

# Inhalt

Vorwort — V

Verwendete Marginalien — XII

- 1 Die Bibliothek im Unternehmenskontext — 1**
  - 1.1 Das Unternehmen: eine heterogene Organisation — 1
    - 1.1.1 Auftrag und Struktur — 1
    - 1.1.2 Management und Mitarbeiter — 2
    - 1.1.3 Mitarbeiter der Unternehmensbibliothek — 3
  - 1.2 Positionierung der Unternehmensbibliothek — 4
    - 1.2.1 Positionierung beim Management und innerhalb der Organisation — 4
    - 1.2.2 Positionierung beim internen Kunden — 5
    - 1.2.3 Positionierung über die Kernaufgaben — 6
    - 1.2.4 Interne Schnittstellen — 8
  - 1.3 Kommunikation mit den internen Kunden — 10
    - 1.3.1 Bauen Sie Kommunikationskanäle auf — 11
    - 1.3.2 Nehmen Sie an Abteilungsbesprechungen teil — 12
    - 1.3.3 Gründen Sie einen „Runden Tisch“ — 13
    - 1.3.4 Veranstalten Sie einen „Tag der offenen Tür“ — 14
    - 1.3.5 Konzipieren Sie eigene Informationsmaterialien — 15
    - 1.3.6 Nutzen Sie Social Media? — 17
- 2 Das Internet und die Arbeitswelt — 21**
  - 2.1 Aspekte der Automatisierung in Unternehmen — 21
  - 2.2 Digitale Informationsangebote und Bibliotheksservices — 22
    - 2.2.1 Produzenten von digitaler Fachinformation — 22
    - 2.2.2 Herausforderungen für digitale Unternehmensbibliotheken — 23
    - 2.2.3 Folgen für die physische Bibliothek? — 25
  - 2.3 Verhalten und Erwartungen der Kunden — 26
    - 2.3.1 Selbstbedienung: Suche und Zugriff auf Informationen — 26
    - 2.3.2 Herausforderungen für Unternehmensbibliotheken — 28
  - 2.4 Umgang mit Copyright — 29
    - 2.4.1 Wozu Urheberrechte gut sind — 29
    - 2.4.2 Wer erlaubt, was gefällt? — 30
    - 2.4.3 Was bedeutet Open Access oder Creative Commons? — 31
    - 2.4.4 Rolle der Unternehmensbibliothek — 32
    - 2.4.5 Kommunikation über Urheber- und Nutzungsrechte — 33
- 3 Projektmanagement digitaler Services — 35**
  - 3.1 Projekte mit internen Partnern: IT-Abteilung — 36
    - 3.1.1 Projektrahmen und Vorarbeit — 36
    - 3.1.2 Pflichtenhefte, Anforderungskataloge — 38
    - 3.1.3 Tests — 39
    - 3.1.4 Umgang mit Tücken und Fallstricken — 39
    - 3.1.5 Rollout und Evaluation — 40
  - 3.2 Projekte mit externen Partnern: Outsourcing von Dienstleistungen — 41
    - 3.2.1 Warum Outsourcing? — 41
    - 3.2.2 Was externe Dienstleister bieten können — 42

- 3.2.3 Was vor der Wahl eines Dienstleisters zu bedenken ist — 43
- 3.2.4 Projektrahmen und Auswahlprozess — 44
- 3.2.5 Was bei Verträgen und Rahmenbedingungen zu beachten ist — 45
- 3.2.6 Evaluation — 46
  
- 4 Elektronische Medien selbst managen — 48**
  - 4.1 Lieferanten: Verlage und ihre Publikationen — 48
    - 4.1.1 Recherchen über Angebote — 48
    - 4.1.2 Kontaktaufnahme und Beziehungspflege — 50
  - 4.2 Elektronische Ressourcen: Begriffe und technische Details — 51
    - 4.2.1 E-Journals und elektronische Inhaltsverzeichnisse — 51
    - 4.2.2 E-Books — 53
    - 4.2.3 Nachschlagewerke online — 54
    - 4.2.4 Verlagsplattformen und typische Zugriffsarten für elektronische Medien — 54
  - 4.3 Lizenzen verhandeln — 56
    - 4.3.1 Die gängigen Lizenzmodelle — 56
    - 4.3.2 Was Lizenzverträge beinhalten — 58
    - 4.3.3 Verhandlung vor- und nachbereiten — 60
  - 4.4 Katalogisierung und Benutzung elektronischer Ressourcen — 61
    - 4.4.1 Kriterien erfassen und darstellen — 61
    - 4.4.2 Informationen für die Kunden — 62
    - 4.4.3 Diagnose von Zugriffsproblemen — 64
  - 4.5 Portfolio weiterentwickeln — 66
    - 4.5.1 Information-Life-Cycle überwachen — 66
    - 4.5.2 Statistiken auswerten — 66
    - 4.5.3 Kundenfeedback einholen — 67
    - 4.5.4 Feedback ans Management — 68
  
- 5 E-Procurement-Lösungen für Literaturbestellungen — 69**
  - 5.1 Document-Delivery-Services — 69
    - 5.1.1 Analyse von Serviceangeboten — 69
    - 5.1.2 Umgang der Lieferanten mit Copyright — 71
    - 5.1.3 Lieferantenauswahl — 71
      - 5.1.4 Bewertung des Services — 73
  - 5.2 Bucheinkaufsportale — 73
    - 5.2.1 Verschiedene Modelle für den Bucheinkauf online — 73
    - 5.2.2 Bestellung über den Online-Katalog — 75
    - 5.2.3 Der Online-Katalog im automatisierten Einkaufsworkflow — 76
    - 5.2.4 Der Online-Katalog als Literaturverwaltungsprogramm — 77
    - 5.2.5 Der Online-Katalog als OPAC für den internen Kunden — 78
  
- 6 Das Intranet – ein virtueller Platz für digitale Serviceangebote — 80**
  - 6.1 Das Serviceportal der Unternehmensbibliothek — 80
    - 6.1.1 Überlegungen zur Konzeption — 80
    - 6.1.2 Überlegungen zu den Inhalten — 82
  - 6.2 Gestaltung und Layout — 84
    - 6.2.1 Technische Voraussetzungen — 84
    - 6.2.2 Struktur der Inhalte — 86
    - 6.2.3 Pflege, Statistiken und Weiterentwicklung — 87
  - 6.3 Platzierung im Intranet — 88

6.4	Marketing für das Serviceportal	89
7	<b>In eigener Sache: das Berufsbild</b>	
	„Unternehmensbibliothekar für digitale Services“	93
7.1	Der Job-Titel und was dahinter stecken könnte	93
7.2	Erforderliche Kompetenzen	95
7.3	Evaluierung der eigenen Wirksamkeit	97
7.4	Qualifikationsmöglichkeiten oder „learning on the job“?	98
7.5	Fazit	100
8	Nachwort	102
9	Abkürzungsverzeichnis	103
10	Weiterführende Internetlinks	105
11	Sachwortregister	108
	Über die Autorin	113