

Coffee Lectures im Praxistest

Neben den klassischen Geschäftsfeldern der Medienbereitstellung und Vermittlung von Informationskompetenz gewinnt in Hochschulbibliotheken zunehmend die Forschungs- und Publikationsunterstützung der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler an Bedeutung. An der Universitätsbibliothek Dortmund (UB Dortmund) ist diese Aufgabe organisatorisch sowohl bei den Fachreferentinnen und Fachreferenten als auch im neu gegründeten Geschäftsbereich „Digitales Publizieren und Informationskompetenz“ verortet. Er umfasst ein großes Spektrum an Beratungsdienstleistungen von Open Access über Bibliometrie bis hin zum Forschungsdatenmanagement.

1. Das Dortmunder Modell

Um die Kompetenzen zu bündeln, hat sich eine Arbeitsgruppe aus den oben genannten Bereichen gebildet. Sie beschäftigt sich mit der Umsetzung neuer Ideen zur Forschungsunterstützung im Sinne des Positionspapiers der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) zur Informationskompetenzvermittlung. So hat die HRK bereits 2012 den Ausbau der „forschungsbezogenen Informationskompetenz“ gefordert und explizit als Zielgruppen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler benannt.¹ Die HRK fordert, diese „bei der Entwicklung der forschungsbezogenen Informationskompetenz mehr als bisher zu unterstützen und ihnen entsprechende Qualifizierungsangebote zur Verfügung zu stellen“.² Damit befindet sich die HRK im Einklang mit ähnlichen internationalen Bestrebungen wie denen der Association of College and Research Libraries (ACRL), die in ihren Standards von 2011 u.a. den folgenden Indikator für Hochschulbibliotheken formuliert: „Library personnel collaborate with campus partners to provide opportunities for faculty professional development“.³

Die Arbeitsgruppe an der UB Dortmund möchte dabei insbesondere Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler ansprechen, die sich einerseits noch in der Forschung etablieren und andererseits der Lehre widmen müssen. Gleichzeitig ist es Ziel der Arbeitsgruppe, die Bibliothek als Ansprechpartnerin in Fragen der Forschungs- und Publikationsunterstützung zu positionieren. Die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind derzeit nur selten für Services der Bibliothek zu sensibilisieren, die über die Bereitstellung von Literatur hinausgehen.⁴ Die zunehmende Digitalisierung der zur Verfügung gestellten Medien macht zudem persönliche Aufenthalte in der UB zunehmend überflüssiger, wodurch die Sichtbarkeit der Bibliothek abnehmen könnte.

1 Hochschulrektorenkonferenz, *Hochschule im digitalen Zeitalter: Informationskompetenz neu begreifen, Prozesse anders steuern*, Entschließung der 13. Mitgliederversammlung der HRK am 20. November 2012 in Göttingen (Bonn: HRK, 2012), 12, zuletzt geprüft am 24.03.2017, https://www.hrk.de/uploads/tx_szconvention/Entschliessung_Informationskompetenz_20112012_01.pdf.

2 Ebd.

3 „Standards for Libraries in Higher Education,“ Association of College & Research Libraries, zuletzt geprüft am 24.03.2017, <http://www.ala.org/acrl/standards/standardslibraries>.

4 Vgl. Jens Hofmann und Stephanie Kolbe, „Förderung von Informationskompetenz bei Promovierenden: Das Beispiel der Universitätsbibliothek Erlangen-Nürnberg,“ in *Handbuch Informationskompetenz*, hrsg. Wilfried Sühl-Strohmen-ger, 2. überarb. Aufl., De Gruyter Reference (Berlin, Boston: De Gruyter Saur, 2016), 347–356, bes. S. 350. <https://doi.org/10.1515/9783110403367-033>.

2. Zielsetzung der Coffee Lectures

Um die Zielgruppe der Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler zu erreichen, sollten die Kommunikationskanäle der UB Dortmund ganz im Sinne der ACRL-Standards um eine neue Veranstaltungsart ergänzt werden, fordert die ACRL doch eine „variety of contexts and [...] multiple learning platforms and pedagogies“.⁵ Bei Coffee Lectures handelt es sich um kurze Veranstaltungen von meist nicht mehr als 10-15 Minuten, in denen bei einer Tasse Kaffee Informationen vermittelt werden. Ähnliche Veranstaltungen werden auch unter den Begriffen „Brown bag meeting“/„Brown bag seminar“ oder „Lunch and learn“ im universitären, aber auch im privatwirtschaftlichen Bereich abgehalten.⁶ Gemein ist ihnen ein informeller und niedrigschwelliger Charakter, bei dem meist auf Anmeldung, feste Sitzordnungen usw. verzichtet wird. Im deutschsprachigen bibliothekarischen Kontext wurden Coffee Lectures erstmals 2013 am Infozentrum Chemie, Biologie, Pharmazie der ETH Zürich angeboten. Zielsetzung war es, die „Dienstleistungen, Angebote und Informationsquellen [der Bibliothek] bei Mitarbeitenden und Studierenden bekannter zu machen und ihre Nutzung zu unterstützen“.⁷

Im Unterschied zu Coffee Lectures an vielen andere UBs sollen die Dortmunder Coffee Lectures weniger die Zielgruppe der Studierenden ansprechen, für die es bereits umfangreiche Schulungs- und Informationsangebote gibt. Das Konzept der KIT-Bibliothek, ihre Schulungsangebote für Studierende in „Infohäppchen“ zu zerlegen, die als Werbung für die eigentlichen Schulungen dienen, wurde bewusst nicht angewendet.⁸ Aus Sicht der UB Dortmund sind für Studierende maßgeschneiderte Schulungen, idealerweise im Rahmen entsprechender Lehrveranstaltungen, nach wie vor das passende Format. Die Coffee Lectures dagegen, die aktuelle Themen aufgrund der sehr begrenzten Zeit nur schlaglichtartig beleuchten können, richten sich hauptsächlich an wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Als ein niedrigschwelliges, unverbindliches Angebot informieren die Lectures bei minimalem zeitlichen Aufwand über Dienstleistungen der UB und weitere für die Zielgruppe relevante Themen für Forschung und Lehre. Als positiver Nebeneffekt wird zusätzlich ein Forum für den Aufbau und die Intensivierung persönlicher Kontakte zu den Fächern geboten und der Austausch zu aktuellen Entwicklungen in den Fachbereichen gefördert. Die oft bilateralen Gespräche im Anschluss an die Coffee Lectures weisen einen geringeren formellen Charakter auf, als es Gremiensitzungen und ähnliche Veranstaltungen ermöglichen können.

5 „Standards for Libraries in Higher Education,“ Association of College & Research Libraries.

6 Siehe hierzu das Lemma „Brownbag“ in der Wikipedia, zuletzt geprüft am 10.05.2017, <https://de.wikipedia.org/wiki/Brownbag>. Im schulischen Bereich zum Zwecke des kollegialen Austauschs vgl. z.B. Lynnette Mawhinney, „Let’s Lunch and Learn: Professional Knowledge Sharing in Teachers’ Lounges and Other Congregational Spaces,“ *Teaching and Teacher Education* 26, Nr. 4 (2010): 972-978, <https://doi.org/10.1016/j.tate.2009.10.039>.

7 Oliver Renn, „„Anwenderschulung zur computergestützten Informationsbeschaffung für Fortgeschrittene‘ oder doch lieber in die Coffee Lectures?“ *Information - Wissenschaft & Praxis* 65, Nr. 3 (2014): 190–194. <https://doi.org/10.1515/iwp-2014-0038>.

8 Vgl. hierzu Diana M. Tangen, „Die Coffee Lectures, Infohäppchen zur Mittagszeit in der KIT-Bibliothek,“ *b.i.t.online* 18, Nr. 6 (2015): 513–515, zuletzt geprüft am 10.05.2017, <http://www.b-i-t-online.de/pdf/bit/bit2015-6.pdf>.

3. Die Dortmunder Coffee Lectures in der Praxis

Als Werbeträger verwiesen bislang Flyer und Plakate sowie Blogbeiträge auf der Homepage der UB Dortmund auf das neue Vermittlungsformat. Zudem warben die Fachreferentinnen und Fachreferenten gezielt über die Kommunikationskanäle der verschiedenen Fakultäten. Eine Bekanntmachung über die zentralen E-Mail-Verteiler der Technischen Universität Dortmund (TU) erfolgte in der Testphase jedoch noch nicht. Ein Ausbau der Werbemaßnahmen ist für die kommenden Veranstaltungen ab dem Sommersemester 2017 vorgesehen.

Die ersten fünf Coffee Lectures wurden in der vorlesungsfreien Zeit im Februar 2016 angeboten. Eine zweite Runde wurde bewusst in die darauf folgende Semesterzeit gelegt, um die Resonanz beim akademischen Mittelbau in dieser Zeitphase zu testen, und umfasste sechs Termine im Juni. Im wöchentlichen Abstand wurde jeweils mittwochs um 13:15 Uhr in das Foyer der UB eingeladen, um sich bei „Informations-Appetithappen“ und einem Kaffee mit den neuesten Entwicklungen im Bereich des wissenschaftlichen Publizierens zu beschäftigen. Als besonderes Event wurde ein „Weihnachtsspecial“ im Dezember 2016 angeboten mit den fünf beliebtesten Themen der bisherigen Coffee Lectures. Im Februar 2017 begann dann die dritte Runde im neuen Jahr mit insgesamt fünf Terminen.

Die zentrale Lage der UB in direkter Nachbarschaft zur Hauptmensa begünstigte sicherlich auch die Entscheidung, den mittäglichen Kaffee hier garniert mit Informationen einzunehmen. Im Foyer entstand mittels eines großen Monitors und einiger Stehtische eine Lounge-Atmosphäre, die auch „Durchreisende“ auf dem Weg in die Lesesäle ansprach. Die Verortung im Foyer war eine bewusste Entscheidung, um die Hemmschwelle so niedrig wie möglich zu halten und die Unverbindlichkeit des Angebots zu betonen. Auch darin unterscheidet sich das Angebot der UB Dortmund von dem anderer Bibliotheken. So finden sowohl die Coffee Lectures des KIT als auch die des Infozentrums Chemie, Biologie, Pharmazie der ETH Zürich in geschlossenen Räumen statt.⁹ Eine mobile Lautsprecherbox mit Mikrofon ergänzte die technische Ausstattung, so dass der Lärmpegel in der belebten Eingangshalle kein Problem darstellte. Der Kompromiss aus räumlicher Offenheit und zentralem Veranstaltungsort unterscheidet die Dortmunder Coffee Lectures dabei von anderen niedrigschwelligen Formaten wie zum Beispiel den „Roadshows“, bei denen die Mitarbeitenden der Bibliothek in den Räumlichkeiten der jeweiligen Zielgruppe vortragen und die daher auch mit deutlich mehr Koordinierungsaufwand verbunden sind.¹⁰ Der Aufwand für den Transport der technischen Gerätschaften sowie der Aufbau im Foyer inklusive des Kaffees und der Stehtische wird in der UB Dortmund überwiegend von den Kolleginnen der Arbeitsgruppe mit Unterstützung der bibliothekseigenen IT und dem Sekretariat geleistet. Die Vorarbeiten verteilen sich so auf mehrere Personen und fehlendes Equipment kann schnell ergänzt werden. Der logistische Aufwand hält sich somit in akzeptablen Grenzen.

Bei der Formulierung der Themen wurde, wie von Renn empfohlen, darauf geachtet, keinen Bezug zu „Schulung“ oder zur „Informationskompetenz“ herzustellen.¹¹ So betitelt die UB Dortmund ihre

⁹ Vgl. Renn, S. 192, und Tangen, S. 513. „Die Coffee lectures.“

¹⁰ Wilfried Sühl-Strohmeier, „Betriebsorganisation: Die ‚Roadshow‘ als Mittel des Informationsmarketing der Universitätsbibliothek,“ *Bibliotheksdienst* 35, Nr. 9 (2001): 1027–1036, <https://doi.org/10.1515/bd.2001.35.9.1027>.

¹¹ Renn, S. 192.

Coffee-Lectures-Reihen sowohl im Blog als auch auf den Flyern mit „5 x 10 Minuten Wissen tanken – Coffee Lectures in der Bibliothek“.

Die Themen waren u. a.

- Alerting-Dienste – immer auf dem Laufenden
- h-Index – zeigen Sie Ihre Leistung!
- Impact Factor - „Germany's Next Top Journal?“
- Open-Access - „Sie publizieren, wir finanzieren“
- ORCID – „eine Nummer für sich“
- Urheberrecht – Grundlagen und Tipps
- Bildrechte – alles so schön bunt hier
- Plagiate erkennen mit elektronischen Spürhunden

Während die ersten Veranstaltungen vor allem die Forschungs- und Publikationstätigkeit von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in den Blick nahmen, wurde das Spektrum im Verlaufe der Veranstaltungsreihen auch um Fragestellungen aus der Lehre wie z.B. Plagiaterkennungsoftware erweitert.

Die Lectures waren als kurze „Schlaglichter“ mit Präsentationen oder Live-Vorführung der jeweils passenden Internetseiten angelegt. Ebenfalls in Anlehnung an die Ausführungen von Renn wurde darauf geachtet, dass der Vortrag maximal 10 Minuten dauerte,¹² um die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden zu erhalten, was gerade angesichts des offenen und belebten Veranstaltungsortes durchaus eine Herausforderung darstellte. Zudem wurden Themen bewusst nur angerissen, um speziellere Fragen und tiefergehende Gespräche im Anschluss daran oder auch in späteren Beratungen zu ermöglichen. Hierbei sorgten die Stehtische für eine dynamische Atmosphäre, die spontane Gespräche und den Austausch zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Bibliothek und Fakultäten, aber auch zwischen den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen untereinander ermöglichte. Der mit aktuellen Informationen „angereicherte“ Kaffee zog nicht nur die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus verschiedenen Fakultäten und durchreisende Studierende an, sondern auch Kolleginnen und Kollegen aus der Bibliothek. Wer sich für die aktuellen Themen in Forschung und Lehre und das spezielle Vermittlungsformat interessierte, nutzte die Coffee Lectures als interne Fortbildung – ähnlich wie es auch in der KIT-Bibliothek beobachtet werden konnte.¹³ Auch die nicht in der Arbeitsgruppe vertretenen Fachreferentinnen und Fachreferenten haben den Wert dieser Veranstaltungsreihe für die Kontaktpflege und den Austausch mit den wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ihrer Fakultäten erkannt und regelmäßig teilgenommen.

Durch dieses gelungene Zusammenspiel waren einige der Fächer regelmäßig bei den Veranstaltungen vertreten. Die Anwesenden konnten anschließend in ihren Gebieten sogar als Werbeträger und Multiplikatoren für die in der UB angesprochenen Themen fungieren.

¹² Renn, S.191.

¹³ Tangen, S. 515.

Bei den Terminen im Februar 2017 waren im Durchschnitt elf wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anwesend; im Juni kamen durchschnittlich sieben Zuhörende aus dem wissenschaftlichen Bereich. Die insgesamt eher niedrigen Zahlen dürften noch auf die fehlende Bekanntheit des neuen Formats zurückzuführen sein und sind möglicherweise auch der eng gefassten Zielgruppe geschuldet. Mundpropaganda führt zu wachsendem Interesse. Darüber hinaus sollen bei zukünftigen Veranstaltungsreihen die Werbemaßnahmen in Form von zentralen Rundmails und Flyern im Mensagebäude ausgeweitet werden. Die geringeren Zuhörerzahlen im laufenden Semester gegenüber denjenigen in der vorlesungsfreien Zeit sind laut Auskunft der Anwesenden aus der Zielgruppe auch auf Lehrverpflichtungen und Gremiensitzungen während des Semesters zurückzuführen. Für künftige Veranstaltungen bietet sich daher die vorlesungsfreie Zeit an. Betrachtet man die ACRL-Erfolgsindikatoren der geforderten Veranstaltungen für wissenschaftliche Mitarbeitende, so lautet der erste Punkt: „Faculty participate in workshops and other professional opportunities provided by librarians in collaboration with other campus partners“.¹⁴

Neben dem quantitativen Kriterium der Teilnehmerzahlen sehen die „Standards for Libraries in Higher Education“ auch eine Reihe qualitativer Erfolgsindikatoren vor wie beispielsweise „Faculty judge librarians to be collaborators in educating students“ und „Faculty positively rate their experiences in workshops and other professional opportunities provided by librarians“. Aufgrund des informellen Charakters der Dortmund Coffee Lectures erfolgte bislang keine formelle Evaluierung. Die Tatsache, dass sich im Anschluss an die Veranstaltungen im Plenum oder im bilateralen Kontakt immer Gespräche zum jeweiligen Thema ergaben, sowie das positive mündliche Feedback vieler Teilnehmenden lassen allerdings den Schluss zu, dass die Coffee Lectures auch in dieser Hinsicht erfolgreich waren.

4. Fazit und Ausblick

Die direkte Ansprache der Zielgruppe der wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat mit dem neuen Format der Coffee Lectures an der UB Dortmund gut funktioniert. „Stammgäste“ und Multiplikatoren haben mitunter neue Interessierte mitgebracht. Sowohl im Anschluss an die Coffee Lectures als auch im Nachgang der jeweiligen Veranstaltung ergaben sich auf die Themen bezogene Gespräche und ein für beide Seiten fruchtbarer Austausch rund um relevante Themen für Forschung und Lehre. Die Bibliothek konnte sich wie geplant als Ansprechpartnerin für aktuelle Fragestellungen zur Publikationsunterstützung positionieren und die Kontakte zu den Fachbereichen bis auf Lehrstuhlebene intensivieren.

Ursula Helmkamp, Universitätsbibliothek Dortmund

Kathrin Höhner, Universitätsbibliothek Dortmund

Iris Hoepfner, Universitätsbibliothek Dortmund

Stephanie Marra, Universitätsbibliothek Dortmund

Zitierfähiger Link (DOI): <http://dx.doi.org/10.5282/o-bib/2017H2S96-100>

¹⁴ Vgl. „Standards for Libraries in Higher Education,“ Association of College & Research Libraries.