntnis, dass es letztlich gar nicht um die sogenannte „digitale Welt“ geht. Im Moment erleben wir einen Transformationsprozess hin zu digital-analogen Lebensrealitäten, bei denen sowohl die digitalen als auch die analogen Angebote von Bibliotheken massiv an Bedeutung gewinnen können – wenn sie denn professionell umgesetzt werden. Zudem muss verstanden werden, dass Social Media, Gaming, E-Books etc. keine Funktionen der Öffentlichkeitsarbeit, sondern eine Erweiterung des Bibliotheksraumes darstellen. Ein Fan auf Facebook kann also genauso relevant sein wie ein klassischer Nutzer mit Bibliotheksausweis.

Ich bin eine der Teilnehmerinnen des Workshops. Eine Aussage ist mir besonders im Gedächtnis geblieben. Sie sagten, dass wir Bibliotheken das Analoge schon gut können, darum müssen wir uns jetzt eine Zeit lang intensiv um das Digitale kümmern. Was können Bibliotheksleitungen außerdem noch sagen oder tun, um ihre Mitarbeiter, die Verwaltung und die Politik von der neuen Strategie zu überzeugen?

Die zentrale Aufgabe von Bibliotheksleitungen ist es, sich als Dienstleister der Mitarbeiter zu sehen. Der anstehende Transformationsprozess ist nicht einfach. Zu lange wurden Bibliotheken von digitalem Know-how ferngehalten und digital-analoga Kompetenzen werden auch in der Aus- und Weiterbildung noch immer stiefmütterlich behandelt. Sehr viele Bibliotheken haben noch immer keinen freien Internetzugang. Den Mitarbeitern und auch den Verwaltungen muss gezeigt werden, was eine Bibliothek in der Zukunft sein kann und muss und was heute dafür getan werden sollte, damit diese Zukunft Wirklichkeit wird. Sowohl auf der Mitarbeiter- als auch auf der Verwaltungsebene existieren noch zu oft die rein konservativen Bilder der Bibliotheksarbeit. Und dann muss endlich in der Breite umfassend und nachhaltig ausgebildet werden. Am besten zu 50 % mit Angeboten von außerhalb der Bibliothekswelt.

Was sind die größten Fehler, die eine Bibliothek bei ihrer Social-Media-Präsenz machen kann?

Lassen Sie mich dazu ein einfaches Bild benutzen: Stellen Sie sich vor, ich komme zu Ihnen nach Hause und schenke Ihnen ein neues Zimmer für Ihre Wohnung. Sie müssen nie dafür zahlen und können es einrichten, wie Sie es wollen. Wahrscheinlich würden Sie dieses Zimmer so einrichten, dass hier Dinge möglich sind, die vorher in Ihrer Wohnung nicht möglich waren. Was immer Sie auch tun würden, mit Sicherheit würden Sie nicht einfach nur drei Schilder aufhängen auf denen steht: „Besuch mal die Küche!“, „Besuch mal das Wohnzimmer!“, „Besuch mal das Bad!“ – aber genau das tun die meisten Bibliotheken (und Unternehmen) im Bereich Social Media.

Die Alternative: 1. Überlegen Sie sich, wie Sie den digitalen Raum so nutzen können, dass es einen wirklichen Mehrwert für Ihre Kunden gibt. 2. Überlegen Sie sich, wie dieser neue Raum mit den anderen Räumen (Ihre analoge Bibliothek) interagieren kann, damit dies ebenso Mehrwert bringt, und 3. Entwickeln und realisieren Sie eine diesbezügliche Gesamtstrategie.

Wie erkenne ich, worin der Mehrwert für meine Social-Media-Nutzer liegt?

Es gibt zwei korrespondierende Ansätze: 1. Ausprobieren und über den Tellerrand schauen! 2. Ein umfassendes und stetiges Monitoring – angepasst an Ihre Ressourcen und Ziele.

Wie sollten Ihrer Meinung nach Bibliotheken und ihre Angebote in zehn Jahren aussehen, wenn sie weiterhin von Bedeutung sein wollen?

Ich kann nicht genau sagen, wie Bibliotheken dann tatsächlich aussehen werden im Sinne von einem visuellen Eindruck. Meine Vision ist aber, dass Bibliotheken eine reine Fixierung auf Themen, Services und Kunden haben und individuell das passende Medium einsetzen werden. Sie existieren sowohl im digitalen als auch im analogen Raum. Ich habe einen Bibliotheksausweis für alle Bibliotheken in Deutschland und alle Bibliotheken agieren wie ein Netzwerk. 50 % der Mitarbeiter haben keine bibliothekarische Ausbildung und die Mitarbeiter in Bibliotheken werden nach ihren Tätigkeiten und nicht nach ihren Ausbildungen bezahlt. Die Bibliotheken sind nicht die Wächter des Wissens und der Information, sondern sie erschließen die jeweiligen Inhalte zusammen mit den zu den Inhalten gehörenden Communities. Der Bibliotheksmitarbeiter der Zukunft ist also vor allem Gastgeber und Community-Manager. Die Bibliothek der Zukunft ist dann ein kontextbezogener Erfahrungsraum, der sich stetig an neue analoge und digitale Herausforderungen anpasst und beide Welten aktiv gestaltet.

Herr Deeg, ich danke Ihnen für das interessante Gespräch. Wie Sie selbst sagen, braucht der Wandel Zeit. Vor allem braucht er auch Ideen von außen und den ein oder anderen Schubs von Personen wie Ihnen.