

# DIE BEDEUTENDE ROLLE DES BIBLIOTHEKARS



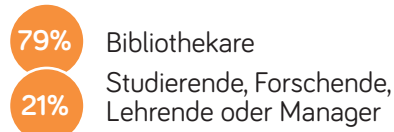
## EINFÜHRUNG

Durch das Internet und die damit verbundenen neuen Möglichkeiten, Forschungsarbeiten gemeinsam zu nutzen, hat sich die Wissenschaftskommunikation grundlegend verändert. Die Leserschaft hat sich vergrößert, und der potenzielle Einfluss von Forschungsarbeiten ist gestiegen. Dennoch ist Forschungswerbung nach wie vor entscheidend, damit Forschungsarbeiten die verdiente Anerkennung erhalten.

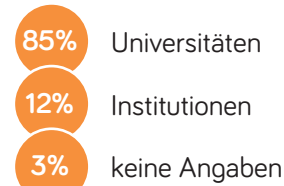
Sowohl Forschende als auch Bibliothekare und Verleger haben einen Part in der Forschungswerbung zu spielen, klar definiert sind ihre Rollen allerdings nicht. Bei einer Umfrage im Mai 2020 befragten wir Bibliothekare über ihren Beitrag zur Forschungswerbung und ihre Meinung darüber, welche Rolle sie spielen sollten. Die Ergebnisse dieser Umfrage stellen wir hier mit dem Ziel vor, die Bibliotheken bei jenen Aufgaben zu unterstützen, die ihre Bibliothekare übernehmen, um Forschenden beim Werben für ihre Forschungsarbeiten behilflich zu sein. Wir hoffen, dass die in diesem Whitepaper vorgestellten Ideen Bibliothekare dabei unterstützen, die Abläufe in ihrer eigenen bibliothekarischen Praxis weiterzuentwickeln und zu verfeinern.

## DEMOGRAPHISCHE DATEN zu den 95 Befragten in unserer Umfrage:

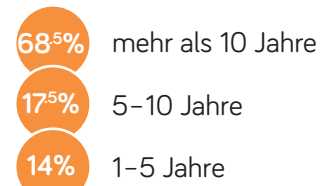
### Berufsbezeichnung



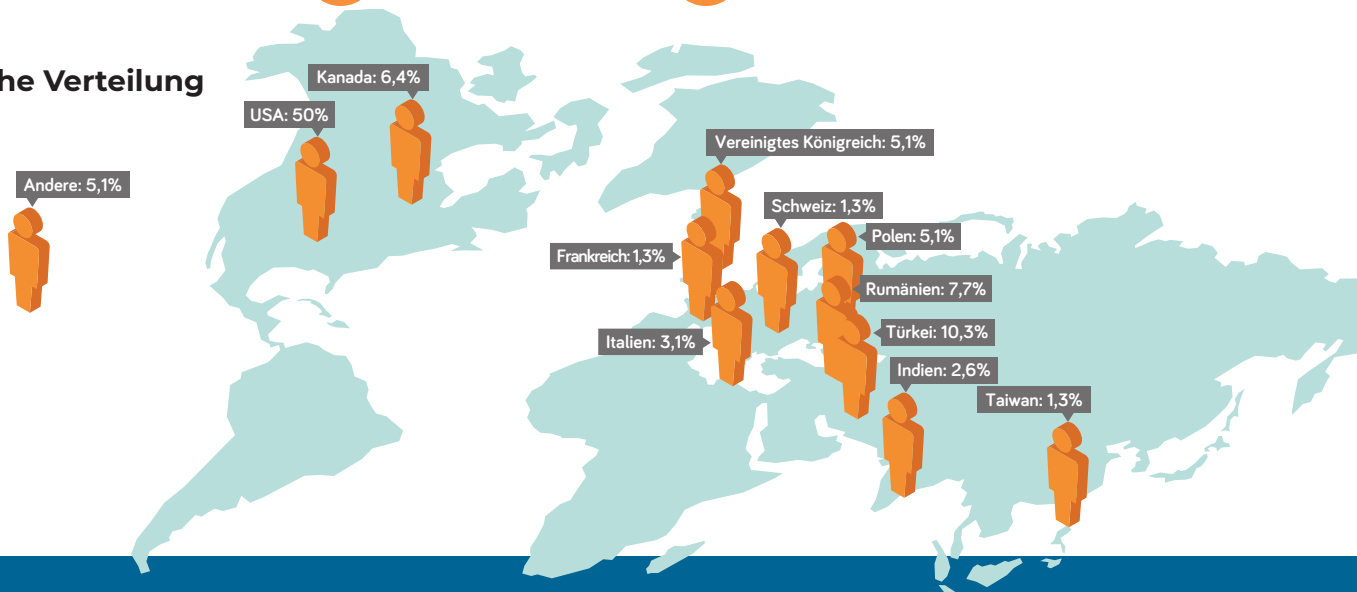
### Arbeitsort



### Beschäftigungsdauer



## Geographische Verteilung



## BIBLIOTHEKARE UND FORSCHUNGSWERBUNG

Die Rolle der Bibliothekare ändert und erweitert sich ständig – es handelt sich um einen Berufsstand, der seine Anpassungsfähigkeit über Jahrhunderte bewiesen hat. Neben ihrer traditionellen Rolle beim Kuratieren und Verfügbarmachen von Informationen tragen Bibliothekare nun auch aktiv zur Förderung der Lern- und Forschungsprozesse bei.

„Bibliotheken sind dazu da, Forschende beim Erreichen ihrer Ziele zu unterstützen.“

Unsere Umfrage hat ergeben, dass Bibliothekare sich der Vorteile von Forschungswerbung sehr bewusst sind. Fast **90%** waren der Meinung, dass diese vor allem dem Ansehen ihrer Bibliotheken und Institutionen zugutekommt, und sie wird auch als Schlüsselfaktor für die Bestätigung des Wertes der Bibliothek gesehen (fast **80%**).



## WAS BIBLIOTHEKARE TUN, UM ZU HELFEN

Die Art und Weise und das Ausmaß, in dem Bibliothekare zur Werbung für Forschungsarbeiten beitragen, sind sehr unterschiedlich und hängen von der Größe und dem Reichtum der Institution sowie von den verfügbaren Kompetenzen ab. Größere Institutionen mögen zwar Bibliothekare speziell mit diesen Aufgaben betrauen, z. B. Bibliothekare für wissenschaftliche Kommunikation, Fachspezialisten oder Bibliothekare, die sich auf Forschungsdienste oder Forschungswirkung konzentrieren, doch in vielen Bibliotheken gibt es keine benannte Person, und die entsprechenden Abläufe und die Verantwortung werden gemeinsam getragen.

Über **80%** der Umfrageteilnehmer gaben an, dass ihre Bibliothek aktiv daran beteiligt ist, Forschende beim Werben zu unterstützen. Durch diese Umfrage fanden wir heraus, dass Bibliotheken vor allem aufgrund mangelnder Ressourcen nicht helfen (**44%**).

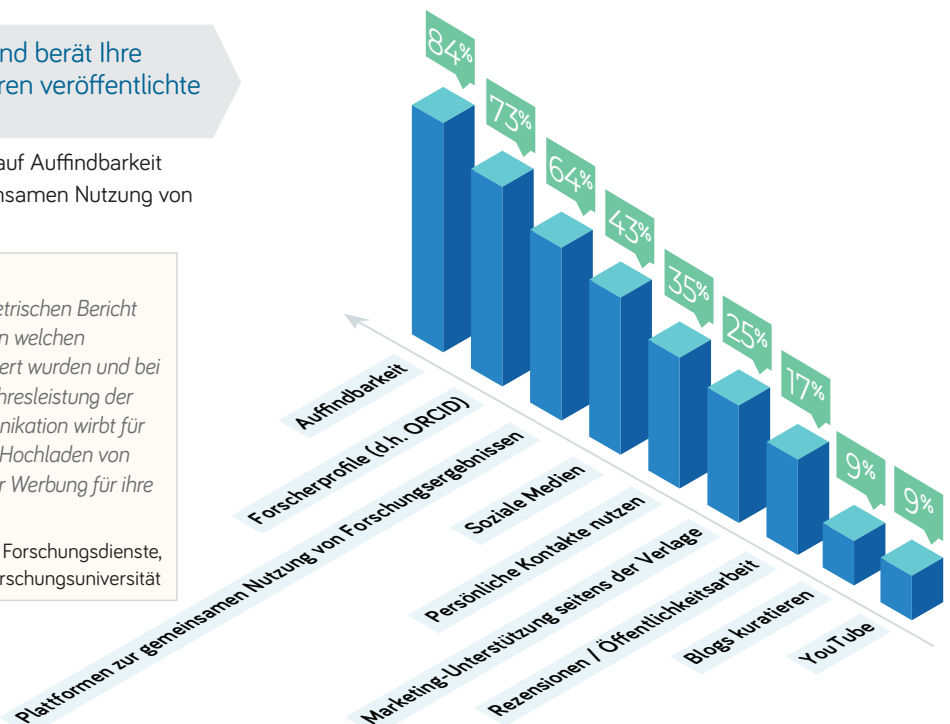
„Da unsere Zahl weiter schrumpft, bleiben Aktivitäten wie die Forschungswerbung außen vor... unsere Verwaltung sieht dies nicht als Priorität an.“ Nur in wenigen Bibliotheken (**12,5%**) ist man der Ansicht, dass dies nicht in die eigene Zuständigkeit fällt: „... dies fällt im Allgemeinen in den Zuständigkeitsbereich der Forschenden. Wir unterstützen sie dabei, publiziert zu werden, aber es liegt an ihnen, für ihre Arbeiten zu werben.“

### In welchen der folgenden Bereiche unterstützt und berät Ihre Bibliothek die Forschenden beim Werben für deren veröffentlichte Forschungsarbeiten?

Im Allgemeinen konzentrieren die Bibliotheken ihre Hilfe auf Auffindbarkeit (**84%**), Forscherprofile (**73%**) und Plattformen zur gemeinsamen Nutzung von Forschungsergebnissen (**64%**).

„Jedes Jahr erstelle ich mit Web of Science einen bibliometrischen Bericht für Forschende und Abteilungen. Dabei protokolliere ich, in welchen Zeitschriften sie publiziert haben, wie viele Referenzen zitiert wurden und bei welchen Verlagen sie publiziert haben. Er illustriert die Jahresleistung der Abteilung. Der Bibliothekar für wissenschaftliche Kommunikation wirbt für das institutionelle Repositorium, hilft den Dozenten beim Hochladen von Vorabdrucken und führt Altmetriken durch, um sie bei der Werbung für ihre Arbeit in sozialen Medien zu unterstützen.“

Bibliothek für Forschungsdienste,  
Kanada, R1-Forschungsuniversität



Diese Bereiche werden am stärksten von Forschenden genutzt. Einige Bibliotheken bieten Hilfe nur dann an, wenn die Fakultät darum bittet, und einige sagen, die Fakultätsangehörigen fragen auch nicht danach:

„... weil sie damit beschäftigt sind, in ihre Forschung einzutauchen, Doktoranden zu betreuen, Labore zu leiten ... für die eigenen Arbeiten zu werben ist keine Priorität.“

Dies stellt jedoch eine Chance für Bibliotheken dar:

„Bibliothekare könnten hier viel Unterstützung bieten, da dies in ihr Fachgebiet fällt.“

## Repositorien

Am häufigsten sind Bibliothekare dabei behilflich, Forschungsarbeiten in das Repositorium einer Institution hochzuladen. Obwohl es die Auffindbarkeit erhöht, laden viele Forschende ihre Arbeiten nicht hoch, was die Bibliothekare auf Unwissenheit oder Zeitmangel zurückführen:

„Sie denken alle bereits an den nächsten Fachartikel, den sie schreiben, dabei dauert das Hochladen weniger als eine Minute.“

Bedeutende Fakultätsangehörige, die in hoch angesehenen Zeitschriften publizieren, sehen das Hochladen nicht immer als wichtig an, deshalb müssen die Bibliothekare es in die Hand nehmen, Forschende dazu zu motivieren:

„Sie sind überzeugt, dass ihre Forschungsarbeiten diejenigen erreichen, auf die es ankommt. Sie glauben, schon alles Nötige getan zu haben.“

„Auf den Webseiten der Bibliothek wird erklärt, was die Leute bezüglich der Repositorien tun müssen. Die Fakultät muss diese Seiten besuchen – ich kenne aber nicht viele, die das auch tatsächlich tun. Es liegt nicht am Repositorium an sich, es liegt daran, dass die Leute zu viel zu tun haben, also habe ich Helfer, die sie ermutigen. Unsere Institution ist wohlhabend genug, dass die meisten Fakultätsangehörigen Assistenten haben, die ich ermutigen kann. Allerdings kommen und gehen sie, und so muss ich immer wieder auf neue Mitarbeiter zugehen.“

Bibliothek für wissenschaftliche Kommunikation, USA, R1-Forschungsuniversität

## Forscherprofile

Viele der teilnehmenden Bibliothekare gaben an, die Forschenden hinsichtlich ihrer Forschungspräsenz zu unterstützen, sei es in Bezug auf Forscherdatenbanken wie ORCID (**73%**) oder Plattformen zur gemeinsamen Nutzung von Forschungsergebnissen (**64%**).

„Bibliotheken sollten beim Umgang mit ORCID helfen, um eine robuste und offene Forschungsinfrastruktur zu unterstützen und die Finanzierungs- und Publizitätsanforderungen zu erfüllen.“



## Soziale Medien

Die meisten Bibliotheken beschäftigen sich mit sozialen Medien, aber dies geschieht hauptsächlich, um die Ressourcen der Bibliothek bei ihren Benutzern bekannt zu machen. Sie sind von niedrigerer Priorität, wenn es um die Unterstützung von Forschenden geht (**43%**), da jüngere Forschende häufig besser mit sozialen Medien vertraut sind und keine Hilfe benötigen.

„Viele Forschende tun dies ohnehin in ihren eigenen Kreisen, und es könnte sogar als Anmaßung empfunden werden, wenn die Bibliothek sich hier engagiert.“



## Soft Skills

Einige Bibliothekare in unserer Umfrage waren der Meinung, dass Forschende von der Vermittlung etwas anderer Fähigkeiten profitieren würden, z.B. wie man sich auf Konferenzen engagiert.

„Es geht auch darum, zu wissen, wie man sich vernetzt – junge Akademiker sollten dafür ausgebildet werden.“

„Eines der besten Dinge, die man tun kann, ist es, den Forschenden jene „sonstigen Fähigkeiten“ nahezubringen, die für Forschungswerbung relevant sind. LinkedIn, Twitter, offene Plattformen – nicht nur Academic.edu und ResearchGate – die verschiedenen Methoden der Zusammenarbeit mit der Gemeinschaft gilt es zu vermitteln. Es geht darum, zu wissen, wie man sich auf Konferenzen engagiert, auch wie man Netzwerke knüpft. Die Fakultäten sollten dafür sorgen, dass junge Akademiker darin ausgebildet werden. Zeitmangel ist zwar eine Herausforderung, aber Bibliothekare liegt es, mit Forschenden zusammenzuarbeiten, und hier können sie sich erfolgreich ins Spiel bringen.“

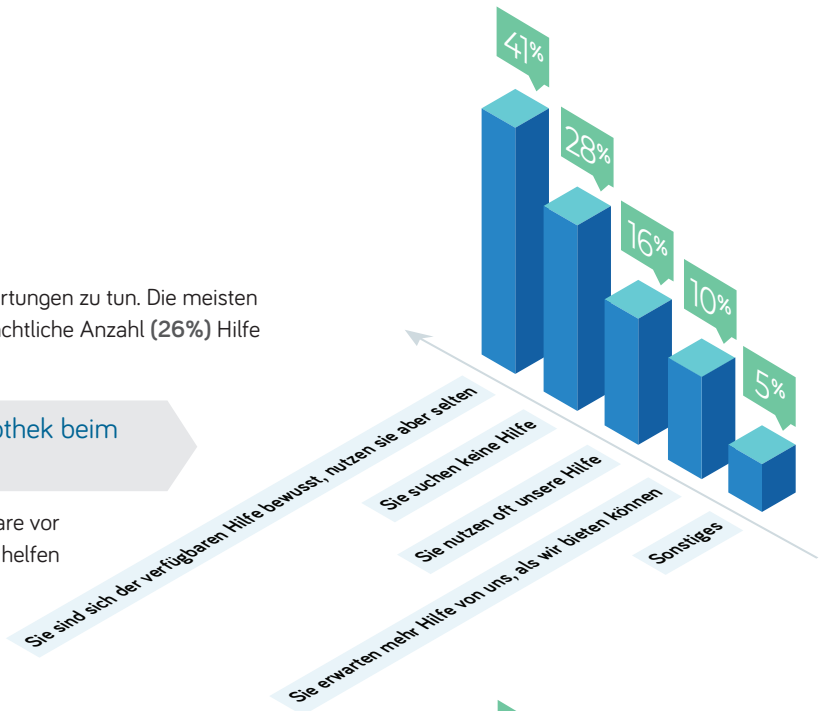
Bibliothekare, Open-Access-Policy, USA, R1-Forschungsuniversität

## Erwartungen

Die Bibliothekare haben es auch mit einer Reihe unterschiedlicher Erwartungen zu tun. Die meisten Forschenden erwarten eigentlich keine Hilfe (69%), während eine beträchtliche Anzahl (26%) Hilfe in Anspruch nimmt oder mehr erwartet, als die Bibliothek bieten kann.

### Welche Unterstützung erwarten Forschende von der Bibliothek beim Werben für ihre veröffentlichten Forschungsarbeiten?

Da Forschungswerbung einen hohen Stellenwert hat, stehen Bibliothekare vor der Herausforderung, Forschende davon zu überzeugen, dass sie ihnen helfen können.



## Wie Unterstützung geboten wird

Die Methoden, mit denen Bibliothekare Unterstützung bieten, variieren, und viele Bibliothekare kombinieren verschiedene Ansätze.

### Wie leistet Ihre Bibliothek diese Hilfe?

Forschende stufen Einzelberatungen als effektivste Art der Unterstützung ein, wobei auch Workshops gute Ergebnisse erzielen, wenn genügend Teilnehmende vorhanden sind. Die Organisation von Workshops gestaltet sich schwierig, da es nicht so leicht ist, Interesse zu wecken:

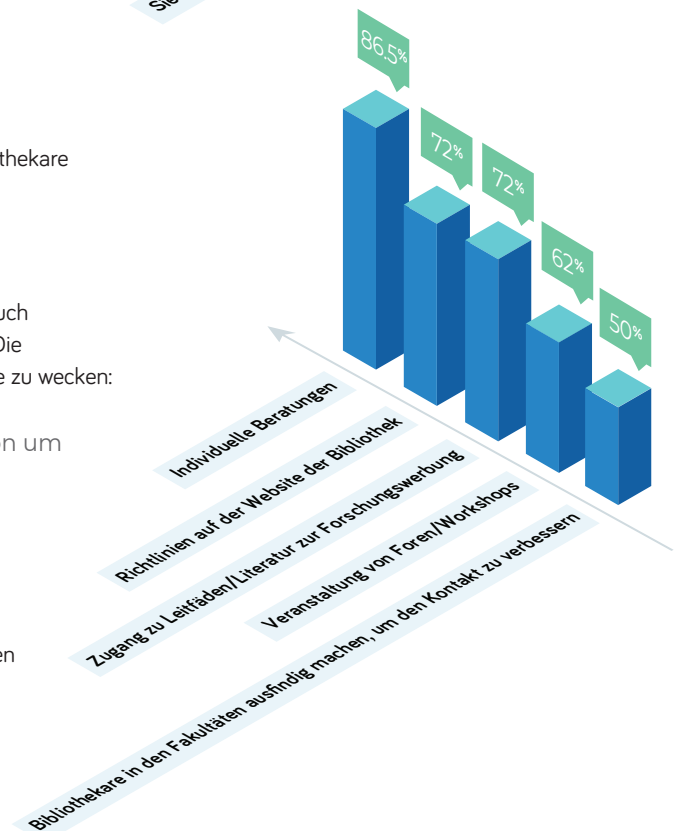
„Die Leute kommen nicht unbedingt zu Workshops ... es muss schon um etwas Neues gehen, das die Leute erfahren wollen.“

Eine Möglichkeit, dies zu umgehen, sind virtuelle Workshops:

„Mit Zoom ist es einfacher, Menschen zusammenzubringen.“

Weiters kommt die Voraufzeichnung kurzer Workshops infrage, die auf Abruf über einen Video-Streaming-Dienst zur Verfügung stehen – diese geben Aufschluss darüber, wie viele Personen sich mit dem Inhalt beschäftigt haben.

Online-Beratungen anzubieten ist kostengünstig, viele Bibliothekare wiesen uns jedoch darauf hin, dass Forschende nicht aktiv nach Hilfe suchen, weshalb dies nicht immer effektiv ist.



## AUFGETRETENE PROBLEME

„Die Hauptursache ist, dass die Leute zu beschäftigt sind.“

Für Bibliothekare, die sich zunehmend daran gewöhnen, mit weniger mehr zu schaffen, ist es nicht so einfach, Forschende beim Werben für ihre Arbeiten zu unterstützen. Zeitmangel sowie ein allgemeiner Mangel an Ressourcen sind die größten Hindernisse:

„Wir würden mehr tun, wenn wir genug Arbeitskräfte hätten.“

Die Aufmerksamkeit der Fakultät zu erhalten ist mit ernsthaften Schwierigkeiten verbunden.

„Man muss schon von der Fakultät eingeladen werden, wenn man dort vor einer Gruppe sprechen möchte. Einfach auf sie zugehen kann man nicht.“

Forschende sind sich oft nicht bewusst, dass Hilfe zur Verfügung steht, oder reagieren nicht, wenn der Bibliothekar sich an sie wendet (es sei denn, sie werden darüber informiert, dass ein Abonnement gekündigt werden soll).

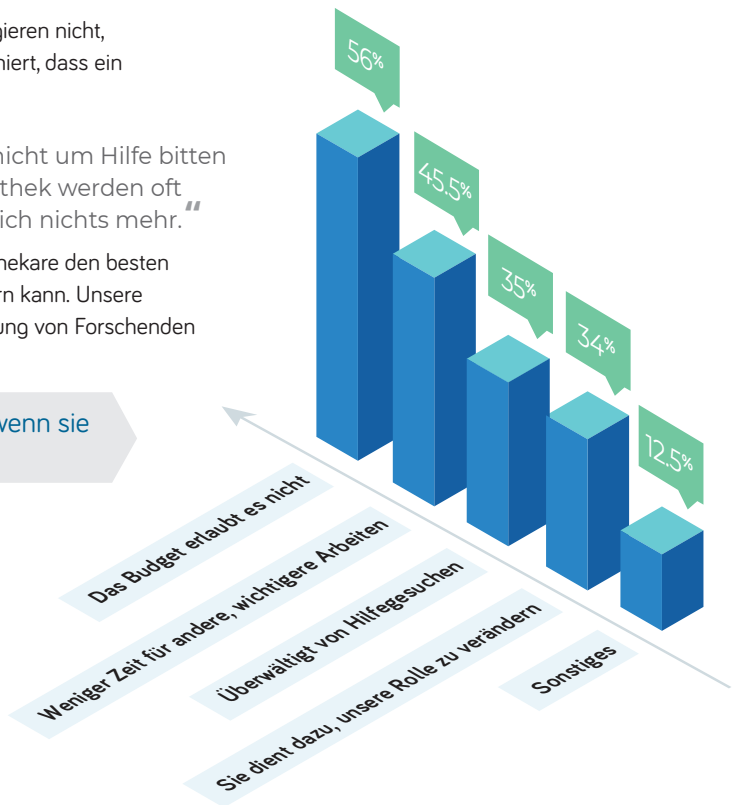
„Die größte Herausforderung besteht darin, dass Forschende nicht um Hilfe bitten und wir somit auf sie zugehen müssen... die E-Mails der Bibliothek werden oft ignoriert... die Resonanz ist sehr gering, deshalb unternehme ich nichts mehr.“

Manchmal reicht es nicht aus, die Hand auszustrecken. Dann müssen die Bibliothekare den besten Weg finden, um sich Gehör zu verschaffen, was anfangs etwas Aufwand erfordern kann. Unsere Umfrageteilnehmer gaben Einblick in die Kosten, die ihnen durch die Unterstützung von Forschenden beim Werben für ihre Arbeiten entstehen.

### Welche Nachteile ergeben sich für Bibliothekare, falls überhaupt, wenn sie Forschenden diese Hilfe anbieten?

Die Mehrheit (56%) gab an, ihr Budget sei begrenzt und reiche dafür nicht aus. Gleich an zweiter Stelle kommt Zeitmangel (46.5%) – Budgetkürzungen bedeuten Personalknappheit, und 35% gaben an, dass sie ohnehin schon von allen möglichen Hilfesuchen überwältigt seien.

Ein Drittel der teilnehmenden Bibliothekare betrachtet die Unterstützung bei der Forschungswerbung jedoch als Teil der Weiterentwicklung ihrer Rolle.



## WIE BIBLIOTHEKARE NOCH MEHR UNTERSTÜTZUNG BIETEN KÖNNEN

Unsere Umfrage hat gezeigt, dass vor allem ein proaktiver Ansatz notwendig ist. Bibliothekare wissen, dass Forschende sich oft nicht an sie um Hilfe wenden, und dass sie die Sache selbst in die Hand nehmen müssen.

Die effektivste Unterstützung seitens der Bibliothekare besteht darin, Forschende dazu zu bringen, ihre Arbeiten in die institutionellen Repositorien hochzuladen. Den Widerstand einiger Forschender gegenüber dem Hochladen können Bibliothekare verringern, indem sie auf ihrer Website Anweisungen dazu veröffentlichen und sich auch direkt an die Fakultät wenden. Eine persönliche Note macht immer den entscheidenden Unterschied.

Zeit damit zu verbringen, auf Forschende zuzugehen, reicht für sich allein nicht immer aus:

„Wir sehen uns mit der Einstellung konfrontiert, dass Bibliothekare Bürger zweiter Klasse sind – ich war früher im Lehrkörper, also ist mir das bewusst.“

Bibliothekare können zwar auf ihre Fachkompetenz aufmerksam machen, sie benötigen jedoch die Autorität einer hinter ihnen stehenden Institutsleitung, damit sie Gehör finden. Daher ist es wichtig, den Dekan, Rektor oder Universitätsbibliothekar an Bord zu holen:

„...sonst bleibt die Botschaft nicht haften.“

# WIE KÖNNEN VERLAGE BEI DER WERBUNG FÜR VERÖFFENTLICHTE FORSCHUNG HELFEN?

Wenn Forschende nicht die Hilfe der Bibliothek in Anspruch nehmen, wenden sie sich laut **53%** der befragten Bibliothekare an ihre Kollegen. Nur **11%** der Bibliothekare gaben an, dass Forschende bei den Verlagen Hilfe suchen.

**44%** der Bibliothekare waren der Meinung, dass die Verlage mehr Unterstützung bieten sollten. Allerdings war sich etwa die gleiche Anzahl nicht sicher, wie diese Hilfe aussehen könnte. Einige waren jedoch der Meinung, dass die Verlage in einer guten Position sind, um zu helfen:

„Verlage haben hier eine echte Rolle zu spielen... sie können Forschende eher erreichen als die Bibliothek das kann, da Forschende von E-Mails mehr Notiz nehmen, wenn sie von einem ihrer Verlage kommen.“

## Vorschläge der Bibliothekare, wie die Verlage helfen können:

- Schulungswshops und Veranstaltungen
- Begleitinformationen über Forschungswerbung
- Automatische Hinterlegung von Forschungsarbeiten in Repositorien
- Leitfäden für Bibliothekare zur Forschungswerbung
- Vorlagen für einzelne Forschende und Institute
- Tipps zur Forschungswerbung beim Senden von Metriken an Forscher

## BLICK IN DIE ZUKUNFT

Die Rolle des Bibliothekars steht nie still.

Während einige Aufgaben durch die Einführung neuer Technologien an Bedeutung verlieren, treten an ihre Stelle neue Aufgaben, wie z.B. die Unterstützung des Forschungsprozesses – einschließlich der Werbung.



Es ist unwahrscheinlich, dass Herausforderungen wie mangelnde Haushaltsmittel oder fehlende Arbeitskräfte von heute auf morgen verschwinden, es geht also darum, bei der Zuteilung der knappen Ressourcen Prioritäten zu setzen. Die Aufmerksamkeit der Forschenden zu erhalten ist ebenfalls mit ernsthaften Schwierigkeiten verbunden. Es ist wichtig, jetzt den Kontakt zu ihnen zu suchen, falls die Bibliothekare dies nicht bereits tun, insbesondere zu jüngeren Forschenden, zu denen von Anfang an eine Beziehung aufgebaut werden kann. Weist man sie auf Ressourcen hin, die die Bibliothek eigens entwickelt hat, wie z.B. Online-Workshops, ob live oder als Aufzeichnung, werden die Forschenden mit der Zeit verstehen, dass und wie Bibliothekare ihnen helfen können.

Bibliothekare können auch das Beste aus der Unterstützung seitens der Verlage herausholen. Die Aufgabe des Verlages besteht darin, Forschungsarbeiten zu validieren, sie durch Veröffentlichung zu zertifizieren, bei Veröffentlichung zu verbreiten und schließlich zu bewahren.

Es ist wichtig, die Kommunikationskanäle mit den Verlagen offen zu halten – durch die Kontaktaufnahme mit vertrauten Kundenbetreuern können Bibliothekare auf eine bestehende und oft willige Ressource zurückgreifen. Die Verlage können bei der Entwicklung von Leitfäden zur Werbung, Vorlagen, Schulungswshops oder Tipps zur Weitergabe an Forschende behilflich sein. Worum es auch gehen mag, sie sind offen für Vorschläge.

Unsere Umfrage zeigt, wie wichtig es ist, Forschende beim Werben für ihre Forschungsarbeiten zu unterstützen. Arbeiten mit hohem Verbreitungsgrad helfen den Forschenden, ihre Ziele zu erreichen – ein zentraler Aspekt der Rolle des Bibliothekars. Und alle profitieren davon, ob Forschende, Bibliotheken, Institutionen oder Verlage.

Die Zusammenarbeit ist aus der Forschungswerbung nicht wegzudenken.

# TOP-TIPPS: FORSCHUNGSWERBUNG FÜR VERÖFFENTLICHTE ARBEITEN



Forschende, Bibliothekare und Verlage – sie alle spielen eine wichtige Rolle beim Werben für veröffentlichte Forschungsarbeiten.

Einige wichtige Möglichkeiten der Zusammenarbeit:

## BIBLIOTHEKARE

„ Forschenden zu helfen, ihre Ziele zu erreichen – darin liegt der Sinn der Bibliothek.“

### 1. Auffindbarkeit

Den Forschenden zu vermitteln, wie sie Forschungsergebnisse in das institutionelle Repositorium hochladen können, ist die effektivste Maßnahme, um zur Forschungswerbung für veröffentlichte Arbeiten beizutragen.

### 2. Erstellen einer Forschungspräsenz

Bieten Sie Hilfe beim Erstellen von Forscherprofilen (ORCID) und bei der Verwendung von Plattformen zur gemeinsamen Nutzung von Forschungsergebnissen (ResearchGate) an.

### 3. Branchen-Networking

Klären Sie Forschende darüber auf, wie sie sich mit der Gemeinschaft, durch soziale Medien und auf Konferenzen vernetzen können.

### 4. Online-Workshops

Bieten Sie kurze, themenorientierte Live-Workshops an oder stellen Sie Voraufzeichnungen zur Verfügung, die Forschende in Ruhe ansehen können. Kündigen Sie diese lange im Voraus an und verfolgen Sie mit, wer dieses Angebot nutzt.

### 5. Übernehmen Sie proaktiv die Führung

Nehmen Sie die Sache in die Hand, indem Sie den Forschenden von Anfang an Unterstützung anbieten und Sie auf die von Ihnen geschaffenen Ressourcen hinweisen. Verschaffen Sie sich noch mehr Gehör, indem Sie den Dekan oder Universitätsbibliothekar für diese Angelegenheit gewinnen.

## VERLAGE

Verlage können die Aufmerksamkeit der Forschenden auch durch einzigartige Werkzeuge und Fachkenntnisse gewinnen:

### 1. Schulungsworkshops und Veranstaltungen

Geben Sie in Workshops, Webinaren und Präsentationen fachspezifische Ratschläge, wann Werbung für Forschungsarbeiten angebracht ist und wie sie aussehen soll.

### 2. Leitfäden, Begleitinformationen & Vorlagen

Liefere Sie bei der Zusendung von Metriken an Forschende Begleitmaterial mit, das jene anpassen und dazu verwenden können, für ihre Forschungsarbeiten zu werben.

### 3. Stärkung der Rolle der Bibliothek

Ermutigen Sie Forschende, sich die Fähigkeiten und Erfahrungen der Bibliothek zunutze zu machen, um Bibliothekare bei ihren Bemühungen zu unterstützen.

