

INHALTSÜBERSICHT

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XIV
1. Einführung: Die Diskussion um die X-Gesellschaft und der Anspruch der Arbeit	1
2. Theoretische Ausgangsposition der Arbeit	9
3. Analyse der Umweltentwicklungen aus Sicht einer Universitäts- und Hochschulbibliothek	29
4. Die Funktion einer wissenschaftlichen Bibliothek in der Wissens- gesellschaft: eine bibliothekspolitische Betrachtung	65
5. Strategische Antworten auf die Herausforderung Wissensgesellschaft: Anregungen zur Entwicklung von Leistungsprogramm- und Wett- bewerbsstrategien	133
6. Ergänzende Aspekte der bibliothekspolitischen und strategischen Positionierung: Anregungen für die weitere Forschung	207
Anhang: Anregungen zur Marktsegmentierung in Universitäts- und Hochschulbibliotheken	225
Literaturverzeichnis	229
Personenregister	263
Sachregister	265

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XIV

1. EINFÜHRUNG: DIE DISKUSSION UM DIE X-GESELLSCHAFT UND DER ANSPRUCH DER ARBEIT	1
2. THEORETISCHE AUSGANGSPOSITION DER ARBEIT	9
2.1. Die Systemtheorie als allgemeiner Bezugsrahmen des Bibliotheks- managements: ein Rückblick auf eine weitgehend unerfüllte Forderung	9
2.2. Aspekte der neueren Theorie sozialer Systeme und deren Implikationen für das Management einer Universitäts- und Hochschulbibliothek	11
2.2.1. Die Differenz von System und Umwelt	11
2.2.2. Vernetztes Denken	14
2.2.3. Komplexität und Kontingenz	19
2.2.4. Selbstreferenz und Entwicklungsfähigkeit	21
2.3. Reflexion des gewählten Ansatzes	26
3. ANALYSE DER UMWELTENTWICKLUNGEN AUS SICHT EINER UNIVERSITÄTS- UND HOCHSCHULBIBLIOTHEK	29
3.1. Die neue gesellschaftliche Vision eines Großraums des Weltwissens	29
3.2. Das Problem der sich weitenden strategischen Bestandslücke	35
3.2.1. Wachstum, beschleunigte Alterung und zunehmende Partikularisierung des Wissens	35
3.2.2. Die Finanzkrise der Bibliotheken	40
3.2.3. Bisherige Maßnahmen der Bibliotheksgemeinschaft zur Schließung der strategischen Lücke	45

3.3. Die Verschärfung des Wettbewerbs	50
3.3.1. Wettbewerb als Postulat der Bildungs- und Forschungs- politik	50
3.3.2. Die Intensivierung des Wettbewerbs infolge eines Aufbrechens des traditionellen Wertschöpfungsringes	55
3.4. Eine schwierige Balance: die einzelne Bibliothek zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik	61
4. DIE FUNKTION EINER WISSENSCHAFTLICHEN BIBLIOTHEK IN DER WISSENSGESELLSCHAFT: EINE BIBLIOTHEKSPOLITISCHE BETRACHTUNG	65
4.1. Die Grundlage des Managementhandelns: Das normative Management	65
4.2. Das bisherige Selbstverständnis der bibliothekarischen Gemeinschaft	71
4.3. Von der Notwendigkeit der Hinterfragung des bisherigen, kollektiven Selbstverständnisses	76
4.3.1. Ebenen der Reflexion	76
4.3.2. Die Gefahr des Allmendeversagens	79
4.3.3. Die mangelnde kostenrechnerische Fundierung des „Access“- Paradigmas	91
4.3.4. Identität als Voraussetzung des aktiven Handelns einer Bibliothek	96
4.4. Informations- oder Wissensdienstleister? Anstöße zu einem „Rückblick in die Zukunft“	106
4.4.1. Der Bibliothekar als Wissenschaftler: eine Vergangenheit mit Zukunft	106
4.4.2. Wissen und Wissenstransfer	110
4.4.3. Bibliothekare und Bibliotheken als aktive Partner einer learning community	122
4.5. Dimensionen der Bibliothekspolitik: eine Zusammenfassung	130

5. STRATEGISCHE ANTWORTEN AUF DIE HERAUSFORDERUNG WISSENSGESELLSCHAFT: ANREGUNGEN ZUR ENTWICKLUNG VON LEISTUNGSPROGRAMM- UND WETTBEWERBSSTRATEGIEN	133
5.1. Der Bezugsrahmen der Strategiediskussion	133
5.2. Managementtheoretische Überlegungen zum gewählten Bezugs- rahmen des strategischen Managements	137
5.3. Alternative Strategien	149
5.3.1. Die „Low-cost“-Strategie	149
5.3.2. Die Hybridstrategie	161
5.3.2.1. Zielsegmentbestimmung im Rahmen der Hybrid- strategie	161
5.3.2.2. Strategien der Bindung wichtiger Wissenschafts- segmente	166
5.3.2.3. Die Schaffung von Kundenzufriedenheit mittels „mass customization“	171
5.3.2.3.1. Grundsätzliche Überlegungen	171
5.3.2.3.2. „Mass customization“ durch technolo- gisch-innovative Angebote	176
5.3.2.3.3. „Mass customization“ durch innovative sozial-interaktive Angebote	179
5.3.2.4. Beurteilung der Hybridstrategie	185
5.3.3. Strategische Positionierung im Netzwerk	191
5.3.3.1. Entwicklung und Istzustand der Vernetzung von Bibliotheken	191
5.3.3.2. Die Strategie der Systemführerschaft im Netz	194
5.4. Die Universitäts- und Hochschulbibliotheken zwischen defensivem und offensivem Wettbewerbsverhalten: Eine Zusammenfassung	203
6. ERGÄNZENDE ASPEKTE DER BIBLIOTHEKSPOLITISCHEN UND STRATEGISCHEN POSITIONIERUNG: ANREGUNGEN FÜR DIE WEITERE FORSCHUNG	207
6.1. Lernen als fokussierender Metaaspekt einer zukunftsorientierten Bibliotheksentwicklung	207
6.2. Ansatzpunkte für eine Förderung des Lernens in Universitäts- und Hochschulbibliotheken	209
6.2.1. Personalentwicklung	209

6.2.2. Organisationsstrukturelle Maßnahmen	212
6.2.3. Performance Messung	215
6.3 Die Veränderung der Bibliothekskultur als Spiegel des Lernens	218
Anhang: Anregungen zur Marktsegmentierung in Universitäts- und Hochschulbibliotheken	225
Literaturverzeichnis	229
Personenregister	263
Literaturverzeichnis	265

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Der traditionelle Wertschöpfungsring im wissenschaftlichen Informationssektor	58
Abb. 2: Potentielle Verteilung der Wertschöpfungsaktivitäten im Bereich wissenschaftlicher elektronischer Information	59
Abb. 3: Strategische Relevanz der Anspruchsgruppen einer spezifischen Bibliothek	62
Abb. 4: Dimensionen eines integrierten Managements	65
Abb. 5: Die verfassungsmäßig strukturelle Absicherung und Limitierung des bibliothekspolitischen Entwicklungspfades	69
Abb. 6: Wechselwirkungen zwischen dem Entscheidungsfeld des Bibliotheksmanagements und seinem Umfeld	96
Abb. 7: Formen der Wissensumwandlung	118
Abb. 8: Lernen als dreifach vernetzter Prozess	119
Abb. 9: Dimensionen der Bibliothekspolitik	131
Abb. 10: Alternative Wettbewerbsstrategien	135
Abb. 11: Kostenkomponenten bei Outsourcingentscheidungen	154
Abb. 12: Portfolio der Wissenschaftssegmente einer Universität / Hochschule	164
Abb. 13: Marktsegmentierung anhand der universitätsstrategischen Bedeutung einzelner Wissenschaftssegmente	166
Abb. 14: Elemente des Kundennutzens eines Bibliotheksangebotes	168
Abb. 15: Arten der Kundenbindung	169
Abb. 16: Kausalkette zwischen Kundennähe und Kundenzufriedenheit sowie Kundenbindung bei Dienstleistungsunternehmen	172
Abb. 17: Customizing-Strategien nach Reichwald / Piller	174
Abb. 18: Beziehungen zwischen Qualitätsdimensionen	181
Abb. 19: Kundenzufriedenheits- / Kompetenzmatrix	188
Abb. 20: Struktur einer Virtuellen Fachbibliothek	196
Abb. 21: Dynamik einer Strategie der Systemführerschaft im Netz	198
Abb. 22: Ansatzpunkte lernfördernder Maßnahmen	208
Abb. 23: Kompetenz-Cluster und individuelle Lerntypen	210
Abb. 24: Aufbauorganisation der UB Dortmund	212
Abb. 25: Zukünftiges Organisationsmodell des IKMZ der BTU Cottbus	214
Abb. 26: Schichten einer Organisationskultur	219

TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1: Kriterien der Paradigmen „Ownership“ und „Access“	75
Tab. 2: Bauprinzipien langlebiger Allmenderessourcen(AR)- Institutionen	83
Tab. 3: Kosten alternativer Bezugsformen für medizinische Zeitschriftenliteratur an der ULB Düsseldorf in DM	93
Tab. 4: Die Entwicklung des strategischen Managements	138
Tab. 5: Überblick über die verschiedenen Bindungszustände eines Kunden und deren Merkmale	167
Tab. 6: Kompetenzverteilung innerhalb der miniökologischen Führungsgemeinschaft der Virtuellen Fachbibliothek Physik	197
Tab. 7: Zentrale Werte der Bibliotheksgemeinschaft nach Michael Gorman	221