

<b>BIB</b> Berufsverband Information Bibliothek	Berufsverband Information Bibliothek  <i>Kommission</i> <i>One-Person Librarians</i>
--	--

---

**One-Person Librarians'**

# **Flaschenpost**

**Nummer 6**

29. Arbeits- und Fortbildungstagung der ASpB  
" Bibliotheken und Informationseinrichtungen -  
Aufgaben, Strukturen, Ziele"

Stuttgart

8. - 11. April 2003

---

# Die BIB-Kommission für One-Person Librarians

**Dr. Regina Peeters** (Vorsitz)  
Europäisches Übersetzer-Kollegium  
Kuhstraße 15-19  
47638 Straelen  
Telefon: (02834) 1068  
Telefax: (02834)7544  
E-Mail: peeters@freenet.de

**Werner Tussing**  
Statistisches Landesamt Saarland  
Virchowstraße 7  
66119 Saarbrücken  
Telefon: (0681) 501-5901  
Telefax: (0681) 501-5921  
E-Mail: bibliothek@stala.saarland.de

**Frank Merken**  
Stadtbücherei Wipperfürth  
Lüdenscheider Str. 48  
51688 Wipperfürth  
Telefon: (02267) 64480  
Telefax: (02267) 64439  
E-Mail: stadtbuecherei@stadt-wipperfuerth.de

**Marie-Rose Vorgrimler**  
Westfälisches Museum für Archäologie  
Rothenburg 30  
48143 Münster  
Telefon: (0251) 5907262  
E-Mail: m.vorgrimler@lwl.org

**Dr. Jürgen Plieninger**  
Universität Tübingen, Institut für  
Politikwissenschaft, Bibliothek  
Melanchthonstraße 36  
72074 Tübingen  
Telefon: (07071) 29-76141  
Telefax: (07071) 29-2417  
E-Mail: juergen-pliedinger@gmx.de

---

## E-Mail-Diskussionslisten

Seit Dezember 1997 existiert eine deutsche Diskussionsliste für OPL. Für einführende Informationen, Ein- und Austragung sowie das Volltext-Listenarchiv besuchen Sie bitte die Homepage der Liste unter:

<http://www.ahb.niedersachsen.de/inform/opl/opl.htm>

Eine weitere Liste ist die SOLOLIB-L der Solo-Librarian's Division der Special Libraries Association in den USA. Zum Abonnieren der Liste lassen Sie das Subject frei, löschen gegebenenfalls die Signatur und schicken die Nachricht

**subscribe SOLOLIB-L** an die Adresse [listserv@silverplatter.com](mailto:listserv@silverplatter.com)

---

## Impressum

Herausgegeben vom BIB Berufsverband Information Bibliothek  
Redaktion: Kommission One-Person Librarians, c/o Regina Peeters,  
Europäisches Übersetzer-Kollegium, Kuhstraße 15-19, 47638 Straelen,  
Tel 02834-1068, Fax 02834-7544, E-Mail: peeters@freenet.de

April 2003

## Inhalt

- 2 BIB-Kommission für OPL
- 2 E-Mail-Diskussionslisten, Impressum
- 3 Vorwort
- 4 Die Homepage der OPL-Kommission
- 5 Seminarankündigung: Stichwort OPL: „Marketing von Informationsdienstleistungen“, 16.-17.05.2003
- 6 Seminarankündigung: Stichwort OPL: „Kreativ Problemlösungen entwickeln und selbstbewußt vertreten“, 13.-14.06.2003
- 7 Seminarnachlese – Stichwort OPL: „Soziale Kernkompetenz stärken“
- 9 Seminarnachlese -Stichwort OPL: „Wirkungsvoll sprechen: Stimm- und Ausdruckstraining“
- 10 Neun wichtige Tipps für die Entwicklung einer Marketing-Strategie für OPLs
- 11 Informationen zur amerikanischen OPL-Szene
- 13 Thinking About ... Back to the Basics
- 14 Internal Library Divisional Relationship
- 18 What would you do? ...
- 20 Wir sind kein Museum, aber wir haben eine Sammlung
- 21 Bibliographie zum Thema One-Person Libraries: Neuerscheinungen im Jahr 2002/2003
- 22 OPL-Gesprächskreise in Deutschland
- 24 OPL-Adressenliste von OPLs
- 50 Meldung für den OPL-Adressenpool
- 51 Aufnahmeantrag für den Berufsverband Information Bibliothek

## Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

rechtzeitig zur Stuttgarter ASpB-Tagung halten Sie die sechste Ausgabe der Informationsbroschüre der OPL-Kommission „*Die Flaschenpost*“ in den Händen, wie gewohnt mit aktuellen Adressen, Literaturhinweisen und Seminarmaterialien, kurz mit allem Nützlichen für die vielen Kolleginnen und Kollegen in Kleinstbibliotheken.

Dieser Zielgruppe als Ansprechpartner zu dienen und Hilfestellung bei den unterschiedlichsten Anforderungen und Aufgaben zu leisten, darin besteht die Hauptaufgabe der OPL-Kommission. Und auch 2003 möchten wir uns mit Engagement und Tatendrang gemeinsam für die Belange der bibliothekarischen Einzelkämpferinnen und Einzelkämpfer aller Sparten in Deutschland einsetzen.

In bewährter Zusammenarbeit mit dem HBZ bieten wir auch in diesem Jahr wieder speziell auf One-Person Librarians zugeschnittene Fortbildungsveranstaltungen an. Im einzelnen sind Seminare zu den Themen „*Marketing von Informationsdienstleistungen*“ (16.-17.5.2003; unter Leitung von Prof. Dr. Ursula Georgy, Fachhochschule Köln) geplant und „*Kreativ Problemlösungen entwickeln und selbstbewußt vertreten*“ (13.-14.6.2003; Referentin ist die Kommunikationstrainerin Christiane Bockerhoff). In der 2. Jahreshälfte werden weitere interessante Seminare angeboten, über deren Einzelheiten wir Sie rechtzeitig informieren.

Nach langjähriger Zugehörigkeit ist *Dorothee Eberbach-Houtrouw* aus der Kommission ausgeschieden, um sich noch stärker ihrer Arbeit in der BIB-Landesgruppe Nordrhein-Westfalen widmen zu können. Ihr - als „OPL-Kommissionsfrau der ersten Stunde“ - ein herzliches Dankeschön für die langjährige engagierte Mitarbeit! Herzlich willkommen heißen möchten wir *Frank Merken* aus der Stadtbücherei Wipperfurth, der unser Kommissionsteam verstärken wird.

Ihnen wünsche ich nun viel Spaß beim Stöbern in der neuen und hoffentlich für Sie wieder informativen Ausgabe unserer *Flaschenpost* und bis zur nächsten Ausgabe!

Ihre Regina Peeters

# Die Homepage der OPL-Kommission

Stets aktualisiert finden Sie auf unserer Homepage unter der Adresse <http://homepages.uni-tuebingen.de/juergen.plieninger/bib-opl/> Inhalte und Hinweise, welche den OPLs den Berufsalltag erleichtern: Seminarankündigungen, Adressen, Gesprächskreise, Literatur, der Jahresbericht, WWW-Ressourcen, Mailinglisten und vieles andere mehr. Irgendwann dieses Jahr werden wir umziehen: Die BIB-Internetpräsenz soll neu gestaltet werden und dann werden wir unter die Fittiche des Gesamtangebots des BIB im Web schlüpfen. Die Adresse wird dann folgende sein: <http://www.bib-info.de/komm/opl/>. Falls Sie uns also hier nicht mehr finden sollten, suchen Sie uns dort!

Besuchen Sie uns bei unserer virtuellen Präsenz!



**Berufsverband Information Bibliothek e.V.**

Mitglied der Bundesvereinigung Deutscher Bibliotheksverbände e.V. BDB

Kommission für One-Person Librarians

---

#### **Kommunikation und Kontakte**

- [!\[\]\(8d139a66f540002704b5c70b7fe6cc7a\_img.jpg\) Adressenpool von und für OPLs](#)
- [!\[\]\(c209541a4bc5f45e44bd7791f9477320\_img.jpg\) Email-Diskussionslisten für OPL-Belange](#)
- [!\[\]\(8fd54d112e752061b5361c5bdf346185\_img.jpg\) OPL-Gesprächskreise in Deutschland](#)

#### **Berufliche Bildung**

- [!\[\]\(9bfa69b6b0f097b09744337d04f22d78\_img.jpg\) 29. Arbeits- und Fortbildungstagung der ASpB vom 8. bis 11. April 2003 in Stuttgart](#)
- [!\[\]\(7d26c345cabf494d35782f002b741ce9\_img.jpg\) Seminarangebote für OPLs](#)
- [!\[\]\(40fb90293499d45782783c449b0d92d0\_img.jpg\) Literatur, Rezensionen, Publikationen](#)

#### **Nützliche Links**

- [!\[\]\(8ba0a8bc08cfb681721719303df69bb8\_img.jpg\) OPL-Ressourcen im WWW](#)
- [!\[\]\(33b903febf51b8cea076831f447c997e\_img.jpg\) OPL-Seiten des Forums Spezialbibliothek](#)
- [!\[\]\(630eff6382b86f77a4b5cf981ec06d32\_img.jpg\) Die "Fundarube Internet" der BIB-Kommission Neue Technologien \(KNT\)](#)

#### **Die Kommission für OPLs**

- [!\[\]\(f6ec0429e2f15dbd4a39b612501b6fa4\_img.jpg\) Wer sind wir, wie erreichen Sie uns](#)
- [!\[\]\(bccf48a45f044a80137a9e5c119c3170\_img.jpg\) Unser Jahresbericht 2002](#)
- [!\[\]\(7af7f378eb8a73ac86e99d0b616ca2dd\_img.jpg\) Feedback - Ihre Nachricht an uns](#)

---

[Zur Homepage des BIB](#)

# Stichwort OPL: "Marketing von Informationsdienstleistungen"

*Zielgruppe und Voraussetzungen*  
Beschäftigte der OPL's

*Lernziel*

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind in der Lage, ihr eigenes Marketingkonzept zu überprüfen und anhand von im Seminar erstellten Checklisten und Beispielen zu optimieren.

*Referentin*

Prof. Dr. Ursula Georgy, Fachhochschule Köln, Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaft

*Seminargröße*

14

*Termin*

16.05.2003 - 17.05.2003

*Veranstaltungsort*

Europäisches Übersetzer-Kollegium, Straelen

*Inhalt*

Marketing und Kundenorientierung in Bibliotheken

Eigenschaften von Dienstleistungen, insbesondere von Informationsangeboten

Marketinginstrumente: Werbung, Kommunikation, Public Relations, Sponsoring

Kundenorientierung: Kundenanalyse, Qualitätsmanagement/ Kundenzufriedenheit, Customer Relationship Management

Corporate Identity: Probleme und Möglichkeiten einer Bibliothek

Der CI-Prozess in einer OPL

Komponenten eines Leitbildes

Die wichtigsten Marketinginstrumente selbst erstellen und beurteilen

Faltblätter, Plakate

Event-Marketing- und Sponsorenkonzepte

Analyse von Internetangeboten

Kundenorientierung selbst leben

Ist-Analyse

Möglichkeiten zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit

In Kooperation mit dem Hochschulbibliothekszentrum Nordrhein-Westfalen

Seminarkosten für Verbandsmitglieder: 86,- EUR

Gebühr für Nicht-Landesbedienstete NRW: 155,- EUR

Im Preis enthalten sind Übernachtung und Vollverpflegung.

*Anmeldung*

Bei der Gruppe "Fortbildung und Qualifizierung" des Hochschulbibliotheksentrums Köln

Frau Zimmermann (Tel. 0221-40075-117)

Herr Schmidt (Tel. 0221-40075-401)

E-Mail: [zimmermann@hbz-nrw.de](mailto:zimmermann@hbz-nrw.de); [schmidt2@hbz-nrw.de](mailto:schmidt2@hbz-nrw.de)

Fax 0221-40075-280

Postfach 270451, 50510 Köln

# Stichwort OPL: "Kreativ Problemlösungen entwickeln und selbstbewusst vertreten"

*Zielgruppe und Voraussetzungen*  
Beschäftigte der OPL's

*Lernziel*

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen Techniken kennen, ihre kreativen Potenziale zu nutzen, Problemlösungen zu entwickeln und selbstbewusst zu vertreten.

*Referentin*

Christiane Brockerhoff, Duisburg

*Seminargröße*

14

*Termin*

13.06.2003 - 14.06.2003

*Veranstaltungsort*

Europäisches Übersetzer-Kollegium, Straelen

*Inhalt*

Unser Denken verläuft in festen Bahnen. Deshalb kommen wir oft nicht auf naheliegende Lösungen, die unsere Denkgewohnheiten sprengen. Den Blickwinkel zu verändern kann schon der erste Ansatz dazu sein, ungewöhnliche Lösungen zu finden. Die Perspektive wechseln, andere Seiten sehen, in Bewegung kommen und ungewöhnliche Medien nutzen: In diesem Seminar wird mit verschiedenen kreativen Techniken daran gearbeitet, Denkblockaden zu überwinden. Dabei ist der ganze Mensch mit seinem Potenzial gefragt. Alle Sinne und Fertigkeiten werden auf neue Weise gefördert und gefordert. Sich auf sich selbst einzulassen, auf sich selbst zu vertrauen und ungewöhnliche Denkweisen auszuprobieren fördert die Selbst-Bewusstheit. Damit werden so manch große Probleme überschaubar und Lösungen bieten sich an.

*Aus dem Inhalt:*

Quellen der Kreativität und Schranken der Wahrnehmung

Wann ist Zeit für Kreativität?

Umgang mit innovativen Medien für Hand, Kopf und Herz

Übungen, welche die Fantasie anregen und Kreativitätstechniken

Kreativ sprechen: Wie die Sprache uns hilft

Selbstdarstellung: kreativ und klar

In Kooperation mit dem Hochschulbibliothekszentrum Nordrhein-Westfalen

Seminarkosten für Verbandsmitglieder: 86,- EUR

Gebühr für Nicht-Landesbedienstete NRW: 155,- EUR

Im Preis enthalten sind Übernachtung und Vollverpflegung.

*Anmeldung*

Wie auf S. 5 angegeben.

# Seminarnachlese

## Stichwort OPL: „Soziale Kernkompetenz stärken“

Bei der OPL-Fortbildung „Soziale Kernkompetenz stärken“ vom 29. bis 30. November 2002 wurde in Straelen mit der Referentin Andrea Ludwig der Umgang mit Widerständen und Führungsstile behandelt und geübt. Aus den umfangreichen Seminarunterlagen haben wir eine kleine Auswahl getroffen.

### Situatives Führen nach Hersey und Blanchard

**Führen heißt, Mitarbeitern dazu zu verhelfen, Ziele zu erreichen.**

Was bedeutet das genau? Wenn wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dazu verhelfen wollen, ihre Ziele zu erreichen, sind mehrere Dinge wichtig:

- Zuerst müssen die **Ziele** klar und eindeutig beschrieben sein
- Dann muss im Führungsprozess die **Aufgabenorientierung** deutlich werden, d.h. wir müssen Verhaltensweisen zeigen, die auf die Erledigung der Arbeit abzielen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen schließlich wissen, wo es lang gehen soll.
- Außerdem darf die menschliche Seite nicht zu kurz kommen. Diese so genannte **Beziehungsorientierung** zeigt sich u.a. in partnerschaftlichem Verhalten. Die Führungskraft ist den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gegenüber offen, mitfühlend und gesprächsbereit, ohne dabei aber ihre sonstigen Aufgaben zu vernachlässigen.
- Eine vierte Komponente ist die **Situation**, in der sich das Führungsverhalten abspielt. Aufgaben- und Beziehungsorientierung widersprechen sich dabei nicht, sondern ergänzen sich eher je nach den Erfordernissen der jeweiligen Situation.

*Hier ein paar hilfreiche Grundgedanken:*

1. Es gibt nicht „die“ optimalen Führungseigenschaften
2. Es gibt nicht „den“ besten Führungsstil
3. Es gibt nicht „das“ beste Führungsverhalten
4. Erfolgreiches Führen hängt von der Situation, dem Reifegrad der Führungskraft und dem Reifegrad der Mitarbeiterin bzw. des Mitarbeiters ab!

Es lohnt sich, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend ihres persönlichen Reifegrades zu führen. Auch wenn es – besonders im Übergang von einem Reifegrad zum anderen – oft schwierig ist. Wichtig ist auch zu bedenken, dass es möglich ist, dass mit jeder neuen Aufgabe der ganze Zyklus von vorn beginnt.

### **Reifegrad 1: Anleiten, Unterweisen**

Hier hat sich ein Vorgehen sehr bewährt, was seit vielen Jahren in Industrie und Handwerk erfolgreich eingesetzt wird:

1. Stufe: Vorbereiten
2. Stufe: Vormachen, erklären
3. Stufe: Nachmachen lassen und kontrollieren
4. Stufe: Selbständiges Üben und Anwenden

### **Reifegrad 2: Anleiten und Beteiligen**

Ein/e Mitarbeiter/in im zweiten Reifegrad, welche/r weder ausreichend kompetent noch ausreichend engagiert ist, muss mit dem Stil des Trainierens geführt werden.

Obwohl Unterweisung weiterhin nötig ist, wird jetzt auch ein positives Feedback immer wichtiger. Das genaue Anweisen tritt in den Hintergrund, das Trainieren von Fertigkeit gewinnt an Gewicht.

### **Reifegrad 3: Begleiten, Unterstützen zur Selbsthilfe**

Die Mitarbeiterin bzw. der Mitarbeiter kann nun immer mehr und ihr bzw. sein Engagement ist auch deutlich gestiegen; zwar noch nicht stabil auf hohem Niveau, aber immerhin größer.

Jetzt verhält sich die Führungskraft mehr und mehr als Coach. Aufgaben müssen nicht mehr detailliert erklärt, sondern im Zusammenhang dargestellt werden. Es gilt zu helfen und zu unterstützen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu ermutigen, eigene Lösungsansätze zu finden.

### **Reifegrad 4: Delegieren und Loslassen**

Die Mitarbeiterin bzw. der Mitarbeiter arbeitet nun selbständig auf hohem Niveau.

Nun können Sie ihr/ihm Aufgaben delegieren und sicher sein, dass diese zu Ihrer Zufriedenheit ausgeführt werden. Meilensteine und Endtermine werden kontrolliert. Auch wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jetzt sehr selbständig arbeiten, dürfen Sie nicht darauf verzichten, die erbrachten Leistungen angemessen zu loben!



# Seminarnachlese

## Stichwort OPL: „Wirkungsvoll sprechen: Stimm- und Ausdruckstraining“

Aus den Seminarunterlagen zum OPL-Seminar, das vom 18. bis 19. Oktober 2002 in Straelen stattfand veröffentlichen wir mit freundlicher Genehmigung der Referentinnen Christiane Brockerhoff und Marion Creß eine Seminarnachlese.

### Verständlich sprechen

#### Vier Aspekte machen die Verständlichkeit beim freien Sprechen aus:

##### 1. Übersichtlich gliedern

- logisch alles in der richtigen Reihenfolge aufbauen
- die Gliederung ankündigen
- mit Fragen gliedern
- gliedernde Bemerkungen: „das heißt, es folgt, der nächste Punkt...“
- Absätze und Pausen setzen
- evtl. Abschnitte/Argumente durchnummerieren

##### 2. Einfach sprechen

- kurze Sätze
- wenig Fremdwörter
- die notwendigen Fremdwörter und Fachbegriffe evtl. erklären
- wenig Floskeln und Füllwörter verwenden
- anschaulich und konkret sprechen (Beispiele)
- viele Ausdrücke mit Verben, keine unnötigen umständlichen Hauptwortkonstruktionen

##### 3. Kurz und prägnant sprechen

- auf die wesentlichen Punkte begrenzen
- trotzdem kein Telegrammstil
- Wiederholungen wesentlicher Punkte und Zusammenfassungen bei längeren Reden sind für das Verstehen der ZuhörerInnen wichtig
- Nebengedanken und zu persönliche Bemerkungen, Erlebnisse und Erinnerungen weglassen

##### 4. HörerInnenfreundlich sprechen

- direkte Anrede, nicht nur zu Beginn
- Formulierungen aus der Sicht der ZuhörerInnen (Sie/Ihr/Du)
- lebensnahe Beispiele
- Erzählungen mit wörtlicher Rede statt nüchterner Berichte
- Fragen

# Neun wichtige Tipps für die Entwicklung einer Marketing-Strategie für OPLs

Fundstück aus der Homepage der Kommission für One-Person Libraries und Spezialbibliotheken des VÖB (<http://voeb.uibk.ac.at/opl/>). Es stammt aus einem Seminar von Dr. Constantin Cazan.

1. Eine **Vision**, ein Ziel haben (mission statement)!

2. **Planen**: Failing to plan is planning to fail!

3. **Beziehungen** zu Menschen aufbauen bzw.

pflegen - **Kommunikation!**

4. **Image** aufbauen und pflegen - "MARKE ICH"!

5. **Produkte** definieren und bewerten (Preis)!

6. **Agieren** statt reagieren!

7. **Beständigkeit** gewährleisten!

8. **AIDA-Prinzip**: Attention, Interest, Desire, Action

9. **Analyse** der eigenen Arbeit, Person: SWOT-

Analyse: Strength, Weaknesses, Opportunities,

Threats

# Informationen zur amerikanischen OPL-Szene

von Jürgen Plieninger

Wir möchten in der diesjährigen Flaschenpost die amerikanische OPL-Bewegung anhand zweier Beispiele kurz schildern: Dem monatlich erscheinenden OPL-Newsletter und der stark frequentierten Mailingliste SOLOLIB-L.

## **Der Newsletter:**

Er erscheint in übergreifenden Jahrgängen, demnächst fängt der 20. Band an. Gab ihn einst Guy St. Clair heraus, unvergessener Motor des OPL-Ansatzes im Bereich des Bibliotheksmanagements, so ist seit etlicher Zeit Judith Siess die Herausgeberin, welche in OPL-Kreisen, auch in Deutschland, wohlbekannt ist. Wer sich noch an die von Evelin Morgenstern herausgegebenen Bände der „Arbeitshilfen für Spezialbibliotheken“ erinnert, insbesondere jene von Guy St. Clair, die wird sich auch an die unverwechselbar praktische und pragmatische Perspektive erinnern, welche in diesen Bänden (z.B. die „Checkliste für OPLs“) vorherrschte.

Wenn Sie einen Blick in den OPL-Newsletter werfen, finden Sie diese Perspektive wieder. Themen und Rubriken sind an der Praxis orientiert: Auskunft, Bücherschwund, Marketing, Umzüge, Umgang mit Mitarbeiterinnen, Zeitmanagement und vieles andere findet sich, was für die Praxis von Bedeutung und Wert ist.

Drumherum findet man vor allem Hinweise auf Konferenzen und Tagungen, Berichte von ebendenselben, Reiseberichte, Hinweise auf Links und Buchbesprechungen und anderes mehr. Fehlt noch das Sahnehäub-

chen: In jeder Ausgabe wird eine praktische Frage gestellt („*what would you do?*“) und die Kolleginnen und Kollegen werden gebeten, Antworten darauf zu geben. Und in jeder Ausgabe werden die Antworten auf die Frage des Vormonats präsentiert und z.T. auch kommentiert.

Die Autorinnen und Autoren der Hefte sind breit gestreut, so dass die Verbindung zur Praxis gewahrt bleibt. Allerdings hat man keineswegs den Eindruck, dass Judith Siess, welche als Herausgeberin viel beiträgt, die Verbindung zur Praxis verloren hätte, im Gegenteil: Sie stellt in ihren Kolumnen und Beiträgen stets die richtigen Fragen. Ein Beispiel gefällig? Wir drucken Ihnen weiter unten mit Erlaubnis der Autorin die Einführung ins Themenheft „Reference“ (Februar 2003) ab. Zwecks Fort- und Weiterbildung lassen wir den Beitrag in Englisch, eine Übersetzung wird ab Mitte April auf unserer Homepage angeboten.

Ach ja: Wie kommt man an die Ausgaben des OPL Newsletters? Wenn Sie die elektronische Version abonnieren, beträgt der Preis 69 USD, die Papierversion liegt bei 115 USD. Nähere Informationen finden Sie unter <http://www.ibi-opl.com/>

## **Die Mailingliste:**

Ist Ihnen der Newsletter zu teuer und möchten Sie den-

noch abspüren, was in den USA von OPLs für OPLs thematisiert wird? Dann versuchen Sie es doch einmal mit SOLOLIB, der Mailingliste für OPLs der SLA. Informationen zur Liste sowie das Listenarchiv finden Sie unter <http://listserv.silverplatter.com/archives/sololib-l.html>.

Glauben Sie aber bitte nicht, dass Sie bei der Liste nichts bezahlen müssten! Statt Geld müssen Sie Zeit geben, denn die Informationen werden Ihnen nicht so mundgerecht wie im Newsletter präsentiert, die Diskussionen und Themen gehen durcheinander und man bekommt vieles präsentiert, was vielleicht weniger relevant erscheint. Denn hier wird in ca. 10-15 E-Mails pro Tag alles mögliche verhandelt: Themen der verschiedenen Konferenzen, Fragen nach Dokumentlieferung, Fragen nach Lösung bestimmter Probleme, Karriereaspekte, Verbandspolitik und und und ...

Wenn man die Liste abonniert, dann muss man flugs die „Del“-Taste bedienen, um weniger interessante Mails wegzuklicken. Eine Alternative ist hier der Gebrauch des Listenarchivs, da die Liste mit der Software „Listserv“ von Silverplatter betrieben wird. Hier kann man die E-Mails nach bestimmten „Threads“, also Diskussionssträngen, sortieren lassen und so den

Diskussionsstrang sachlich in einem Strang verfolgen.

Im Grunde lässt sich die Liste genau so charakterisieren wie der Newsletter: Der Ansatz ist durch und durch praktisch, hier diskutieren keine Leute, welche einen Projektantrag oder einen Jahresbericht schreiben und den entsprechenden Marketing-Jargon nötig haben, sondern Fragen wie Antworten kommen knackig aus der Praxis: Umzug, Neugestaltung, Praktikanten, Bücherklau etc. etc. wird jeweils sachbetont behandelt. Und da die amerikanischen Kolleginnen und Kollegen sehr diskussionsfreudig sind, kommen stets jede Menge Gesichtspunkte aus der Praxis zur Sprache. Haben Sie ein bestimmtes Problem in Ihrem Arbeitsalltag? Möchten Sie gern wissen, ob es in SOLOLIB-L bereits diskutiert wurde? Das Listenarchiv hat

auch eine Suchfunktion!

Manchmal fragt man sich, warum in der deutschen OPL-Mailingliste nicht eben so viel diskutiert wird wie in SOLOLIB-L. Sind die deutschen OPLs eigenbrötlicher, weniger mitteilbar, nicht so praktisch orientiert? Es wäre ungerecht, so zu urteilen! Sicher herrscht in den USA eine Diskussionskultur, welche die Teilnehmer/innen eventuell leichter Fragen stellen und Antworten geben lässt; viel wahrscheinlicher aber liegt es daran, dass dort zahlenmäßig mehr Teilnehmer/innen beteiligt sind, somit die Zahl derjenigen, die sich trauen mitzudiskutieren, größer ist.

Was auf jeden Fall höher als in Deutschland ausfällt, betrifft die Bereitschaft, auch einmal „off topic“ zu diskutieren. Da kann es schon sein, dass es plötzlich über

Tierhoroskope oder Benutzertypen geht, ohne dass andere gleich mit der Kelle winken, wie dies in deutschen Listen öfter der Fall ist, wo man sich schnell über das erhöhte Aufkommen in der Inbox beklagt.

Auch hier geben wir Ihnen ein Textbeispiel, einen *thread* zum Thema, bei welchem Geschäftsbereich die Bibliothek am besten innerhalb einer Firma angesiedelt sein sollte.

Zum Schluss präsentieren wir Ihnen eine Frage, welche im OPL-Newsletter gestellt wurde und die daraufhin gegebenen Antworten.

Wir hoffen, dass die Texte Ihnen gefallen! Sollten Sie sie lieber in Deutsch lesen, so müssen Sie ein wenig warten. Gegen Ende April können Sie Übersetzungen auf unserer Homepage abrufen.

---



Newsletter for  
Librarians and Management



# THINKING ABOUT... Back to the Basics

by Judith Siess, *OPL* Editor

Stop and think a minute. Why do libraries and librarians exist? It is not to collect and organize books and journals, nor to provide access to electronic resources. It is not even to answer questions or to do searches. As important as these are they are only the means by which we accomplish our basic purpose.

And what is that purpose? Our customers do not come to us for a book or an article; they don't even want information or data. They want only one thing—their problem solved. They don't really care how it is solved, just that it goes away.

This is the genesis and rationale for all reference services in libraries. To help you, this issue of *OPL* presents six articles with the common theme of reference. The first has suggestions for creating a list of your most commonly asked questions—a FAQ list. Then there is a list of basic reference materials you should consider for your collection. Have you thought about whether your reference desk (and other signage) is appropriate for your clientele? Maybe another name would be better. Why might your customers hesitate to ask you questions? Although Professor Fister's article was written about students, it presents some ideas for librarians in all types of libraries to think about. In his usual entertaining style, Lee Hadden, a reference librarian at a major science research library, gives us some ideas for improving our reference

interview skills. Finally, various colleagues tell us how they do the "impossible"—how they keep up with librarianship and their customers.

How do you know if your reference service is accomplishing its purpose? How do you measure its quality? As with any library service, quality is an elusive concept. However, there are some methods you can use. Are your customers satisfied? Do they come back to you to solve other problems? Do they recommend you to their colleagues? Are they moving from looking for information on their own to coming to you for answers? Is your user count increasing? Are you satisfied with your answers? Do you often feel that you could have done a better job? Do you feel pressured by time or hampered by a lack of resources or insufficient training? Sometimes your customers may be satisfied but you are not. This situation exists because the customer does not know what he or she needed and has no way to judge the quality of your answer, so he or she is satisfied with whatever you provide. You, on the other hand, know that given more resources, more time, more money, or whatever, you could have provided a better response.

However, not every question needs the "best" answer. Contrary to conventional wisdom, sometimes "good enough" is good enough. Beware of giving the requestor more than he or

she asks for or can digest.

Too much information can confuse the customer and have a significantly negative impact on perceived quality.

Finally, is management satisfied with your service? Are you providing relevant and timely service within the budgets established for your library? Is your input helping your customers to do their jobs better? If you are in a for-profit situation, does your service impact the bottom line—in a positive way? Are you perceived as relevant and necessary to the success of the organization? Do members of upper management call on you for assistance? Is your status within the organization improving? Is your budget increasing—or at least not decreasing? When you ask for additional resources are they given to you? (Remember, people, space, and equipment are also resources, not just money.)

In short, reference quality is in the eye of the beholders—you, your users, and your management. Look at it from all three viewpoints. Then make whatever changes are needed. The responsibility is ultimately yours; only you can make sure that your reference service is as good as you want it to be.

**/A/B/A**

[aus: *OPL* : Newsletter for Librarians and Management. – 19.2002/2003, H. 10, S. 1f.]

# Internal Library Divisional Relationships

eine Diskussion aus **Sololib-L**

Hi all,

I was wondering if you could tell me how close of a departmental relationship you have with your corporate communications dept. Are you part of the same division? Do you work under the same umbrella budget? I have been told that the adoption of a company's library in the greater division of corporate communications has been most successful for the productivity of the entire company.

Any thoughts would be greatly appreciated.

Many Thanks

Nicole LR

--

Hi, Nicole, and colleagues: This is a much more interesting discussion than horoscopes. Here, the library is a part of the Strategic Planning Department, which, in return, reports to Finance. I have virtually no connection with Corporate Communications. Once a year or so, somebody from Communications comes down here and cleans out her dedicated section in the vertical files, replacing old stuff with new. No one else ever goes there.

Having the Library as part of Communications is an interesting idea, and one that had never occurred to us. We've discussed moving it to R&D [Research and Development], which is where most of the library "customers" are, or to IS [Information Systems], which seems, on the surface, to have a related function, but neither of those is happening.

Who told you about the increased productivity? What was the measure? I'd be interested in reading your responses. Thanks. :)g

--

Great topic, Nicole! I am currently located within our R&D department, but my ideal situation would be similar to that at World Resources Institute - One big Information department, under the umbrella of which would be the IRC [Innovation Relay Centre], Communications/Publications, and IT [Information Technology]. It's unlikely to happen with our current structure and personalities, but one can dream, no? :)

Right now, R&D is a great place to be because I work so closely with my users and can really respond to their needs. Maintaining the necessary relationships with Communications and IT is a challenge, though. I'm really interested to see what's working/not working for others.

Dawn

--

Nicole,

Officially, I report to Corporate Development, presumably because they need a lot of research. But the Corp. Communications Dept. is literally next door to me. I do a lot of work for them, and they've been great about marketing the library to the rest of the company.

I believe Corp. Dev. is better about understanding my budgetary needs & constraints, though. Corp. Comm. often thinks that the sky's the limit, as long as it's free! :) And Communications groups are usually even more in a rush than other depts. and don't always understand why their requests aren't THE priority.

But I think it's a great working relationship: having clients who love what you do and who have the ability to present that to the rest of the company!

Dan C.

--

Hi Nicole,

I run the research library in a large architectural firm with offices in many cities. I work for this office (St. Louis) and also on occasion for our other offices (most of them do not have a research library).

Our corporate communications department is part of the overall administrative entity (also in St. Louis). They get us published and take care of some general resources for the whole firm (things like standard forms, agreements, templates for presentations, etc.).

Making the Research Library part of the corporate entity, accessible to the whole firm, comes up regularly. While I see the logic of it and see a number of benefits to the firm, I've also been wary of the idea.

Part of the value of this library, its viability, stems from its being part of a working office. People working on real projects come to me for help. I know the process, I know the people, have a sense of what's needed when and by whom. It's that direct involvement that guides the growth of resources and services in this library, and makes it valuable to the staff here.

In this firm the corporate entity needs to be very scaled back, very cost conscious. All the offices contribute to corporate overhead, but want to keep that contribution to a minimum. It's always a struggle, to find a satisfactory balance. What happens when things get tight, like now, is that corporate programs get cut. "Let the offices handle it themselves, spread out the cost that way", etc. etc.

It would be very difficult to support this library with just me staffing it, much less the additional staff that would be necessary, if it had to serve all 20+ offices. Corporate projects also tend to become more abstract, less specific and customized, especially when there aren't enough people to respond adequately to demand.

So we have a kind of fluid arrangement. I do most of my work for and am mainly supported by the St. Louis office, while being happy to help anyone from any office that calls me, including of course the corporate folks here in St. Louis. I tell people, invite them to call me, I just don't advertise it formally. I charge back my time and a portion of expenses.

So far this arrangement works for us, but as we digitize more and more resources I see that changing, but gradually.

I, too, would be interested to hear more about the idea of increased productivity with a library centralized in the communications department.

Thanks for bringing this subject to the list.

Susan B.

--

Hello,

I find this question very interesting.

I am the librarian for one of the central corporate communications offices at Harvard University. Knowing what I know about what this office does and putting that together with all of the different types of corporate libraries there are makes me wonder why moving a library into the corporate communications division would increase a company's productivity--unless one of the big purposes of the library is to serve the needs of the corporate communications office.

I'm not trying to criticize the idea or be pessimistic about it, I'm just curious and really interested in reading people's answers.

If part of the increased productivity comes from the communications office gaining a library, I can see that. The office I work in really benefits from having a librarian. (And I'm not just saying that because I am the librarian.) I do a lot for the office and its corporate communications regularly that no one else in the office would or could do. Some of that comes specifically from the "librarian" skills I bring to the office, like knowing how to do research well, analyzing numbers, or organizing materials. Some of that comes from being a jane-of-all-trades, like being able to do Web work and handling odd jobs.

When I think, for example, about the real estate office's archive and librarian or the development office's library in the same building and whether they should work closer to our communications office, I can't see how that would increase productivity for us, for those offices, or for the university as a whole because we all do such different things. (Of course, the development office produces its own communications, often in league with the alumni association, so their library, in essence, is part of a communications division.)

I think a lot of it might have to do with certain kinds of libraries. For libraries that already work closely with corporate communications (providing resources for them, storing their work, helping with research, etc.), but are not actually part of that division, moving into the division to increase productivity may make sense. But for libraries that don't do much with corporate communications to being with, like say a libraries that primarily serve engineers, doctors, or scientists and their needs, I wonder how they can contribute to corporate communications or improve from being part of that division.

Maybe I'm thinking too narrowly.

Jessica B.

--

Thanks everyone for responding.

I just wanted to add that it is not the idea to merge the library with Corporate Communications or work solely for them ( in case it comes across that way), but that Corporate Communications, who understands and indeed, also acts as brokers of information both for internal and external clients, have a shared appreciation and need for several resources which can be part of a shared budget. They also have heavy international contact with subsidiaries and partners which is invaluable for accessing a library's hidden audience.

So this is not to say that client contact with a company's departments would decrease. In debating this, I have talked to several library folks, who believe that the inclusion of the library under the corporate communications umbrella, would help make the library more productive for the reasons stated above. Although, I have to say that it really is relative to the culture and financial structure of an organization.

As an anthropologist and a librarian, I find that often a company's corporate culture and of course, type of industry, dictates these types of relationships.

So if we are talking strictly resources, shared goals, increased venues for marketing to the entire company, shouldn't it work? If a company's corporate development dept were focusing solely on M& A activity, and only shared a limited number of shared resources, wouldn't a library's inclusion in that division face more obstacles in reaching out to an entire audience?

With this, I am assuming that the answer is relative to each organization.

Just food for thought.... I am wrestling with this library demon this week....so keep those thoughts coming!

Thanks again

Nicole



--

Nicole

This brings up a whole host of issues regarding where is the library best suited to be aligned with or under.

The idea of being aligned with the communications department has some merits as people have outlined. I think we may have had this discussion on the list with regards to the pro's and con's of being aligned/under the IT department. Can't remember what the outcome was but from my own experience this was not a good fit.

At present we are lumped into what is euphemistically called Business Services. In reality this has us with the secretaries/finance people/IT/etc.

This is in my estimation definitely not a good fit. Not that I have anything against these folks but we are not any of these and it makes life a little difficult within the organisation in terms of trying to get some recognition no matter how hard management tries to say how valuable we are.

So my advice would be to stick where you are as it seems that despite some problems this is a much better fit than some of the other alternatives.

Kevin A.



# WHAT WOULD YOU DO?

aus: OPL-Newsletter, 19.2002/2003, H. 3 (July). Zusammengefasst von Judith Siess.

## Summary of the Problem

*“At this small research institute, library use has fallen off and several people have told me that they feel that they will be seen as ‘wasting time’ or not being productive enough if they are seen in the library. The library has glass walls on two sides and is directly in the path of the president of the organization, who has made it clear that he doesn’t value the library. What to do?”*

**The replies can be grouped into two major categories: 1) Change the environment or 2) change the president’s mind.**

### 1) Change the environment

One person suggested blinds for the windows to shield the exposed parts of the library, or shelving, magazine racks, etc., anything to create a partial screen so patrons won’t feel so exposed. Or perhaps the reading area could be moved to a more shielded or less exposed section of the library. Another asked, “Can you place some chairs where they can’t be noticed from the windows?” And yet another suggested making the library a little more spy proof. “Perhaps you could talk the maintenance people into frosting the glass walls.”

### 2) Change the president’s mind about the library.

Some people think that if there is no one in the library, no one is using it. However, looking at the volume of reference requests, usage

may be very high. Do you collect statistics on use? Do you post those statistics? Are the researchers who use your services or the library aware of the full gamut of the resources and services? Might you create a poster that uses success stories to advertise the library’s value or circulate an annual report of library value to the Institute? Here’s a quick suggestion for your users that I learned from a professor years ago. Always have a pencil or pen and a small note card or pad of paper near you while in the library. You will definitely appear to be doing research—especially if you scribble a note every now and then. The only research on this subject that I know was something published a couple years back showing that the most profitable of all *Fortune* 500 companies had libraries.

Sounds like you need PR (public relations) more than facts. (Not that facts are bad, but they don’t usually change strong feelings.) Perhaps you could put up catchy signs on the library windows or at bulletin boards in the lunch room or on library tables saying things like “What did you learn today?” or “Are You Keeping Up with the News?” or “Don’t Get Left Behind, Get the Latest Info in the Library!” I’m sure you can come up with something better; the idea is to make them think they’re missing something by not being in the library.

Also, consider putting out lots of interesting, useful-looking items in sight of the

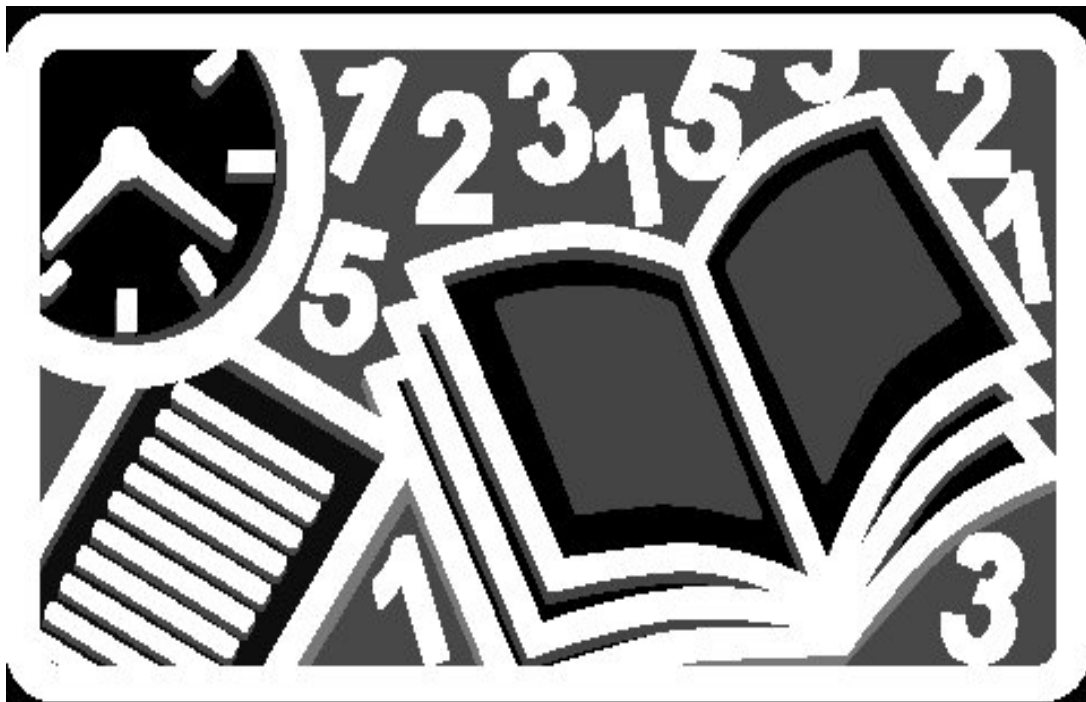
president and do everything you can to make the library look busy even without people (notebooks with resources, new books, flyers or posters showing how people have benefited from the library) so he sees some action when he walks by. It seems as if he needs to see people looking like they’re working in order to believe they actually are being productive. Most libraries are reporting significant reductions in use...up to 33% ...because of the Internet and available resources through online libraries, phone and online answer desks. Perhaps instead of pushing the “library” as a physical space you should promote **yourself** as the “library” and the services you provide to the company. Libraries are becoming more virtual, and the reluctance of your patrons to use the physical space is a good opportunity for you to move in that direction. Just be sure you can collect statistics, evidence, positive comments from patrons, etc on everything in case your president gets serious about closing the library. I get very few visitors to the library I run but I am valued within the organization for the services that I provide: creating a library website with a complete and current library catalog, mailing books to people so they don’t have to visit the library, and providing access to online information, among others.

**A couple of the suggestions dealt with scientific creativity and where it occurs.**

Larry Prusak of IBM said that you never know what will spark an idea. Conversations with colleagues, browsing, sometimes just staring out a window, and letting your

mind wander. It's all part of the creative process. Also, one of SLA's publications for management states that the engineers/scientists who use the library tend to advance more than those who don't. 3M allows scientists to spend up to one-third of their time working on new ideas. A lot of ideas are

generated through and built on reading and discussing. Canvass your scientists for how many of their ideas came to them working at their bench and how many while taking a shower. I bet the shower will win! Your president obviously hasn't read much in the research literature about innovation. /VB/



# “Wir sind kein Museum, aber wir haben eine Sammlung“: Die Bibliothek der Bundeskunsthalle in Bonn

von Laura Held

In der Aufgabenbeschreibung der Bundeskunsthalle heißt es „Die Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland macht es sich zur Aufgabe, geistige und kulturelle Entwicklungen von nationaler und internationaler Bedeutung aus den Bereichen bildende Kunst und Kulturgeschichte sowie aus Wissenschaft und Technik sichtbar zu machen.“

Diese Aufgabe wird u.a. unter anderem durch wechselnde Ausstellungen zu so diversen Themen wie Gentechnologie, Archäologie in Deutschland oder japanische Kunst erfüllt. Die gesamte Kulturgeschichte ist Thema, ohne Beschränkung auf eine Epoche, einen geographischen Raum oder eine Kunstgattung, dazu kommen Wissenschaft und Technik. Wechselnde Ausstellungen (über 70 große bisher), dazu jedes Jahr ein umfangreiches, mehrmonatiges Openair Festival, über sieben Millionen BesucherInnen- der zehnjährige Geburtstag 2002 war Anlass für viele Resumés und erfreulich positive Bilanzen. Die Bundeskunsthalle ist eine Ausstellungshalle, d.h. sie hat keinen eigenen Bestand, kein Depot, sie ist kein Museum. Aber die Bundeskunsthalle hat natürlich eine Bibliothek. Und diese Bibliothek tut, was alle Bibliotheken tun:

sie sammelt –erschließt– macht zugänglich. Mehr noch sie sammelt zu den Themen „Sammeln und Ausstellen“, d.h. Sammlungs- und Ausstellungsgeschichte und -praxis, ein Sammelschwerpunkt, der in dieser Form neu und in Deutschland einzigartig ist. Das passt einerseits inhaltlich besonders gut zu manchen Ausstellungen wie z.B. Kunst- und Wunderkammer oder der im Januar 2003 zu Ende gegangenen Venezia Austeilungen, die sich mit den – inzwischen in alle Welt zerstreuten – Sammlungen dieser Stadt in 12.-19. Jh. beschäftigt. Aber auch Fragen wie Ausstellungstechnik, Museumspädagogik, Restaurierung usw. – die ebenfalls zu unserem Sammelgebiet gehören –, kommen der praktischen Arbeit der MitarbeiterInnen der Bundeskunsthalle zugute. Wir sind eine öffentlich zugängliche Forschungsbibliothek, d.h. unser gesamter Bestand ist – ohne Voranmeldung und ohne Gebühren – in den Öffnungszeiten frei zugänglich. Besonders begehrt sind dabei aktuelle Ausstellungskataloge, wir bemühen uns, möglichst alle wichtigen Ausstellungskataloge – sozusagen die Quellen zu unserem Sammelschwerpunkt – für unsere Bibliothek zu beschaffen. Das gelingt

fast immer im Schriftentausch mit anderen Museen und Ausstellungshäusern. Doch erschöpfen sich unsere Aufgaben und Tätigkeiten nicht mit unserem Sammelschwerpunkt. Als Spezialbibliothek obliegt uns die Informations- und Literaturversorgung des Hauses – d.h. hauptsächlich Literaturbeschaffung zur Ausstellungsvorbereitung, die sich oft über Jahre im Haus erstreckt; aber auch alle übrigen Abteilungen, von der Rechtsabteilung bis zur Schreinerei, versorgen wir mit den von ihnen benötigten Informationen. Dabei legen wir jedoch andere Kriterien an, d.h. nicht alles was wir anschaffen, wird auch gesammelt. Außer dem Aufbau einer Forschungsbibliothek und der Literaturversorgung des Hauses gehört noch die Dokumentation der Geschichte des Hauses zu unseren Aufgaben. Das zur Bibliothek gehörende Archiv sammelt, erschließt und bewahrt nicht nur Folder, Plakate, Schriftwechsel und Ausstellungskataloge, wir haben außerdem ein umfangreiches Video-, demnächst DVD-Archiv, aller im Haus gedrehten Filme.

*<http://www.bundeskunsthalle.de/bibliothek>*

# Bibliographie zum Thema One-Person Libraries: Neuerscheinungen im Jahr 2002

zusammengestellt von **Marie-Rose Vorgrimler**, Westfälisches Museum für Archäologie, Bibliothek

## Monographien:

Finger, Hendrik :  
Arbeitsabläufe in one-person libraries : Besonderheiten, Probleme, Möglichkeiten. – Halle (Saale): Univ.- u. Landesbibliothek Sachsen-Anhalt 2002. 64 S. (Schriften zum Bibliotheks- und Büchereiwesen in Sachsen-Anhalt ; 83) ISBN 3-86010-644-9

One-Person Librarians – Flaschenpost No 5: Bibliothekartag „Die Bibliothek zwischen Autor und Leser“ Augsburg 9.- 12. April 2002. Hrsg. von der Kommission für One-person Librarians im Berufsverband Information Bibliothek 2002. 52 S.

OPL Study Tour : Chicago – Washington, D.C. – New York : Study Tour of German One Person Librarians, May 25,2002 – June 8,2002. – 46 S. – Report – Als pdf-Datei:  
<http://www.initiativefortbildung.de/pdf/USA-Bericht2002.pdf>

Siess, Judith A.: Time management, planning, and prioritization for librarians. – Lanham, Md: Scarecrow Press 2002. XII, 215 S. ISBN 0-8108-4438-9

## Aufsätze, Vorträge:

Ahlborn, Ilona: OPL – Eine Bewegung erreicht die Schweiz: [Einführung und

Zusammenfassung der Workshops der SVD-ASD-Arbeitstagung 2002]. – In: Arbido, 2002. – 4 S. – Auch als pdf-Datei:  
<http://www.svd-asd.org/pdf/ahlborn.pdf>

Cazan, Constantin: Die OPL-Bewegung: Eröffnungsvortrag, gehalten an der Arbeitstagung SVD-ASD 2002 in Burgdorf zum Thema OPL. – In: Arbido, 2002. – 6 S. – Auch als pdf-Datei: <http://www.svd-asd.org/pdf/cazan.pdf>

Dürsteler, Urs: Differenziertes Qualitätsverständnis im Umfeld von Bibliotheken/OPL's notwendig. – In: Arbido, 2002. – 4 S. – Auch als pdf-Datei: <http://www.svd-asd.org/pdf/duersteler.pdf>

Krieser, Angelika: 27-mal amerikanisches Bibliothekswesen „live“: Eindrücke von einer Studienreise durch die USA. – In: BuB, Forum für Bibliothek und Information – 55(2003)1, S. 14 – 19

Nielsen, Tom: Four Steps I Took That Transformed My Solo Corporate Library. – In: Marketing Library Services, 16.2002, Nos. 6/7. – Auch als Computerdatei:  
<http://www.infotoday.com/MLS/sep02/Nielsen.htm>

Peeters, Regina: Jahresbericht der OPL-Kommission der BIB für das

Jahr 2001 / Kommission One-Person Librarians. – In: BuB, Forum für Bibliothek und Information – 54(2002)4, B18 – B19

Steup-Thiemann, Monika: Ich weiß, was ich kann ... / Ein Seminar zur Selbst-PR. – In: BuB, Forum für Bibliothek und Information – 54(2002)9, B37 – B38

Twrsnick, Bettina: Die OPL-Veranstaltung auf dem Bibliothekartag in Augsburg – Bericht einer Referentin. – In: BuB, Forum für Bibliothek und Information – 54(2002)7/8, B34

Weaver, Maggie: Marketing the One-Person Library to Clients & Management. – 1999. – 14 S. – Als pdf-Datei:  
<http://www.oaltabo.on.ca/marketng.pdf>

Zukal, Heinrich J.: Erfolgreiche Strategien für OPLs (One Person Libraries). [Vortrag, gehalten auf Einladung der AIB (Associazione Italiana Biblioteche) Sezesione Trentino-Alto Adige am 20.9.2002 an der Biblioteca dell' Accademia Europea in Bozen und im Rahmen der Veranstaltungsreihe "bibliotecari/e in fortezza" am 21.9.2002 in Nago/Torbole]. – 2002. – 12. S. – Als pdf-Datei:  
<http://www.uibk.ac.at/sci-org/voeb/opl/opl.pdf>

**Zurück an:**

**Fax 07071-29 24 17**

Herrn Dr. Jürgen Plieninger  
Universität Tübingen,  
Institut für Politikwissenschaft,  
Bibliothek  
Melanchthonstraße 36  
**72074 Tübingen**

E-Mail: juergen-plieninger@gmx.de - Subject "**OPL-Adressenpool**"

---

Dieser Fragebogen dient der Erweiterung des Datenpools für One-Person Librarians (OPL). Diese Datenbank wird in gedruckter Form und im Internet veröffentlicht, um die Kommunikation, den Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit von OPLs zu fördern.

Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen an die oben angeführte Adresse und geben Sie den Fragebogen auch an Kolleginnen und Kollegen weiter. Vielen Dank.

---

Ihr Name

Institution

Straße

PLZ Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Homepage

Bibliotheks-Software

---

Mit der Veröffentlichung der oben angeführten Daten in gedruckter Form und im WWW bin ich einverstanden.

Datum

Unterschrift

BIB, OPL 3/03

## Aufnahmeantrag - Berufsverband Information Bibliothek

An den

Berufsverband Information Bibliothek  
Gartenstraße 18

Tel: 07121/3491-0  
Fax: 07121/300433

**72764 Reutlingen**

---

Name

Vorname

Straße

PLZ

Wohnort

geb. am

Geburtsname

Examen (Art)

(Ort und Jahr)

Beschäftigungsort

Arbeitsstelle

Beschäftigt als / Einstufung

Abteilung

ganztags       halbtags       nicht berufstätig

Ausbildung      Examen voraussichtlich (Ort und Jahr):

Mit der Speicherung meiner Adresse und Verwendung für die satzungsgemäßen Zwecke des Vereins und für den Versand der Zeitschrift BuB bin ich einverstanden.

Ort und Datum

Unterschrift

(Spätere Änderungen dieser Angaben teilen Sie bitte dem Verein mit).

---

Ich bevollmächtige den **Berufsverband Information Bibliothek** e.V. bis auf Widerruf, den jährlichen Mitgliedsbeitrag in der von der Mitgliederversammlung festgesetzten Höhe ab 200.... abzurufen.

Name

Adresse

Konto-Nr.

Bankleitzahl

Name der Bank

in

Ort und Datum

Unterschrift

