

## Die „Roadshow“ als Mittel des Informationsmarketing der Universitätsbibliothek

Planung, Organisation und praktische Durchführung von Roadshows in der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau<sup>1</sup>

Wilfried Sühl-Strohmer

### Roadshow als Instrument des Bibliotheks- und Informationsmarketing

Am 4. Februar 1998 fand in der Fakultätsbibliothek Theologie die erste „Roadshow“ der Universitätsbibliothek Freiburg statt<sup>2</sup>. Weitere Roadshows folgten während des Sommersemesters 1998 in der Fakultät für Biologie, in den Rechts- und in der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät, im Kollegiengebäude IV sowie in der Fakultät für Chemie/Pharmazie<sup>3</sup>, sodann im Wintersemester 1999/2000 im Romanischen Seminar, wiederum in den Wirtschaftswissenschaften und in der Biologie sowie im Kollegiengebäude IV.<sup>4</sup> Im Sommersemester 2000 war die UB dann wieder vor Ort in der Geowissenschaftlichen Fakultät, in der Rechtswissenschaftlichen Fakultät und im Institut für Psychologie.<sup>5</sup>

Die Anregung zu solchen Veranstaltungen der UB vor Ort in den Fakultäten der Universität hatte die Direktorin der Universitätsbibliothek Freiburg *Bärbel Schubel* gegeben, um dadurch vor allem die Kenntnis und die Nutzung der in großem Umfang teuer beschafften elektronischen Datensammlungen zu verbessern, aber auch, um das Image der UB als kundenfreundliche, leistungsstarke Einrichtung auch in den dezentralen Einrichtungen des Bibliothekssystems mehr zur Geltung zu bringen.

- 
- 1 Intensiv beteiligt an den folgenden Überlegungen haben sich die Kolleg(inn)en Thomas Argast, Angela Karasch, Sentilo Rieber, Christine Schneider und Thomas Würger. Auch im Fachreferentenkollegium sind die Roadshows regelmäßig Gegenstand der Diskussionen und Überlegungen, die in den hier vorlegten Text eingeflossen sind..
  - 2 Vgl. Raffelt, Albert: Theologie elektronisch. In: *Expressum* (1998), Nr. 2, S. 21-25 – Die elektronische Version des „Expressum“ ist im WWW unter der URL <http://www.ub.uni-freiburg.de/expressum/> einsehbar.
  - 3 Siehe Reimers, Frank: Biologie und Chemie elektronisch. In: *Expressum* (1998), Nr. 7, S. 24-27; Christine Schneider: Rechts- und Wirtschaftswissenschaften elektronisch. In: *Expressum* (1998), Nr. 8, S. 57; Wilfried Sühl-Strohmer: Roadshow im Kollegiengebäude IV. In: *Expressum* (1998), Nr. 8, S. 8 f.
  - 4 Siehe dazu die gesammelten Berichte in: *Expressum* (1999), Nr. 12, S. 4-10
  - 5 Siehe dazu die Berichte in: *Expressum* (2000), Nr. 4

Die Roadshow kann somit als wirksames Instrument des Bibliotheksmarketing<sup>6</sup> angesehen werden, mittels derer die elektronischen Angebote und Dienstleistungen der Bibliothek, unter besonderer Berücksichtigung der verschiedenen Fächer, den Studierenden wie dem Lehrpersonal näher gebracht werden sollen. Die Fachreferent(inn)en und die Mitarbeiter(innen) des Dezernats Informationsdienste präsentieren die betreffenden Angebote und Dienstleistungen an zentralen Stellen der jeweiligen Institutsgebäude mithilfe von PC, Beamer und Leinwand.

Das Konzept der Roadshow beruht wesentlich auf der zentralen Bedeutung, die die elektronischen Angebote und Dienste der Universitätsbibliothek in den vergangenen Jahren erlangt haben. Da sie in großem Umfang über das Netz durch die „remote users“ auch dezentral nutzbar und erreichbar sind, kann die Bibliothek sich ihrerseits wesentlich ausgeprägter, als das früher im Rahmen der konventionellen Bibliothek möglich war, außerhalb ihres Gebäudes präsentieren. Genau diesen Vorteil macht sich die Roadshow zunutze, indem sie die für das betreffende Fach relevanten elektronischen Informationsressourcen, die die UB bereithält, in den Fakultäten im Sinne von „Eventmarketing“ vorstellt.

Mehrere Zwecke sollen damit erreicht werden:

- Werbung für die teilweise teuer beschafften Produkte machen,
- Informationskompetenz der Fachreferenten verdeutlichen,
- Studierende und Lehrende für den Nutzen der Produkte und Dienstleistungen sensibilisieren,
- Kontakt der Zentralbibliothek zu den Instituten und Seminaren stärken,
- Neuerungen auf dem Gebiet der Fachinformation präsentieren,
- Leistungsfähigkeit und Flexibilität der Universitätsbibliothek demonstrieren.

Die Roadshow ergänzt auf wirksame, bisweilen spektakuläre Weise die Bemühungen der UB, im Rahmen ihrer WWW-Seiten, ihrer verschiedenen Publikationen, ihrer Einführungs- und Schulungsangebote, ihrer News-Dienste sowie im Rahmen ihrer sonstigen Öffentlichkeitsarbeit die weitgefächerten,

---

6 Siehe dazu generell: Umlauf, Konrad: Bibliotheksmarketing, Berlin: Humboldt-Universität 1997 (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft und Bibliotheksbildung; 34); Jansen, Heiko: Der Einsatz kommunikationspolitischer Instrumente an Bibliotheken, Köln: Fachhochschule Köln / Fachbereich Bibliotheks- und Informationswesen 1999 (Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft; 16)

vielfältigen Medien- und Informationsangebote, die elektronischen Dienste und das ausgeprägte Know-how ihrer Mitarbeiter) auf dem Gebiet der Informationsvermittlung in der Universität zur Geltung zu bringen.

Bezogen auf die Fachreferenten impliziert dies eine gegenüber früheren Zeiten deutlich forciertere Hinwendung zum Institut bzw. Seminar, und zwar über das in Freiburg seit langem etablierte Instrument der Kaufbesprechung hinaus<sup>7</sup>. Gefordert ist ein aktives Marketing der für das betreffende Fach von der UB beschafften bzw. bereitgestellten elektronischen Produkte und Dienste, insbesondere der bibliographischen Fachdatenbanken, der elektronischen Volltextzeitschriften und der WWW-Fachseiten mit den weiterführenden Möglichkeiten bis hin zum Schulungsangebot.

Dabei stellt die Roadshow lediglich *ein* Element in dem Gesamtbemühen der Referenten dar, ihre Kompetenz und ihre Serviceangebote auf dem Gebiet der Fachinformation kontinuierlich und engagiert zum Nutzen der Studierenden wie der Wissenschaftler an der Universität anzubieten.<sup>8</sup> Dies geschieht u.a. durch

- regelmäßige tägliche Sprechstunden,
- Datenbankschulungen für kleinere wie für größere Gruppen (z.B. Tutorate),
- informative, laufend aktuell gehaltene WWW-Fachseiten,
- schriftliche Anleitungen, auch in elektronischer Form (Reihe: UB-Tutor), zum vorhandenen Angebot der UB an Fachinformation und zur kompetenten selbstständigen Nutzung der Ressourcen,
- Werbung für die Angebote des Fachreferenten durch Bekanntgabe im Vorlesungsverzeichnis und auf den WWW-Seiten bzw. den Faltblättern der UB, durch gezielte persönliche Auftritte in großen Einführungsvorlesungen, durch persönliche Kontakte zu den Mitgliedern des Lehrkörpers u.a.m.

Im Zusammenhang mit dem letztgenannten Punkt erfüllt die Roadshow eine kaum zu unterschätzende Scharnierfunktion, denn sie verknüpft die verschie-

---

7 Zur Entwicklung des Freiburger Bibliothekssystems und seiner Erwerbungs Kooperation vgl. insgesamt Sühl-Strohmeier, Wilfried: Das Bibliothekssystem der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau. Freiburg i. Br. 1989 (Schriften der Universitätsbibliothek Freiburg im Breisgau; 14); ders.: Kooperation geht vor! Das Bibliothekssystem der Universität Freiburg, in: Buch und Bibliothek 51 (1999), S. 297-302

8 Vgl. dazu auch Sühl-Strohmeier, Wilfried: Marketing von elektronischen Informationsdienstleistungen am Beispiel der Universitätsbibliothek Freiburg. In: B.I.T.online 3 (2000), Nr. 2, S. 227-231

denen Aspekte des persönlichen Marketing der Referenten zwangsläufig miteinander: Der Kontakt mit den Institutsvertretern, insbesondere der geschäftsführenden Direktion muss hergestellt werden; die Räumlichkeiten für die Roadshow müssen vor Ort in Augenschein genommen werden, unter Einbeziehung der Institutsbibliothekarin, ggf. des Bibliotheksbeauftragten. Werbemaßnahmen (Plakate, Flyer, Faltblätter mit Datenbankkurzanleitungen usw.) sind vorzubereiten, und die Produkte und Dienste, die präsentiert werden sollen, müssen ausgewählt werden. Die Beispielrecherchen aus den Datenbanken sind vorzubereiten, die vielfältigen Möglichkeiten der Produkte noch einmal zu rekapitulieren (Was soll wie gezeigt werden?). Die Institutsvertreter müssen per E-Mail-Rundbrief, zusätzlich eventuell durch Anschreiben und Übersendung eines Flyers mit den Inhalten der Roadshow, rechtzeitig vorher informiert werden. Durch alle diese Maßnahmen lernen Fachreferent und beteiligte Bibliotheksmitarbeiter(innen) gleichzeitig das Marketing und die dazu erforderlichen Einzelschritte.

Ihren zusätzlichen Nutzen entfaltet eine solche Roadshow, wenn sie vorüber ist und die Fachreferenten „am Ball“ bleiben. Es gilt, die geknüpften Kontakte zum Fach weiter auszubauen, zum Beispiel durch die Mitteilung über neue Angebote und Produkte, durch die Ankündigung von Einführungskursen für Datenbankrecherchen auch in den kommentierten Vorlesungsverzeichnissen, eventuell auch durch Schulungstermine im Institut selbst.

### **Planung und Organisation einer Roadshow**

Der Termin einer Roadshow sollte bereits im vorangehenden Semester fixiert werden. Einerseits sind alle für das betreffende Semester geplanten Roadshow-Termine der UB aufeinander abzustimmen, andererseits bedarf es eines ausreichenden Vorlaufs für die Vorinformation der Institutsvertreter (Geschäftsführende Direktoren bzw. Sprecher), die ihrerseits in den Institutsgruppen informieren. Auch das Bibliothekspersonal vor Ort sollte frühzeitig von dem Vorhaben in Kenntnis gesetzt werden, auch um eventuelle Kollisionen mit anderen wichtigen Institutsterminen auszuschalten. Gleiches gilt bezüglich der EDV-Abteilung, die längerfristig den Einsatz von PCs, Beamer, Leinwand etc. planen muss. Schließlich sollte das Informationszentrum der Bibliothek Bescheid wissen, falls eine Mitarbeiterin während der Roadshow die allgemeinen elektronischen Dienstleistungen der UB demonstrieren soll.

Erfahrungsgemäß liegt der ideale Termin weder zu Semesterbeginn noch am Semesterende, sondern für das Wintersemester im Zeitraum Mitte November – Mitte Dezember bzw. Mitte Januar bis Anfang Februar, für das Sommersemester – in Abhängigkeit von der Pfingstpause – während des Mai/Juni, spätestens Anfang Juli. Als günstigster Zeitrahmen mit der besten Aussicht auf

Frequentierung einer Roadshow hat sich 10 bis 16 Uhr erwiesen, mit verstärkter Nachfrage um die Mittagszeit.

Etwa sechs Wochen vor dem Roadshowtermin beginnt die Planung im engeren Sinn, d.h.

- eine Ortsbesichtigung mit dem Bibliothekspersonal vor Ort, unter Einbeziehung der PC-Abteilung (Technik), möglichst auch der Hausmeister,
- Hinweise auf den WWW-Seiten, insbesondere auf der Homepage (unter „Aktuelles“),
- Entwurf eines Textes für den Newsletter UBINFO-L und E-Mail-Rundbrief an die Institutsvertreter(innen),
- Text für Plakate und Flyer,
- Aktualisierung der Datenbank-Kurzinformationen (Faltblatt) und ggf. Nachdruck,
- Fertigstellung (bzw. Aktualisierung) eines „UB-Tutors“<sup>9</sup> für das betreffende Fach.

Der Aushang der Plakate in der Zentralbibliothek und im Institut sollte 10-14 Tage vor dem Termin erfolgen, ebenfalls die Verteilung der Flyer, die das Programm und den Zeitplan der Roadshow in prägnanter Form darbieten. Eventuell ist ein weiterer E-Mail-Rundbrief an das Lehrpersonal sinnvoll, um nochmals auf die Veranstaltung aufmerksam zu machen.<sup>7</sup>

Ab 9 Uhr sollte der/die Referent(in) vor Ort sein, um beim Aufbau des Standes mitzuhelfen, etwaige Probleme zu klären, die Plakate (auch vor der Eingangstüre) auszuhängen, die Präsentationswände zu gestalten, die sonstigen Materialien auszulegen, die Datenbanken probeweise aufzurufen.

Die Fachreferenten legen je nach Fach, für die die Roadshow angeboten werden soll, die inhaltlichen Schwerpunkte der Veranstaltung fest. Im Zentrum stehen dabei die elektronische Fachinformationsdienste bzw. -ressourcen, d.h:

- die einschlägigen bibliographischen Fachdatenbanken,
- die fachliche benachbarten bibliographischen Fachdatenbanken,

---

9 Die elektronische Publikationsreihe „UB-Tutor“ <URL: <http://www.freidok.uni-freiburg.de/volltexte/43/> > beinhaltet von den Fachreferent(inn)en erarbeitete Einführungen in die (vorwiegend) elektronischen Informationsressourcen des Fachs, die von der Universitätsbibliothek im Netz bereitgestellt werden. Sie erfüllen auch Zwecke im Sinne von „distance-learning“.

- die relevanten sonstigen interdisziplinären bibliographischen Datenbanken,
- die elektronischen Volltextzeitschriften für das Fach,
- sonstige elektronische Ressourcen oder Fachinformationsportale im Internet (z.B. „Webis“ der DFG-Sondersammelgebiets-Bibliotheken<sup>10</sup>).

Von den Mitarbeiter(inne)n des Informationszentrums der Bibliothek werden die allgemeinen elektronischen Dienstleistungen der UB vorgestellt, d.h. insbesondere:

- der Online-Katalog im WWW,
- das OLAF-Ausleihsystem im WWW,
- die WWW-Fachseiten,
- der FreiDok-Volltextserver für das elektronische Publizieren (z.B. von Dissertationen)
- die elektronischen Dokumentliefersysteme.

Hinsichtlich der Präsentation der Fachdatenbanken sollte der Referent Beispielsrecherchen überlegen, die thematisch an den im laufenden Semester angebotenen Lehrveranstaltungen orientiert sein könnten. Bezüglich der e-journals sollten vorher einige Titel ausgewählt und näher angeschaut werden, inwieweit sie für eine Vorführung während der Roadshow geeignet sind. Gibt es für das betreffende Fach einen „UB-Tutor“ vor, so liegt es nahe, die darin genannten Beispiele – sowohl für die bibliographische Recherche als auch für die Recherche nach e-journals – in der Roadshow zu zeigen.

Die technische Vorbereitung einer Roadshow kann nur in enger Abstimmung mit dem Bibliothekspersonal vor Ort, den Hausmeistern und der PC-Abteilung der UB erfolgen. Zu denken ist nicht nur an die EDV-Ausstattung, einschließlich Beamer und Leinwand, sondern auch an Tische, Stühle, Präsentationswände (die man eventuell im Universitätsbereich ausleihen kann). Der Fachreferent muss sich um die Koordination auch der gesamten technischen Planung kümmern. Vor allem ist der Wahl des geeigneten Standortes für die

---

10 Obwohl „Webis“ auch über die Homepage der UB Freiburg leicht erreichbar ist, stellt man bei den Roadshows immer wieder fest, dass dieser wichtige Fachinformationsdienst bei Wissenschaftlern und Studierenden noch nicht so bekannt ist, wie es eigentlich wünschenswert wäre. Insofern bietet eine Roadshow auch bezüglich solcher bedeutender überregionaler Fachinformationsportale eine gute Plattform für Werbung.

Roadshow starke Aufmerksamkeit zu widmen, da die räumlichen Bedingungen in den Fakultäten sehr unterschiedlich sein können. Hat man beispielsweise in den Gebäuden der naturwissenschaftlichen Fakultäten relativ viel Platz, so ist es beispielsweise im Psychologischen Institut eher beengt. Manchmal muss der Gang (bzw. der Flur) genommen werden, mit dem Vorteil, dass viele Personen vorbeigehen, mit dem Nachteil, dass die Möglichkeiten für eine optimale Präsentation des Standes stark eingeschränkt sind. Gruppenvorführungen lassen sich unter diesen Bedingungen kaum realisieren. Auch lädt ein Gang oder ein Flur nicht unbedingt zum Verweilen ein. Bei der Standortwahl ist auch auf gute Projektionsmöglichkeiten für Beamer/Leinwand zu achten (Sonneneinstrahlung, Blendeffekte etc.).

Die Vorführ-PC sollten gekennzeichnet sein, sodass ersichtlich ist, an welchem die Fachdatenbanken und an welchem die sonstigen Dienste gezeigt werden. Fachreferent(in) und HBA-Mitarbeiterin tragen ein Namensschild, eventuell wird ein weiteres Namensschild gut sichtbar neben den Vorführ-PC gestellt.

Ganz wesentlich für den Erfolg einer Roadshow ist der Bereich der Public Relations, d.h.:

- die Werbung durch auffällige Plakete,
- die gezielte Information der Institutsvertreter durch E-Mail-Rundbrief und Newsletter, eventuell durch Flyer, mit der Bitte, diesen in den Seminaren zu verteilen,
- die Werbung auf den WWW-Seiten unter „Aktuelles“, auf den „Fachseiten“ der UB, vielleicht auch auf den WWW-Seiten des jeweiligen Instituts (dort mit dem Webmaster in Verbindung setzen),
- die Werbung im „UB-Info“ und auf dem „Lebenden Plakat“ – einer multimedialen Leinwandprojektion, mithilfe derer in der Halle der Universitätsbibliothek an einer vielbefahrenen Stelle laufend auf aktuelle Neuerungen aufmerksam gemacht wird.

Der Erfolg der Plakatwerbung hängt sowohl von der Plakatgestaltung als auch von der gut gewählten Platzierung der Plakate in den Instituten und in der UB ab. Das Roadshowplakat sollte ein unverwechselbares Layout haben, mit eigenem Logo und mit auffälligem Motiv (Bild und Text aufeinander abgestimmt). Es soll in erster Linie die Aufmerksamkeit auf die Roadshow lenken, Termin und Ort nennen, während die genauen Inhalte der Veranstaltung auf einem gesonderten Plakat aufgeführt werden können. Die Formulierung der Plakattexte obliegt den Fachreferenten, während die Gestaltung und Fertig-

stellung von der Abteilung BKIT (Bibliothekarische Koordination Informationstechnik) erledigt wird.

Auf den WWW-Seiten der Bibliothek sollten Termin und Ort der Roadshow unter „Aktuelles“ bekannt gegeben werden. Sodann kann der Fachreferent auf seiner Fachseite weitere Informationen bringen, vor allem bezüglich des Programms der Roadshow. Geprüft werden sollte schließlich die Möglichkeit, ob nicht zusätzlich auf der Instituts-Homepage ein Hinweis auf die Roadshow untergebracht werden kann. Per E-Mail-Rundbrief sollte der Fachreferent die Institutsvertreter von dem Vorhaben, mit Angabe des Termins und des Orts, in Kenntnis setzen, darüber hinaus aber auch den Sinn und Zweck der Roadshow verdeutlichen. Die Professor(inn)en, mehr noch die Assistent(inn)en und die Akademischen Räte, die in der Hauptsache mit den Lehraufgaben betraut sind, müssen motiviert werden, den Studierenden in den Lehrveranstaltungen einen Besuch der Roadshow nahe zu legen.

Ebenfalls kann mithilfe des Newsletters UBINFO-L, auch über den Rahmen des betreffenden Instituts hinaus, für die Roadshow Reklame gemacht werden. Schließlich bieten auch die regelmäßig erscheinenden Universitätspublikationen (-magazine) eine geeignete Plattform die Werbung.

### **Die praktische Durchführung der Roadshow**

Für die Durchführung einer Roadshow gibt es verschiedene Möglichkeiten. Der Fachreferent kann – unterstützt durch eine Diplomkraft – während der gesamten Zeitdauer an seinem Vorführ-PC sitzen und den jeweiligen Interessenten die Datenbanken vorführen und – je nach aktuellem Bedarf – flexibel das Programm gestalten.

Eine andere Möglichkeit wäre, zu bestimmten Zeiten, die vorher bekanntgegeben worden sind und am Stand aushängen, bestimmte Dienste zu präsentieren. Der Vorteil besteht darin, dass Tutorats- bzw. Seminargruppen sich auf diese Termine einstellen können, um gezielt an dem Stand zu erscheinen. Ein Nachteil könnte sein, dass grundsätzlich eben nur zu den festgelegten Zeiten diese oder jene Datenbank demonstriert werden kann, d.h. die Gefahr mangelnder Flexibilität ist nicht auszuschließen. Außerdem bedarf diese Form der Durchführung eines geeigneten Standortes, der eine ausreichende Bestuhlung ermöglicht.

Optimal wäre eine mittlere Lösung zwischen den genannten Alternativen, d.h. es gibt keinen genauen Zeitplan, jedoch offeriert der Referent bei vorher mitgeteiltem Interesse bestimmte Termine, um der betreffenden Gruppe eine Datenbank näher vorzuführen. Die „Laufkundschaft“ ist eingeladen, ebenfalls dieser Präsentation beizuwohnen, so dass niemand ausgeschlossen wird.

Ansonsten empfiehlt es sich, einige Stühle rund um den Vorführ-PC bereitzustellen und die Interessent(inn)en, die sich dem Stand neugierig nähern, anzusprechen, z.B. wie folgt:

- „Darf ich Ihnen die Datenbanken einmal vorführen?“
- „Haben Sie ein bestimmtes thematisches Interesse?“
- „Haben Sie Interesse, sich einmal den Aufbau einer Recherche demonstrieren zu lassen?“

Mitglieder des Lehrkörpers sollten natürlich zur Kenntnis genommen und begrüßt werden, da ja ein besonderes Interesse an der Resonanz, die die Roadshow bei diesem Personenkreis hervorruft, seitens der Bibliothek besteht. Die Fachreferenten sollten die Gelegenheit des persönlichen Kontakts nutzen, die sich im Rahmen der Roadshow zwanglos ergibt. Auch können kurz die Wünsche des Lehrpersonals bezüglich der Datenbankschulungen und sonstigen Aktivitäten des Fachreferenten angesprochen, vielleicht auch ein Termin für ein ausführlicheres Gespräch vereinbart werden. Zu lange sollte man den Platz am Vorführgerät jedoch nicht verlassen.

Nachdrücklich hingewiesen werden sollte auf die Infomaterialien und den UB-Tutor, da die Studierenden, die sich bei der Roadshow blicken lassen, etwas „Handfestes“ mitnehmen möchten. Auch als Multiplikatoren spielen sie eine Rolle, da sie den Kommilitonen vielleicht von der Roadshow und von den Schulungsangeboten des Fachreferenten berichten

Sehr wichtig ist bei der Durchführung einer Roadshow, dass flexibel auf die Fragen der Interessenten eingegangen wird. Es reicht also nicht, bei der Frage nach einem ReDI-Zugang vom heimischen PC aus pauschal auf das Rechenzentrum zu verweisen, sondern man sollte die Prozedur näher beschreiben:

- Formular auch in der RZ-Außenstelle in der UB (1. OG) erhältlich oder über Anmelde-PC;
- externer Zugang zu den Datenbanken über die UB-Homepage;
- bei Datenbankauswahl erfolgt die Aufforderung, Name und Passwort einzutragen (evtl. kurz demonstrieren).

Über die Mittagszeit kommen erfahrungsgemäß die meisten Personen zur Roadshow, sodass eine Mittagspause des vorführenden Referenten möglichst nicht zwischen 12 und 14 Uhr eingelegt werden sollte (bzw. nur nach Absprache).

Der vorgegebene Zeitrahmen sollte eingehalten werden. Auch „kurz vor Torchluss“ erscheinen durchaus noch Studierende, die dann nicht einfach weggeschickt werden sollten, weil eventuell schon mit dem Abbau des Standes begonnen worden ist.

Im Anschluss an die Roadshow beginnt die Aufarbeitung, d.h. der Bericht in der Hauszeitschrift (mit Fotos), die Rückmeldung an die Institutsleitung, der Bericht im Fachreferentenkollegium, eventuell die Erweiterung der Schulungsangebote.

Die bisherigen Erfahrungen mit Roadshows an der Universität Freiburg sind ermutigend, nicht nur was den Wert einer solchen, zweifellos arbeits- und zeitaufwendigen Unternehmung als Mittel der Werbung für die elektronischen Dienstleistungsangebote der Universitätsbibliothek angeht, sondern auch bezüglich der kurz- und längerfristigen Effekte für die Positionierung der Bibliothek als Kompetenz- und Lernzentrum<sup>11</sup> in der Universität. Seitens der Studierenden und des wissenschaftlichen Personals wird die Universitätsbibliothek nicht nur als Serviceeinrichtung für die Bereitstellung von Medienbeständen und Informationsressourcen wahrgenommen, sondern auch als leistungsstarker Partner für die Vermittlung von Informations- und Medienkompetenz. Eine erfolgreiche Roadshow führt meistens zu verstärkter Nachfrage nach Beratungs- und Schulungsterminen beim Fachreferenten. Dieser wird zu den großen Einführungsvorlesungen eingeladen, um sich und seine Serviceangebote dort zu präsentieren, man bittet ihn, seine Kursangebote im kommentierten Vorlesungsverzeichnis, auch auf der Instituts-Homepage, anzukündigen, man fragt in der Zentralbibliothek nach, ob die Studienanfänger des betreffenden Faches nicht ein qualifiziertes, von UB-Personal getragenes Bibliothekseinführungs- bzw. Kursprogramm durchlaufen können, man bindet das Schulungsangebot des Fachreferenten in den Studienplan des Faches verbindlich ein.

Dies alles geschieht sicherlich nicht aufgrund einer einzigen Roadshow, sondern ergibt sich erst aus den Gesamtbemühungen der Bibliothek und der Fachreferenten, ihre Medien- und Informationskompetenz aktiv in die Bemühungen der Institute und Seminare zugunsten einer Effektivierung des Studiums zu integrieren. Die Roadshow kann dazu nachhaltige Anstöße und Impulse geben – deshalb sei sie als Modell zur Nachahmung empfohlen.

---

11 Vgl. Konzept und Angebotsspektrum des Kompetenz- und Lernzentrums der Universitätsbibliothek Freiburg unter der URL <<http://www.ub.uni-freiburg.de/schulung/>>