Arbeitsgemeinschaft
der Parlaments-
und Behördenbibliotheken

Arbeitshefte

Kundenbefragung in Bibliotheken

Nr. 52 Juni 2001

APBB-Arbeitshefte

Herausgeber:	Arbeitsgemeinschaft der Parlaments- und Behördenbibliotheken
Anschrift:	Hessischer Landtag Bibliothek 65022 Wiesbaden
Vorsitzender:	Dr. Jürgen Kaestner
Redaktion:	Ingeborg Kieser, Thüringer Landesverwaltungsamt, Postfach 249, 99403 Weimar. ikieser@tlvwa.thueringen.de

ISSN 0518-2220

Inhaltsverzeichnis

Über das Wie und Warum von Kundenbefragungen in der Bibliothek 5
von Ingeborg Stachnik

The Information Audit: Who, what, where, why, when and how? 11
von Judith A. Siess

Eine Kundenbefragung im Verwaltungsinformationszentrum Charlottenburg 21
von Monika Lübcke

Über das Wie und Warum von Kundenbefragungen in der Bibliothek

von Ingeborg Stachnik

In den öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliotheken der Bundesrepublik Deutschland sind Kundenbefragungen längst eine Selbstverständlichkeit geworden. Die Mehrheit der Bibliothekarinnen und Bibliothekare hat gute Erfahrungen damit gesammelt und wertvolle Anregungen gewonnen. Häufig stellen sie bei der Auswertung von Befragungen fest, dass der Kunde die Bibliothek mit ganz anderen Augen betrachtet als der Fachmann. Und allmählich begreifen die letzten ihres Faches, dass die Bibliothek in erster Linie für die Bedürfnisse und Anforderungen des Kunden geschaffen wurde.

Jeder Kunde verfolgt unterschiedliche *Ziele,* wenn er in die Bibliothek kommt, aber eines haben alle Kunden gemeinsam: Sie möchten finden, was sie suchen, und gut, sicher und schnell an ihr Ziel gelangen und nicht auf beschwerlichen Umwegen. Und wenn ihnen dabei auch noch ein freundlicher und kompetenter Bibliothekar zur Seite stünde, der helfen und nicht belehren will, waren sie mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit glücklich und zufrieden.

Gleich mehrere *Fragestellungen für eine Kundenbefragung* ließen sich aus dieser wohl begründeten Vermutung ableiten:

- Aufgrund welcher Nutzungsziele lassen sich die Kunden meiner Bibliothek klassifizieren?
- Welche Angebote und Dienstleistungen erwarten die Benutzer von der Bibliothek?
- Wie zufrieden sind die Kunden mit den vorhandenen Angeboten und Dienstleistungen?
- Wie zufrieden sind sie mit dem Service und dem Personal?
- Wie finden sich die Benutzer in der Bibliothek zurecht, wie schnell finden sie, was sie suchen bzw. sind sie mit dem Suchergebnis zufrieden?
- Wie vertraut sind den Kunden die Recherchemittel der Bibliothek, wie kommen sie damit zurecht bzw. sind sie ihnen überhaupt bekannt?
- Welche Schulungsveranstaltungen, Internetangebote und andere Informationen zur Bibliotheksbenutzung werden gewünscht bzw. wie werden vorhandene Angebote genutzt und bewertet?

Nun lassen sich Fragestellungen dieser Komplexität schwer beantworten. Will man maschinell auswertbare Antworten erzielen, muss man die Programmfragen für eine schriftliche Befragung in einfache Fragen, die dem Kunden in Form eines Fragebogens vorgelegt werden können, umwandeln.

Um zuverlässige Befragungsergebnisse zu gewährleisten, sollten die im Fragebogen aufgeführten *Testfragen* hauptsächlich folgenden Anforderungen genügen:

- Fragen so einfach wie möglich formulieren (keine Fremdwörter, Fachausdrücke, Schachtelsätze oder komplizierte Satzkonstruktionen)

- Fragen nicht zu lang formulieren (darf Auffassungsvermögen des Befragten nicht übersteigen)
- Fragen müssen eindeutig sein (Vermeiden unklarer oder mehrdeutiger Begriffe und von Fragen, die eigentlich aus zwei Fragen bestehen)
- Fragen dürfen Wissensstand, Bildungsniveau und Erinnerungsfähigkeit des Befragten nicht überfordern
- Fragen müssen konkret sein, nicht so allgemein gehalten, dass sie jeder anders versteht und entsprechend anders beantwortet
- Fragen müssen neutral sein (Vermeidung von Suggestivfragen und von Fragen, die zu stereotypen Antworten einladen)

Bei *„geschlossenen Fragen"* sind die Antworten bereits vorgegeben, und der Befragte kann eine oder auch mehrere Antworten auswählen, das heißt er braucht das auf ihn Zutreffende nur anzukreuzen.

Die *Antwortvorgaben* hängen natürlich in erster Linie von der Art der Fragen ab und diese wiederum von den angestrebten Ergebnissen sowie von der Zielgruppe, die befragt werden soll. Sie reichen vom simplen „ja" oder „nein" bis hin zu *grafisch gestalteten Schätzskalen* wie z.B. den Smilies, deren Gesichtsausdruck den Grad der Zufriedenheit des Befragten widerspiegeln soll. Der über das ganze Gesicht strahlende Smily würde bei einer *verbalen Schätzskala* beispielsweise der Antwortkategorie „sehr zufrieden" entsprechen und entspräche bei einer *numerischen Schätzskala* beispielsweise dem Wert 1. Das andere Extrem wäre entsprechend ein Smily mit heruntergezogenem Mund, das verbal ausgedrückte Urteil „sehr unzufrieden" und beispielsweise die Zahl 5. Dann würde es sich um eine fünfstufige Skala handeln. Denkbar wären aber auch 9stufige oder 4stufige Skalen. Je komplizierter das Problem ist bzw. je differenzierter die angestrebten Ergebnisse sein sollen, desto anspruchsvoller auch der zu wählende Skalentyp. Will man Smilies einsetzen, was den Vorteil hätte, dass auch ausländische Nutzer mit geringen Deutschkenntnissen auf einen Blick erkennen, was zu tun ist, sollte man sich jedoch auf fünf Skalenpunkte beschränken, denn es könnte Probleme machen, 9 verschiedene Abstufungen des Gesichtsausdruckes zu entwerfen. Geht es um das Messen der Zufriedenheit von Kunden hinsichtlich bestimmter Angebote und Dienstleistungen der Bibliothek, haben sich sogenannte *metrische Skalen,* wo die Abstände zwischen den Skalenpunkten gleich groß sind, in der Praxis bewährt. Bei einer numerischen fünfstufigen Schätzskala zum Beispiel wäre die 3 der Zentralwert, der eine unentschlossene Haltung des Befragten zum Ausdruck bringen würde. Es ist nicht so, wie häufig angenommen, dass die Befragten dazu neigen würden, diesen Wert anzukreuzen.

Will man den Befragten zu einem Urteil „zwingen", sollte man eine vierstufige Skala wählen, beispielsweise: „sehr zufrieden", „zufrieden", „weniger zufrieden", „gar nicht zufrieden".

Mit dem letzten Beispiel erhielte man zusammengefasst den Prozentanteil der zufriedenen Benutzer bzw. auf der anderen Seite den der nicht ganz bzw. der unzufriedenen. Mit der 5stufigen numerischen Schätzskala könnten Mittelwerte gebildet werden, so dass man am Ende der Auswertung die verschiedenen Mittelwerte in Bezug auf bestimmte Angebote vergleichen könnte, zum Beispiel die Bewertung des Bestandes von allen Befragten:

- Fachliteratur 3,2
- Nachschlagewerke 2,5
- Fachzeitschriften 1,7
- CD-ROM-Angebot 2,0

Ehe man nun überlegt, in welcher Hinsicht das Angebot an Fachliteratur zu verbessern wäre, könnte man sich nun noch die Mittelwerte bei Fachliteratur für verschiedene Nutzergruppen wie Studenten, Professoren usw. ansehen.

Auch hierbei ist es natürlich möglich, prozentuale Anteile von „Zufriedenen", „Unzufriedenen" und hier zusätzlich der „Unentschlossenen" auszuweisen.

In seiner Gesamtheit sollte ein Fragebogen drei schwer miteinander zu vereinbarenden Anforderungen genügen: Er sollte nutzergerecht, kostengünstig und auswertungsgerecht sein.

Was heißt *nutzergerecht* im einzelnen? Das heißt, der Fragebogen sollte:

- einen Einleitungstext haben, der Sinn und Zweck der Befragung kurz erläutert, Interesse am Thema weckt, zur Teilnahme motiviert, Hinweise zum Ausfüllen gibt, Anonymität zusichert, eine Veröffentlichung der Ergebnisse und Maßnahmen zur Verbesserung der Bibliothek und ihres Angebotes verspricht
- einen guten ästhetischen Gesamteindruck vermitteln, damit der Befragte motiviert ist, den Fragebogen auszufüllen
- Seriosität vermitteln, damit der Befragte die Sache ernst nimmt und wahrheitsgetreu antwortet
- leicht verständlich und leicht zu handhaben sein, das heißt, der Befragte muss ohne Mühe erkennen, wie der Bogen auszufüllen ist (am Anfang Hinweise zum Ausfüllen geben, z.B. Ankreuzen ~ - dabei Ix gewählte Form beibehalten)
- durch eine gute Grafik auflockern, ohne damit überfrachtet zu sein (z.B. Logo der Bibliothek auf erste Seite)
- Fragen, Antwortvorgaben und Anweisungen zum Ausfüllen so ausweisen, dass sie sich gut voneinander abheben (ein bestimmter Schrifttyp jeweils und Ix gewählte Form und Größe der Schrift beibehalten) sowie gleiche Zeilenabstände und Zwischenräume zwischen den Fragen und den einzelnen Antwortkategorien
- so gestaltet werden, dass die vollständigen Fragen und alle zur Frage gehörenden Antwortvorgaben auf einer Druckseite Platz haben
- Antwortkategorien wie „weiß nicht" oder „kann ich nicht beurteilen" zulassen, damit der Befragte nicht beispielsweise Bestandsangebote bewertet, die er gar nicht nutzt bzw. kennt

- eine sogenannte Filterung einbauen, das heißt eine zweistufige Fragestellung bei Sachverhalten, die nicht alle Befragten betreffen
- am Ende einen Dank an den Befragten für seine Teilnahme enthalten

Speziell beim Aufbau des Fragebogens ist zu beachten, dass

- keine Gedankensprünge enthalten sind; bei längeren Fragebogen durch Überleitungstexte oder Überschriften zu einem anderen Thema hingeleitet wird
- m der Regel vom Allgemeinen zum Besonderen gefragt wird (im Bibliothekswesen selten umgekehrt, aber möglich)
- keine komplexen Fragen am Anfang gestellt werden

Was heißt es nun, einen Fragebogen *kostengünstig* zu gestalten? Das bedeutet vor allem:

- platzsparende Gestaltung, so dass der Papierverbrauch möglichst klein ist (aber nicht um jeden Preis!)
- nur so viel Fragen, wie unbedingt notwendig, aufnehmen

Das heißt also, kostengünstig sollte der Fragebogen entwickelt werden, aber nicht auf Kosten eines optimalen Ergebnisses.

Auswertungsgerechte Gestaltung meint, dass die elektronische Auswertung der Befragung möglich und einfach ist. Es gibt zwei Möglichkeiten:

1. Die Antworten im Fragebogen werden mit Hilfe von Zahlen verschlüsselt, so dass die Dateneingabe erleichtert ist, die Erfassung von fachfremden Personen wahrgenommen werden kann und kein zusätzliches Erfassungsblatt erforderlich ist. Allerdings ist als Nachteil anzuführen, dass die Befragten sich durch die Zahlen irritiert fühlen könnten.

Das Verschlüsseln der Antworten kann auch im Nachhinein in Vorbereitung der Auswertung erfolgen. Das bedeutet, dass der derjenige, der die Daten eingibt, sowohl über bibliothekarische Kenntnisse als auch über Erfahrungen mit einem statistischen Auswertungsprogramm verfügen muss.

Auf keinen Fall sollte eine Bibliothek solch eine Befragung per Hand mit Strichliste auswerten. Das ist nicht nur nicht zeitgemäß und kostet sehr viel Zeit, es ist am Ende auch wenig effizient, denn wertvolle Informationen gehen dabei verloren.

Haben kleine Bibliotheken kein Geld, die Befragung von einer Firma auswerten zu lassen, sollten sie sich bei den Ausbildungseinrichtungen nach Praktikanten oder Studenten ~er entsprechenden Fachrichtungen umsehen. Es findet sich immer jemand, der ein Praxisobjekt für seine Diplomarbeit sucht.

Sehr gute Erfahrungen haben Bibliothekare auch mit Excel gemacht. Hierfür sollte man allerdings einen Kurs für Fortgeschrittene besucht haben. Noch besser wertet man die Daten mit dem Statistikprogramm SPSS aus.

Last, but not least, soll die wichtige Frage behandelt werden: Wie führe ich die Befragung durch? Wie erhalte ich eine repräsentative Stichprobe? Dies ist ein kompliziertes Thema, mit dem man Seiten füllen könnte. Der Bibliothekar in der Praxis möchte keine komplizierten Formeln, sondern möglichst einfache Anleitungen zum Handeln. Es gibt bereits so viele Erfahrungen, dass man mit gutem Recht einige Faustregeln aufstellen kann. Denn es hilft auch nicht viel, die besten Berechnungen anzustellen, wenn die Auswahl der Befragten dann nicht nach dem Zufallsprinzip erfolgt.

Als erstes muss die Frage beantwortet werden: *Wer soll befragt werden?*

In der Regel interessieren alle Benutzer der Bibliothek, möglich wäre aber auch, dass beispielsweise nur die Studenten interessieren oder andere Hauptnutzergruppen.

Ein wesentliches Ziel einer Kundenbefragung kann aber auch gerade darin bestehen, die Zusammensetzung der Kunden nach verschiedenen Gesichtspunkten (Tätigkeit, berufliche Position, Nutzungszweck u.a.) aufzudecken. Ist die Hauptzielgruppe' beispielsweise alle Kunden der Bibliothek, festgelegt, muss überlegt werden, für welche anderen Nutzergruppen (Unterzielgruppen) ebenfalls gültige und zuverlässige Aussagen angestrebt werden.

Als Faustregel gilt: Etwa 80 bis 100 Befragte sind erforderlich, um eine interessierende Gruppe einigermaßen ausreichend zu repräsentieren. Im primitivsten Fall, wenn nur die Kunden insgesamt interessieren, würden 100 Befragte reichen. Da berücksichtigt werden muss, dass nicht jeder alle Fragen vollständig beantwortet, sollten es mindestens 120 Personen sein. Sollen Aussagen zu drei wichtigen Benutzergruppen getroffen werden, müssten also mehr als 300 Personen einen Fragebogen erhalten. Da man die Befragung der Bibliotheksbesucher jedoch nicht über ein Jahr hinziehen kann, muss ein Auswahlzeitraum festgelegt werden, der die für die Bibliothek typischen Benutzungsbedingungen (einschließlich der typischen Nutzer) exakt widerspiegelt. Das ist bei größeren Bibliotheken oft schon eine Woche, bei kleineren Bibliotheken bis zu vier Wochen. In welchem Zeitraum der gewünschte Stichprobenumfang erreicht ist, hängt auch davon ab, ob man eine Vollerhebung oder eine Zufallsauswahl durchführt. Bei der *Vollerhebung* erhalten alle Kunden, die im Untersuchungszeitraum die Bibliothek betreten, den Fragebogen. (Bittet man um Rückgabe des Fragebogens vor dem Verlassen der Bibliothek, ist ein nahezu vollständiger Rücklauf garantiert, vorausgesetzt, es ist für Platz, Stifte zum Ausfüllen, Ansprechpartner usw. gesorgt.) Da man bei größeren Bibliotheken den notwendigen Stichprobenumfang schon nach zwei Tagen Vollerhebung erreicht hätte, und dann aber nicht alle Öffnungsstunden und -tage mit eventuell unterschiedlichen Nutzergruppen berücksichtigt würden, empfiehlt sich hier die *systematische ZufallsauswahL* Hierzu macht es sich gut, wenn man vorab ermittelt oder geschätzt hat, wie viel Kunden etwa pro Tag in die Bibliothek kommen und dies für eine Woche hochrechnet bzw. bei Schwankungen an verschiedenen Öffnungstagen genauer ausrechnet. Will man nun wissen, jede wievielte Person einen Fragebogen erhalten soll, bildet man den Quotienten aus der Zahl der Besucher pro Woche und dem angestrebten Stichprobenumfang. Bei 3000 Besuchern pro Woche und 300 angestrebten Befragten müsste jeder 10. Besucher einen Fragebogen erhalten. Und dieses Prinzip müsste über die Woche hinweg streng eingehalten werden, auch wenn die angestrebte Zahl schon vorher erreicht sein sollte. Etwas mehr Befragte schaden nicht, machen im Gegenteil das Ergebnis sicherer.

Im vorn gewählten Beispiel, wo zu drei Nutzergruppen Aussagen angestrebt werden, kann man aber nur dann von einem Stichprobenumfang von 300 ausgehen, wenn vermutet wird, dass diese Gruppen jeweils ein Drittel der tatsächlichen Kundschaft ausmacht. Damit der Aufwand nicht zu groß wird, um auch kleinere Gruppen ausreichend einzubeziehen, kann man diese auch gesondert, nicht über die Methode der Besucherbefragung, auswählen (z.B. mit Hilfe der Firma/Einrichtung anschreiben). Bei postalischen Befragungen ist jedoch immer mit einem geringen Rücklauf zu rechnen.

Je besser so eine Befragung vorbereitet ist, desto größer ist der Nutzen für die Bibliothek und der Kunde ist bald kein unbekanntes Wesen mehr. Und wie jeder weiß: Zufriedene Kunden sind glückliche Kunden das wirkt sich dann auch auf die Bibliothek aus.

The Information Audit: Who, what, where, why, when and how?

By Judith A. Siess, Editor, OPL

Recently an OPL asked me for advice on how to do her first information audit. I wrote back that when I started each of my jobs, I did do what could be considered an information audit, although I didn't know the word at the time. I went to each manager and asked him/her these questions.

What information do you need on a regular basis?

Where do you get this information?

How often is the information needed?

What do you use the information for?

How much is the information budget for your department?

And finally, if money were no object, what would you like the library to do?

The answers I received, especially to the last question, gave me valuable information that I used to plan and prioritize the information services I would provide to the organization. This question got me to thinking about the concept of the information audit, so I did some research and reading. Here is what I found.

WHO?

An information audit should be done by any OPL who wants to know how his or her organization creates and uses information and how the library or information center can improve information use. It is especially useful to a librarian just embarking on a new position.

If you don't have the time, but have the money, you can hire a consultant. One OPL feels that using an outside consultant implies a buy-in and commitment and the fact that management is willing to pay for the audit is certainly a good thing. A smaller consultant can perform a good audit for as little as US$5000, but you can spend much more if you use one of the international consulting firms. Another reason to use a consultant would be if you feel that you cannot remain objective or that those interviewed would not be completely open if you asked the questions. (An OPL new to the organization would probably not face this problem.) However, I think it is better to do it yourself, even if it takes longer.

WHAT?

Guy St. Clair wrote that "the purpose of an information 'audit,' with its allusions to accountability and responsibility, is to determine what the service population's needs are and how (that is, how *well*) they are being addressed." ("Ask the Customers," p. 1.) LaRosa added, "an information audit is a systematic method of exploring and analyzing where a library's various publics are going strategically and of determining the challenges and obstacles facing those publics." (SLA, p. 45)

"The concept of an information audit is not new. Consulting firms have been applying this concept to traditional system development projects for some time. For years, companies have faced the challenge of typing their information plan to the strategic goals and objectives of the firm, a process that may be termed a 'strategic information audit.'" (Stanat, p. 1)

At its simplest, an information audit covers what information exists in the organization, how it is made accessible, how it is used, who manages it, who processes it, what the costs are to create, manage and use it, what its value is to the organization, how people find out about information services, and how information flows from group to group within the organization. Some people refer to this process as a needs assessment, and it may be politically better to call it this, but a good information audit goes beyond needs to cost and value.

"In modern management parlance the word audit has become synonymous with the process of discovery, checking, verification, compliance and control. In the information world, however, auditing is usually limited to an interview process with line managers and key members of staff, asking questions and receiving answers (or opinions!) so as to resolve some operating issue or justify some new service." (Robertson, SLA, p. 33)

I would advise keeping an audit as short and simple as possible, covering only what you <u>must</u> know, but you can make an audit as comprehensive and complex as you wish. Other areas you might include are use of technology, information management objectives of the organization.

WHERE?

An information audit is appropriate for any kind of organization—large or small, technical, research, business, law, medical, for-profit or not-for-profit. It can cover the entire organization or focus on particular tasks or service areas.

The corporate culture influences the organization's information climate and the probability of getting cooperation in the audit process. Is your organization one which shares or hoards information? It will be much more difficult to perform an information audit in an atmosphere where information sharing is neither encouraged nor rewarded, but this is the type of organization that might benefit the most from such a procedure.

WHY?

"Progress cannot be made until there is a clear understanding of the present service situation." (St. Clair, *OPL* 11(9):1) If you don't know what your customers and potential customers need and how they use information, you cannot create an effective plan for your library. The audit process also improves the perception of you, the librarian, as a manager, a leader, proactive, not just a book handler; builds good will and raises awareness of the library and its products and services, causes you to rethink your situation, your goals, your future, information issues; and allows you to be seen as "a valuable source of intelligence about business activities and information needs," (Booth and Haines in SLA, p. 42)

In addition to specific information, an information audit can be used to support requests for additional library funding. If you distribute the results of the audit to your users—and you should do this, it can serve as a public relations opportunity for the library.

What are the benefits to the organization? The information audit identifies responsibilities for individual information functions, individual areas of expertise, skills gaps, information bottlenecks, common training needs, areas of duplication and information gaps. It can expose the costs of not knowing that one division the organization already has information that another division needs and/or has paid for again. It should "highlight operational strengths and weaknesses, recommend ways of optimizing precious financial resources, justify the provision of new facilities or suggest the implementation of different or more efficient working arrangements." (Robertson, in SLA p. 34) Finally, an information audit can supply data to support future planning, create a higher profile for information, provide a working model for future multidisciplinary initiatives, and help information to become integrated with the business objectives of organization.

There are a couple of other things to consider. Financial audits are required by law or custom, but no such requirement exists for information audits. Financial audits follow formal guidelines, checklists and standards, but none exist for information audits. Robertson suggested that information audits should be done as a part of internal quality assurance programs. The information flow and documentation part of an information audit is, in fact, included as part of the ISO 9000 series certification process, but no consideration is given to information needs or elimination of duplication.

Information includes not only printed material and data, but also spoken information and the knowledge and experience kept in people's heads. This information is very difficult to identify and is not usually covered in an audit.

A caution: what your users want and what you have been providing may be different. You may not like their answers. The answers may show that the library needs to go in a direction different from the one you have established or would like to set. If you aren't willing to abide by the results of the audit, don't do one.

WHEN?

Almost anytime is a good time to do an information audit, but it is especially good when you are just starting a job and need to find out the information climate in your new organization.

HOW?

Now to the nitty-gritty of doing the actual audit. Before you start, you must clearly define and understand the objectives of the audit and any constraints, such as time and money. It is vitally important to get support and buy-in from upper management. (However, don't forget that you must get support all through organization—and not just because the top guys say they have to.) One way to do this is to emphasize "the realization of cost savings that an audit can reveal, including reduced duplication of effort and less reliance on external consultants. Also emphasize the value-added elements of a shared information network and its positive impact on the organization's competitive environment" (Stanat, in SLA p. 6). (It is interesting to note that these are the same arguments used to justify a professional librarian.) You can also do a bottom-up audit—of an individual department, but you still need buy-in from the top management of the department.

The first step is to decide what you want to accomplish. Then decide how best to accomplish it. The easiest way to do an audit is to send a survey to your users, potential users, and management. Be sure to include non-users ("the information indifferent," as St. Clair calls them) since their answers can be even more useful than those of confirmed library types. In designing the survey, use multiple choice questions, rating scales, or other simple questions. Ask only simple questions—none with "and" or "or" in them. Give people choices for most questions, but include at least one open-ended question so they can address issues you might have missed. (I suggest "is there anything else that you want us to know?") Ask only relevant questions. Resist the temptation to ask a question you want the answer to just because you "have their attention." Use no library jargon.

Next, based on your survey, identify selected members of the organization to interview. "Interviews are generally more effective in eliciting useful responses, since they allow for immediate follow-up and clarifications of details." (LaRosa, in SLA p., 45) These should include a cross-section of the organization, users and non-users, management and rank-and-file. Be sure to include any information gurus or gatekeepers. As Betty Eddison says, "interview people who are power centers in the organization." (in SLA, p. 47) You may have to include some people for political reasons. Be prepared to add people as the interviews progress as new facts and information patterns appear.

Experts differ on the amount of time to allow for the interviews. Some suggest an hour while others feel 30 minutes is enough. I think that you'd be lucky if they give you even

30 minutes. Take whatever you can get. As you are interviewing, look around their office to see what kinds of information resources they have. "Watch where the hand goes when you ask 'what do you reach for every day?" (Eddison, in SLA, p. 47) You should pause after the first few interviews and review the results, tweaking the questions if necessary.

Finally, evaluate and summarize the interviews and surveys and write your report and recommendations. Look for trends and commonalities that cross departmental lines. Your report should identify the information management objectives of the organization, information gaps, inconsistencies or duplication of effort, new information sources, and possible amendments or changes to an existing system.

You should be able to create a "blueprint" of the existing information structure. You might want to use the organization chart: model to show information flows. Another option is a table listing, by functional area or department, all the data you have collected. If you use a table, however, be sure to have a narrative summary of its information.

Pinpoint/highlight information sources that are critical to organizational survival (Nerve centers, gateways [gatekeepers, gurus]).

If you can, you should translate the data collected into financial terms. One way is by evaluating corporate investment in internal and external information sources. Investment = number of documents x hours to create them x cost of input [research expenditures] + cost of materials + cost to store a document. For external documents, substitute acquisition cost for hours to create and cost of input (Stanat, in SLA). However, be careful about over-reliance on numbers. Most of the value of information cannot be easily translated into dollars.

Eddison suggests doing a follow-up information audit in 12 or 18 months to see how the people you interviewed originally have fared. I think that most OPLs will do well to find the time for one audit, much less two.

An interesting variation on the information audit focuses on one specific information transaction: Sample questions include:

When was the last time you needed a specific item of information to help you solve a problem for the organization? Today? Yesterday? In the past week? What was that information (be specific)?

Was the first source you consulted to find the information a book or other document? Another person? Or did you not try to find the information?

If the first source a book or other document, which one was it? Was it in your personal collection? The departmental collection? The library? Or some other place? (Where?)

Did this source give a complete answer to your questions? A partial answer? No answer? If partial or no answer, did you go to a second source? If yes, repeat the above. process:

SAMPLE SURVEY AND INTERVIEW

QUESTIONS

What do you do?

What are your strategic goals, you mission, and your role in organization?

How do you plan to meet them?

How do you measure your success?

What information do you need on a regular basis?

What information sources do you use?

What is your most (or least) important info source and why?

What are the information sources that you think are critical to your fulfilling your mission or job?

How could information help you do your job better?

How do you think your information needs will change in the future?

What internal documents do you need or use?

What external documents do you need or use?

Are these immediately useful or do you have to process them somehow?

If you do this by a survey (more on that below), give them choices and check boxes. Most people don't do well with open-ended questions. Choices could be directory info, financial info, medical info, academic info, web info, etc. You should have an "other" category too.

How do you choose or judge information sources?

What makes a source useful or not useful?

To whom do you go for advice in choosing information sources?

This will give you an idea of what criteria your users use. You may add other criteria of your own, but you should pay close attention to what they value.

How do you use the information?

Do you actually read what you subscribe to?

Is it to write a report, for their boss, quick reference, general information, to answer a phone call or letter, or something else? This will give you the information to prioritize acquisitions and services.

How and where do you get the information you need? (From a colleague—inside or outside the organization, from books, from articles, from reference works (which ones?), from a library?

How hard is it for you to locate information?

How do you access the information? (in person, online, by telephone, in print, online, CD-ROM)

How often do you need information? Every day? Once a week? Once a month? Do you often need information within 24 hours (rush), within 1 hour (super-rush), or in no particular hurry?

What problems do you have getting information?

If their first choice for finding information is a colleague in the organization, find out whom—they are valuable sources for you. If a person or organization outside yours, find out the name—these will be good places for you to go for difficult questions. Also, find out in what form they want to receive information from you—in person, by interoffice or postal mail, by email, or some other way.

How often do you NOT look for information because you "know" you won't find it?

What kind of information is in this category?

This is important because users often don't even think to try the library. Why? Maybe they didn't find information there last time. Maybe the previous librarian was not user-friendly. Maybe there is a public or school librarian in their past that turned them off of librarians and libraries. (Thanks to Alice Chamis for this question.)

What info or services do you produce

Who uses them?

To whom do you distribute them?

What do they cost to create or provide?

Where is this information kept or stored?

How much are you willing to pay for information? Give them some choices, such as $5, $10, $20, nothing, the sky's the limit, or depending on the information or situation. If most of your users want information immediately but don't want to pay for it, you have a real problem.

Does your department or project have a budget for information?

Is so, how much is it?

If the answer is zero, that means the library is expected to pay for everything. If they do have a budget, try to get it transferred to your budget. I have always thought that information provision should be allocated just as are space, electricity, or other common services. All projects should include a fixed percentage of the total for information. Departments should be assessed an information fee based on headcount. These funds would fund basic services, reference, collection, space and personnel. Other services should be charged back as incurred.

What would be your ideal information source?

Do you have an information wish list? If so, what is on it?

If the sky were the limit, what information would you like to have access to?

This is the best way to get a good idea of the kinds of things they would REALLY like you to do. It gives you something to shoot for. (When I asked this, five years later I could look back and see that I had done almost all of these pie-in-the-sky ideas.) Be sure you tell them that you don't promise to do everything they come up with, but will use their answers to plan future services. "Blue-sky thinking" is very difficult for most people. We are so used to financial constraints that we have a lot of trouble opening our minds to new possibilities, but the results are well worth the trouble.

Questions Specific to Library Services

How does the library's service compare to other information services you have used?

How often do you find the information you need in the library?

How often do you <u>not</u> find this information?

Do you feel comfortable with the level of technology in the library?

How often do you need assistance with information when there is no one in the library? After hours?

Does your distance from the library make it harder or less likely for you to use it?

Note: none of the questions ask, "What information do you need?" LaRosa wrote, "decision-makers have a good sense of their own information needs." (in SLA p. 46) I agree. But discerning their information needs is your job, not theirs.

A bit about information needs: There is a hierarchy of information needs, wants, and demands. What the customer comes in and asks for—that is the demand. Customers usually ask

only for what they think you can provide. What customers think they need—that is the want. This is probably what customers think they will get. And what is the information need? That is what they really want to know and the information that will help them solve their problem. An example: A man asked for an atlas (demand). He was going to figure out the mileage from Cleveland to Columbus (want). His need was the official mileage for his travel voucher—and that number wasn't in the atlas at all.

READ MORE ABOUT IT

Axelroth, Joan L., "The Library Audit," *The Washington Lawyer* Jan./Feb. 1992.

Bates, Mary Ellen, "Information Audits: What do we know and when do we know it?" *Library Management Briefings*, Fall 1997.

Booth, Andrew and Margaret Haines, "Information audit: whose line is it anyway?" *Health Libraries Review* 10:224-232, 1993, (a Survey for the National Health Service, England, to support a new information policy), in SLA.

Cohen, Donna L., d.l. cohen information services, Portland, Oregon USA, personal communication 31 August 2000.

Eddison, Betty, "Information Audit II—Another Perspective," *Library Management Quarterly* 15(1), Winter 1992, in SLA

Gill, Philip J., "Knowledge Management in the Information Age," *Oracle,* May 1998.

Hamilton, Feona, "The Information Audit," In Lawes, Ann, ed., *Management Skills for the Information Manager*, Aldershot, England: Ashgate, 1993.

Hildebrand, Carol, "Guiding Principles," *CIO Magazine*, 1 July 1995.

LaRosa, Sharon, "The Corporate Information Audit," *MLS: Marketing Library Services*, December 1988, in SLA.

LaRosa, Sharon M., "The Corporate Information Audit," *Library Management Quarterly* 14(2), Spring 1991.

Lindsey-King, Cathy, *The Knowledge Management Primer*, "The Information Audit—Steps to Take," http://www.fis.toronto.ca/Programs/kmi/primer/D-audit2.htm, accessed 29 August 2000, information pathfinder created by a library school student.

Orna, Elizabeth, *Practical Information Policies: How to Manage Information Flow in Organizations.* Aldershot, England: Gower, 1990.

Quint, Barbara, "Year's end (editorial)," *Database Searcher* 6(9), 1990, in SLA.

Robertson, Graham, "The Information Audit: A Broader Perspective," *Managing Information* April 1994, Aslib, in SLA, consultant.

St. Clair, Guy, Three-part article in *The One-Person Library*, January-March, 1995, also in SLA

"Ask the Customers," 11(9), "Ask the Customers (II)," 11(10), "The Information Audit (Part III): You've Got the Data—What Does It Mean?" 11(11):

St. Clair, Guy, *Customer Service in the Information Environment.* London: Bowker-Saur, 1993. ISBN 1-85739-004-0, Chapter 8: The needs analysis, user survey and the information audit, pp. 75-91.

Special Libraries Association, *The Information Audit: An SLA Information Kit*, Washington DC: SLA, 1995, ISBN 0-87111-45206.

Stanat, Ruth, "The Strategic Information Audit," in *The Intelligent Corporation*, New York: AMACOM, American Management Association, 1990, Chapter 4, in SLA.

"The Steps to Take for Conducting an Information Audit," *The Information Advisor* 9(9):S1-S4, 1997.

Worlock, David R., "Implementing the information audit," *Aslib Proceedings* 39(9):255-260, 1987, in SLA.

Anm. d. Red.: Der Beitrag wurde mit freundlicher Genehmigung der Autorin entnommen aus: The One-Person Library: A Newsletter for Librarians and Management, Volum,e

17, number 6, pages 1-6, October 2000

Judith A. Siess ist Herausgeberin von *The One-Person Library: A Newsletter for Librarians an Management*

Von der Autorin ist weiterhin erschienen: The SOLO Librarian's Sourcebook

Die Autorin ist Herausgeberin von The One

Eine Kundenbefragung im Verwaltungsinformationszentrum Charlottenburg

von Monika Lübcke

I Vorbereitungsphase

1997 wurde in Berlin der Arbeitskreis Verwaltungsbibliotheken und Informationsvermittlungsstellen gegründet, der leider in dieser Form nicht mehr existiert. Der Arbeitskreis bestand damals aus Bibliotheken ganz unterschiedlicher Größe und Zielgruppen. Um einen kleinen Eindruck davon zu vermitteln, es waren sowohl die Bibliothek der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte mit ihrem Etat von mehr als einer Million DM und ihrem Bestand von 220000 Büchern als auch ganz kleine Bibliotheken wie die Verwaltungsbibliothek von Berlin-Mitte ohne Etat und mit einer Bürofachkraft als Leiterin im Arbeitskreis aktiv. Eines der Ziele war der Informationsaustausch, aber es sollte auch die Arbeit in den Einrichtungen dadurch effektiviert werden, dass für ähnliche Probleme gemeinsam Lösungen gesucht wurden. Für die Optimierung der Dienstleistungen sollten Konzepte und Projekte erarbeitet werden. Eines der ersten und für die vier letztendlich beteiligten Bibliotheken erfolgreichsten Projekte war die gemeinsame Durchführung einer Kundenbefragung. Die Kundenbefragung wurde in verschiedenen Schritten zusammen vorbereitet:

1 Sammlung von Fragebögen anderer Einrichtungen

2 Auswertung der Fragebögen aus anderen Einrichtungen

3 Ableitung der Ziele für die eigene Kundenbefragung aus den Fragebögen der anderen Einrichtungen

4 Versuch einer gemeinsamen Festlegung von Zielen für die Kundenbefragung in den Bibliotheken des Arbeitskreises

5 Beschluss der Teilung des Fragebogens in einen für alle verbindlichen Teil, um Vergleichsdaten zu erlangen, und einen fakultativen Teil, den jede Einrichtung an ihre eigenen Bedürfnisse anpassen kann

6 Information und Abstimmung mit der Trägerorganisation

7 Durchführung der Kundenbefragung

8 Auswertung der Kundenbefragung

Nach der grundsätzlichen Entscheidung, eine gemeinsame Kundenbefragung durchzuführen, wurde eine Projektgruppe innerhalb des Arbeitskreises eingerichtet, die sich mit den Grundlagen einer Kundenbefragung auseinandersetzen und verschiedene Fragebögen aus anderen Einrichtungen sammeln sollte, um aus den Beispielen eigene Ziele zu entwickeln.

Dieser Weg erwies sich als sehr erfolgreich. Mit Hilfe des Beratungsdienstes des Deutschen Bibliotheksinstituts erhielten wir eine Unmenge Fragebögen. Diese wurden von der Projektgruppe ausgewertet und diskutiert. Die Diskussionsergebnisse wurden dem Arbeitskreis präsentiert.

In der Projektgruppe ergaben sich tendenziell zwei unterschiedliche Herangehensweisen an eine Kundenbefragung, die sich genau so auch im Arbeitskreis selbst spiegelten und sehr viel mit dem Selbstbild der Bibliotheken zu tun hatten. Die eine, größere Gruppe sah ihre Aufgaben eher traditionell als reine Bibliothek und legte Wert auf Buchbestand und Ausleihzahlen. Die andere, kleinere Gruppe, wurde von Einrichtungen repräsentiert, die ihren Schwerpunkt in der Informationsvermittlung sahen und größeren Wert auf Quantität und Qualität der weitergereichten Informationen denn auf Ausleihzahlen und Anzahl der Benutzerinnen legte. Desgleichen legte die, nennen wir sie weiter traditionellere Gruppe, großen Wert auf die Ermittlung der Kundenzufriedenheit mit dem existierenden Dienstleistungsangebot. Den anderen war es wichtiger, die Kundenbefragung als Mittel der Öffentlichkeitsarbeit einzusetzen, also den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der eigenen Behörde mit dem Fragebogen die eigenen Dienstleistungen erst einmal bekannt zu machen. Zudem bestand großes Interesse herauszufinden, auf welchen Wegen die Nutzerinnen und potenziellen Nutzer, sich derzeit ihre Informationen beschafften und welche Informationen sie brauchten. Den Fragen, wer benutzt die Bibliothek eigentlich, wie wird sie benutzt und wann sollte sie geöffnet sein, wurde von allen Arbeitskreis-Mitgliedern gleiche Bedeutung beigemessen.

Daraus leitete sich eine der wichtigen Entscheidungen in der Anfangsphase ab, nämlich dass es einen dreiteiligen Fragebogen geben sollte. Der erste Teil sollte den Typus Benutzer/Kunde abfragen, der zweite sollte den für alle beteiligten Bibliotheken verbindlichen Teil enthalten, damit später Vergleichsdaten zur Verfügung stehen. Der dritte Teil sollte fakultativ sein, das heißt, jede Bibliothek kann die nur ihr wichtigen Fragen dort unterbringen. Aus diesen Vorgaben entwickelte die Projektgruppe nun mehrere Fragebogen-Varianten. Stellvertretend finden Sie zwei Beispiele für die verwendeten Fragebogen im Anhang.

Zu diesem Zeitpunkt suchte man auch das Gespräch mit der Trägerorganisation. Ende der 90er Jahre boomte die Verwaltungsreform, so dass wir annahmen, eine Kundenbefragung würde in allen Institutionen auf offene Ohren stoßen. Weit gefehlt!

Letztendlich „durften" nur vier Bibliotheken ihre Kunden befragen: die Bibliothek der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte, die Bibliothek der Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales und Frauen, die Bibliothek des Polizeipräsidenten von Berlin und das Verwaltungsinformationszentrum des Bezirksamtes Charlottenburg von Berlin.

II Durchführungsphase im VIZ

Der Fragebogen des VIZ Charlottenburg war mit seinen 11 Seiten sehr umfangreich (siehe Anhang). Er gliederte sich in drei Blöcke:

Fragen zur Person

Fragen zum Informationsbedarf der Kunden und deren Wege der Informationsbeschaffung

Fragen zum VIZ

Fragen zum Medienangebot

Serviceleistungen des VIZ Charlottenburg

Fragen zur Bearbeitung der Anfragen

Einschätzung zum Nutzen des VIZ Charlottenburg

Gesamteinschätzung

Es wurden rund 1150 Fragebögen verteilt. Gleich mit der Verteilung der ersten hundert Fragebögen gab es auch die erste Panne, die den anderen beteiligten Bibliotheken dadurch erspart blieb . Es war im Bezirksamt Charlottenburg vergessen worden, den Fragebogen dem Personalrat vorzulegen, der nun den ersten Teil des Fragebogens monierte. Das Bezirksamt Charlottenburg hatte außerhalb von Schulen, Kindertagesstätten usw. etwa 1200 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Davon arbeiteten relativ wenig in gehobenen Positionen mit einem differenzierten Informationsbedarf. Es wurde nun vom Personalrat befürchtet, dass diese Mitarbeiter leicht anhand ihrer Angaben zu Vergütung, Alter, Betriebszugehörigkeit etc. ermittelt werden könnten, z.B. gab es im Bezirksamt Charlottenburg nur vier Stellen mit einer Vergütung A 16. Der Hinweis auf die Freiwilligkeit der Angaben half nicht. Daher wurde die Aktion gestoppt, alle Fragen zur Person geschwärzt. Wir fragten nur noch, ob der Beantwortende im Bezirksamt beschäftigt war oder nicht.

Von den rund 1150 verteilten Fragebögen sind 103 Fragebögen beantwortet worden. Aufgrund der oben beschriebenen Beschäftigungsstruktur ist der Rücklauf nicht so schlecht, wie er auf den ersten Blick erscheint. Da die Anzahl der beantworteten Fragebogen so klein war, wurden sie bei uns per Hand ausgewertet und dann mit Excel weiter bearbeitet.

An dieser Stelle wollen wir nur die auffallendsten Ergebnisse darstellen.

Informationsbedarf

Zwei Drittel der antwortenden Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen des Bezirksamtes fühlten sich ausreichend mit Informationen versorgt. Nur 2% wurden von den Informationen erschlagen. Dagegen hatten immerhin 28 % das Gefühl, zu wenig Informationen zu erhalten. Einige gaben an, zu viel unsinnige Informationen und zu wenig nützliche und gut aufbereitete Informationen zu erhalten.

Die Mehrzahl der Beschäftigten hatte keine Schwierigkeiten bei der Informationsbeschaffung, aber doch immerhin ein Drittel hatten Probleme damit.

Medienangebot

Das Medienangebot des VIZ Charlottenburg wurde generell (86%) positiv beurteilt. Für die einzelnen Mediengruppen sieht das folgendermaßen aus: 73,6% äußerten sich positiv über das Angebot an Fachbüchern. 80% äußerten sich positiv über das Angebot an Fachzeitschriften. Knapp 90% äußerten sich positiv über das Angebot an Gesetzestexten und Kommentaren. 92,5% äußerten sich positiv über das Angebot an Loseblatt-Sammlungen. 87,5% äußerten sich

positiv über das Angebot an Nachschlagewerken. 92,3% äußerten sich positiv über das Angebot an Amtsdruckschriften.

Bei den elektronischen Medien sah das allerdings ganz anders aus. Es wurde von vielen beklagt, dass es keinen unkomplizierten Zugang zu elektronischen Datenbanken und zum Intranet gab. Dies galt ebenfalls für den Zugang zum Internet. Zudem wurde bedauert, dass die Bibliothek dadurch, dass sie keinen eigenen Internet-Zugang hat, keine Internet-Recherchen für die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen durchführen konnte. Dies hat sich inzwischen natürlich geändert.

Informationsvermittlung

Die Bearbeitung der Anfragen in der Bibliothek wurde als angemessen schnell beurteilt. Zwei Drittel der Anfragen konnten sofort bearbeitet werden, weitere knapp 20% innerhalb von 1-3 Tagen. Auch mit der Qualität der Bearbeitung der Anfragen waren die Benutzer und Benutzerinnen unserer Informationsvermittlungsstelle offensichtlich zufrieden (84,3%). Knapp 90 % der Kunden empfanden die Beratungsleistung in der Bibliothek als freundlich.

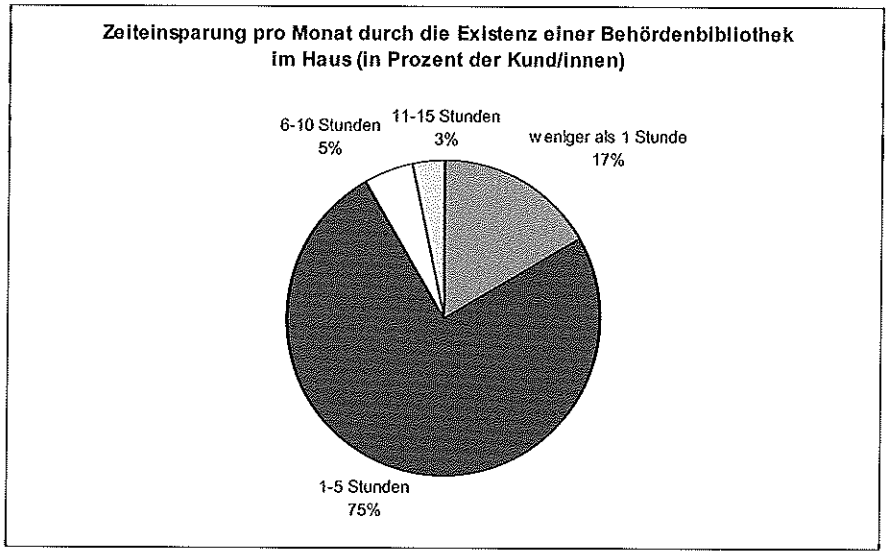
Überraschend für uns war der geringe Bekanntheitsgrad der Informationsvermittlungsstelle bei den eigenen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. 34,7% waren die Dienstleistungen des VIZ Charlottenburg bekannt gewesen. 15,2% kannten sie teilweise. Genau die Hälfte kannte jedoch vor der Kundenbefragung das Dienstleistungsspektrum des VIZ Charlottenburg nicht.

Dies legte ein großes Defizit in der Öffentlichkeitsarbeit offen. Hier bestand Handlungsbedarf. Es wurde daher ein Faltblatt mit dem Dienstleistungsangebot der Informationsvermittlungsstelle hergestellt, was an alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen verteilt wurde. Zudem wird regelmäßig mit Anzeigen oder Artikeln in der Mitarbeiterzeitung auf einzelne Punkte oder Neuigkeiten in unserem Angebot aufmerksam gemacht.

Die für uns bedeutendste Frage zielte auf die Zeitersparnis der Benutzer und Benutzerinnen einmal durch die Existenz einer Bibliothek im eigenen Haus, zum anderen durch das angebotene Dienstleistungsspektrum.

Durch die Existenz des Verwaltungsinformationszentrums im Bezirksamt Charlottenburg sparen 75% der Nutzer und Nutzerinnen zwischen 1-5 Stunden im Monat und 8% sogar mehr als 6 Stunden (siehe Abb. 1)

Durch die angebotenen Dienstleistungen des VIZ sparen 73% der Nutzer und Nutzerinnen 1-5 Stunden im Monat, 10% sparen mehr als 6 Stunden im Monat.



III Ausgewählte Ergebnisse der gemeinsamen Kundenbefragung

Ein Vergleich der Ergebnisse aus den Auswertungen der vier beteiligten Bibliotheken machte mehrere Punkte deutlich. Die anfangs beschriebenen zwei unterschiedlichen Herangehensweisen an die eigene Bibliotheksarbeit spiegelte sich in den Fragebögen und damit entsprechend auch in den Antworten. Vergleichbar sind damit einmal die Bibliothek der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte und die Bibliothek des Polizeipräsidenten von Berlin, zum anderen die Bibliothek der Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales und Frauen und das Verwaltungsinformationszentrum Charlottenburg. Innerhalb dieser beiden Gruppen könnte man sinnvolle Vergleiche herstellen, Schwachstellen analysieren und untersuchen, wie und warum die eine oder die andere Bibliothek an der einen oder anderen Stelle effektiver arbeitet. Man könnte also ein Benchmarking versuchen.

Die Kundenbefragung hat aber auch mit dem Vergleich des ersten Teils des Fragebogens im Hinblick auf den Typus Benutzer einen wichtigen Hinweis gebracht: die Struktur der Klientel in den beteiligten Bibliotheken ist entsprechend der Aufgabenstellung in den Behörden sehr unterschiedlich. So sind in der Senatsverwaltung für Arbeit, Soziales und Frauen verhältnismäßig viele Mitarbeiterinnen im höheren Dienst beschäftigt. Diese erarbeiten Gesetzesvorlagen, Richtlinien usw. und brauchen daher z.B. ganz unterschiedliche Kommentare zum selben Thema, Grundlagenliteratur, wissenschaftliche Fachliteratur etc. aus einem bestimmten Fachgebiet. Sie haben studiert und gehen in einer spezifischen Art und Weise mit Literatur um. Die Aufgabenstellung der Bezirksämter liegt in einem anderen Bereich, da geht es mehr um die Umsetzung und Ausführung der gesetzlichen Vorschriften. Es gibt daher viel mehr Sachbearbeiter und weniger Hochschulabsolventen. Das fachliche Spektrum ist breiter. Wissenschaftliche Fachliteratur ist nicht so sehr gefragt wie die gesetzlichen Vorschriften mit ihren Kommentaren, wobei ein Kommentar zu einem Gesetz meist reicht. In der Bibliothek des Polizeipräsidenten und in der Bundesversicherungsanstalt nimmt zudem die Ausbildung einen ganz breiten Raum ein, d.h. es wird viel Lehrbuchmaterial benötigt. Auszubildende haben einen völlig anderen Zugang zu Literatur als Bezirksamtmitarbeiter oder Mitarbeiterinnen in Senatsverwaltungen. Fazit ist, dass die Unterschiedlichkeit der Klientel ganz verschiedene Konzepte für die in den

jeweiligen Behörden angesiedelte Bibliothek erfordert, die genau auf deren Bedürfnisse eingehen müssen. Im Arbeitskreis hatte man vor der Kundenbefragung gehofft, dass bei sich überschneidenden Angeboten durch eine Vernetzung Einsparpotenziale erzielt werden können. Diese Möglichkeit hat sich durch die Ergebnisse als irrelevant erwiesen. Dies macht eine Zusammenarbeit aber nicht überflüssig, denn durch die Kenntnis der anderen Einrichtungen können diese viel gezielter um Hilfe gebeten werden.

IV Fazit

Für das Verwaltungsinformationszentrum Charlottenburg war die Kundenbefragung trotz aller Schwierigkeiten ein großer Erfolg. Durch die aktive Rolle des Kunden bei der Beantwortung der Fragen hat sich die Kundenbefragung als ein sehr effektives Instrument der Öffentlichkeitsarbeit erwiesen, das wir zu diesem Zweck ergänzend zu anderen Instrumenten auch weiterhin in größeren Zeitabständen einsetzen werden. Zudem konnten wir bei den Nutzern und Nutzerinnen des VIZ Charlottenburg ein hohes Maß an Zufriedenheit mit unserem Dienstleistungsangebot feststellen. Der große Umfang an Zeitersparnis, den sie dadurch erzielen, beweist die hohe Kosteneffektivität einer Bibliothek und Informationsvermittlungsstelle im eigenen Hause.

Die Bewertung der Durchführung der Kundenbefragung im Rahmen des Arbeitskreises Verwaltungsbibliotheken und Informationsvermittlungsstellen hat mehrere Aspekte. Tatsache ist, dass zumindest wir, das Verwaltungsinformationszentrum Charlottenburg, ohne das Gespräch, die Unterstützung und den Rückhalt aus dem Arbeitskreis die Kundenbefragung nur schwerlich und wahrscheinlich eher gar nicht hätten durchführen können. Umgekehrt hätte aber auch der Arbeitskreis ohne unser Engagement das Projekt wohl nicht so weit vorantreiben können.

V Fragebögen

Kundenbefragung im Verwaltungsinformationszentrum (VIZ) Charlottenburg

Berlin, den 30.1.98

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir verstehen uns als die Informationsvermittlungsstelle des Bezirksamtes Charlottenburg.

Wir wollen unseren Service mehr nach Ihren Wünschen und Anforderungen ausrichten und unser Dienstleistungsangebot optimieren. Vielleicht kennen Sie uns auch noch nicht oder nur einen Teil unseres Leistungsangebotes. Auch das würden wir gerne erfahren, damit wir unsere Öffentlichkeitsarbeit verbessern können.

Mit anderen Worten wir brauchen Ihre tätige Mithilfe, um

Ihren Informationsbedarf

Ihre Erwartungen

und Ihre Vorschläge

herauszufinden und in unser Konzept integrieren zu können.

Nutzen Sie die Gelegenheit und füllen Sie den beiliegenden Fragebogen aus. Jeder ausgefüllte Fragebogen hilft Ihnen und uns weiter. Selbstverständlich werden alle Daten vertraulich behandelt. Um die Vertraulichkeit zu gewährleisten, stecken Sie den ausgefüllten Fragebogen in einen neutralen Briefumschlag und geben ihn an VA 5 adressiert in die Hauspost.

Übrigens wird ein ähnlicher Fragebogen in anderen Einrichtungen des Landes Berlin ungefähr gleichzeitig verteilt, so daß wir vielleicht zu vergleichbaren Daten kommen können.

Wir freuen uns, wenn Sie uns mit Ihrem Beitrag darin unterstützen, die Optimierung unserer Dienstleistungen für Sie voranzutreiben.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe.

Die Mitarbeiterinnen aus dem VIZ.

DAS SIND DIE GESCHWÄRZTEN FRAGEN

1. Fragen zu Ihrer Person

1.1 Sind Sie in unserer Behörde beschäftigt?

ja ☐ nein ☐

1.2 Wenn ja, seit wann sind Sie in unserer Behörde beschäftigt?

Seit _____

1.3 In welcher Besoldungs-, Vergütungs- bzw. Lohngruppe sind Sie beschäftigt? _____

1.4 Seit wann sind Sie in Ihrer derzeitigen Position tätig?

Seit _____

1.5 Wenn Sie wollen, geben Sie noch Ihr Alter an: _____

2. Fragen zu Informationsbedarf und Informationsbeschaffung

2.1 Zur Ausübung Ihrer Tätigkeit brauchen Sie Informationen? Wie fühlen Sie sich damit versorgt?

zu wenig ☐ ausreichend ☐ zu viel ☐

2.2 Wo finden Sie Ihre benötigten Informationen? Zutreffendes bitte ankreuzen!

	oft	manchmal	nie
in Amtsdruckschriften (z.B. GVBl, BGBl, ABl)			
in Loseblatt-Sammlungen			
in Zeitschriftenumläufen			
in sonstigen Fachzeitschriften			
in Tageszeitungen, Pressedienste			
in Büchern			
in verwaltungsinternen Veröffentlichungen (z.B. Rundschreiben, Gutachten)			
im INTRANET / MAN			
im INTERNET			
in elektronischen Datenbanken			
Andere Quellen:			

2.3.1 Haben Sie Schwierigkeiten bei der Informationsbeschaffung?

ja ☐ nein ☐

2.3.2 Wenn ja, bei der Suche nach welchen Medien / Informationsträgern traten Schwierigkeiten auf? Können Sie die Schwierigkeiten benennen?

Schwierigkeiten	Welche Probleme traten dabei auf? Bitte stichwortartig benennen!
bei der Beschaffung von Amtsdruckschriften (z.B. GVBl, BGBl, ABl)	
bei der Beschaffung von Loseblatt-Sammlungen	
bei der Teilnahme am Zeitschriftenumlauf	
bei der Beschaffung von Fachzeitschriften/Zeitschriftenaufsätzen	
bei der Beschaffung von Tageszeitungen, Pressediensten	
bei der Beschaffung von Büchern	
bei der Beschaffung von verwaltungsinternen Veröffentlichungen	
beim Zugriff auf Datenbanken (Bibliothekskatalog, CD-ROM, Disketten, JURIS etc.)	
bei der Recherche im INTRANET / MAN	
bei der Recherche im INTERNET	
bei anderen Medien / Informationsträgern, bei welchen?	
bei anderen Medien / Informationsträgern, bei welchen?	

2.4 Beziehen Sie die Informationsträger / Medien (einschließlich Zeitschriften bzw. Zeitschriftenumläufe), die Sie für Ihre Arbeit benötigen, von einer der unten aufgeführten Stellen?

ja ☐ nein ☐

3.1.2 Was könnte Ihrer Ansicht nach beim Medienangebot verbessert werden?

_____

_____

_____

_____

3.2 Auf welche Art und Weise nutzen Sie die Bibliothek am liebsten?

Ich suche die Räume selbst auf ☐

Über Dritte (lasse von Anderen mitbringen) ☐

Telefonisch ☐

Schriftlich über Fachpost ☐

Mit Fax ☐

Über Elektronische Post ☐

Auf anderen Wegen ☐

Welchen?

_____

3.3 Das VIZ Charlottenburg hat von 9-13 Uhr täglich, das sind 20 Stunden wöchentlich, geöffnet. Mit der momentanen stellenmäßigen Ausstattung ist keine Verlängerung der Öffnungszeiten möglich.

Wünschen Sie eine Verschiebung der Öffnungszeiten?

Wenn ja, tragen Sie bitte Ihre Wunschöffnungszeiten (maximal 20 Wochenstunden) in folgender Tabelle ein:

Uhrzeit	Mo	Di	Mi	Do	Fr
8-9					
9-10					
10-11					
11-12					
12-13					
13-14					
14-15					
15-16					
16-17					
17-18					
18-19					
19-20					

3.4 Wie empfanden Sie die Beratungsleistung Ihrer Gesprächspartnerin im VIZ?

☐ freundlich ☐ unfreundlich

☐ sachkundig ☐ wenig sachkundig

☐ die Beratung war umfassend u. verständlich ☐ es blieben viele Fragen offen

3.5 Wenn Sie unsere Einrichtung noch nicht benutzt haben. Welches sind die Gründe?

_____

_____

_____

_____

4. Serviceleistungen des VIZ Charlottenburg

Neben dem allgemein zugänglichen Bestand an Informationsträgern / Medien erstellt das VIZ Charlottenburg folgende Dienstleistungen (s. S. 9.f) für Sie:

4.1 Sind Ihnen diese Dienstleistungen bekannt?

ja ☐ nein ☐

4.2 Wie oft nutzen Sie welche Dienstleistungen? Bitte Zutreffendes ankreuzen!

	mehrmals wöchentlich	1x in der Woche	1-2x im Monat	1-2x im Vierteljahr	seltener	Angebot nicht bekannt
Zugänglichkeit für alle Mitarbeiter/innen und Besucher/innen						
Bestellung u. Beschaffung von Literatur (Kauf, Ausleihe, Geschenk) für d. ganze Bezirksamt						
Auskunft und Beratung (persönlich, telefonisch, schriftlich)						
Standortnachweis aller hauseigener Informationsträger / Medien an jedem PC-Arbeitsplatz						
Zusendung von Zeitschriftenaufsätzen und anderen Kopien						
Unaufgeforderte Zusendung von Informationen zum Arbeitsgebiet						
Zeitschriftenumläufe						
Adreß-, Telefon- und Fax-Nummern-Recherchen						
Literaturrecherchen						
Thematische Literaturlisten						
Vermittlung von Ansprechpartner/innen						
Recherchen außer Haus						
Zeitschriftenverwaltung für das ganze Bezirksamt						
Verteilung der von den Abteilungen bestellten Ergänzungslieferungen im ganzen Haus						

4.3 Wie zufrieden sind Sie damit?

	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	unzufrieden
Zugänglichkeit für alle Mitarbeiter/innen und Besucher/innen				
Bestellung u. Beschaffung von Literatur (Kauf, Ausleihe, Geschenk) für d. ganze Bezirksamt				
Auskunft und Beratung (persönlich, telefonisch, schriftlich)				
Standortnachweis aller hauseigener Informationsträger / Medien an jedem PC-Arbeitsplatz				
Zusendung von Zeitschriftenaufsätzen und anderen Kopien				
Unaufgeforderte Zusendung von Informationen zum Arbeitsgebiet				
Zeitschriftenumläufe				
Adreß-, Telefon- und Fax-Nummern-Recherchen				
Literaturrecherchen				
Thematische Literaturlisten				
Vermittlung von Ansprechpartner/innen				
Recherchen außer Haus				
Zeitschriftenverwaltung für das ganze Bezirksamt				
Verteilung der von den Abteilungen bestellten Ergänzungslieferungen im ganzen Haus				

5. Fragen zur Bearbeitung Ihrer Anfragen

Die wichtigste Dienstleistung des VIZ Charlottenburg ist die Bearbeitung Ihrer Anfragen.

5.1 Worin bestand Ihre letzte Anfrage?

_____

_____

_____

_____

5.2 In welchem Zeitraum wurde Ihre Anfrage bearbeitet?

Sofort ☐

In 1 bis 3 Tagen ☐

In weniger als einer Woche ☐

In mehr als einer Woche ☐

Bisher noch nicht ☐

5.3 Mit dem Ergebnis war ich

sehr zufrieden ☐

zufrieden ☐

weniger zufrieden ☐

gar nicht zufrieden ☐

6. Ihre Einschätzung zum Nutzen des VIZ Charlottenburg

6.1 Das VIZ Charlottenburg wird nicht genutzt ☐

6.2. Wieviel mehr Arbeitsstunden müßten Sie monatlich für sich und Ihre damit beauftragten Mitarbeiter/innen einplanen, wenn Sie die Bibliothek in unserem Hause nicht zur Verfügung hätten (z.B. für den Besuch anderer Bibliotheken)?

1 bis 5 Stunden ☐

6 bis 10 Stunden ☐

11 bis 15 Stunden ☐

mehr als 16 Stunden ☐

6.3 Wieviele Arbeitsstunden sparen Sie dadurch im Monat ein, daß Sie die Dienstleistungen des Bibliothekspersonals in Anspruch nehmen (z.B. Beratung, Recherchen, Zeitschriftenumläufe)

1 bis 5 Stunden ☐

6 bis 10 Stunden ☐

11 bis 15 Stunden ☐

mehr als 16 Stunden ☐

7. Gesamteinschätzung

7.1 Welche weiteren Aufgaben sollte das VIZ Charlottenburg hinsichtlich der Informationsbeschaffung für Sie und Ihre Kollegen übernehmen?

_____

_____

7.2 In welchen Bereichen könnte der Austausch zwischen dem VIZ Charlottenburg und Ihrer Abteilung bzw. Ihrem Amt verstärkt werden?

_____

_____

7.3 Was für Dinge müssen Sie wissen, zu denen Ihnen das VIZ Charlottenburg im Augenblick noch keine Informationen anbieten kann?

_____

_____

7.4 Wenn Sie die Dienstleistungen anderer Informationsvermittlungsstellen / Bibliotheken, die Sie kennengelernt haben, mit unserer Einrichtung vergleichen, welche zusätzlichen Dienstleistungen sollten Ihrer Ansicht nach von uns angeboten werden?

7.5 Ihre Anregungen und Ideen können den Service unserer Einrichtung verbessern. Bitte teilen Sie sie uns auf den folgenden Zeilen mit:

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe bei dieser Befragung. Wir hoffen, Sie können von den Ergebnissen bald durch ein optimiertes Dienstleistungsprofil profitieren!

Fragebogen der Bibliothek der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte

Liebe Bibliotheksbesucherin, lieber Bibliotheksbesucher,

wir sind Informationsvermittlungsstelle und Dienstleistungsbereich für alle Bibliotheksbenutzer. Unsere Hauptsammelgebiete sind: Allgemeines Recht, Sozial- versicherungsrecht, Rehabilitationsfragen, Arbeitsrecht, Statistik, Datenverarbeitung, Organisationsfragen, soziale Fragen innerhalb der europäischen, internationalen und supranationalen Einrichtungen. Um die Anforderungen an uns in Zukunft noch besser und noch gezielter erfüllen zu können, bitten wir Sie, den Fragebogen jetzt oder in einigen Tagen ausgefüllt wieder abzugeben. Diese Befragung ist anonym. Sollten Sie den Fragenbogen außerhalb der Bibliothek erhalten, senden Sie ihn bitte bis spätestens 15.12.1997 an das Dez. 1203 (Raum R 0320) zurück. Die Fragen beziehen sich auf die Bibliothek in der Ruhrstraße.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bibliothek der BfA danken Ihnen im voraus.

Bitte kreuzen Sie Zutreffendes an: (x)

1. Die Bibliothek steht den Mitarbeitern der BfA und im Lesebereich auch Außenstehenden zur Verfügung

(A) ich bin nicht in der BfA beschäftigt

(B) ich bin Mitarbeiter der BfA

---

2. Als Mitarbeiter der BfA gehöre ich in die Gruppe

(A) bis zum Bearbeiter

(B) bis zum Dez.II

(C) ab Dez.I

(D) der in Ausbildung Stehenden

(A) ich bin in einer Leist.Abt.

(B) ich bin in einer and. Abt.

Kurzbezeichnung des Dienstgebäudes: _____

---

3. Wie oft besuchen Sie die Bibliothek üblicherweise?

(A) ich bin heute zum ersten Mal hier

(B) mehrmals wöchentlich

(C) einmal wöchentlich

(D) mehrmals monatlich

(E) einmal monatlich

(F) in größeren Zeitabständen

(G) unregelmäßig/bei Bedarf

(H) ich besuche auch die Bibliothek Nestorstraße

(I) ich war noch nie in der Bibliothek

---

4. Die Öffnungszeiten der Bibliothek sind:
Montag und Donnerstag von 9.00 - 13.00 Uhr
Dienstag und Mittwoch von 9.00 - 15.00 Uhr
Freitag von 9.00 - 14.00 Uhr.

Zu welchen Zeiten besuchen Sie meistens die Bibliothek?

(A) bis 12.00 Uhr

(B) nach 12.00 Uhr

---

5. Sind Sie mit den Öffnungszeiten zufrieden oder haben Sie andere Wünsche?

(A) ich bin mit den Öffnungszeiten zufrieden

(B) ich würde lieber vor 9.00 Uhr in die Bibliothek kommen
falls Sie hier ankreuzen; zu welcher Zeit?) ab _____ Uhr.

(C) ich würde lieber nach der derzeitigen Öffnungszeit kommen
(falls Sie hier ankreuzen; bis wann?) bis _____ Uhr.

---

6. Die Bibliothek hält viele Informationen und Dienstleistungen für Sie bereit. Welche nutzen Sie davon und wie häufig nutzen Sie diese?

Bitte kreuzen Sie in jeder Zeile das Zutreffende an

	oft	manchmal	nie
gebundene Bücher	☐	☐	☐
gebundene Zeitschriften (ZS)	☐	☐	☐
ZS des laufenden Jahres	☐	☐	☐
Einsicht in Loseblattwerke	☐	☐	☐
Kopierdienste	☐	☐	☐
Recherche von ZS-Aufsätzen	☐	☐	☐
Recherche von Entscheidungen	☐	☐	☐
Recherche aus dem ISRV Info.System der Rentenv.)	☐	☐	☐
Recherche aus jur. CD's	☐	☐	☐
Recherche aus anderen CD's	☐	☐	☐
Fax-Anfragen (865 27397/27096)	☐	☐	☐
Telefonische Literaturanfragen	☐	☐	☐
Zusammenstellung v.Buchtiteln	☐	☐	☐
Parlamentsdrucksachen (Einsicht)	☐	☐	☐
Parlamentdrucksachen (Versand)	☐	☐	☐
andere Info's/Dienstleistungen (welche?)	☐	☐	☐

7. Benutzung der Bibliothek

(A) ich komme selbst

(B) ich bitte andere Mitarbeiter

(C) ich rufe an

8. Dienstleistungen der Bibliothek

Bitte Zutreffendes ankreuzen

Die Angebote der Bibliothek sind für meine Aufgaben

(A) sehr wichtig (B) wichtig (C) sehr hilfreich

(D) hilfreich (E) nicht hilfreich

(F) ich nutze die Angebote der Bibliothek nicht nur dienstlich

9. Wie sind Sie mit den folgenden Bibliotheksangeboten zufrieden?

Bitte in jeder Zeile das Zutreffende ankreuzen

	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	nicht zufrieden	Angebot wird nicht genutzt
Fachbücher	☐	☐	☐	☐	☐
Fachzeitschr.	☐	☐	☐	☐	☐
Loseblattw.	☐	☐	☐	☐	☐
Kopien	☐	☐	☐	☐	☐
Recherchen	☐	☐	☐	☐	☐
Datenbanken	☐	☐	☐	☐	☐
elektronische Medien	☐	☐	☐	☐	☐
Umläufe (ZS)	☐	☐	☐	☐	☐
Versand Parlaments-drucks.	☐	☐	☐	☐	☐

Wenn Sie mit einem Angebot weniger zufrieden sind oder ein Angebot überhaupt nicht nutzen, woran könnte das liegen? Was müßte verändert werden? Welche Angebote vermissen Sie?

10. Es interessiert uns, wie Sie andere Faktoren und Leistungen der Bibliothek bewerten.

Kreuzen Sie bitte in jeder Zeile die entsprechende Zahl

(Bewertung wie bei Zensuren) an.

Beispiel: sehr schlechte Bewertung = 5

sehr gute Bewertung = 1

(Sofern Sie Einzelheiten nicht beurteilen können, kreuzen Sie bitte in der letzten Spalte rechts an)

	5	4	3	2	1	0
Personal						
Freundlichkeit	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hilfsbereitschaft	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Qualität der Beratung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ausstattung						
technische Geräte	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Einrichtung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Leseplätze	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arbeitsplätze / Mitarb.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Orientierungshilfen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ausschilderung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Service						
Auskunft und Info	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zusendung von Literatur	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zusend. von Drucksachen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zusend. v. ZS-Aufsätzen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Literaturrückgabe	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vorbestellungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Insgesamt						
Wie zufrieden sind Sie generell mit der Bibliothek?	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Wenn Sie mit einzelnen Faktoren und Leistungen nicht zufrieden sind, in welchen Bereichen ist das und welche Verbesserungsmöglichkeiten sehen Sie? Für Ihre Kritik sind wir offen. Wir möchten gern auch darauf eingehen.

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe bei dieser Befragung. Wir werden Sie über die Ergebnisse gern informieren. Bitte fragen Sie auch bei Ihren nächsten Besuchen nach.