

# „Rezeptfrei und ohne Nebenwirkungen“

## - Medienvermittlung am Krankenbett -



### Fortbildung

für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter  
aus Bibliotheken in Krankenhäusern

Dokumentation  
Bonn, 6. Juni 2008

**bv.**  
Borromäusverein

## Inhalt

|   |           |
|---|-----------|
| Einleitung  | <b>3</b>  |
| Möglichkeiten und Grenzen von Literatur- und Ausleihgespräch<br>Abgrenzung zwischen Literaturgespräch und Bibliothherapie (Sonja Bluhm) | <b>4</b>  |
| Workshop „Literaturgespräche am Krankenbett“  | <b>17</b> |
| Workshop „Hörbücher und DVD-Videos“ (Birgit Stenert)  | <b>19</b> |
| Workshop „Zeitschriften im Bestand der BiK (Hubert Vitt-Wagener)  | <b>34</b> |
| Novitätenliste (Christoph Holzapfel)  | <b>40</b> |
| Ausblick  | <b>44</b> |

Hinweis: Dokumentationen früherer Fachtagungen stehen online unter:  
[http://www.borromaeusverein.de/articles/article/bibliothek\\_im\\_krankenhaus\\_-\\_bik/](http://www.borromaeusverein.de/articles/article/bibliothek_im_krankenhaus_-_bik/)

## Impressum

---

© Borromäusverein e.V., 2009

Redaktion: Sachausschuss IV der bv. - Fachkonferenz; Ute Brandenburg; Rebecca Taubach



## Vorwort

### „Haben Sie etwas Schönes zu lesen für mich?“

Diese Frage bildet häufig den Auftakt zu einem Gespräch, das sich am Krankenbett zwischen Patient/in und Büchereimitarbeiter/in ergibt. Selbstverständlich hat die Bibliothek eine Vielzahl von Büchern im Bestand, die „schön“ sind. Aber was steckt tatsächlich hinter diesem Begriff? Hier ist das Fingerspitzengefühl der Büchereimitarbeiter/innen gefragt! Es gilt auszuloten, welche Art von Literatur der/die Patient/in gerne liest und was er/sie im Augenblick braucht. Gibt es Lieblingsschriftsteller/innen? Wie muss der Inhalt sein – eher heiter, was „für’s Herz“ oder etwas Spannendes? Und schon ist man mittendrin, im Gespräch über Literatur. Nicht selten ergibt sich darüber auch ein Dialog über das Leben und die Lebenswelt, in der der/die Patient/in sich gerade befindet.

Mit dem eintägigen Fortbildungsangebot „Rezeptfrei und ohne Nebenwirkungen – Medienvermittlung am Krankenbett“ wurde der oben skizzierte Alltag und Tätigkeitsschwerpunkt von Mitarbeiter/innen aus Bibliotheken in Krankenhäusern (BiK) aufgegriffen. Im einleitenden Vortrag und anschließendem Workshop wurde die Dimension und Wirkung dieser Literaturgespräche mit Patient/innen deutlich herausgearbeitet. Das Angebot der Tagung ging aber noch einen Schritt weiter: Denn so verschieden die Patienten sind, so unterschiedlich sind auch ihre Mediengewohnheiten. In der Konsequenz ist die Bibliothek gefragt, sich auf die veränderten Bedürfnisse einzustellen. Hörbücher, DVD-Videos und Zeitschriften halten längst den Einzug in den Bestand von Bibliotheken in Krankenhäusern. Die spezifischen Anforderungen und Vorzüge dieser Medienformate waren Thema in zwei weiteren Workshops der Fortbildung.

Die Dokumentation bündelt die Informationen, die im Rahmen der Tagung an die Teilnehmer/innen weiter gegeben wurden. Sie enthält jedoch nicht die Erfahrungen und (Geheim-) Tipps, die die Teilnehmenden untereinander ausgetauscht haben. Deshalb noch ein persönlicher Rat von mir: Nutzen Sie die Chance sich fortzubilden und besuchen Sie insbesondere die Tagungen, die sich speziell an Mitarbeiter/innen aus Bibliotheken in Krankenhäusern wenden!

Die nächste Gelegenheit dazu besteht am 11. Juni 2010 in Bonn ( siehe Seite 44).

Bonn/Münster, im Februar 2008

Für den Veranstalter:

Birgit Stenert, Dipl. Bibl.



## **Möglichkeiten und Grenzen von Literatur- und Ausleihgespräch für Mitarbeiter/innen von Bibliotheken in Krankenhäusern (BiK), Abgrenzung zwischen Literaturgespräch und Bibliothotherapie**

*Der Text basiert auf dem Vortrag, der als Impulsreferat bei der BiK-Tagung von Sonja Bluhm (geb. Lebert) gehalten wurde.*

Gesprächssituationen in der Bibliothek, im Krankenhaus oder direkt am Krankenbett können vielfältig sein:

- Ausleihgespräch
- Rückgabegespräch
- Patient beginnt von sich aus Gespräch
- Vorlesen
- Gesprächskreis

Die bekannte Geschichte von Willi Fährmann „Der überaus starke Willibald“ (1983) beschäftigt sich mit der Bedeutung des Lesens:

Der Mäuseboss Willibald kann Lillimaus nicht leiden, weil sie sich von der Gesellschaft abhebt – sie hat weißes Fell und rote Augen und stellt somit angeblich eine Gefahr für alle dar. Deshalb verbannt er Lillimaus in die Bibliothek, während die anderen Mäuse in die Speisekammer dürfen. Lillimaus macht aus der Not eine Tugend und bringt sich selbst das Lesen bei. Fasziniert von den Geschichten, versucht sie den anderen Mäusen verständlich zu machen, was Lesen bedeutet:

*„Lesen ist wie Wasser in der Wüste. (...) Lesen, das ist wie fliegen, fliegen aus unserer Küchentür hinaus hoch über die Bäume im Garten hin und weiter, immer weiter in fremde Länder und ferne Welten. (...) In jeder Geschichte findest du ein Stück von dir selbst. Du lernst dich selbst besser kennen.“*

Astrid Lindgren beschreibt es so:

*„Wenn ich ein Buch lese, werden durch Zeichen und Symbole, durch Handlungsketten*



*und Dialoge Assoziationen hervorgerufen, die sich zu Bildern in meiner Phantasie formen lassen, deren Formprozeß ich aber selbst gestalte. Beim Lesen bin ich Herr meiner Gedanken, Bilder, Phantasie. Und so wird mir das „Lese-Abenteuer“ mit einem spannenden, noch unbekanntem Buch zum grenzenlosesten aller Abenteuer.“<sup>1</sup>*

Diese Lese-Erlebnisse gelten sicher immer und überall und so auch im Krankenhaus, aber zur Lesesituation im Krankenhaus können noch andere Punkte hinzukommen:

**Lesen kann hier zusätzlich folgende „Funktionen“ haben:**

- Reduzierung akuter Ängste
- Geistige und emotionale Aktivierung
- Schaffung eines „Gegenambientes“ zur strengen Funktionalität des sonstigen Klinikbetriebes
- Allgemein genesungsfördernde Wirkung
- Ablenkung/Flucht/Eintauchen in andere Welten, Zeiten, an andere Orte
- Information (z.B. über Krankheit, Heilverfahren, Therapien,...)
- Auseinandersetzung mit der eigenen Situation
- individuelle Zuwendung und Ansprache

„Geschichten und Romane ermöglichen regenerierendes Vergessen, Abtauchen, Atemholen. Durch das Abtauchen in die fiktionale Welt der Dichtung kann sich die Psyche erholen, ja befreien von allem Druck, aller Belastung, von Stress. Diese seelische Entlastung (Katharsis) führt zu psychischer Befreiung, die nach dem Auftauchen in die reale Welt so viel Kraft zurückgewinnen lässt, daß sie die Realität durchstrahlt und das Bewusstsein stärkt.“<sup>2</sup>

Dieser Gewinn, der sich durch „einsames“ Lesen einstellen kann, kann durch Gespräche noch vertieft werden. Nicht nur für den/die Patienten/in, auch für Mitarbeiter/innen in Krankenhäusern als Gesprächspartner.

---

<sup>1</sup>Udo Kittler: Lesen ist wie Wasser in der Wüste, S. 30

<sup>2</sup>Udo Kittler: Lesen ist wie Wasser in der Wüste, S. 29



## Gewinn durch Literaturgespräch:

- Sozialkontakt
- Adäquater Gesprächspartner
- Entdeckung neuer Dimensionen im Text
- Verschiedene Lesarten und Blickwinkel durch das Gespräch über Literatur entdecken
- Raum für unterschiedliche Ansichten, Erfahrungen, Erlebnisse geben
- Eigene Positionierung zu gesellschaftlichen und persönlichen Fragen finden, erweitern, verändern, schärfen und hinterfragen
- Der eigenen Lesebiographie nachspüren
- Texte entdecken, die man selbst nie zur Hand genommen hätte
- Die eigenen Erfahrungen und Gefühle kommunizieren und damit offener für die Sprache und Ansichten Anderer werden
- Sich offen über existentielle Fragen von Leben und Glauben austauschen

Hans Magnus Enzensberger dazu: *„Das Buch liefert dem Leser gerade in schwierigen Zeiten etwas, was er in seiner Erfahrungswirklichkeit schmerzlich vermisst [...] Literatur kann dazu dienen, gesellschaftlich erzeugte Sinndefizite zu kompensieren.“*<sup>3</sup>

Ein kleines Experiment zur Leserezeption:

*Stellen Sie sich einen Apfel vor. Betrachten Sie ihn von allen Seiten.*

*Wie sieht er aus? Welche Farbe hat er? Wie ist er geformt? Ist er schon reif?*

*Können Sie ihn riechen? Schmecken?*

*Wo befindet sich Ihr Apfel? Liegt er in einer Obstschale? Hängt er noch am Baum?*

*Vielleicht kommen Ihnen bestimmte Erinnerungen, Gedanken, Gefühle, Bilder bei dem Wort „Apfel“ in den Sinn?*

*Öffnen Sie wieder die Augen. Nun lade ich Sie ein, wer möchte, uns kurz „SEINEN“ Apfel zu beschreiben.*

Erfahrungsgemäß kommen die unterschiedlichsten Apfelbilder und Situationen aus dem Plenum: Rote, grüne, faule, kleine; der Apfeldiebstahl aus Nachbars Garten, mühsame

---

<sup>3</sup>Florian Huber: Durch Lesen sich selbst verstehen, S. 55



Apfellese, Keltern, Urlaub in der Provence und unendlich lange Apfelplantagen, der Duft von Omas selbstgebackenen Apfelkuchen, usw.

Hans Magnus Enzensberger bringt es auf den Punkt:

*„Wenn zehn Leute einen literarischen Text lesen, kommt es zu zehn verschiedenen Lektüren. Das weiß doch jeder.“*

Und am Anfang stand ein einziges Wort – Apfel.

Wie viel mehr innere Bilder und Assoziationen, Bewertungen und Gefühle werden erst durch einen literarischen Text angesprochen!

Die Geschichten, Bilder und Assoziationen sind so verschieden, wie wir Menschen verschieden sind, und jeder liest ein Wort, einen Satz, ein ganzes Buch vor seinem ganz persönlichen Lese- und Lebenshintergrund.

Lesen ist ein einsamer Akt.

Aber der eigentliche Gewinn der Lektüre stellt sich oft erst dann ein, wenn ich mit Anderen über das Gelesene gesprochen habe.

Und dabei geht es selten darum, wie der/die Autor/in die Geschichte konstruiert und welche Erzählperspektive er/sie gewählt hat, sondern um das, was der Text in mir zum Klingen gebracht hat: Begeisterung, Abscheu, Irritation, Provokation, Freude, Lust,...

Literatur spricht Herz und Verstand gleichermaßen an.

Die Leserforschung bestätigt es immer wieder: Leseverhalten, Lesemotivation und Lesevorlieben sind abhängig von:

- Alter
- Geschlecht
- Beruf
- Bildung
- Lebensweise
- Leseerfahrung und beim kranken Leser evtl. auch vom jeweiligen Krankheitsbild und Gesundheitszustand.



Patient/innen sind keine spezifische Zielgruppe, sondern können jeden Alters, Geschlechts, Bildungsstands,...sein.

Außerdem wirkt ein und derselbe Text je nach Stimmung und Situation völlig anders. Deshalb gibt es kein „richtig oder falsch“ der Interpretationen, kein „was wollte uns der Autor damit sagen“.

Das ist elementar für alle Gesprächssituationen.

Vor mehr als 170 Jahren erkannten amerikanische Ärzte die Bedeutung von Lesen für den Heilungsprozess. Entdeckten sie wieder – muss man richtigerweise sagen - denn bereits die alten Griechen nutzten Literatur zu therapeutischen Zwecken und über der Bibliothek von Alexandria war zu lesen: „Psyches latreion“ (Heilstätte für die Seele).

*„Die eigenartige Macht der Literatur beruht auf der Tatsache, daß sie auf emotionaler Ebene einen Einfluß ausüben kann, der genauso stark ist wie der, den lebendige Menschen oder reale Situationen ausüben.“* (L.M. Rosenblatt, Pädagoge)

Wie aber soll ich als Büchereimitarbeiter/in wissen, welche Literatur geeignet ist, welche Literatur dem Leser gefallen wird?

In der Fachwelt gibt es kontroverse Diskussionen, was die „Passung“ des Buches angeht. <sup>4</sup>

Der Germanist, Theologe und Pädagoge Peter Raab (1988) gruppiert in seinem im Herder-Verlag erschienenen Werk „Heilkraft des Lesens“ Bücher nach bestimmten Lebenslagen und Krisensituationen und nimmt eine Einteilung der Lebensbereiche vor, denen er bestimmte „seriöse“ Titel zuordnet.

Florian Huber weicht von diesem Schubladendenken ab und unterscheidet dagegen die individuelle/bewegende Passung:

---

<sup>4</sup>Vgl. Florian Huber: Durch Lesen sich selbst verstehen, S. 195ff



## 1. Text muss das zum Zeitpunkt der Lektüre biographisch bedeutsame Thema des Lesers transportieren

- Leser muss seine eigenen Erlebnisse, Erfahrungen, Bedürfnisse, Wünsche hineinerzählen können
- Text muss dem Leser realistisch erscheinen, d.h. er muss seine eigenen Werte und Emotionen spiegeln

## 2. Realitätsrepräsentativität des Textes

- Übertragbarkeit auf die reale Lebenswelt
- Ich-Erzählperspektive spielt hierbei eine wichtige Rolle für die Identifikation

Im Prinzip also genau das, was sich bei dem „Apfel-Experiment“ gezeigt hat. Der Text knüpft an die Erinnerungen, Erfahrungen, Gefühle, usw. an.

Das heißt: grundsätzlich ist jeder Roman, jedes Gedicht, jeder Text geeignet, solange er:

- Identifikationsmöglichkeiten gibt, d.h., den Leser dort abholt, wo er steht
- Lebensbejahend ist
- Zukunftsperspektiven vermittelt
- Zu Konfliktlösungen anregt
- Zum nächsten Schritt ermutigt
- die Phantasie anregt

**„Ein Buch muß die Axt sein für das gefrorene Meer in uns“**, hat Franz Kafka einmal gesagt. Manchmal bricht das Buch etwas in uns auf, das uns unbequem ist, uns Schmerzen bereiten kann. Das gute Buch im Sinne der Bibliothherapie (s.u.) lässt den Leser damit jedoch nicht allein. Es vermittelt Perspektiven, bietet Assoziationen, Ideen und Phantasien für Lösungswege an. <sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Udo Kittler: Lesen ist wie Wasser in der Wüste, S. 17



Geeignet ist oft auch **Kinderliteratur**, der wir meistens wie selbstverständlich die Heilkraft des Lesens zuschreiben. Schauen wir auf den Buchmarkt, der unzählige Bücher bereithält, wie z.B. gegen Angst vor dem (Zahn-)Arzt, Neid/Eifersucht (neues Geschwisterchen), Trennungsangst (Scheidung), Tod (Großeltern, Haustier), Krankheit, Erwachsenwerden (Schnuller, Windelfrei,...).

Aber: Was dem einen Leser hilft, kann für den anderen sogar kontraproduktiv sein:

Der Theologe und Publizist Helmut Thielicke hierzu: *„Da ich dazu verurteilt war, viele Monate meines Lebens als Schwerkranker und in manchmal hoffnungslosem Zustand Krankenzimmer zu bewohnen, habe ich eine merkwürdige Erfahrung gemacht. Manche wohlmeinende Freunde brachten mir allerhand Schmunzelbücher in der rührenden Annahme, sie würden damit den Depressionen entgegenwirken und mich auf andere Gedanken bringen. Ich mochte das aber gar nicht, obwohl mir sonst der Sinn für Humor keineswegs abgeht. Ich griff lieber zu Büchern, die vom Leiden anderer Menschen und von der Art sprachen, wie sie damit fertig wurden.“*<sup>6</sup>

Was bedeutet das jetzt für die Auswahl der Lektüre, für das Gespräch am Krankenbett? Wichtig ist, dass bei Gesprächen im Vorfeld herausgefunden wird, was der Patient möchte.

Dabei helfen einige Fragen:

Warum lesen Sie? Normalerweise und hier

Was lesen Sie sonst?

Was gefällt Ihnen besonders an.....(Krimi, Historisches, ....)?

Welche Szene hat Sie besonders bewegt/berührt? Warum?

Welche Figur/welcher Charakter hat Sie am meisten angesprochen?

Gibt es ein Buch, das Sie geprägt hat, das Ihnen wichtig ist?

Wie müssen Sprache, Stil, Aufmachung sein, damit Ihnen ein Buch gefällt?

Die so gewonnenen Informationen helfen natürlich nur weiter, wenn der/die Büchereimitarbeiter/in den eigenen Bestand gut kennt und weiß, was er dem Leser mit Vorliebe für

---

<sup>6</sup>Udo Kittler: Lesen ist wie Wasser in der Wüste, S. 125



skandinavische Krimis anstelle eines Henning Mankells anbieten kann.

Die Frage „wie hat Ihnen das Buch gefallen?“ ist häufig ein Türöffner für ein intensives Gespräch.

Hierbei ist natürlich wichtig, ob der/die Mitarbeiter/in das Buch selbst gelesen hat (und noch präsent hat) oder ob ihm das Buch völlig unbekannt ist.

Wenn das Buch gelesen wurde ist es wichtig, die eigene, ganz subjektive Meinung zu äußern und evtl. auch zu begründen (mir war das Buch zu dialoglastig, auch wenn die Story/Idee hervorragend war).

Ist das Buch nicht bekannt, hat der/die Mitarbeiter/in eher die Rolle des Fragenden (was hat Ihnen genau gefallen? Wie ging es dann weiter? Wem würden Sie das Buch empfehlen? usw.) bzw. des Zuhörers.

Aber auch Vorlesen kann der Einstieg in ein Literaturgespräch sein.

*„Vorlesen ist eine Kunst, die jeder kann, der die Geduld und die Muße aufbringt, sich auf die Wünsche und Bedürfnisse seines jeweiligen Zuhörers einzustellen.“*

(Peter Schreiner in: Bücher zum Vorlesen)

Vorlesen ist jedoch kein mechanischer Akt und wenn die Vorlesestunde beendet ist, wird das Buch zugeklappt und der Vorleser geht seines Weges.

Einem anderen Menschen vorzulesen bedeutet, Beziehung zum anderen aufzunehmen, gemeinsam eine (fiktive) Geschichte zu erleben, zu erleiden, mitzufiebern. Das anschließende Gespräch über das Gelesene und Gehörte ist damit mindestens ebenso wichtig wie das Vorlesen selbst.

Dies und alles Folgende gilt selbstverständlich genauso auch für das „normale“ Literaturgespräch.

Lesen und Vorlesen kann man lernen und man muss keine Sprechausbildung haben, um jemandem vorzulesen.

Was man sich als Vorleser aber vorher unbedingt bewusst machen muss ist, dass das



Gehörte beim Gegenüber Emotionen, Gesprächsbedarf, Fragen auslösen kann, mit denen es umzugehen gilt. Dafür bedarf es Einfühlungsvermögen und die Bereitschaft, sich auf den Zuhörer einzulassen.

Der richtigen Textauswahl kommt damit eine wichtige Bedeutung zu.

## **Textauswahl**

- Der Text muss dem Vorleser Spaß machen; er muss von dem Text überzeugt sein.
- Die Bücher sollten nicht zu dick sein bzw. gut in Etappen gelesen werden können.
- Grundsätzlich eignet sich alles zum Vorlesen, was dem Gegenüber gefällt; auch Zeitungen, Kinderbücher, Gedichte, Kurzgeschichten, Sachliteratur,...

Im **Vorgespräch** mit dem Zuhörer muss geklärt werden:

- Was seine Vorlieben und Abneigungen sind.
- Ob es Tabuthemen (z.B. Tod, Krankheit, Krieg) und Lieblingsthemen (z.B. andere Länder, Biographien) gibt.
- Ob er bestimmte Gattungen (z.B. Krimi, Fantasy, Märchen) bevorzugt/ablehnt.
- Welche literarische Formen er mag/nicht mag (Kurzgeschichten, dialoglastige Romane, Briefromane, ...).
- Welche Titel er bereits gelesen hat und vielleicht noch einmal hören möchte.

## **Das Vorlesen**

- Im Raum sollte eine ruhige Atmosphäre herrschen und Störungen möglichst ausgeschlossen sein.
- Der Vorleser setzt sich am besten gut sichtbar in Blickrichtung des Zuhörenden. Liegt der Zuhörer im Bett, so setzt er sich am besten neben das Bett. Wichtig ist, dass immer Augenkontakt bestehen kann.
- Für den ersten Besuch sollten 60-90 Minuten eingeplant werden, um miteinander vertraut zu werden, die Lektürewünsche und den Ablauf zu klären.
- Zur Vorlesestunde gehören immer Ankommen/Begrüßen, das Vorlesen, das Gespräch über das Gehörte, das Abschiednehmen, die Absprache über Termin und Buch.
- Da man hört, ob der Vorleser bei „der Sache ist“ oder mit seinen Gedanken ganz wo-



anders, sollte sich der Vorleser genug Zeit nehmen, anzukommen, eine gemütliche Leseposition zu finden und sich auf das Gegenüber einzustellen.

Ärzte kümmern sich um den Körper, die Literatur kümmert sich um die Seele!  
Büchereimitarbeiter/innen kommt daher oft eine „Seelsorger-Funktion“ zu.

Dabei spielt Zuhören oft die größte Rolle.

*„Gott gab dem Menschen zwei Ohren, aber nur eine Zunge, damit er doppelt soviel zuhören kann wie er spricht.“* (Arabisches Sprichwort)

**Es ist gesetzlich festgelegt: Bibliothekare dürfen keine juristische, medizinische oder psychologische Beratung geben (selbst wenn sie es könnten)!**

Ohne Zweifel sind Mitarbeiter/innen in Krankenhausbüchereien manchmal Seelsorger, Kummerkasten, Psychologe – und manchmal für den/die Patienten/in sogar wichtiger und hilfreicher als diese Personengruppen.

Dennoch ist es wichtig, dass eine klare Trennung zur Therapie vorgenommen wird.

### **Abgrenzung zu Biblio- und Poesietherapie**

#### ***Bibliotherapie:***

Der Terminus (von griech. *biblion*, Buch und *therapeia*, Heilung) wurde 1916 von Samuel McChord Crothers geprägt. Seitdem finden wir immer wieder verschiedene Definitionen.

Ich verwende die Formulierung der American Library Association aus 1966:

„Die Nutzung ausgewählter Texte als therapeutische Hilfe in Medizin und Psychiatrie; auch: die Hilfe bei der Lösung persönlicher Probleme durch angeleitete Lektüre.“

Bibliotherapie meint das Lesen und Verarbeiten von fertigen Texten, Romanen, Gedichten.

Durch die Zuhilfenahme von Literatur sollen mehr oder minder belastende Erlebnisse und Eindrücke verarbeitet werden. Der Einsatz von Lektüre erfolgt im Rahmen eines thera-



peutischen Prozesses, in einem bestimmten therapeutischen Setting und mit bestimmten therapeutischen Zielsetzungen.

Bibliotherapie wird sowohl in Einzel- als auch in Gruppentherapie eingesetzt.

Häufig findet sich auch der Begriff **Poesietherapie**:

Früher wurde der Begriff synonym mit Bibliotherapie verwendet. Poesietherapie wurde 1969 durch Jack Leedys Forschungen als Begriff eingeführt.

Durch die Arbeit mit (selbstgeschriebenen) Texten soll eine positive kognitive und emotionale Veränderung bei psychisch oder körperlich Kranken oder bei Personen mit Verhaltensauffälligkeiten erreicht werden.

Nur psychotherapeutisch qualifizierte Personen sollten mit der Poesie- und Bibliotherapie arbeiten!

**Für Biblio- und Poesietherapie gibt es spezielle Aus- und Weiterbildungen.**

Seit 1972 am Fritz Perls Institut Weiterbildungsseminare für Psychotherapeuten, Bibliothekare, Sozialarbeiter, Heil- und Sonderpädagogen,... „creative writing“ und „poetry therapy“.

Seit 1984 Deutsche Gesellschaft für Poesie- und Bibliotherapie e.V. (Köln).

**Aus- und Weiterbildungsrichtlinien:** <sup>7</sup>

Berufsbegleitende Weiterbildung über 3 Jahre (Grundstufe ca. **370 Stunden**)

Zugelassen wird, wer über ein abgeschlossenes humanwissenschaftliches Studium, eine Ausbildung als Bibliothekar oder einen abgeschlossenen Sozialberuf verfügt.

Außerdem muß eine gute physische und psychische Belastbarkeit, differenzierte Selbst- und Fremdwahrnehmung und eine gute Rollenflexibilität vorhanden sein.

Sigmund Freud bemerkte weise: „*Es sind die Poeten, die das Unbewußte entdeckt haben.*“

---

<sup>7</sup>Vgl. Hilarion G. Petzold: Poesie und Therapie



Die Grenzen zwischen „normalem“ Literaturgespräch und Bibliothherapie können manchmal verschwimmen.

Schließlich wissen wir vorher nicht, ob und was ein bestimmter Text beim Leser auslöst.

Vielleicht ist es gerade DAS Buch, das von Mitarbeiter/innen empfohlen wurde, in dem der Patient die Lösung seiner Probleme entdeckt oder das Gespräch – ein Satz, der ihn aufrüttelt, begeistert.

Wichtig zu wissen ist jedoch immer: Die empfohlene Lektüre durch den/die Büchereimitarbeiter/in bezieht sich in erster Linie auf die Lesevorlieben des Patienten, nicht auf dessen Krankheitsbild und die damit verbundenen Therapieversuche.

Psychisch kranke oder depressive Menschen benötigen ärztliche Hilfe und geschultes Personal.

Um es mit Eugen Roth zu sagen:

**„Erkenntnis**

***Zwei Dinge trüben sich beim Kranken:***

***a) der Urin***

***und b) die Gedanken.“***

Für den Urin sind die Ärzte zuständig.

Für schöne Gedanken können die Büchereimitarbeiter/innen etwas tun!

Durch gute Bücher und anregende Gespräche!

**Quellen:**

- Hilde Ehrenberger: Lesen hilft leben. Fragen-lesen-antworten. Wien : Österreichischer Bundesverlag, 1987
- Florian Huber : Durch Lesen sich selbst verstehen : zum Verhältnis von Literatur und Identitätsbildung. Bielefeld : transcript, 2008
- Udo Kittler: Lesen ist wie Wasser in der Wüste : das Buch als Begleiter auf dem



Lebensweg. Freiburg : Herder, 1989

- Hilarion G. Petzold : Poesie und Therapie : über die Heilkraft der Sprache, Poesie-therapie, Bibliothherapie, Literarische Werkstätten. Bielefeld : Edition Sirius, 2005
- Peter Raab: Heilkraft des Lesens : Erfahrungen mit der Bibliothherapie. Freiburg : Herder, 1988
- Lesen in der Lebenskrise : Erfahrungen mit der Bibliothherapie. Freiburg : Herder, 1977
- Eugen Roth: Gute Besserung! Alle Rezepte vom Wunderdoktor mit Bildern von Hans Traxler. Augsburg : Weltbild, 2000
- Arbeitshilfe „Büchern Beine machen : Vorlesen im Besuchsdienst“. – Amt für Gemeindedienst in der Evang.-Luth. Kirche in Bayern, Nürnberg
- proliko<sup>®</sup>, LiteraturIntensiv, Ausbildung für Literaturgesprächskreisleiter
- [www.agmb.de](http://www.agmb.de), Arbeitsgemeinschaft für medizinisches Bibliothekswesen e.V.

Kontakt:

Sonja Bluhm (geb. Lebert), Dipl. Bibl., freiberufliche Trainerin

Rotenburstraße 9

97084 Würzburg

Tel.: 09 31 / 99 17 41 68

E-Mail: [mail@bluhm-bildung.de](mailto:mail@bluhm-bildung.de)

Homepage: [www.bluhm-bildung.de](http://www.bluhm-bildung.de)



## **Workshop „Literaturgespräche am Krankenbett“**

Der Workshop verdeutlichte praktisch den Vortrag vom Vormittag.

Ziel war es

- Die unterschiedlichen Lesarten zu verdeutlichen
- Zu erkennen, dass auch scheinbar „nette, unverfängliche“ Texte bei manchem Leser unangenehme Erinnerungen wachrufen können
- Die Angst vor schwierigen Gesprächssituationen abzubauen
- Die Gesprächsansätze, die im Text stecken, zu erkennen und zu nutzen

### **Einstieg:**

Kurze Vorstellungsrunde mit Bildern von alten Menschen

1.Text:

**Ladylike : Roman / Ingrid Noll. - 2. [Aufl.] - Zürich : Diogenes, 2007. - 323 S. ; 18 cm (Diogenes-Taschenbuch ; 23596) ISBN 978-3-257-23596-8, SL, MedienNr.:0280686  
Preis: 9,90 €**

### **Borro-Rezension:**

**Roman um zwei ältere Damen, die sich gar nicht "ladylike" betragen wollen.**

Lore und Anneliese kennen sich von Kindesbeinen an. Beide sind sie im Alter von 73 endlich frei und unabhängig, die eine geschieden, die andere Witwe. Die beiden sind, außer ein paar üblichen Alterszipperlein, noch recht fidel und damit das Leben nicht so langweilig ist, haben sich die zwei Damen entschlossen, zusammenzuziehen und auch sonst einiges miteinander zu unternehmen. Als Ewald, ihr alter Schwarm aus Tanzstundenzeiten, auf der Bildfläche erscheint, wird das Leben der zwei Seniorinnen noch mal so richtig spannend. - Mit einer Portion Witz und Humor schreibt Ingrid Noll gegen das Klischee vom Alter an. Ihre Protagonistinnen sind nicht kränkelnd und verkalkt, sondern voller Unternehmungslust und offen für die Überraschungen, die das Leben so bietet. Nette, leicht lesbare Unterhaltung, nicht nur für ältere Damen, die sicher in allen Büchereien auf Nachfrage stoßen wird. (*Marion Sedelmayer*)

2. Text:

„Kleine Praktiken aus Saint-Germain“ aus:

**Ich wünsche mir, daß irgendwo jemand auf mich wartet : Erzählungen / Anna Galvalda. - 1. [Aufl.] - München [u.a.] : Hanser, 2002. - 167 S. ; 21 cm  
Aus dem Franz. übers., ISBN 978-3-446-20130-9, SL, MedienNr.:0163069  
Preis: 14,90 €**



## **Borro-Rezension:**

### **Ein Dutzend heiterer, schwungvoll erzählter Geschichten aus dem Alltag.**

Die junge französische Autorin (\*1970) erzählt in diesen zwölf Geschichten von verschiedensten Episoden des Alltags, v.a. von komischen Liebessituationen: von einem jungen Draufgänger, der sich Papas Jaguar heimlich ausleiht und damit die Eroberung eines Wildschweins (statt eines Mädchens) macht, oder von einem Handy, das einen Flirt nicht nur stört, sondern sogar zerstört und von einem jungen Mann, der bei der Liebe im entscheidenden Augenblick nur an den Mechanismus seines Klapp-Bettes denken kann etc. Aber auch ernste Geschichten sind ihr nicht fremd: Von der jungen Schwangeren, die den Tod ihres ungeborenen Kindes verschweigt, um der Kusine die Hochzeit nicht zu verderben; oder von einem ehemaligen Liebespaar, das sich noch einmal wiedersieht, als alles zu spät ist. - Die Erzählerin trifft immer den richtigen Ton und erfrischt den Leser auch durch ihren flüssigen, unkomplizierten Stil. Breit einsetzbar.  
(*Georg Bergmeier*)

- Gemeinsames Lesen der ersten 15 Seiten.
- Erstleseindruck einholen.
- Welche Gesprächsansätze können sich ergeben?
- Was kann der Text beim Gegenüber auslösen?
- Wie kann ich darauf reagieren?
- Halten Sie den Text in Krankenhäusern für geeignet? Warum/warum nicht?

## **Ausstieg:**

Blitzlicht

Kontakt:

Sonja Bluhm (geb. Lebert), Dipl. Bibl., freiberufliche Trainerin

Rotenburstraße 9

97084 Würzburg

Tel.: 09 31 / 99 17 41 68

E-Mail: [mail@bluhm-bildung.de](mailto:mail@bluhm-bildung.de)

Homepage: [www.bluhm-bildung.de](http://www.bluhm-bildung.de)



# Hörbücher und DVD-Videos

## Chancen und Möglichkeiten für Bibliotheken in Krankenhäusern

Birgit Stenert

---

### Einleitung

Die audiovisuellen Medien (AV-Medien) erobern nicht nur den Markt, sie sichern sich auch immer mehr ihren legitimen Platz im Bestand von öffentlichen Büchereien und insbesondere von Bibliotheken im Krankenhaus (BiK).

Im Fokus des Workshops standen Hörbücher und DVD-Videos (Digital Versatile Disc = Digitale Vielseitige Scheibe) und Ziel war, drei Fragen auf den Grund zu gehen:

Was macht den Reiz dieser Medien aus? Wo liegen die Vorteile für Bibliotheken? Worauf sollte im praktischen Büchereialltag geachtet werden?

## 1 Hörbücher für Erwachsene

### 1.1 Formen

Die Begriffe Hörbuch und Audiobook werden in der Regel synonym verwendet. Gemeint sind damit sind in Form von Tonträgern wiedergegebene (gesprochene) Bücher. Die Vorlagen sind unterschiedlich: ganze Bücher, Auszüge, Manuskripte usw. Die häufigsten Formen des Hörbuches sind Hörspiele, Lesungen oder auch Features, deren Eigenschaften im Folgenden kurz skizziert werden.

Im **Hörspiel** wird die literarische Vorlage mit verschiedenen Sprechern, Musik und Geräuschen präsentiert. Die Produktion ist sehr aufwendig, wirkt jedoch durch die verteilten Rollen und die akustische Untermalung sehr lebendig.

Bei einer **Lesung** wird eine literarische Vorlage, gekürzt oder ungekürzt, von einer Sprecherin / einem Sprecher oder manchmal von der Autorin / dem Autoren selbst - vorgelesen. Allein die Stimme erzeugt den Spannungsbogen, der die Hörer/innen fesseln kann.

Ein **Feature** ist eine durch Dialog-, Kommentar- und Reportage-Elemente aufgelockerte Darstellungsform von sachlichen (Dokumentar-) Inhalten in Presse, Film, Fernsehen und Hörfunk.



## 1.2 Marktübersicht

Vor mehr als vier Jahrzehnten, als zum ersten Mal das gesprochene Wort statt der gewohnten Musik aus den Lautsprechern kam, urteilten viele über das neue Medium Hörbuch, es sei ideal für Alte, Kranke und Blinde.

Aber das Image wandelt sich: Heute gilt das Hörbuch als "Medium für mobile Leute zwischen 25 und 40. Wer sich mit Hörbüchern umgibt, gilt als innovativ und modern." So der Chefredakteur Hendrik Markgraf im Vorwort des "Börsenblatt - Spezial Hörbuch" vom 3. Februar 2004.

| Selbstständige Hörbuchlabels<br>(eine Auswahl)                         | Hörbuchlabels der Buchverlage<br>(eine Auswahl)   | Produzent aus dem<br>Tonträgermarkt                          |
|--|---|--|
| <a href="http://www.audiobuch.com">www.audiobuch.com</a>               | <a href="http://www.argon-verlag.de">www.argon-verlag.de</a>  | <a href="http://www.dg-literatur.de">www.dg-literatur.de</a> |
| <a href="http://www.audiomedia.de">www.audiomedia.de</a>               | <a href="http://www.campus.de">www.campus.de</a>  |  |
| <a href="http://www.hoerbuch-hamburg.de">www.hoerbuch-hamburg.de</a>   | <a href="http://www.der-audio-verlag.de">www.der-audio-verlag.de</a>  |  |
| <a href="http://www.hoercompany.de">www.hoercompany.de</a>             | <a href="http://www.eichborn.de">www.eichborn.de</a> ( <a href="http://www.lido-verlag.de">www.lido-verlag.de</a> ) |  |
| <a href="http://www.hoerverlag.de">www.hoerverlag.de</a>               | <a href="http://www.herder-audio.de">www.herder-audio.de</a>  |  |
| <a href="http://www.diogenes.ch">www.diogenes.ch</a>                   | <a href="http://www.hoca.de">www.hoca.de</a>  |  |
| <a href="http://www.jumbo-medien.de">www.jumbo-medien.de</a>           | <a href="http://www.keinundaber.ch">www.keinundaber.ch</a>  |  |
| <a href="http://www.lauscherlounge.de">www.lauscherlounge.de</a>       | <a href="http://www.kunstmann.de">www.kunstmann.de</a>  |  |
| <a href="http://www.roofmusic.de">www.roofmusic.de</a>                 | <a href="http://www.herbig.net">www.herbig.net</a>  |  |
| <a href="http://www.sprechendebuecher.de">www.sprechendebuecher.de</a> | <a href="http://www.luebbe.de">www.luebbe.de</a>  |  |
|  | <a href="http://www.patmos-audio.de">www.patmos-audio.de</a>  |  |
|  | <a href="http://www.random-house-audio.de">www.random-house-audio.de</a>  |  |

## 1.3 Bestandsaufbau

Wer heute mit der Ausleihe von Hörbüchern starten möchte, dem ist zu empfehlen auf CDs und MP 3 zurück zu greifen.

Hier einige Merkmale der **CD**:

- digitales Speichermedium mit einer Laufzeit von bis zu 88 Minuten



- sehr gute Tonqualität
- geringer Verschleiß / gute Haltbarkeit
- unempfindlicher gegenüber extremen Temperaturen

„MP 3 ist ein im Internet weit verbreitetes Dateiformat zur Audiokompression, das sich die psychoakustische Tatsache zur Nutze macht, dass der Mensch zwei Töne erst ab einem gewissen Mindestunterschied der Tonfrequenz unterscheiden kann. [...] Das MP 3 - Format kann aufgrund seiner Komprimierung auf CDs gespeichert werden, die allerdings von einem herkömmlichen CD-Player nicht abspielbar sind.“<sup>5</sup>

Über das Hörbuch im MP 3 - Format und über die DVD als Nachfolgemedium wird diskutiert. Der Großteil der Verlage reagiert jedoch zögerlich, was zum einen mit der Frage von Kosten, Rechten und Verbreitungsgrad der Abspielgeräte zusammenhängt.

### Hilfsmittel

Ende 2007 gab es mehr als 20.000 Hörbücher für Erwachsene; jährlich kommen rund 2.000 Neuerscheinungen hinzu. Für Bibliotheken ist es wichtig eine qualifizierte Auswahl zu treffen. Auf folgende Informationsquellen kann dabei zurückgegriffen werden:








#### 1) Bibliothekarische Rezensionen

|                               | Buchprofile   | ID Nonbook   | Der evangelische Buchberater   |
|-------------------------------|---|--|--|
| <b>Bezug über</b>             | Borromäusverein e.V.<br><br>Wittelsbacherring 9<br>53115 Bonn<br>02 28 / 72 58 - 0<br>02 28 / 72 58 - 1 89<br>info@borro.de<br>www.borro.de | ekz GmbH<br><br>Bismarckstr. 3<br>72764 Reutlingen<br>0 71 21 / 1 44 - 0<br>0 71 21 / 1 44 - 2 80<br>info@ekz.de<br>www.ekz.de | Deutscher Verband evangelischer Büchereien<br><br>Bürgerstr. 2a<br>37073 Göttingen<br>05 51 / 50 07 59 - 0<br>05 51 / 70 44 15<br>dveb@evlka.de<br>www.dveb.info |
| <b>Ersch. weise</b>           | 4 x jährlich  | wöchentlich  | ab 2008:<br>Hörbuch-Rezensionen<br>„nur“ über kostenlosen Newsletter   |
| <b>Abo/ Jahr Einzelheft</b>   | 32,-- Euro<br><br>8,80 Euro<br>(plus Versand)   | 205,-- Euro  |  |
| <b>A n z a h l Hörb.-Rez.</b> | ca. 24 Titel <b>pro Heft</b>  | ca. 800 <b>pro Jahr</b><br>(Tendenz steigend!)   |  |

<sup>5</sup>Aus: Rund ums Hörbuch : das Hörbuchlexikon 2006 / 2007 / hrsg. vom Arbeitskreis Hörbuch, Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. [2006]



## 2) Zeitschrift „hörBücher“:

|   |   |
|---|---|
|  | <p>Für jeden Hörbuch-Fan ist diese Zeitschrift <b>ein Muss!</b> Für Bibliotheksmitarbeiter/innen ebenso zu empfehlen, wie für deren Kunden.</p> <p>Was hat „hörBücher“ zu bieten?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪  Übersicht über Hörbuch-Charts, Termine, Links</li> <li>▪  Interviews mit Sprecher/innen, Autor/innen, Produzent/innen etc.</li> <li>▪  Technik-Tipps</li> <li>▪  Beilage: CD mit Demotiteln, z.T. komplettes Hörbuch</li> <li>▪  Gratisdownloads</li> <li>▪  und jede Menge Rezensionen!</li> </ul> |
| <p><b>Bezug über</b></p>  | <p>falkemedia<br/>         An der Halle 400 # 1<br/>         24143 Kiel<br/>         04 31 / 200 766 – 00<br/>         04 31 / 200 766 – 50<br/> <a href="mailto:info@hoerbuecher-magazin.de">info@hoerbuecher-magazin.de</a><br/> <a href="http://www.hoerbuecher-magazin.de">www.hoerbuecher-magazin.de</a></p>   |
| <p><b>Erscheinungsweise</b></p>   | <p>6 x jährlich</p>   |
| <p><b>Jahresabo Einzelheft</b></p>  | <p>29,90 Euro (inkl. MwSt. und Versand)<br/>         4,90 Euro</p>  |
| <p><b>Hörbuch-Rezensionen / Heft</b></p>  | <p>ca. 60 Hörbücher für Erwachsene plus ca. 20 Hörbücher für Kinder</p>   |

**3) Internet.** Die meisten Hörbuchverlage sind mit einer eigenen Homepage im Internet vertreten. Bei vielen Audiobooks haben Sie die Chance sich Ausschnitte anzuhören (sofern Ihr PC entsprechend ausgestattet ist). Bekannte Internetbuchhändler veröffentlichen zusätzlich zu vielen Hörbüchern von Kunden geschriebene Kritiken. Eine gute Informationsquelle sind auch die kostenlosen Newsletter der Verlage und Hörbuchportale.

**Linktipp: [www.hoerothek.de](http://www.hoerothek.de)**

Generell sollte der Bestandsaufbau benutzerorientiert vorgenommen werden. Darüber hinaus spielt der Bekanntheitsgrad der Autorin/des Autors, der Sprecherin/des Sprechers und auch die literarische Vorlage bestimmt eine Rolle im Hinblick auf spätere Ausleihzahlen. Nicht aus dem Augen verloren werden darf auch die Beliebtheit des Genres (sind Klassiker der Ausleihrenner oder eher Krimis?). Wichtig ist zu berücksichtigen, dass auch Nicht-Buch-Medien inhaltlich und äußerlich veralten. Deshalb ist auch hier eine regelmäßige Bestandsdurchsicht erforderlich.



## 1.5 Präsentation

*„Hörbücher müssen gesehen werden, damit sie gehört werden!“*



Wenn Sie einen attraktiven Hörbuch-Bestand aufgebaut haben, sollte dieser natürlich nicht in einer kleinen dunklen Ecke verschwinden. Die richtige Präsentation ist gefragt. Das ist aber abhängig von den räumlichen und den finanziellen Gegebenheiten und natürlich auch von der Anzahl der Hörbücher und deren z. T. uneinheitlichen Verpackungen.

Es gibt die Möglichkeit, die Audiobooks in den Regalen zu präsentieren, an Stirnblenden oder in Terrassen-Regalen bzw. Stufen-Regalen. Stellt man die kompletten Hörbücher aus, nur die Hüllen (der Inhalt bleibt im Verbuchungsbereich) oder hat man so genannte Stellvertreter? Jeder macht damit andere Erfahrungen.

Egal wie Sie die Aufstellung handhaben, wichtig ist eine Nähe zu dem Buchbestand ‚Schöne Literatur‘ und möglichst eine Frontalpräsentation, so dass die Cover Ihre Wirkung entfalten können. Arbeiten Sie mit „EyeCatchern“, z.B. in Form einer besonderen Dekoration, Thementischen (auch im Medien-Mix). Liegt eine Abhörmöglichkeit im Rahmen ihrer finanziel-

## 1.6 Werbung

Hören Sie so oft wie möglich selbst in Hörbücher rein. Und wenn Sie selbst erst mal die Begeisterung für dieses Medium gepackt hat, dann erzählen Sie es weiter. Ihr Enthusiasmus wird sich auf Ihre Kunden übertragen! Mundpropaganda zahlt sich nicht nur aus, sondern ist auch die einfachste und kostengünstigste Werbung.

Auf kleinen, optisch ansprechenden Zetteln beschreiben Büchereimitarbeiter/innen kurz (zwei bis drei Sätze genügen vollkommen!), warum ihnen das Medium so gut gefallen hat. Die Notiz wird mit dem Namen versehen (so hat der Kunde nachher auch die Möglichkeit eines persönlichen Feedbacks) und so im Medium platziert, dass der Text noch lesbar ist.

Oder wie wäre es mal mit einer originellen Schaufensterdekoration? Nehmen Sie z.B. ein Bügelbrett (vielleicht leiht Ihnen ein Bekleidungsgeschäft sogar noch eine Schaufensterpuppe) und platzieren Sie Ihre Hörbücher darauf. Sie haben kein Schaufenster? Ein Kinder-Bügelbrett in der



Vitrine wäre da sicher eine Alternative. Oder vielleicht lässt sich ja ein entsprechender Platz in Ihrer Bücherei dafür finden.

## 1.7 Ausleihe (inkl. rechtlicher Bestimmungen)

Sie dürfen von Ihren Hörbüchern auf CD Sicherheitskopien anfertigen. Dies empfiehlt sich allerdings nur für mehrteilige Ausgaben. Hintergrund: Die Sicherheitskopie darf nur zum Einsatz kommen, wenn mindestens 50 Prozent des Hörbuchs noch in der Originalausgabe vorliegen.

Veranstaltungen, in denen Sie Hörbücher vorspielen (öffentliche Aufführung), müssen vorher bei der GEMA angemeldet werden (hierbei entstehen nicht unerhebliche Kosten!)

Wird eine CD aus einem Hörbuch beschädigt oder geht verloren, lohnt es sich den Verlag anzuschreiben. Unter Hinweis auf Autor, Titel und Nummer der CD (z.B. J.K. Rowling, Harry Potter und der Stein der Weisen, CD 4) liefern die meisten Verlage kostenlos(!) Ersatz.

## 2 DVD-Video

### 2.1 Formate

Rein optisch betrachtet gleicht die 12 cm große Scheibe der Audio-CD. Mit ihr gibt es aber erstmalig höchste digitale Bildqualität mit Surround-Sound auf einer interaktiven Disc, die sowohl im Unterhaltungsbereich zu Hause (DVD-Player), als auch in der PC-Welt (DVD-ROM Laufwerke) Anwendung findet.

Eine der reizvollsten Möglichkeiten, die die DVD bietet ist die **Interaktivität**. Die DVD-Video kann beliebig viele Menüs enthalten. Sie werden z.B. genutzt um bestimmte Schlüsselszenen eines Films oder Zusatzinformationen (z.B. Making of, Interviews,...) direkt anzusteuern.

#### Die wichtigsten Vorteile:

- hohe Speicherkapazität: bis zu 8 Stunden Spielfilm auf einer DVD
- überragende Bild- und Tonqualität (Surround-Sound)
- 8 Sprachversionen und 32 Untertitel sind auf einer DVD möglich
- Langlebigkeit, Robustheit – kein Qualitätsverlust wie bei VHS
- viel Komfort: Kapitelsprung (schnellere Zugriffszeit), Top-Standbild, Schnellauf usw.
- einfachste Handhabung bei interaktiver Nutzung
- DVD-Player und DVD-ROM-Laufwerke sind abwärts kompatibel
- weltweites Medium mit einheitlichen Standards

Viele DVDs sind mit zahlreichen **Specials (Bonusmaterial)** versehen. Möglich sind u.a.:

- neben den Synchronsprachen und Untertiteln gibt es auch Untertitel für Hörgeschädigte oder



sogar Titel mit Sprachversionen für Blinde

- Outtakes (nicht verwendete Szenen) und ergänzende Szenen
- Drehberichte, Produktionsnotizen (Screen-Boards) oder ein „Making of...“
- Interviews und Biographien der beteiligten Personen <sup>6</sup>

## 2.2 Marktübersicht <sup>7</sup>

### Umsatzentwicklung

Nach Angaben der GfK Panel Services Deutschland wuchs das DVD-Segment bei leicht gesunkenen Preisen (von 12,85 auf 12,72 Euro) auf 1,3 Milliarden Euro und setzte mit 103 Millionen verkauften Einheiten eine neue Bestmarke.

Die High-Definition Formate (wie Blu-ray) haben mit 0,5 Millionen Einheiten bereits einen Umsatz in Höhe von 14 Millionen Euro erreicht. Ein Aufwärtstrend ist zu erwarten.

### DVD-Nutzer (Vergleich nach Geschlecht und Alter)

In 2007 waren 18,9 Million Bundesbürger ab 10 Jahren, also fast jeder Dritte, im Kaufvideomarkt aktiv. Davon haben bei leicht steigender Kaufintensität 18,7 Millionen Personen DVDs nachgefragt.

Alterspezifisch stellen die 30-39jährigen mit einem Umsatzanteil von 26 Prozent die wichtigste Zielgruppe im Markt dar, gefolgt von den 40-49jährigen und den 20-29jährigen Konsumenten mit jeweils 23 Prozent. Auffällig ist die weiter wachsende Bedeutung der „Generation Silber“ (50 Jahre+), die mittlerweile rund 20 Prozent des DVD-Umsatzes auf sich vereinigt.

Das gleiche gilt für Frauen, deren Anteil auf 38 Prozent ansteigt.

---

<sup>6</sup>Aus: Bendig, Bernhard: Action, Sounds und Infos – DVDs in Bibliotheken. ÖBiB 1/2003. S. 21-24.

<sup>7</sup>Aus: “The Video market in 2007 – BVV Business report – 03. March 2008”. [http://www.bvv-medien.de/jwb\\_pdfs/JWB2007.pdf](http://www.bvv-medien.de/jwb_pdfs/JWB2007.pdf) (Stand: 05.06.2008)



## 2.3 Bestandsaufbau

Zunächst ein Bericht aus der Praxis:

Bibliothek im St. Franziskus-Hospital, Münster

Susanne Amberg

### Erfahrungsbericht zur Arbeit mit DVDs

**In anderthalb Jahren mit einem Bestand von 501 DVDs eine Ausleihe von 5546** (das entspricht einem Umsatz von 11) **zu erzielen – das ist eine Zahl die sich sehen lassen kann.** Für die Patienten- und Mitarbeiterbibliothek am St. Franziskus-Hospital hat sich 2004 die Einführung des neuen Mediums mehr als bezahlt gemacht.

**Neue Nutzerschichten (Medizinisches Personal)** fühlen sich durch das Angebot angesprochen. Noch nie hatten wir so viele Ärzte/Ärztinnen als Bibliotheksbenutzer, noch nie setzten Chefärzte so häufig ihren Fuß in die Bücherei. Von den Mitarbeiter/innen nehmen wir eine Jahresgebühr für die Benutzung (5 €) – auch das ist Geld, das wir ohne DVD-Einführung nicht hätten erheben können. Interessant war auch festzustellen, dass **bestimmte Patientengruppen** gerne das neue Angebot in Anspruch nehmen: dazu gehören **Eltern**, die den DVD-Player für ihre Kinder mit ins Krankenhaus bringen oder **jüngere Patienten** auf der chirurgischen/orthopädischen Station, die mit Laptop ins Krankenhaus kommen.

Die **Einnahmen aus Entleih-** (1 € pro DVD pro Woche) **und Mahngebühr** (2 € pro DVD pro Woche) **fließen direkt in den Etat zur Bestandserweiterung** und ermöglichen so höchste Aktualität durch Bareinkäufe bei Saturn, Media-Markt oder den Kaufhäusern. Der Nachteil dieser Einkaufspolitik ist das Verzichten auf einen Bibliotheksrabatt.

Durch das monatliche Veröffentlichen der DVD-Liste im Intranet, bzw. als E-Mail-Sendung an alle, ist ein zusätzlicher Werbeerfolg für die Bücherei zu verbuchen.

Eine **negative Erfahrung** möchte ich nicht verschweigen: anfangs hatten wir DVDs, um bei der Ausleihe Zeit zu sparen, mit den Hüllen auf/ausgestellt (im Sichtbereich der Theke) – leider wurden uns so 30 DVDs in den ersten Monaten gestohlen. Aus dieser Erfahrung klug geworden, trennen wir jetzt DVD-Hülle und Inhalt.

Und ein weiteres Problem wartet auf uns: Bei einem Wachstum des Bestands von circa 500 im Jahr ist schnell eine Grenze erreicht. Wann wird die Bibliothek zur Videothek? Wann sortieren wir Filme aus, ab welcher Ausleihe pro Jahr geht ein Film nicht mehr?

Die Einführung von DVDs hat Konsequenzen, so wie die Einführung jedes neuen Mediums.

**Wir würden es wieder tun – und sei es um den erstaunten Blick des Patienten zu sehen und seinen Kommentar zu hören:**

**„Wie, Sie leihen auch DVDs aus? Und zu diesem Preis?**

**Das nenne ich Kundenorientierung und Service des Hauses!“**



## Hilfsmittel

Genauso vielfältig wie der DVD-Markt sind auch die Angebote sich über DVDs zu erkundigen.

Für den Bestandsaufbau sind die bibliothekarischen Besprechungen wichtig und hilfreich. Wie bei den anderen Medien, bietet es sich zusätzlich an, Prospektmaterial und Zeitschriften zu Rate zu ziehen (natürlich immer mit dem Hintergrund, dass man hier keine bibliothekarischen Maßstäbe bei der Auswahl ansetzt).

Und nicht zuletzt bietet auch das Internet eine wahre Fülle von Informationen rund um die Digital Versatile Disc.

### 1) Bibliothekarische Rezensionen

|                                      | ID-Nonbook   | Buchprofile   |
|--------------------------------------|--|---|
| <b>Bezug über</b>                    | ekz.bibliotheksservice GmbH<br>Abonnement-Service<br>Susanne Sedlak<br><br>Bismarckstr. 3<br>72764 Reutlingen<br>0 71 21 / 1 44 - 1 79<br>0 71 21 / 1 44 - 2 80<br>info@ekz.de<br>www.ekz.de | Borromäusverein e.V.<br><br>Wittelsbacherring 9<br>53115 Bonn<br>02 28 / 72 58 - 0<br>02 28 / 72 58 - 1 89<br>info@borro.de<br>www.borro.de |
| <b>E r s c h e i-<br/>nungsweise</b> | wöchentlich  | 4 x jährlich  |
| <b>Jahresabo<br/>Einzelheft</b>      | 205,-- Euro<br><br>(plus Versand)  | 32,-- Euro<br>8,80 Euro<br>(plus Versand)   |

### 2) Zeitschriften

Aus der Fülle von Zeitschriften, die es mittlerweile zum Thema gibt, habe ich mir zwei herausgesucht, die ich auch für „bibliotheksg geeignet“ halte. D.h. ich könnte mir gut vorstellen, dass sie nicht nur für den Bestandsaufbau hilfreich sind, sondern sich auch für die Ausleihe an Patientinnen und Patienten eignen.



**DVD Magazin.** Redaktionswerft GmbH, Schanzenstr. 70, 20357 Hamburg  
Tel. 0 40 / 18 88 85 - 81. Fax 0 40 / 18 88 85 - 88,  
abo@dvd-magazin.de  
www.dvd-magazin.de

**Infos über die Abopreise unter: [www.dvd-magazin.de](http://www.dvd-magazin.de)**



Erscheinungsweise: monatlich. Das Einzelheft kostet: 3,90 Euro; Abo-Angebot 1: 10 Ausgaben inkl. aller eventuellen Heft-DVD's für 29,80 € plus DVD als Prämie

Inhalt: News / Specials (z.B. Kino- und DVD-Highlights) / DVD-Neuerscheinungen / Neu im Kino / Test / Gewinnspiele.

Am besten gefallen mir die Tests. Es wird zunächst ganz genau erklärt, auf welche Kriterien man achtet, d.h. insbesondere bei Bild, Ton und Ausstattung. Gewertet wird mit DVDs (Bronze bis Silber). Die Kritiken sind nach Genre unterteilt und natürlich ist auch zu jeder DVD das Cover abgebildet.



**DVD special.** Herausgeber: Medien Publikations- und Werbegesellschaft

Abo Leserservice, Steinkampbreede 2, 32479 Hille

Tel. 0 57 03 / 9 59 05, Fax 0 57 03 / 9 59 06, E-Mail

[info@tvhighlights.de](mailto:info@tvhighlights.de)

[www.dvdspecial.digitalvd.de](http://www.dvdspecial.digitalvd.de)

Erscheinungsweise: monatlich. Einzelheft: 3,99 Euro. Jahresabo (12 Ausgaben): 40,00 € (inkl. Versand). DVD special Probeabo: 3 Hefte für nur 10 €. (Kündigungsfristen beachten!)

Inhalt: News / Filmtest (Action/Abenteuer, Krimi/Thriller, Fantasy, Science Fiction, Horror, Komödie, Drama, TV-Serien, Animation, Kids, Musik / Starportrait / Ausland / Gewinnspiele.

Auch hier bekommt der Leser viel für sein Geld geboten. Noch mehr Filmtests als im dvd-Magazin, allerdings auch mehr Werbung (bläht die Zeitschrift ein wenig auf).

### 3) Internet

Im Internet findet man sowohl kommerzielle, als auch private Homepages zum Thema DVD. Bei der folgenden kommentierten Linkliste wird danach nicht ausdrücklich unterschieden.



## Linkliste

|  |  |
|--|--|
| <b>www.digital-movie.de</b>  | Magazin mit News, Reviews, Newsletter, Gewinnspielen,... – Umfangreiche, übersichtlich gestaltete Surflinks. Unter „DVD – Preisvergleich“ kann man sich den günstigsten Internet-Versender für seine DVDs herausuchen. |
| <b>www.digitalvd.de</b>  | Eine der größten Filmdatenbanken Deutschlands (mit ehrenamtlichen Rezensenten). Darüber hinaus gibt es News und ein sehr gutes DVD-Glossar.  |
| <b>www.dvd-infomag.de</b><br><b>EMPFEHLENSWERT!!!</b>                      | DVD-Informationsmagazin mit News und Newsletter, Porträts, Charts, Soft- und Hardware, Datenbank, Preis-Check, Hidden features,...<br>Täglich aktualisiert!  |
| <b>www.filmportal.de</b>   | Filmportal.de ist ein Projekt des Deutschen Filminstituts – DIF e.V. Es handelt sich um eine zentrale Internet-Plattform für umfassende, zuverlässige und kostenlose Informationen zu allen deutschen Kinofilmen.      |
| <b>www.video.de</b><br>bzw. <b>www.kino.de</b><br><b>EMPFEHLENSWERT!!!</b> | Hier werden Kino, DVD/Video, Musik und Games miteinander verknüpft. Informationen zu 100.00 Filmen, 395.000 Musikonträgern, 31.000 DVD-Veröffentlichungen u.s.w. Außerdem: News & Stories, Charts, Disk-Check.         |

## 2.5 Präsentation

Zur Unterbringung eignen sich insbesondere Präsentationsstände und Stufentrog-Systeme, die bei den bekannten Bibliotheksmöbelfirmen erhältlich sind. Für welche Form Sie sich letztendlich entscheiden, hängt von den räumlichen und finanziellen Möglichkeiten ab. Eine weitere Rolle kann auch die Orientierung an bereits vorhandenen Möbeln spielen.

Auch die Frage, ob man die Original-Hülle inkl. DVD ausstellt oder man sich für ein Stellvertreter-System entscheidet, muss jedes Bibliotheksteam für sich klären.

Wie Frau Amberg in ihrem kurzen Praxisbericht schildert, war die Diebstahlsrate bei der gemeinsamen Präsentation relativ groß. Dies muss jedoch nicht in jedem Krankenhaus genau so sein.

Gegen das Stellvertreter-System spricht der nicht unerhebliche Aufwand, sowohl in der Bereitstellung, als auch während des Ausleihvorgangs. Außerdem muss hinter der Ausleihtheke entsprechend Platz zur Aufbewahrung der Originale vorhanden sein.

## 2.6 Werbung

Selbstverständlich gehört zu der Einführung eines neuen Mediums in die Bibliothek immer Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, denn schließlich wollen Sie auf sich und ihr Angebot aufmerksam machen. Neben Plakaten, Handzetteln und Zeitungsartikeln hat sich auch immer die Mundpropaganda (als zusätzliches kostenloses Werbemittel) bewährt.



Vorsicht ist bei Filmabenden geboten. Hier müssen Filme mit dem Recht zur öffentlichen Vorführung (teuer!) erworben oder ebenfalls kostenintensiv von bestimmten Institutionen (Medienzentralen) ausgeliehen werden.

## 2.7 Ausleihe (inkl. rechtlicher Bestimmungen)

Wie bereits angedeutet, hat es sich bewährt, die **Ausleihfrist** auf eine Woche zu beschränken (ist durch die geringe Nutzungsdauer meistens unproblematisch). Dies muss dann in der **Benutzungsordnung** festgehalten werden bzw. die Patientinnen und Patienten müssen mündlich darauf aufmerksam gemacht werden. Wichtig ist hier auch der Hinweis auf die Einhaltung der urheberrechtlichen Bestimmungen und wenn Gebühren erhoben werden, sollte das ebenfalls vermerkt werden. Wenn Kinder oder Jugendliche Filme ausleihen, lassen Sie sich bitte vorher von den Erziehungsberechtigten eine Unterschrift geben. Beachten Sie bei der **Ausleihe** die auf jedem Film angegebene FSK-Angabe (Freiwillige Selbstkontrolle).

*Hierzu Frau Prof. Dr. Gabriele Beger, Expertin in Fragen Bibliotheksrecht:<sup>8</sup>*

*Wenn Sie bei der Ausleihe kein ausdrückliches Benutzungsverhältnis auf der Grundlage einer Benutzungsordnung begründen, richtet sich die Ausleihe nach den allgemeinen Bestimmungen über die Leihe gemäß BGB (dies gilt auch in punkto Haftung und Ausschluss von Weitergabe an Dritte). Wenn Sie bei der Ausleihe keinen Termin zur Rückgabe vereinbaren, gilt die Leihe unbefristet. Sie müssen dann regelmäßig den Leihvertrag kündigen, um die Rückgabe verlangen zu können und den Entleiher in Verzug zu setzen.*

Des Weiteren weist Sie darauf hin:

*Das Urheberrecht macht keinen Unterschied zwischen Büchern, Videos oder DVD, wenn Sie sie verleihen wollen. Alles was Sie käuflich erworben haben, oder was man üblicherweise kaufen kann, dürfen Sie ausleihen, ohne das es einer Zustimmung des Rechteinhaber bedarf. Die DVDs dürfen jedoch nicht ohne Aufführungsrechte öffentlich vorgeführt werden. Soweit also die Patientinnen und Patienten sich die DVDs selbst ansehen (persönliche Nutzung), bestehen keine Einschränkungen. Dabei ist es unerheblich, dass ein Zimmernachbar mit sieht.*

Sie müssen nicht einen eigenen DVD-Player in der Bibliothek haben, um die DVDs bei der **Rückgabe** zu überprüfen. Es reicht, wenn Sie ein Gerät zu Hause oder im Bekanntenkreis haben, um eventuell fehlerhafte DVDs zu kontrollieren.

---

<sup>8</sup> E-Mail von Frau Prof. Dr. Beger vom 03.06.2005



### 3 AV-Medien

Nachstehende Punkte gelten generell für die Einführung neuer Medien in die Bibliothek. Sehen Sie dies bitte weniger als Nachteile, sondern als Argumente, die zu beachten sind!

- **finanzieller Aufwand**

Die Bibliothek muss prüfen, inwieweit die entsprechenden Mittel für den Aufbau und anschließenden Ausbau eines AV-Bestands zur Verfügung stehen. Für einen Erstbestand wären ca. 50 Titel (gilt für Hörbücher wie DVDs) angebracht. Die Neueinführung darf nicht zu Lasten des Bücheretats gehen. (Denkbar: Sponsorensuche bzw. Sponsoring von Lieblingstiteln). In direktem Zusammenhang damit steht auch die Frage, wo und wie das neue Medium untergebracht wird. Eventuell müssen auch hier Kosten für neues Mobiliar eingeplant werden.

- **Abspielgeräte**

Transportable CD-Player sind im Handel schon für ca. 20 – 30 Euro erhältlich. Zum Schutz bietet es sich an, den Player in eine Hülle (auch im Fachhandel erhältlich) zu packen. In der Praxis hat sich aber gezeigt, dass die meisten Hörbuch-Nutzer bereits eigene Geräte mit ins Krankenhaus bringen. Zwei Möglichkeiten bieten sich für das Abspielen von DVD-Videos im Krankenhaus an: Über das DVD-Laufwerk eines Laptops (bringen immer mehr Patientinnen und Patienten mittlerweile ins Krankenhaus mit) oder über einen transportablen DVD-Player (im Handel bereits ab 180 € erhältlich), der mit der DVD verliehen wird. Eine dritte Ausleihvariante bahnt sich an: in einigen Krankenhäusern plant man bereits, dass auf den Privatstationen in jedem Zimmer DVD-Player installiert werden sollen (vielleicht zukunftssträchtiges Modell?!).

- **„hält Bibliothekbenutzer vom Lesen ab“**

Dies ist bislang bei der Einführung von neuen Medien immer ein Gegenargument gewesen. Aber es ist tatsächlich so, dass bei Untersuchungen herauskam, dass zum einen andere, vielleicht noch der Bibliothek fern stehende Gruppen, wie z.B. Männer mittleren Alters, durch AV-Medien angesprochen werden und zum anderen viele den Weg über Hörbücher oder DVDs zum Buch finden. D.h. man geht zunächst in die Bibliothek, einen Tonträger oder Film auszulihen und wird dabei auf das übrige Angebot aufmerksam oder man interessiert sich für weiterführende Informationen (Personen, Orte etc.) und wird bei der entsprechenden Literatur fündig. Mittlerweile muss man aber auch sehen, dass sich das Medienverhalten der Bevölkerung verändert. Wenn eine Bibliothek dem entgegenkommen will, sollte sie versuchen sich dieser Tatsache anzupassen. Aber es ist sicherlich unbestritten, dass das Buch Leitmedium unserer Bibliotheken bleiben sollte.



## Anforderung an Bibliotheksmitarbeiter/innen

Auch das Team muss sich zunächst mit den Besonderheiten des neuen Mediums vertraut machen. Gerade beim Bestandsaufbau ist zu beachten, dass es keinen gebundenen Ladenpreis, wie bei den Büchern gibt. D.h. gerade wenn man mit seinem Etat möglichst wirtschaftlich umgehen möchte, ist ein genauer Preisvergleich von Nöten.

Im Internet sind eine Reihe von Online-Händlern zu finden, die Hörbücher und DVDs vertreiben. Besonders interessant ist aber die Möglichkeit eines virtuellen Preisvergleichs. Man gibt den gewünschten Titel ein und im Hintergrund werden die verschiedenen Anbieter gegenübergestellt. Das Ergebnis: günstigster Preis und Angabe des Portos. Hier sind tatsächlich Unterschiede von 10 – 15 Euro drin!

Neben den unter Punkt 2.2 ausführlich vorgestellten DVD-spezifischen Vorteilen lassen sich noch folgende Punkte benennen:

- modernes Medium, das sich einer immer größeren Nachfrage erfreut. Ein Blick in die Bibliotheksstatistiken zeigt, dass gerade die AV-Medien für einen großen Umsatz sorgen.
- trägt zur Attraktivität des Büchereiangebots und somit auch der Bücherei bei: zum einen durch Orientierung an den Wünschen der aktiven und potentiellen Benutzer; zum anderen erfüllt die Bücherei als kulturelle Einrichtung dabei auch das Bedürfnis nach Information, Bildung oder auch Unterhaltung (Imagegewinn).
- viele der Filme sind auch für ausländische Büchereibenutzer, durch die mehrsprachige Ausstattung (Sprache / Untertitel) sehr gut geeignet bzw. auch für diejenigen, die ihre Sprachkenntnisse verbessern möchten.
- mit dem neuen Medium DVD wird auch ein anderes Klientel angesprochen, so z.B. die Altersgruppe der 20 – 40jährigen oder auch Männer. Gerade diese beiden Gruppen sind als Benutzer in den meisten Büchereien unterrepräsentiert.

## 4 Fazit

Im „Ziel- und Strukturpapier '93“ („Bibliotheken '93“ hrsg. Von der Bundesvereinigung Dt. Bibliotheksverbände, Berlin-Göttingen, 1994) wird gefordert:

*„Orientierung in der Medienvielfalt und die Verknüpfung der elektronischen mit den Print-Medien durch multimediale Angebote und die Hinführung zu kreativem Mediengebrauch“*

Im weiteren heißt es:

20% des Bestandes sollten *„audiovisuelle und elektronische Medien umfassen“*.



Hörbücher und DVD-Videos mit all ihren Möglichkeiten sind Medien, die sich ganz besonders gut im Angebot unserer Bibliotheken machen. Abwägen muss jedoch jede Bibliothek für sich, ob dies von den zur Verfügung stehen Finanzen und von der Nachfrage her Sinn macht. Unbestritten jedoch ist, dass diese Medien zur Attraktivität der Bibliothek beitragen.

Stand: 6. Februar 2008

Kontakt:

Birgit Stenert (geb. Schlauß)

Bischöfliches Generalvikariat Münster

Hauptabteilung Seelsorge

Referat Büchereien

Rosenstraße 16

48143 Münster

Tel.: 0251 / 495—6063

Fax: 0251 / 495—6081

E-Mail: [stenert@bistum-muenster.de](mailto:stenert@bistum-muenster.de)



## Workshop 3

### Zeitschriften im Bestand der BiK

Die Bibliothek im Krankenhaus ist eine öffentliche Bibliothek, die unter besonderen Bedingungen ein Medienangebot bereitstellt, wie es andere ÖB auch haben.

Bei der Übernahme von Zeitschriften ins Ausleihangebot sind folgende Grundfragestellungen zu beantworten:

1. Argumente für Zeitschriften in Bibliotheken
2. Größe des Zeitschriftenbestandes
3. Zeitschriftenauswahl
4. Anschaffungskriterien
5. Beschaffung, Einarbeitung, Ausleihe
6. Präsentation
7. Sponsoring und Abospenden
8. Werbung

### Zeitschriften als Angebot der öffentlichen Bibliothek

#### 1. *Argumente für Zeitschriften in Bibliotheken*<sup>1</sup>

- Zeitschriften sind aktueller als vergleichbare Buchtitel, da sie in regelmäßigen und kurzen Abständen – häufig monatlich – erscheinen.  
Anmerkung für die BiK: Gerade bei der meist kurzen Verweildauer sind die Patientinnen eher geneigt eine Zeitschrift zu entleihen.
- In der Regel sind sie durch eine gelungene Mischung von Text- und Bildanteil sehr anschaulich, schwierige Zusammenhänge werden allgemeinverständlich dargestellt und können dadurch vom Benutzer schneller erfasst werden.
- Zeitschriften bieten häufig einen ersten Zugang zu bestimmten Themen, zur weiteren Vertiefung können dann später Buchtitel oder andere Medien hinzugezogen werden.
- Sie ergänzen den Buchbestand insbesondere dort, wo Informationen schneller veralten, z.B. im Bereich der Naturwissenschaften, der Technik und der EDV.
- Ein breites Publikum wird angesprochen: Zeitschriften kommen den Lesegewohnheiten verschiedener Benutzergruppen entgegen (z.B. Jugendlichen und Männern).

---

<sup>1</sup>Vergl. Günter Pflaum: Zeitschriften. Empfehlungen für Bibliotheken der Grundversorgung. In: die Bücherei Heft 2 (2000). S. 186 ff.



- Im Durchschnitt werden Zeitschriften häufiger ausgeliehen als Bücher.

### **Zeitschriften machen die Bibliothek interessanter, lebendiger und attraktiver!**

#### **2. Größe des Zeitschriftenbestandes**

- Bereits in früheren Bibliothekspapieren wie dem Bibliotheksplan 1973 wurden für bestimmte Bibliothekstypen auch bestimmte Bestandsgrößen an Zeitschriften und damit verbunden bestimmte Etatansätze gefordert.
- Erfahrungswerte zeigen, dass es sinnvoll ist, auch in kleinen Bibliotheken einen Mindestbestand an Zeitschriften bereitzuhalten. Günter Pflaum schreibt in seinem Artikel in *die bücherei* 2/2000 „Sehr kleine Bibliotheken, z.B. mit 2000-3000 Medieneinheiten, die nur über einen sehr geringen Erwerbungssetat verfügen, sollten jedoch nicht unter 12-15 Zeitschriften (ca. 450 bis 600 €) anbieten, da sonst ein Mindestmaß an Titel- und Themenbreite nicht geboten werden kann.“

Jede Bibliothek muss jedoch für sich abwägen, in welchem Themenbereich sie Zeitschriften anbieten möchte und welche finanziellen Mittel zur Verfügung stehen. Unter Umständen bleibt sie in der Aufbauphase unter den geforderten Mindestbestandszahlen.

#### **3. Zeitschriftenauswahl**

Angaben zu den auf dem Zeitschriftenmarkt erhältlichen Zeitschriftentiteln variieren erheblich, da der Zeitschriftenmarkt ständig in Bewegung ist. Eine Reihe von Zeitschriften hat sich jedoch über Jahre bewährt (Stiftung Warentest, Essen&Trinken, Geo, auto motor sport) und ist zum Teil mit verändertem Profil noch unter dem alten Titel erhältlich. Im Folgenden geht es um die Zeitschrift als periodisch erscheinende Publikation. Nicht berücksichtigt werden Fach-, Verbands-, Mitglieder- und Vereinszeitschriften.

Während häufig die Nachfrage so eingeschätzt wird, dass mit dem Zeitschriftenbestand eine möglichst große thematische Palette abgedeckt werden muss, so rät Pflaum „sich auf viel gefragte und ergiebige Zeitschriftentypen sich zu konzentrieren, wie Verbraucher-, Hobby-, Kinder- oder Computerzeitschriften“.

Als Hilfe für die Zeitschriftenauswahl kann keine Empfehlung für den Grundbestand ausgesprochen werden. Vielmehr muss das Profil der Bücherei und ihre Nutzer beachtet werden.

Anmerkung für die BiK: Das Profil wird auch bestimmt durch die Form der Klinik, z.B. allgem. Krankenhaus, Spezialklinik oder mit Fachbibliothek für die Mitarbeiter/innen usw. Achtung: Bei der Auswahl sollten besonders auch die Interessen der männlichen Patienten berücksichtigt werden.



Da der Zeitschriftenmarkt besonders schnell auf Käuferwünsche reagiert, sollte auch seitens der Bücherei hier eine stärkere Marktbeobachtung stattfinden.

Hilfreich sind auch Gespräche mit Büchereien aus der Umgebung oder des Büchereisystems, um abzuklären, welche Erfahrungen sie mit welchen Zeitschriftentiteln gemacht haben.

Weitere Informationsmöglichkeiten:

- Besuch im Zeitschriftenhandel, um sich selbst einen Eindruck vom Angebot zu verschaffen.
- Musterhefte anfordern. Web-Adresse: [www.pressekiosk.de](http://www.pressekiosk.de) z.B. als Schnupper-Abo

Bestandspflege umfasst nicht nur die Anschaffung, sondern ein **regelmäßiges Überprüfen**, ob die Zeitschrift noch zeitgemäß ist und noch viele Leser findet. Gegebenenfalls muss ein Abo aufgekündigt und eine gefragtere Zeitschrift bestellt werden.

#### 4. **Anschaffungskriterien**

Grundsätzlich gelten die gleichen Maßstäbe, wie bei der Beschaffung aller Medien.

Inhaltliche Kriterien:

- Verständlichkeit des dargebotenen Inhalts; journalistische Aufbereitung, Anschaulichkeit der Illustrationen
- Seriöse und aktuelle Information
- Praktikable Tipps und Ratschläge (insbesondere bei Hobbyzeitschriften)
- Ist die Pluralität der Meinungen und sind weltanschauliche Standpunkte durch das Gesamtangebot der Zeitschriften gewährleistet?

Formale Kriterien:

- Preis (im Unterschied zu Vergleichstiteln)
- Umfang (im Unterschied zu Vergleichstiteln)
- Stabilität des Umschlags der Bindung Anmerkung für die BiK : Besonders wichtig!
- Attraktive Aufmachung
- Regelmäßige Beilagen vorhanden (z.B. Disketten, CD-ROMs, Bastelbögen)? Anmerkung für die BiK : Nicht so wichtig!

Wenn eine Bibliothek Zeitschriften anschaffen möchte, ist es sinnvoll die Benutzer/innen in die Überlegungen mit einzubeziehen. Dies kann auf unterschiedliche Weise vor sich gehen:

- Abfragen von Titelwünschen
- Auslegen von Probeheften, mit Bitte um Äußerung



Anmerkung für die BiK : Da in den meisten Krankenhäusern ein Kiosk vorhanden ist, der kommerziell geführt wird, sollte unbedingt eine Absprache mit dem Betreiber erfolgen. Die BiK sollte das anspruchsvollere, dauerhaftere Angebot machen, nicht „Frau im Spiegel“ usw.

##### 5. Beschaffung, Einarbeitung, Ausleihe, Statistik

- **Zeitschriftenbezug:** Grundsätzlich kann (fast) jede Publikumszeitschrift über den Zeitschriften- bzw. Buchhandel bezogen werden oder natürlich direkt über den Abo-Service der jeweiligen Zeitschrift (s. Impressum der Zeitschrift, Media-Daten im Internet, Homepages der Verlage). Zur Vereinfachung bietet auch der Borromäusverein (bv.) einen Abo-Service an. Für alle über den bv. bezogenen Zeitschriften wird **eine** Rechnung ausgestellt und 5% Nachlass auf alle Abopreise gewährt. Vorteil: Nur noch ein Ansprechpartner für Zeitschriften aus unterschiedlichen Verlagen. In der Regel wird bis auf Widerruf abonniert. Auf jeden Fall sollte in der Zeitschriftenkartei festgehalten werden, wann eine Zeitschrift zum ersten Mal bestellt wurde und welche Kündigungsfristen zur Zeit der Bestellung Gültigkeit hatten. Es empfiehlt sich bei einer Abbestellung drei Monate im Voraus zu kündigen. Eine eindeutige **Lieferanschrift** sollte mitgeteilt werden können.

Anmerkung für die BiK : Evtl. sollte mit dem Kiosk vor Ort über einen Kauf dort zu besonderen Bedingungen gesprochen werden, so wird auch der Eindruck eines Konkurrenzangebotes vermieden.

- **Zeitschriftenkartei:** Als Liefernachweis sollte für jeden Zeitschriftentitel eine Zeitschriftenkarte (Bestellung über bv. möglich) oder ein Zeitschriftenkontrollblatt (mit folgenden Angaben: Zeitschriftentitel, Verlags- oder Lieferantenadresse mit telefonischem Ansprechpartner, Abopreis, Erscheinungsweise, wann erstmalig abonniert, Felder mit Angaben, ob und wann einzelne Titel geliefert wurden) geführt werden.
- **Zeitschriftenbearbeitung:** Auf die Vorderseite der Zeitschrift sollte ein mit dem Bücherei-stempel versehenes größeres weißes Etikett geklebt werden. Zusätzlich sollte auch noch die erste Innenseite gestempelt werden. Die Zeitschrift wird ausleihfertig hergerichtet, indem Sie eine Zugangsnummer (Jahr/Zugangs-Nr./Heftangabe) erhält, außerdem mit einem Fristzettel und einer transparenten „Buchecke“ versehen wird. Buchkarten müssen nicht für jedes Heft angefertigt werden, sondern man kann sie auch für die einzelne Zeitschrift gestaffelt hinter der Ausleihtheke bereithalten. Zur Verstärkung der Zeitschrift kann der Rücken bei Bedarf mit Folie versehen werden. Anmerkung für die BiK : Das Eigentumsetikett sollte so gestaltet werden (evtl. neonfarbig), dass die Patienten sofort eigene Zeitschriften von denen der BiK unterscheiden können.



- **Zeitschriftenausleihe:** Die Ausleihfristen bei Zeitschriften sind häufig kürzer als bei anderen Medien, damit möglichst viele Benutzer/innen die Zeitschrift aktuell lesen können. Voraussetzung dafür ist, dass die Bibliothek mindestens zweimal wöchentlich geöffnet hat. Bei entsprechender Anlesemöglichkeit in der Bücherei sollte das jeweils aktuellste Heft bis zum Erscheinen des nächsten Heftes präsent gehalten werden.

Anmerkung für die BiK : Bei den Zeitschriften wird die Ausleihfrist und die Rückgabe so wie bei den anderen Medien gehandhabt werden.

- **Statistik:** Die DBS fragt sowohl bei dem Bestand und bei der Ausleihe nach der Zahl der Einzelhefte, unabhängig der Zuordnung. Das bedeutet, dass beim Medienbestand alle vorhandenen alten Zeitschriften als Einheiten gezählt werden. Weiterhin wird die Frage nach den Abos abgefragt.

## 6. Präsentation

Die Präsentation der Zeitschriften kann an einer gesonderten Stelle oder den einzelnen Sachgruppen zugeordnet erfolgen.

Zeitschriften können in Zeitschriftenschränken, Zeitschriftenklappboxen, auf Schrägfachböden oder besonderen Präsentationsständern ausgelegt werden.

- Zeitschriftenschränke
  - In unterschiedlichen Größen erhältlich.
  - Präsentation geordnet nach Sachgebieten oder alphabetisch nach Titeln.
  - Das neueste Heft wird auf der Klappe ausgelegt.
  - Klappe mit Kopie von Zeitschriftentitel versehen, damit Zuordnung zum Fach unproblematisch ist.
  - Wird von vielen Bibliotheksmöbelherstellern angeboten.
- Zeitschriftenklappboxen können den einzelnen Buchgruppen zugeordnet werden. (Ähnliches Prinzip wie Zeitschriftenschränke)
- Zeitschriftenpräsentation auf Schrägfachböden, darunter ein Normalfachboden auf dem die älteren Hefte liegen.
  - Für den Ersteinstieg preisgünstige Möglichkeit.
  - Für Aufkantung muss vorne hoch genug (8 cm) sein.

In vielen Bibliotheken werden zwei, maximal drei Jahrgänge einer Zeitschrift in der Ausleihe



gehalten. Ältere Jahrgänge können (sollten aber nicht –Stichwort Aktualität) in Zeitschriftenboxen aufbewahrt werden. Ein Aufbinden der Jahrgänge ist nicht empfehlenswert, da dies zu teuer ist und die Bibliothek keine Archivfunktion hat.

Anmerkung für die BiK : In der BiK stellt sich noch die Frage der Unterbringung auf dem Bücherwagen. Hier sind individuelle Lösungen angesagt.

### **7. Sponsoring und Abospenden**

Zur Entlastung des Erwerbsetats sollte die Möglichkeit des Sponsorings nicht außer Acht gelassen werden. Verschiedene Bibliotheken haben mit Erfolg für bestimmte Zeitschriften Sponsoren angesprochen, z.B. das Gartencenter in der Nähe gefragt, ob es nicht das Jahresabo für eine Gartenzeitschrift übernehmen möchte oder das Möbelhaus von nebenan um die Finanzierung einer Einrichtungszeitschrift gebeten. Wichtig ist, dass als Gegenleistung der Sponsor auf der Zeitschrift kenntlich gemacht wird (z.B. durch Aufkleber).

Genauso gut können von Privatpersonen Spenden für die Bücherei in Form von Zeitschriftenabos gemacht werden. Spendenquittungen dürfen in beiden Fällen nur vom Träger ausgestellt werden (Anmerkung für die BiK : Prüfen Sie, ob dies möglich ist, oder ob es einen gemeinnützigen Förderkreis der Klinik gibt, über den das abgewickelt werden kann.).

### **8. Werbung**

Wenn die Bücherei einen Zeitschriftenbestand neu aufbaut, sollte sie darüber berichten.

Lit.-Hinweis: Günter Pflaum: Zeitschriften. Empfehlungen für Bibliotheken der Grundversorgung. In: die Bücherei Heft 2 (2000). S. 186 ff.

Manuskript erstellt von Hubert Vitt-Wagener u. Sabine Piontek. Beachten Sie auch die Hinweise in der „Anleitung zur Büchereiverwaltung“.

Kontakt:

Hubert Vitt-Wagener, Dipl. Bibl.

Institut für Religionspädagogik und Medienarbeit im Erzbistum Paderborn

Am Stadelhof 10

33098 Paderborn

0 52 51 - 125 19 16

hubert.vittwagener@erzbistum-paderborn.de



## Liste der bei der Tagung vorgestellten NOVITÄTEN

**Brinx, Thomas:**

**Neumond / Brinx ; Kömmerling.** - 1. [Aufl.] - Stuttgart [u.a.] : Thienemann, 2008. - 283 S. ; 22 cm  
– (J)

**bvMedienNr.: 286 355kt. : 13,90**

**Cañón, James:**

**Der Tag, an dem die Männer verschwanden** : Roman / James Cañón. - Berlin : Ullstein, 2008.  
- 397 S. : Ill. ; 22 cm - Aus dem Engl. übers. – (SL)

**bvMedienNr.: 287 513 fest geb. : 19,90**

**Dem Täter auf der Spur**

: 3 spannende Hörspiele zum Mitraten / von Georg K. Berres... Sprecher: Paul Herwig.... - Berlin :  
Argon, 2008. - 1 CD (ca. 61 Min.) - (Argon Audimax) - Enth. u.a: Regatta Veneziana. Die Gunst  
der Stunde – (SL)

**bvMedienNr.: 559 392CD: 9,95**

**Dorner, Maximilian:**

**Mein Dämon ist ein Stubenhocker** : aus dem Tagebuch eines Behinderten / Maximilian Dorner.  
- 1. Aufl. - München : Zabert Sandmann, 2008. - 165 S. ; 21 cm – (Bi2)

**bvMedienNr.: 288 504fest geb. : 16,95**

**Das Ende des Alphabets**

/ C. S. Richardson. Gelesen von Ulrich Pleitgen. - Ungekürzte Lesung - Hamburg : Hörbuch,  
2008. - 2 CDs - Aus dem Engl. übers. – (SL)

**bvMedienNr.: 287 846CD : 16,95**

**Fast Food für die Seele**

: einfach das Leben ändern / Barbara Berger. [Stefanie Müller]. - Gekürzte Fassung - München :  
LangenMüller, 2008. - 1CD (ca. 68 Min.) - (LangenMüller Hörbuch) – (Ps 3.2)

**bvMedienNr.: 559 394CD : 9,90**



**Fengler, Susanne:**

**Heidiland** : Roman / Susanne Fengler. - 1. Aufl. - Berlin : Kiepenheuer, 2008. - 347 S. ; 22 cm – (SL)

**bvMedienNr.: 287 584fest geb. : 19,95**

**Franklin, Ariana:**

**Die Teufelshaube** : Roman / Ariana Franklin. - 1. [Aufl.] - München : Droemer, 2008. - 439 S. ; 22 cm - Aus dem Engl. übers. – (SL)

**bvMedienNr.: 285 830fest geb. : 19,95**

**Ganz gelassen**

: die besten Konzepte für Entspannung und innere Ruhe / Lothar J. Seiwert.... Gesprochen von Matthias Ponnier.... - Frankfurt am Main : Campus-Verl., 2008. - 1 CD (ca. 64 Min.) - (Campus Hörbuch) – (Fa 1.3 1)

**bvMedienNr.: 559 395CD : 9,95**

**Gruen, Sara:**

**Wasser für die Elefanten** : Roman / Sara Gruen. - 1. Aufl. - Köln : DuMont, 2008. - 396 S. ; 22 cm - Aus dem Engl. übers. – (SL)

**bvMedienNr.: 286 077fest geb. : 19,90**

**Hagena, Katharina:**

**Der Geschmack von Apfelkernen** : Roman / Katharina Hagena. - 1. Aufl. - Köln : Kiepenheuer & Witsch, 2008. - 252 S. ; 21 cm – (SL)

**bvMedienNr.: 284 586fest geb. : 16,95**

**Die Herbstzeitlosen**

/ [Darst.:] Monica Gubser... . E. Film von Bettina Oberli . - Hamburg : Warner Home Video, 2007. - 1 DVD Video (ca. 86 Min.) - (X Edition) - Orig.: CH. - Sprache: Dt., Schweizdt. - Untert. für Hörgesch.: Dt. - Enth. außerdem u.a.: Funny Takes – (SL)

**bvMedienNr.: 559 412 DVD Video : 9,99**

**Lobkowitz, Marie-Sophie:**

**Ich werde da sein, wenn du stirbst** : eine Liebesgeschichte / Marie-Sophie Lobkowitz. - 1.

[Aufl.] - München : Pattloch, 2008. - 223 S. ; 22 cm – (Bi 2)

**bvMedienNr.: 286 025fest geb. : 14,95**

**Maria, ihm schmeckt's nicht!**

: das Hörspiel / Jan Weiler. [Hörspielbearb., Regie: Leonhard Koppelman. Sprecher: Konrad Beikircher ...]. - München : Der HörVerl., 2008. - 2 CD (ca. 159 Min.) – (SL)

**bvMedienNr.: 558 196CD : 19,95**

**Moschner, Ruth:**

**Vollblondige Businen** : Roman / Ruth Moschner. - 1. Aufl. - Reinbek bei Hamburg : Wunderlich, 2008. - 285 S. ; 21 cm – (SL)

**bvMedienNr.: 287 509kt. : 14,90**

**Paasilinna, Arto:**

**Adams Pech, die Welt zu retten** : Roman / Arto Paasilinna. - 1. [Aufl.] - Bergisch Gladbach : Ed. Lübbe, 2007. - 236 S. ; 21 cm - Aus dem Finn. übers. – (SL)

**bvMedienNr.: 555 852      fest geb. : 18,00**

**Reddemann, Luise:**

Eine Reise von 1000 Meilen beginnt mit dem ersten Schritt : seelische Kräfte entwickeln und fördern / Luise Reddemann. - Jub.-Ausg. - Freiburg [u.a.] : Herder, 2007. - 160 S. ; 19 cm - (Herder spektrum ; 5919)(Bibliothek des Lebens) – (Ps 3.2)

**bvMedienNr.: 284 803kt. : 8,00**

**Rönkä, Matti:**

**Bruderland** : Kriminalroman / Matti Rönkä. - Dt. Erstausg., 1. [Aufl.] - Dortmund : Grafit, 2008. - 222 S. ; 20 cm - Aus dem Finn. übers. – (SL)

**bvMedienNr.: 287 819fest geb. : 17,90**



**Zusak, Markus:**

**Die Bücherdiebin** : Roman / Markus Zusak. - 1. Aufl. - München : Blanvalet, 2008. - 587 S. : Ill. ; 24 cm - Aus dem Engl. übers. – (SL)

**bvMedienNr.: 557 680fest geb. : 19,95**

---

Diese Liste wurde vom Borromäusverein e.V., Christoph Holzapfel, Dipl. Theol., zusammengestellt; Preisangaben ohne Gewähr; Stand: Mai 2008. - Die Titel können bei Katholischen öffentlichen Büchereien oder direkt bei der borro medien gmbh unter Angabe der **MedienNr.** bestellt werden. E-Mail: [info@borromedien.de](mailto:info@borromedien.de); Internet: [www.borromedien.de](http://www.borromedien.de)

---

**Kennen Sie unsere Newsletter mit aktuellen Informationen?**

***bv.*-Newsletter: <http://www.borromaeusverein.de/subscribe>**

***medienprofile*-Newsletter: <http://www.medienprofile.de/subscribe>**

***bv.* bildungsticker: <http://www.borromaeusverein.de/subscribe>**



Fortbildung für Mitarbeiterinnen und  
Mitarbeiter aus Bibliotheken  
in Krankenhäusern

11. Juni 2010

10 - 17 Uhr

Borromäushaus

Bonn

Wittelsbacherring 7 - 9

**Voraussichtliche Themen:**

Hygiene in der BiK  
Workshops zum Thema  
Öffentlichkeitsarbeit