

Coffee Lectures: *Snackable Content* für Wissenschaftliche Bibliotheken. Definition, Geschichte und aktuelle Ausprägung¹

von Katrin Ott

Einleitung

Obwohl Coffee Lectures seit 2014 „auf dem Markt“ sind, gibt es noch keine umfassende Untersuchung² über dieses Angebotsformat. Im Frühjahr 2019 war für eine intensive Beschäftigung mit dem Thema und für eine Umfrage gerade der Kairos erreicht, weil in den Bibliotheken schon sehr viele Erfahrungen gesammelt worden waren, die – so mein Eindruck nach den Erstkontakten³ – auch gerne geteilt wurden. Wie sich zeigte, hofften Einrichtungen, die gerade in den Startlöchern standen, von den Erkenntnissen meiner Umfrage profitieren zu können;⁴ aber auch für solche Veranstalter, die gerade resignierten oder zu lange „im eigenen Saft schmorten“, kam die Umfrage zur rechten Zeit, weil sie sich neue Anregungen erhofften. Deshalb war das Interesse an meiner Arbeit und die Bereitschaft zur Teilnahme an meiner Umfrage sehr groß, und eine Kollegin, die ich in der Einleitung zur Umfrage zitierte, sprach mit ihrer Aussage „Wir beobachten mit Spannung, was in den anderen Bibliotheken passiert“ sehr vielen Anbietern aus der Seele. Anhand der Auswertung der 56 Fragen meiner Online-Umfrage, die von 80⁵ Bibliotheken beantwortet wurden, kann sehr gut nachgezeichnet werden, was in den Bibliotheken geschieht. Doch zunächst sollen Coffee Lectures definiert und soll die bisherige Entwicklung der Coffee Lectures dargestellt werden.

Definition

Was sind Coffee Lectures?

Oliver Renn, ihr Erfinder (s.u.), definiert sie 2014 wie folgt: Coffee Lectures sind ein „Format, welches Ende 2013 an der ETH Zürich eingeführt wurde, und welches auf kurzen, maximal zehnminütigen Vorträgen beruht, während denen gratis ein Kaffee oder Tee getrunken werden kann.“⁶ In der

¹ Bei diesem Artikel handelt es sich um die stark gekürzte Fassung meiner Masterarbeit, die ich im Mai 2019 dem Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin vorgelegt habe.

² Michael Fischer schrieb Anfang 2016 im Rahmen seines Bibliotheksreferendariats eine 23-seitige Hausarbeit mit dem Titel „Informationskompetenz und die ‚kleine Form‘ – Coffee Lectures und andere Formate der Vermittlung von Informationskompetenz an wissenschaftlichen Bibliotheken. Hintergründe, Entstehung, Erfahrungen und Potentiale“. Dieser erste Ansatz, Coffee Lectures in ihren größeren Kontext – titelgemäß in eben den der Informationskompetenz – einzuordnen, blieb aber unpubliziert. Auch Fischer führte – unter den damals lediglich neun aktiven Bibliotheken – eine Umfrage durch, deren Ergebnisse – das wird angesichts der Entwicklung, die das Format seitdem genommen hat, deutlich (s.u.) – unbestreitbar als inaktuell gelten können. Darüber hinaus gibt es einige Praxisberichte, s.u.

³ Oktober bis Dezember 2018, 37 Bibliotheken.

⁴ Diese und viele weitere Aussagen sind in meiner Masterarbeit mit Zitaten aus E-Mails belegt, worauf in diesem Beitrag im Sinne der Kürze wie auch aus Datenschutzgründen verzichtet wurde.

⁵ 85 Teilnahmen minus 5 doppelte. Nach der Datenbereinigung ist die Grundgesamtheit in der Statistik-Auswertung 73 (s.u.).

⁶ Renn 2014, S. 190. Ähnlich Helmkamp et al. 2017, S. 96: „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.“

Ankündigung auf den Internetseiten der ETH Zürich heißt es dazu: „Ab dem 3. Dezember 2013 bietet das Informationszentrum Chemie Biologie Pharmazie (ICBP) [...] so genannte Coffee Lectures an. Das sind kurze Informationsveranstaltungen von maximal 10 Minuten [...] Das Ziel der Coffee Lectures ist es, die Dienstleistungen, Angebote und Informationsquellen bei Mitarbeitenden und Studierenden bekannter zu machen und ihre Nutzung zu unterstützen. Zu den Präsentationen gibt es jeweils gratis einen Kaffee.“⁷

Obwohl Oliver Renn durch sein Vorbild und seine Publikationen den Coffee Lectures seinen Stempel aufgedrückt hat,⁸ sind die Ausprägungen, aber auch das grundlegende Verständnis und die Zielgruppen dieses Formats in den einzelnen Bibliotheken jeweils sehr unterschiedlich, wie die Praxisbeispiele in der Literatur⁹ sowie die Informationen auf den Webseiten der veranstaltenden Institutionen zeigen, und wie dies auch die Umfrage ergab. Viele Institutionen bieten beispielsweise gar keinen Kaffee an und bezeichnen ihre Veranstaltung dementsprechend auch anders.

Oliver Renn schreibt 2018: „Coffee Lectures, auch als ‚kleines Format‘¹⁰ bezeichnet, sind eine Möglichkeit, Studierenden und Forschenden Informationskompetenz zu vermitteln.“ Diese Einschätzung, dass Coffee Lectures Informationskompetenzveranstaltungen sind, teilen bei weitem nicht alle Bibliotheken. Insofern ist es nicht sinnvoll, diese Einordnung in die Definition aufzunehmen – ebensowenig, worüber die veranstaltenden Institutionen ihre Zielgruppen informieren möchten,¹¹ denn das Themenspektrum ist sehr groß. Renn 2018: „Prinzipiell lassen sich Coffee Lectures thematisch weit variieren.“

In seiner Beschreibung von 2014 erörtert Renn: „Um die Hemmschwelle für die Teilnahme so gering wie möglich zu halten, wurde auf eine Anmeldung bzw. Registrierung verzichtet.“¹² Diesem Vorbild sind tatsächlich alle gefolgt: Die Frage „Muss man sich zu Ihren Coffee Lectures anmelden?“ wurde von allen Bibliotheken ohne Ausnahme mit „nein“ beantwortet – es war die einzige Frage der Umfrage, die einhellig beantwortet wurde.

Durch diesen Verzicht wird das Angebot „niederschwellig/niedrigschwellig“ bzw. „informell“.¹³ Kerstin Helmkamp et al. schreiben: „Gemein ist ihnen ein informeller und niedrigschwelliger Charakter, bei dem meist auf Anmeldung, feste Sitzordnungen usw. verzichtet wird.“¹⁴ Andere sprechen von „ganz zwanglos

⁷ <https://ethz.ch/services/de/news-und-veranstaltungen/intern-aktuell/archiv/2013/12/die-coffee-lectures-starten.html> (09.09.2019)

⁸ Vgl. Tangen 2018a, S. 276: „Mit seinem 2014 veröffentlichten Artikel traf er den Zeitgeist und löste eine Welle von Nachahmern aus.“

⁹ Ein Beispiel für unterschiedliche Ansätze aus der Literatur: „Im Unterschied zu Coffee Lectures an vielen anderen 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.“ Helmkamp et al. 2017, S. 97.

¹⁰ Vgl. den Titel der Hausarbeit von Michael Fischer: „Informationskompetenz und die ‚kleine Form‘ ...“.

¹¹ Geschweige denn, wer die Zielgruppen sind, denn auch diese sind äußerst heterogen, vgl. die Auswertung der Umfrage.

¹² Renn 2014, S. 193.

¹³ So auch im Untertitel von Renn 2018: „Kurz, informell, informativ: Ein niederschwelliges Angebot in Wissenschaftlichen Bibliotheken“. Im Text dann: „ein niedrigschwelliges Angebot“.

¹⁴ Helmkamp et al. 2017, S. 97.

und unverbindlich“.¹⁵ Die Niederschwelligkeit drückt sich freilich auch in einem gut erreichbaren Ort aus, welchen alle Bibliotheken zumindest anzubieten versuchen.

Ebenfalls Konsens scheint zu sein, dass der Präsentationsstil der Kürze der Zeit angepasst werden muss. Durch den engen Zeitrahmen können Themen nicht „vollumfänglich“ dargestellt werden, sondern sind „schlaglichtartig“ zu vermitteln.¹⁶ „Die Referenten müssen sich frei machen von der Vorstellung, alle Vor- und Nachteile aufzuzählen [...] Das erwartet auch niemand bei einer zehnminütigen Coffee Lecture“.¹⁷ „Entscheidend ist auch die Art der Präsentation: unterhaltsam, im besten Sinne witzig und auf das Wesentliche fokussiert, mit dem Willen, auch Dinge und vor allem Komplexitäten wegzulassen, was sicher nicht allen leicht fällt.“¹⁸

2018 bemerkt Oliver Renn: „Mit den Coffee Lectures steht ein informelles und unterhaltsames Format bereit.“

Eine Bibliothek empfindet es laut Umfrage als besondere Herausforderung „immer wieder frische Ideen zu entwickeln, eine gute Themenauswahl zu treffen mit attraktiven Titeln“. Diana M. Tangen meint: „Die Veranstaltungstitel müssen jedoch griffig sein“.¹⁹

Konstitutive Elemente von Coffee Lectures sind also – den Kaffee trotz des Namens beiseite lassend:

- niedrigschwelliges Kurzformat (< 30 Minuten)
- an einem gut erreichbaren Ort
- ohne Anmeldung
- attraktive Titel
- ansprechende Themen
- unterhaltsamer Präsentationsstil [im Sinne von *Snackable Content* (s.u.)]
- ggf. (kostenfreier) Kaffee o.a. (geldwerte) Anreize

Daraus folgt meine Definition:

Coffee Lectures sind ein niedrigschwelliges Kurzformat, mit dem die veranstaltende Institution ihre Zielgruppen informieren möchte. Einladend sollen wirken: attraktive Titel, ansprechende Themen und ein unterhaltsamer Präsentationstil an einem gut erreichbaren Ort, ohne Anmeldung und gegebenenfalls mit (kostenfreiem) Kaffee o.a. (geldwerten) Anreizen.

Coffee Lectures als *Snackable Content*

Mit dieser Definition passen Coffee Lectures perfekt in das Konzept des *Snackable Content*. Dieser Begriff aus dem englischen Sprachgebrauch ist im Online-Marketing ein Buzzword. Darunter „versteht man im Allgemeinen leicht konsumierbare Inhalte [...]. Die kleinen Content-Stücke [...] bieten Unterhaltungswert und/oder sind für den User von informativem Nutzen.“ Bezogen sind sie freilich auf Inhalte, die „Traffic“ bringen und „sich in der Regel auch schnell über soziale Netzwerke teilen lassen.“

¹⁵ Härter 2018, S. 100.

¹⁶ Beide Begriffe bei Renn 2018, S. 382.

¹⁷ Ebd.

¹⁸ Renn 2014, S. 193f.; Dolenc/Schnabl/Renn 2018, S. 19: „Coffee Lectures are preferably presented in an entertaining style.“

¹⁹ Tangen 2018b, S. 5.

Gemeint sind etwa „Kurzvideos, Podcast-Teaser, Instagram-Stories und Boomerangs, Spruchbilder, Infografiken, Kurzzusammenfassungen“.²⁰

Laut von Hirschfeld/Josche bezeichnet man „als Micro-Content oder auch *Snackable Content* [...] besonders kompakte Inhalte, die Sie mit wenig Aufwand erstellen können. Sie eignen sich vor allem für soziale Medien, wenn es darauf ankommt, dass Nutzer Ihre Inhalte schnell erfassen und einfach weiterleiten können. Der Klassiker des Micro-Contents ist die Kurzmeldung auf Twitter: der *Tweet*.“

Die beiden Autoren formulieren acht Kriterien für Micro-Content, von denen die folgenden drei treffend zu Coffee Lectures passen (die übrigen sind social media-spezifisch):

- „fokussiert auf kompakte und nützliche Informationen, die der Nutzer tatsächlich benötigt.
- liefert Informationen in mundgerechten und leicht verdaulichen Portionen.
- enthält eine komplette Botschaft und bedarf keiner ergänzenden Informationen.

[...] Dabei kann Micro-Content sowohl informativ als auch unterhaltsam sein, aber keinesfalls werblich. Sein Ziel ist es, Appetit zu machen auf größere Content-Formate ...“.²¹

Übertragen auf wissenschaftliche Bibliotheken können solch kurze, niedrigschwellige Angebotsformate wie Coffee Lectures durchaus als *Snackable Content* gelten, denn was im Marketingbereich mit ein paar Sekunden als besonders kompakt gilt, ist auf die Bibliotheken übertragen mit 10 Minuten das Kürzeste, was von diesen angeboten wird. Der Begriff ist für Coffee Lectures sogar doppelt passend, weil es z.T. Snacks, zumeist aber einen Kaffee dazu gibt – spricht doch Diana M. Tangen 2015 von „Infohäppchen“ (also wie *Snackable Content* mundgerecht, leicht verdaulich), woraufhin zwei an der Umfrage beteiligte Bibliotheken ihr Format sogar so benannt haben, weil sie keinen Kaffee anbieten.

Coffee Lectures in wissenschaftlichen Bibliotheken

Wer bietet Coffee Lectures an? Welche Institutionen greifen auf dieses Format zurück?

Der Titel dieses Artikels endet mit „... in wissenschaftlichen Bibliotheken“: Diese Eingrenzung hat ihre Berechtigung, denn nur eine einzige Öffentliche Bibliothek hat an der Umfrage teilgenommen (die das Angebot zumal inzwischen aufgegeben hat), und über Internetrecherchen habe ich keine weitere Öffentliche Bibliothek gefunden, die Coffee Lectures anbietet.²² Dabei wäre durchaus denkbar, dass etwa auch Schulbibliotheken oder andere Informationseinrichtungen Coffee Lectures anbieten. Aktuell sind sie tatsächlich aber ein Phänomen wissenschaftlicher Bibliotheken.

Als solche werte ich auch Behördenbibliotheken. An meiner Umfrage haben drei davon teilgenommen, eine weitere hat sehr großes Interesse an dem Format signalisiert.

²⁰ <https://www.seokratie.de/snackable-content/> (09.09.2019).

²¹ Von Hirschfeld/Josche² 2018, S. 65.

²² Inka Tappenbeck vom Institut für Informationswissenschaft der TH Köln schlug 2016 beim 3. Forum Bibliothekspädagogik freilich vor, die Coffee Lectures der wissenschaftlichen Bibliotheken (sie stellte die Coffee Lectures der KIT-Bibliothek vor) als Impuls für Öffentliche Bibliotheken zu verstehen: „Coffee Lecture: Eine Idee für zentral gelegene Stadtbibliotheken? Berufstätige, die in der Mittagspause ‚auf einen Kaffee und eine Info‘ in der Bibliothek vorbeischauchen?“, s. Tappenbeck 2016, Folie 10.

Bibliotheken von außeruniversitären Forschungseinrichtungen sind ebenfalls hinsichtlich Coffee Lectures aktiv. Von solchen haben acht Bibliotheken an der Umfrage teilgenommen.

Hochschulbibliotheken sind mit 12 von 75 (16 %) gut vertreten. Den Rest bilden Staats- und Universitätsbibliotheken (2) sowie Universitäts- und Landesbibliotheken (7); den Großteil bilden reine Universitätsbibliotheken (35), davon 8 von Technischen Universitäten, zu denen ich auch die KIT-Bibliothek zähle, die freilich auch zur Helmholtz-Gemeinschaft (= außeruniversitäre Forschungseinrichtung) gehört. Hinzu kommen die zentralen Fachbibliotheken TIB Hannover und ZB MED, welche ebenfalls an der Umfrage teilgenommen haben.

Obwohl die Institutionen sehr unterschiedlich und meistens hinsichtlich Größe und Organisation nicht vergleichbar sind, habe ich sie in der Auswertung nicht weiter differenziert, weil die Grundgesamtheit dafür nicht groß genug ist. Die Frage ist auch, ob denn etwa die Behördenbibliotheken oder die außeruniversitären Forschungseinrichtungen unter sich überhaupt vergleichbar wären.

Geschichte

Coffee Lectures haben tatsächlich einen Erfinder, und ihr „öffentliche[r] Launch“²³ kann eindeutig datiert werden: Am 3. Dezember 2013 bot Oliver Renn, Leiter des Informationszentrums Chemie | Biologie | Pharmazie (ICBP) der ETH Zürich, in seiner Einrichtung die erste Coffee Lecture zum Thema „Mit Alerts auf dem Laufenden bleiben“ an. Davon berichtete er erstmals 2014 in der Zeitschrift *Information. Wissenschaft & Praxis*.²⁴ Renn war seit September 2012 Leiter des ICBP, hatte vorher (ab 2003) das Scientific Information Center des Pharmaunternehmens Boehringer Ingelheim geleitet und das Format dort bereits 2007 ausprobiert.²⁵ Die ersten Anfänge dieses Angebotsformats liegen also eigentlich in Informationszentren, zunächst in dem einer Pharmafirma und erst nach dem Wechsel des Akteurs im Informationszentrum einer Universität.

Obwohl man meinen könnte, dass – was der Ursprung in einer Firma nahelegt – die sogenannten Brown bag sessions bzw. das „Lunch and Learn“-Format Vorbild dafür gewesen seien, schrieb mir Oliver Renn am in einer E-Mail, dass dem nicht so war. „Die Idee war einfach, weg zu kommen von den als angestrengt empfunden langatmigen Schulungen, und einen eher informellen Rahmen zu finden“,²⁶ so Renn. Insofern kann man Coffee Lectures allenfalls als eine Parallelentwicklung zu den genannten Formaten bezeichnen,²⁷ denn Renns Idee entstand davon unabhängig, und die Bibliotheken, die das Format in der unmittelbaren Folge aufnahmen, taten dies nachweislich in Abhängigkeit zu Renn.²⁸

²³ Renn 2018, S. 382.

²⁴ Vgl. Renn 2014.

²⁵ Renn 2018, S. 382: „Tatsächlich ist aber die Idee der Coffee Lectures viel älter. Die Coffee Lectures wurden bereits 2007 in einem Unternehmen der pharmazeutischen Industrie durchgeführt.“

²⁶ E-Mail vom 25.02.2019.

²⁷ Vgl. Helmkamp et al. 2017, S. 97 mit Anm. 6.

²⁸ Einzig Helmkamp et al. 2017 kommen überhaupt auf ähnliche Formate zu sprechen – allerdings ohne eine Abhängigkeit zu formulieren: „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.“ (S. 97 mit Anm. 6).

Wie ging es weiter?²⁹

Die erste Bibliothek, die nach Zürich ein solches Kurzformat anbot, war nach eigener Aussage die UB Mannheim. Im Fragebogen heißt es: „Zwölfdreissig gibt es seit 2015. 2014 wurde bereits ein kürzeres und namenloses ‚Coffee Lectures‘-Veranstaltungsformat erprobt, d.h. Coffee Lectures gibt es in Mannheim seit 2014.“

Aber auch an der KIT-Bibliothek begann man bereits 2014, sich über ein neues Angebotsformat Gedanken zu machen: „Überlegungen, ein Format wie die Coffee Lectures in der Informationsvermittlung am KIT anzubieten, begründeten sich u.a. aus den Ausführungen von Oliver Renn (Renn, 2014)“.³⁰ Diana M. Tangen, Begründerin der Coffee Lectures an der KIT-Bibliothek, veröffentlichte ihre Erfahrungen 2015 in *b.i.t. online*.³¹

Die TIB Hannover,³² die UB Braunschweig³³ und die UB der TU Berlin³⁴ begannen mit ihren Coffee Lectures ebenfalls 2015.

Jozica Dolenc und Oliver Renn konstatieren 2016: „Coffee Lectures finden nun beispielsweise auch am KIT Karlsruhe und an der TIB Hannover statt.“³⁵

Spätestens seit 2016 kann man von einem Schneeballeffekt sprechen, der im Einzelnen nicht mehr nachzuverfolgen ist: Anregungen konnten interessierte Bibliotheken in der Literatur oder durch Vorbilder und Erfahrungsberichte, aber auch über die Webseiten anderer Bibliotheken erhalten. Auch Vorträge hatten sicherlich eine „Anschubwirkung“.³⁶ Diese Zeichen der Zeit erkannte Michael Fischer, indem er Coffee Lectures Anfang 2016 im Rahmen des Referendariats an der Bayerischen Staatsbibliothek München zum Thema seiner Hausarbeit machte,³⁷ die er zwar nicht publizierte, aber als Grundlage seines Vortrags beim 1. Coffee Lectures-Anwendertreffen 2018 verwendete (s.u.).

Als Multiplikatorinnen wirkten jedenfalls Diana M. Tangen mit ihrem Vortrag „Die Coffee Lectures – Kurzvorträge als neues Format zur Informationsvermittlung an der KIT-Bibliothek“ auf dem Bibliotheks-

²⁹ Dieser Abschnitt ist zugleich der umfassende Literaturbericht, denn mehr Publikationen über Coffee Lectures als die aufgeführten Praxisberichte und die Hausarbeit von Michael Fischer (2016) gibt es nicht.

³⁰ Tangen 2015, S. 513.

³¹ Tangen 2015.

³² Im Juli 2015, vgl. das Interview mit Christine Burbliès vom 27.08.2015, in dem es heißt, dass die TIB/UB das „neue Veranstaltungsformat“ „seit einigen Wochen testet“ (<https://blogs.tib.eu/wp/tib/2015/08/27/drei-fragen-an-christine-burbliès/>, 09.09.2019). Christine Burbliès schrieb mir am 25.04.2019: „Ja, die ETH war das grundsätzliche Vorbild, dem dann die Recherche zu vergleichbaren Angeboten in den USA folgte. Auf die Idee hat mich in der Tat das Angebot der ETH gebracht, einen Kontakt gab es zu diesem Zeitpunkt zu Herrn Renn nicht.“ Ich fragte nach „Welche Angebote in den USA meinen Sie genau? Brown bag, lunch & learn ...? Eine direkte Abhängigkeit kann man, wenn Sie ‚nur‘ recherchiert haben, also nicht postulieren, oder? Kann man dann von ‚Ideegebern‘ sprechen?“ Christine Burbliès antwortete: „Ja, ‚Ideegeber‘ klingt gut“.

³³ Antwort aus dem Fragebogen: „Brainstorming in AG Öffentlichkeitsarbeit“.

³⁴ Antwort aus dem Fragebogen: „Bericht einer Kollegin über Coffee Lectures an einer anderen Universität“. E-Mail am 28.11.2018: „Wir haben im Herbst 2015 mit Coffee Lectures angefangen, zunächst nur im Bereich Literaturverwaltung.“

³⁵ Dolenc/Renn 2016, S. 79. 2015 hatte es noch geheißen: „Das Format ist 2014 publiziert worden und wird nun bereits anderswo, z. B. am KIT Karlsruhe, ebenfalls erfolgreich durchgeführt.“ (Renn 2015, S. 27)

³⁶ Mailwechsel mit Oliver Renn am 25.02.2019: Katrin Ott: „War Ihr Artikel von 2014 der ‚Startschuss‘ für die externe Verbreitung, oder gab es noch andere Anschläge dafür, dass die Coffee Lectures in andere Bibliotheken getragen wurden – wie etwa Vorträge o.ä.“ Oliver Renn: „Ich glaube schon, und sicher auch Vorträge. Der, den ich beim Abschiedssymposium von Dr. Neubauer, dem früheren Direktor der ETH-Bibliothek gehalten habe (Anfang 2015?), hatte sicher eine Anschubwirkung.“ Dieser Vortrag wurde veröffentlicht unter dem Titel „Können (wissenschaftliche) Bibliotheken weiterhin Bibliotheken heißen?“, in Renn 2015, S. 17–34.

³⁷ Fischer 2016, vgl. Anm. 2. Ich danke Michael Fischer sehr herzlich dafür, dass er mir seine Arbeit zur Verfügung stellte.

kongress im März 2016 und Inka Tappenbeck, die auf dem 3. Forum Bibliothekspädagogik im Juli 2016 in Stuttgart „Vermittlung von Informationskompetenz als Event“ proklamierte und die Coffee Lectures an der KIT-Bibliothek als Praxisbeispiel vorstellte.

Kerstin Helmkamp et al. berichteten Anfang 2017 von ihren Erfahrungen mit ihrem „Dortmunder Modell“.

Eine Bibliothek, die das Angebotsformat ab Frühjahr 2017 zu etablieren begann, schreibt in der Umfrage: „als der Hype begann, haben wir mitgezogen“.

Ein Höhepunkt der Verbreitung war dann das Wintersemester 2017. Symptom und Ergebnis dieses „Hypes“ war schließlich das 1. Coffee Lectures-Anwendertreffen am 19. April 2018 in Karlsruhe, das weitere Neu-Einsteiger nach sich zog, so dass im Wintersemester 2018 die meisten Coffee-Lecture-Starts zu verzeichnen sind. 2018 erschienen weitere fünf Publikationen über Coffee Lectures, in denen zum Teil vom Anwendertreffen berichtet wird,³⁸ und „im Nachgang zu diesem Anwendertreffen wurde auch eine Website (www.blogs.ethz.ch/coffeelectures) für den Austausch zu Coffee Lectures bereitgestellt, die auch eine Literaturliste und die Präsentationen des Anwendertreffens enthält.“³⁹

Die soeben beschriebene Entwicklung habe ich in die nachfolgende Zeitleiste eingearbeitet, deren Grundlage meine Umfrage ist.⁴⁰ In dieser fragte ich „Seit wann bieten Sie Coffee Lectures an?“ und „Darf ich auf der Grundlage Ihrer Antwort eine Zeitleiste veröffentlichen, in der Ihre Institution explizit genannt wird?“. Da diese letzte Frage von sieben Bibliotheken mit „nein“ beantwortet wurde, sind in der Zeitleiste nur diejenigen Bibliotheken aufgeführt, welche der Veröffentlichung zugestimmt haben. Außerdem ist zu bemerken, dass die Zeitleiste fragebedingt nur den jeweiligen Beginn der Durchführung dokumentiert, nicht den Zeitraum, in dem die Bibliotheken das Format angeboten haben; es ist aus der Zeitleiste also nicht ersichtlich, dass drei der aufgeführten Bibliotheken das Format inzwischen ganz aufgegeben haben und dass zwei es zeitweilig aufgegeben hatten, aber nur, um es zu überarbeiten und neu aufzulegen.

Die Zeitangaben in der timeline sind Zitate aus der Umfrage: Wenn eine Bibliothek nur allgemein ein Jahr, also zum Beispiel „2016“ angegeben hat, wurde sie weder Sommer- noch Wintersemester zugeordnet; wenn sie einen Monat angab, wurde dieser dem entsprechenden Semester zugeordnet; wenn die Einrichtung ein konkretes Datum angegeben hatte, wurde dieses so eingetragen. Schweizer Biblio-

³⁸ Vgl. (chronologisch) Dolenc/Schnabl/Renn 2018, S. 19; Tangen 2018a; Renn 2018, S. 382, Anm. 1; Tangen 2018b, S. 5: „Es förderte den Erfahrungsaustausch zwischen den Bibliotheken. Verschiedene Bibliotheken stellten vor, wie sie dieses Format einsetzen und welche Erfahrungen sie damit gemacht haben. Neben Tipps und Tricks zur praktischen Durchführung wurde auch die Entstehungsgeschichte der Coffee Lectures beleuchtet und ein Ausblick auf mögliche Weiterentwicklungen gegeben.“ Außerdem: Faidt/Grahl 2018. Vgl. auch: http://blog.bibliothek.kit.edu/kit_bib_news/index.php/2018/01/24/erstes-coffee-lectures-anwendertreffen-in-der-kit-bibliothek/ (09.09.2019) <https://blogs.ethz.ch/coffeelectures/1-coffee-lecture-anwendertreffen/> (09.09.2019). Vortragsfolien: <https://www.bibliothek.kit.edu/cms/cl-anwendertreffen-vortraege.php> (09.09.19).

³⁹ Renn 2018, S. 382, Anm. 1.

⁴⁰ Nicht aufgeführt sind also Bibliotheken, mit denen ich zwar Kontakt hatte, die aber nicht an der Umfrage teilgenommen haben, sowie Bibliotheken, die zwar teilgenommen haben, aber definitorisch nicht passten. Hinzu kommt, dass es auch fünf anonyme Teilnehmer*innen gab.

theken haben ihren Gepflogenheiten entsprechend „Frühjahrs-“ bzw. „Herbstsemester“ angegeben, wurden aber ins Sommer- bzw. Wintersemester eingeordnet.

Platzbedingt wurden die Abkürzungen benutzt, welche die Bibliotheken selbst verwenden.⁴¹

Die Visualisierung auf der folgenden Seite zeigt die oben beschriebene Entwicklung deutlich auf, mit einer Zunahme der Neu-Einsteiger bis 2017 und – auch bedingt durch Anwendertreffen und Publikationen – einem vorläufigen Höhepunkt 2018. Wie die Entwicklung weitergeht, wird sich zeigen.

⁴¹ BB = Bereichsbibliothek; ZB = Zentralbibliothek; MPI = Max-Planck-Institut. Für Außenstehende nicht auf den ersten Blick identifizierbar sind: TB HS Bremerhaven = Staats- und Universitätsbibliothek Bremen. Teilbibliothek an der Hochschule Bremerhaven; IUBH Library and Information Services = International University of Applied Sciences Bad Honnef – Bonn, IUBH Internationale Hochschule; BfN Bibliothek = Bibliothek des Bundesamtes für Naturschutz (Bonn mit Zweigstelle in Leipzig), jKi IZ und Bibliothek = Informationszentrum und Bibliothek des Julius Kühn-Instituts. Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen mit Bibliotheken in Berlin, Braunschweig, Kleinmachnow, Quedlinburg und Siebeldingen; UB Vetmeduni Vienna = UB der Veterinärmedizinischen Universität Wien; Eberhard-Zeidler-Bibliothek des MPI MIS = Eberhard-Zeidler-Bibliothek des Max-Planck-Instituts für Mathematik in den Naturwissenschaften/Max Planck Institute for Mathematics in the Sciences (Leipzig); Bibliothek des DPMA = Bibliothek des Deutschen Marken- und Patentamtes (München und Berlin); UB der mdw Wien = UB der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien; HB Zürich = Hauptbibliothek Zürich; FHI Leipzig = Bibliothek des Fritz-Haber-Instituts der Max-Planck-Gesellschaft in Leipzig; Bern, FR Naturwiss. = Universitätsbibliothek Bern, Fachreferat Naturwissenschaften; HCU-Bibliothek = Bibliothek der HafenCity Universität Hamburg; Bibliothek des MSH Hamburg = Bibliothek der Medical School Hamburg; HLB HS RheinMain = Hochschul- und Landesbibliothek der Hochschule RheinMain (Frankfurt/Main und Rüsselsheim); HSG-Bibliothek = Universitätsbibliothek St. Gallen.

Publikationen/ Vorträge		Renn 2014	Tangen 2015 Renn 2015	Dolenc/Renn 2016 Tangen 2016 Tappenbeck 2016	Helmkamp et al. 2017	1. Anwendertreffen (19.4.18) Dolenc/Schnabl/Renn 2018 Tangen 2018a Renn 2018 Tangen 2018b Faidt/Grahl 2018		
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sommersemester		(UB Mannheim)	TIB Hannover UB Mannheim	ZB MED UB Ilmenau	Hochschulbibliothek Aschaffenburg UB Bochum	Bibliothek des DPMA		
	Wintersemester		UB Braunschweig (07/15)	Bibliothek der HTW Dresden UB Marburg (04/16) UB Landau	UB Gießen UB Graz SUB GÖ, BB Med. (04/17) BfN-Bibliothek (05/17)	UB der mdw Wien (03/18) HB Zürich (FS 18) UB Erfurt Bibliothek des FHI Leipzig (04/18) UB Bern, FR Naturwiss. (Frühling 18) UB Mainz, BB Theol. FH-Bibliothek Dortmund (05/18)	UB Hildesheim Bibliothek des MPI Gemeinschaftsgüter HTW Chur Bibliothek	
		IZ Chemie Biologie Pharmazie an der ETH Zürich (12/2013)	KIT-Bibliothek (7.1.15)	UB der TU Berlin (11/15) UB Dortmund (02/16)	TB HS Bremerhaven UB Leipzig ULB Darmstadt IUBH Library and Information Services (11/16) SUB Göttingen (19.12.16)	ULB Düsseldorf jKi IZ und Bibliothek (09/17) Hochschulbibliothek der TU Wildau (26.9.17) UB vetmedunienna ZB Zürich (HS 17) UB Magdeburg (01/18) Eberhard-Zeidler-Bibliothek des MPI MiS (10/17) UB Bayreuth (10/17) UB Mainz, BB Medizin (11/17)	SULB Saarbrücken (09/18) HCU-Bibliothek, Hamburg (10/18) UB Freiburg (10/18) UB Magdeburg, Med. ZB (10/18) Bibliothek der MSH Hamburg HLB HS RheinMain ULB Münster kiz Ulm UB Passau HSG-Bibliothek UB Clausthal (11/18) Bibliothek der HM München (11/18) Bibliothek der PH Freiburg (27.11.18) Bibliothek St. Georgen, Ffm (11.12.18)	Campusbibliothek FU Berlin (01/2019)

Vorbereitung, Methode und Verlauf der Umfrage

Laut Deutscher Bibliotheksstatistik⁴² gab es im Jahr 2017 in Deutschland 241 Wissenschaftliche Bibliotheken, davon 77 Universitätsbibliotheken, 133 Hochschul-/Fachhochschulbibliotheken, 26 Regionalbibliotheken und 5 National- bzw. Zentrale Fach-Bibliotheken.⁴³

Wie viele davon bieten Coffee Lectures an?

Mit Hilfe von Internet-Suchmaschinen findet man den Weg zu vielen Bibliotheken, die tatsächlich mit „Coffee Lectures“ oder äquivalenten Kurzformaten auf ihren Webseiten werben. Hilfreich waren aber vor allem zwei Zusammenstellungen, die eine systematischere Recherche ermöglichten:

- a) der Blog der „Coffee Lectures User Group“ mit seiner Seite „Bibliotheken mit Coffee Lectures“⁴⁴
- b) das Teilnehmerverzeichnis des „Ersten Coffee Lectures-Anwendertreffens“ in Karlsruhe am 19.04.2018 in der KIT-Bibliothek Süd.⁴⁵

Ein Abgleich beider Verzeichnisse ergab allerdings, dass sie nicht deckungsgleich waren: Nicht alle Bibliotheken, die aktuell Coffee Lectures anbieten, haben am Anwendertreffen teilgenommen, und umgekehrt bieten nicht alle Bibliotheken, von denen Vertreter beim Anwendertreffen waren, Coffee Lectures an. Und obwohl der Blog aus dem Anwendertreffen hervorgegangen ist, waren darin Bibliotheken verzeichnet, die – wie sich durch Recherchen und E-Mailwechsel erst herausstellte – gar keine Coffee Lectures anbieten.⁴⁶ Über die Verzeichnisse von Blog und Anwendertreffen hinaus fand ich außerdem zwei weitere deutsche und zwei ausländische Bibliotheken, die Coffee Lectures anbieten.

Die meisten der auf diese Weise erfassten Coffee-Lecture-Veranstalter kontaktierte ich ab dem 10. Oktober 2018 persönlich per E-Mail; zwei rief ich an. Zu diesem Zeitpunkt ging es erst einmal um die Einschätzung, ob der Gegenstand als Masterarbeitsthema geeignet sein würde, und um die Themenformulierung. Schon bald stellte ich aber fest, dass die Auskünfte, die ich auf diese Weise erhielt, sehr heterogen waren. Auch die Informationen, die ich im Internet gefunden hatte, waren nicht umfassend genug und nicht verlässlich aussagekräftig. Deshalb entschied ich mich für eine Online-Umfrage mittels des von der Humboldt-Universität zu Berlin zur Verfügung gestellten Tools „Limesurvey“,⁴⁷ für die die genannten ersten Arbeitsschritte aber wichtige Vorarbeiten bildeten, weil sich dadurch bereits ein Fragenkatalog herausgebildet hatte. Den Link zur Umfrage verschickte ich zunächst direkt und persönlich an die mir bereits bekannten Ansprechpartner („Umfrage zu Coffee Lectures“. Im Folgenden: „Umfrage 1“). Weil ich aber nicht sicher sein konnte, dass ich wirklich alle anbietenden Bibliotheken gefunden hatte – vor allem solche, die ihr Format anders benennen –, verbreitete ich die Umfrage (in einem getrennten Datensatz) über die Mailingliste „InetBib – Internet für Bibliotheken“, die ca. 9.400

⁴² Vom 31.08.2018.

⁴³ Diese sind: Deutsche Zentralbibliothek für Medizin (ZB MED), Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften (ZBW) und die Technische Informationsbibliothek (TIB).

⁴⁴ <https://blogs.ethz.ch/coffeelectures/bibliotheken-mit-coffee-lectures/> (09.09.2019).

⁴⁵ <https://www.bibliothek.kit.edu/cms/downloads/PDF/CL-Anwendertreffen-Teilnehmerverzeichnis.pdf> (09.09.2019).

⁴⁶ Inzwischen ist der Blog aktualisiert.

⁴⁷ <https://www.cms.hu-berlin.de/de/dl/netze/vpn/software/LimeSurvey/standardseite> (09.09.2019).

eingetragene E-Mail-Adressen enthält (Stand März 2019)⁴⁸, also den Großteil der Bibliothekscommunity erreicht („Coffee Lectures oder äquivalentes Kurzformat“. Im Folgenden: „Umfrage 2“).

Die Laufzeit der Umfrage endete am 14. März 2019. Der Stand an diesem Tag war:

Umfrage 1: 60 vollständig ausgefüllte Fragebögen.

Umfrage 2: 25 vollständig ausgefüllte Fragebögen.

Es gab zwar in Umfrage 1 142 Aufrufe und in Umfrage 2 248 Aufrufe, aber keine abgebrochenen Teilnahmen. Vermutlich interessierte man sich in einigen Bibliotheken dafür, was abgefragt wird; die Betroffenen schlossen dann das Browserfenster oder verließen die Umfrage und ließen dabei die Antworten löschen.

Nach der Datenbereinigung ergab sich eine Grundgesamtheit von 73 Bibliotheken,⁴⁹ die ich in meinen Statistiken berücksichtige.

Im Zuge der Umfrage schrieben mir zusätzlich 73 Bibliotheken E-Mails. Von diesen schickten mir 32 Bibliotheken Zusatzinformationen verschiedenster Art, davon 21 u.a. mit Besucher*innenzahlen, acht teilten mir nur ihre Themen und/oder Termine mit, vier Bibliotheken schickten nur Flyer oder Plakate. Von sechs weiteren Bibliotheken hatte ich bereits im November/Dezember 2018 umfangreiches Material erhalten. Das Zusatzmaterial habe ich teilweise zurate gezogen, wenn es um die Interpretation von Aussagen der Umfrage ging, aber es blieb leider nicht die Zeit und hätte den Rahmen der Arbeit gesprengt, dies alles systematisch und umfassend zu analysieren.⁵⁰

⁴⁸ S. <https://www.inetbib.de/was-ist-inetbib/> (09.09.2019).

⁴⁹ 85 Teilnahmen minus fünf doppelte minus eine ÖB minus sechs definitionsungemäße = 73; mit diesen sechs sind Bibliotheken gemeint, die ihr Angebot länger als 30 Minuten abhalten, da die Coffee Lectures per definitionem ein Kurzformat sind und hier Abweichungen vorliegen, indem der Begriff zwar verwendet wird, es sich aber tatsächlich um Langformate handelt. Dies betraf jeweils drei Einrichtungen aus jeder Umfrage. Interessant ist, dass alle diese Bibliotheken Coffee Lectures sowohl als Schulung als auch als Informationskompetenzveranstaltung verstehen.

⁵⁰ Von den 73 Bibliotheken, die mir im Zuge der Umfrage schrieben (s.o.), vertrauten mir 21 ihre Besucher*innenzahlen an. Für dieses Vertrauen und für diese große Hilfsbereitschaft bin ich sehr dankbar. Auch wenn es sehr interessant ist, wie viele Besucher*innen manche Bibliotheken bei Ihren Coffee Lectures verzeichnen können, und wie wenige andere, habe ich von einer genauen Analyse dieser Zahlen abgesehen, denn „auch eine Coffee Lecture mit niedriger Besucherzahl kann wertvoll sein“ (Renn 2014, S. 383). Gerade hinsichtlich der Besucher*innenzahl nicht so erfolgreiche Bibliotheken hätten sich freilich von meiner Untersuchung Rat und Hilfe erhofft. Mirjam Kant von der UB Gießen schrieb zum Beispiel am 22.02.2019: „Interessant wäre auf jeden Fall, zu wissen, was tatsächlich die Teilnahme an den Coffee Lectures beeinflusst, da haben wir noch kein wirkliches Muster erkannt.“ In meiner Umfrage antworteten einige auf die Frage, wovon die Besucher*innenzahlen wohl abhängen, mit „unvorhersehbar“, „völlig unkalkulierbar“, „abhängig von vielen Unbekannten“, „kann nicht eingeplant werden“, „konnten wir nicht eruieren“, „sehr unspezifisch“. 2015 schrieb Diana M. Tangen über ihre ersten Erfahrungen: „Es gab volle Veranstaltungen, bei denen alle Plätze belegt waren oder solche, bei denen kein Besucher kam. Interessant ist, dass dieses Phänomen teilweise themenunabhängig auftrat.“ (Tangen 2015, S. 515). Vom Anwendertreffen wird berichtet: „Insgesamt zeigte sich, dass ein ‚langer Atem‘ notwendig ist: Auch wenn aktuell einmal keine oder nur wenige Zuhörende zu verzeichnen sind, kann es sein, dass bei der gleichen Veranstaltung Wochen später ein großer Zulauf besteht. Einigkeit unter den Vortragenden herrschte bezüglich der Durchschnittszahlen der Teilnehmenden, die nur bedingt eine Aussagekraft haben, da die Streuung sogar bei identischen Veranstaltungen sehr groß ist“ (Tangen 2018a, S. 278). Deshalb wollte ich keine Meta-Analyse aller Evaluationen vornehmen. Aus den mir vorliegenden Zahlen konnte ich ebenso wenig herauslesen wie die Bibliotheken selbst. Dazu müssten mehr – vorher zu definierende und einheitliche – Parameter über längere Zeit erfasst werden.

Ergebnisse des Fragebogens

Die Umfrage umfasste 56 Fragen in 28 thematischen Bereichen. Die 20 geschlossenen, 29 halboffenen und 7 offenen Fragen berührten die Bereiche Veranstaltungsname, Beginn des Angebots, bisherige Anzahl, Slogan/Motto, Sprache, Referent*innen, Werbung, Themenschwerpunkte, Zielgruppe, Besucher*innenzahlen, Besucher*innenmotivation, Feedbackabfrage, Erfolg, Zukunft und evtl. Stellschrauben, Ort, Zeit, Art der Präsentation, technische Ausstattung, Nachbereitung, Logistik, Anmeldung, Budget, Schulung oder Informationskompetenzveranstaltung, Einordnung in den Gartner Hype-Cycle, Auslöser, Herausforderungen und Bereicherung. Am Schluss wurden die Teilnehmer*innen gefragt, ob sie noch etwas ergänzen oder allgemein bemerken möchten.

Im Folgenden stelle ich die Antworten der Bibliotheken im Einzelnen dar.

Anhand der Screenshots von der „Limesurvey“-Oberfläche kann man die Bedienelemente erkennen, ob also die geschlossenen oder halboffenen Fragen eine oder mehrere Antworten erlaubten: runde Felder (Radiobuttons) zeigen mögliche Einfachauswahl an, eckige Auswahlkästchen (Checkboxes) Mehrfachauswahl.

Es gab nur zwei Pflichtfragen, die mit einem roten Sternchen gekennzeichnet waren. Ohne diese beantwortet zu haben, konnte man die Umfrage nicht abschließen. In beiden ging es um die Frage nach einer Publikationserlaubnis (Name der Veranstaltung, Name der Institution auf einer Zeitleiste).

Die Umfrage begann mit einleitenden Worten und Hinweisen zum Datenschutz:

Umfrage zu Coffee Lectures

„Wir beobachten mit Spannung, was in den anderen Bibliotheken passiert.“
Diese und ähnliche Rückmeldungen erhielt ich im Zuge einer ersten Kontaktaufnahme mit Bibliotheken, die Coffee Lectures anbieten. Offenbar sind die Ergebnisse dieser Umfrage für viele aktuelle und künftige Anbieter*innen von Coffee Lectures von Interesse – vielleicht ja auch für Sie selbst!
Deshalb bitte ich Sie herzlich, den Fragebogen möglichst vollständig auszufüllen.
Verbindlichen Dank vorab!
Dr. Katrin Ott

Hinweise zum Datenschutz
Diese Umfrage wird im Rahmen meines Masterarbeitsprojekts am Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin durchgeführt (Betreuer: Ulrike Liebner, M.A. und Prof. Dr. Elke Greifeneder). Die Erhebung der Daten erfolgt anonym; es wäre nett, wenn Sie dennoch im Freitext der ersten Frage Ihre Bibliothek und Institution angeben würden, damit ich ggf. forschungsrelevante Nachfragen stellen kann. Diese Frage ist keine Pflichtfrage. Sie können sie auch unbeantwortet lassen. Die Veröffentlichung der Ergebnisse der Umfrage erfolgt anonymisiert – bei zwei Fragen wird um eine Veröffentlichungserlaubnis gebeten, die Sie selbstverständlich ablehnen können. Die Daten werden 8 Monate gespeichert, nicht an Dritte weitergegeben und auf Rechnern der Humboldt-Universität gespeichert. Sie können, wann immer Sie möchten, die Löschung aller von Ihnen erhobenen Daten verlangen. Für die Datenverarbeitung verantwortlich ist: Dr. Katrin Ott (katrin.ott@student.hu-berlin.de).
Die Teilnahme an der Umfrage ist freiwillig und kann jederzeit ohne Angabe von Gründen abgebrochen werden.
Bei allgemeinen Fragen zum Datenschutz können Sie sich an die Datenschutzbeauftragte der Humboldt-Universität zu Berlin wenden: Gesine Hoffmann-Holland, datenschutz@uv.hu-berlin.de
Wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie bei der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung Ihrer personenbezogenen Daten in Ihren Rechten verletzt worden sind, haben Sie das Recht zur Beschwerde bei der Berliner Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit: mailbox@datenschutz-berlin.de

Die Frage

Wie heißt Ihre Bibliothek und zu welcher Institution gehört sie?
(Dies ist keine Pflichtfrage. Ich würde mich freuen, wenn Sie sie dennoch beantworten würden, damit ich ggf. forschungsrelevante Nachfragen stellen kann)

haben fünf Bibliotheken unbeantwortet gelassen – alle in Umfrage 2, welche über InetBib als solche anonym war. Zur Frage, welche Arten von Institutionen Coffee Lectures anbieten, s.o. („Coffee Lectures in wissenschaftlichen Bibliotheken“).

Wie heißt Ihre Veranstaltung?

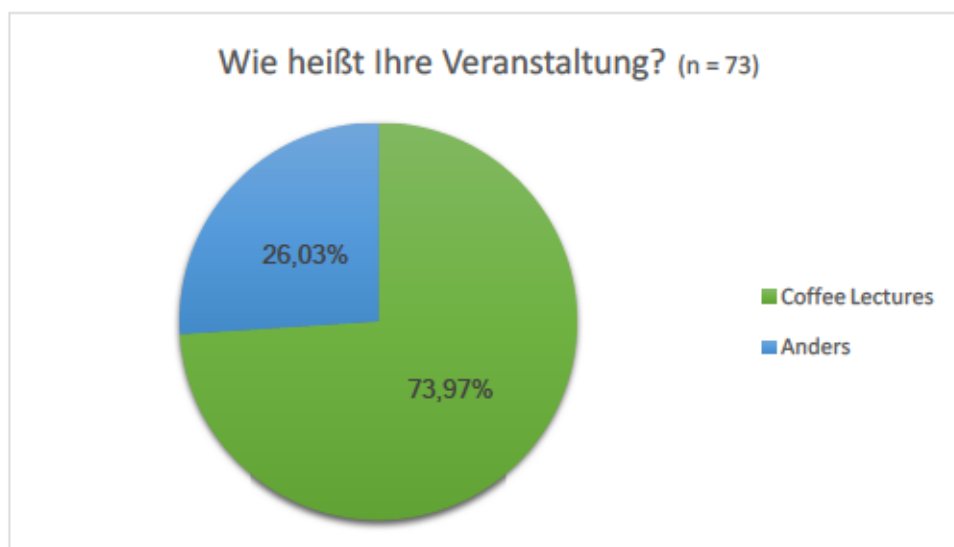
Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Coffee Lectures

Anders, und zwar

keine Antwort

Diese Frage nach dem Titel der Veranstaltung haben 55 von 73 Bibliotheken, also 73,97 % mit „Coffee Lectures“ beantwortet:



20 Bibliotheken (26,67%) bezeichnen ihre Veranstaltung anders⁵¹ und haben ihre Alternativnamen genannt, von denen vier aber nicht publiziert werden dürfen. Die freigegebenen Veranstaltungsnamen lauten:

Coffee Lectures Flavoured	UB Hildesheim
Cookie Lectures	IKMZ/UB der BTU Cottbus-Senftenberg, Julius Kühn-Institut
Coffee Talk	Universität Koblenz-Landau, UB in Landau, Bibliothek des FHI, Leipzig
Punkt 1	Zentralbibliothek Zürich
Kaffee im Foyer	UB der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien
Zwölfdreißig	UB Mannheim
Coffee & Bit(e)s	UB Bern, Fachreferat Naturwissenschaften
Zielschreiben	UB Mainz, Bereichsbibliothek Theologie
Lunch-Vorträge	Bibliothek des MPI zur Erforschung von Gemeinschaftsgütern, Bonn
Espresso Talk	Helmholtz-Zentrum Dresden-Rossendorf, Bibliothek
Infohäppchen	UB Bayreuth; Bibliothek des Deutschen Patent- und Markenamtes
BibTipps	UB Passau
Wissen zum Dessert	Bibliothek des Bundesamtes für Naturschutz

⁵¹ Über InetBib hatte ich geschrieben: „Wenn Sie in Ihrer Einrichtung Coffee Lectures oder ein äquivalentes Kurzformat unter anderer Bezeichnung anbieten, würde ich mich freuen, wenn Sie an meiner Umfrage teilnehmen würden“.

Die Bibliotheken, deren Datensätze ich in der Auswertung nicht berücksichtige, weil ihre Veranstaltung länger als 30 Minuten dauert, haben diese ebenfalls anders benannt.

Die folgende Frage

Seit wann bieten Sie Coffee Lectures an? Wenn Sie keine mehr anbieten: In welchem Zeitraum haben Sie Coffee Lectures angeboten?

haben 67 von 73, also 91,78% der Bibliotheken beantwortet.

Nur 60 Bibliotheken, also 89,96 % der Bibliotheken, die geantwortet haben, erlauben die Veröffentlichung ihrer Antwort auf einer Zeitleiste:

*
Darf ich auf der Grundlage Ihrer Antwort eine Zeitleiste veröffentlichen, in der Ihre Institution explizit genannt wird?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Ja

Nein

Die Zeitleiste habe ich bereits in meinen Ausführungen zur Geschichte der Coffee Lectures vorgestellt (s.o.)

Wie viele haben das Format wieder aufgegeben? Immerhin sieben Bibliotheken: zwei aus Umfrage 1, eine anonyme Bibliothek aus Umfrage 2. Hinzu kommen 3 Bibliotheken, welche aus definitorischen Gründen nicht in der Statistik erscheinen.

Zur nächsten Frage:

Wie viele Coffee Lectures haben Sie ungefähr schon angeboten?

👉 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

keine

unter 5

5-10

10-20

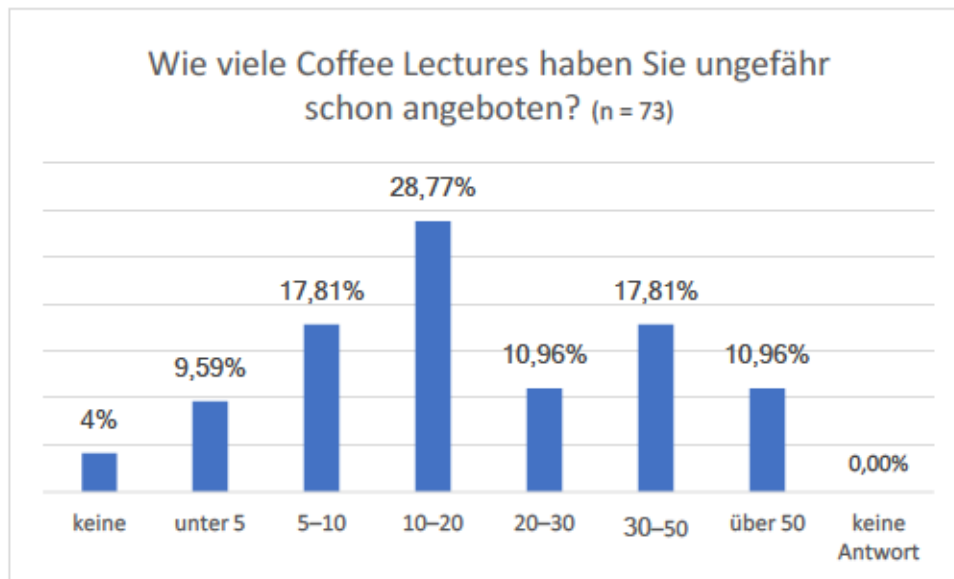
20-30

30-50

über 50

keine Antwort

28,77% der Bibliotheken hatten zum Zeitpunkt der Umfrage schon 10-20 Coffee Lectures durchgeführt, nur wenige über 50 (10,96%):



Bemerkenswerterweise haben auch Bibliotheken an der Umfrage teilgenommen, die noch gar keine (4,11%) oder unter 5 (9,59%) Coffee Lectures durchgeführt haben.

Es geht weiter mit der Frage nach einem Slogan oder einem Motto:

Haben Sie einen Slogan oder ein Motto? Beispiel Erfurt: „Kurz, aber stark!“

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Nein

Ja, und zwar

keine Antwort

* Darf ich den Slogan oder das Motto zitieren, auch wenn dadurch evtl. ein Rückschluss auf Ihre Institution möglich ist?

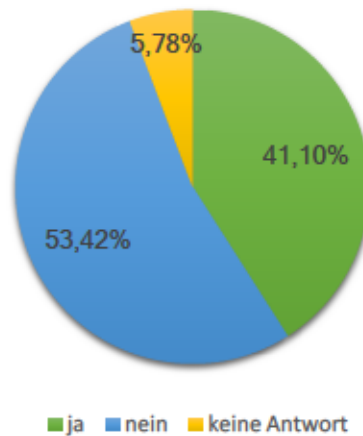
Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Ja

Nein

41,1 % der Bibliotheken haben angegeben, einen Slogan oder ein Motto zu haben (bzw. gehabt zu haben: eine Bibliothek schreibt „derzeit aber keinen mehr“), 53,42 % vermelden, dies nicht zu haben.

Haben Sie einen Slogan oder ein Motto? (n = 73)



Von den 28 Bibliotheken, die ihr Motto aufgeschrieben haben, untersagen drei dessen Veröffentlichung. Die Slogans der Bibliotheken, die deren Veröffentlichung zugestimmt haben, lauten:

Coffee Lectures - Wenig Zeit, aber Interesse an Themen rund um wissenschaftliches Arbeiten?	ULB Darmstadt
Flavoured. Die Flavours sind die einzelnen Themen.	UB Hildesheim
Open Science	HCU-Bibliothek, HafenCity Universität
Wissen nach 8	HTW Dresden
Allerlei Nützliches für Studium & Forschung	IKMZ/UB der BTU Cottbus-Senftenberg
Enjoy our coffee & stay up to date ... in 15 minutes	UB Freiburg
das Format für Wissensdurstige	Bibliothek der MSH Medical School Hamburg
10-Minute-Coffee Lectures	Universität St. Gallen, Bibliothek
Instant Coffee Lectures – kurz, aber stark	UB Erfurt
Know-how für alle Lebenslagen	Bibliothek Sankt Georgen
Coffee to know	TIB Hannover
Free library wisdom	Eberhard-Zeidler-Bibliothek des Max-Planck-Instituts für Mathematik in den Naturwissenschaften, Leipzig
Coffee Lecture – Schnelles Wissen in 15 Minuten	UB Graz
Thirsty for Coffee? Thirsty for knowledge? Get both. For free.	Informationszentrum Chemie Biologie Pharmazie an der ETH Zürich
Kaffee for free und Wissen für alle	Bibliothek des Statistischen Bundesamtes
"Infos lauern überall", "Coffee for free - lectures for all", derzeit aber kein [Slogan] mehr	KIT-Bibliothek
Infos to go	UB Ilmenau
Bestes Aroma - Bestes Wissen	Campusbibliothek FU Berlin
1 Thema – 10 Minuten – gratis Kaffee	Hochschulbibliothek München
Zielschreiben	UB Mainz, BB Theologie
Have a break, have a coffee lecture	ULB Münster
Kaffee, Kekse und knackige Themen	SUB Göttingen, BB Medizin
Das Wichtigste in 10 Minuten	UB Passau
Der kleine Wissenssnack am Mittag	Bibliothek des Deutschen Patent- und Markenamtes
There are always 15 Minutes	UB Mainz, BB Universitätsmedizin

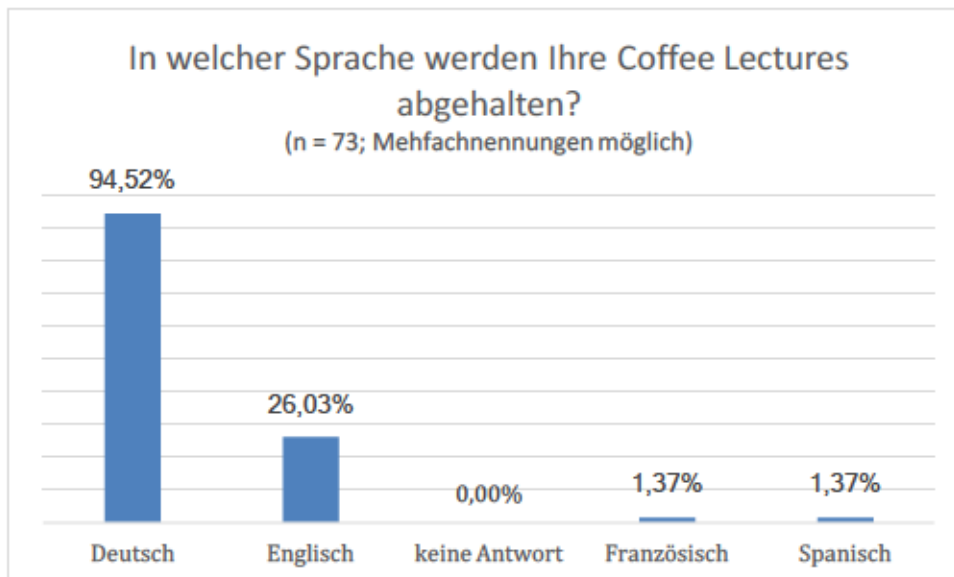
Die Frage nach der Sprache

In welcher Sprache werden Ihre Coffee Lectures abgehalten?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Deutsch
- Englisch
- keine Antwort
- weitere Sprachen

haben alle Bibliotheken eindeutig beantwortet, keine Bibliothek hat „keine Antwort“ markiert. In aller Regel sind die Veranstaltungen deutschsprachig. Nur vier Bibliotheken halten ihre Coffee Lectures ausschließlich auf Englisch ab: zwei schweizer und zwei deutsche Bibliotheken mit mathematisch-naturwissenschaftlichem Schwerpunkt. Die Bibliothek in der Schweiz hält ihre Coffee Lectures naheliegenderweise auf Französisch ab, etwas überraschend verwendet eine Bibliothek in Deutschland neben Deutsch und Englisch auch die spanische Sprache bei ihren Coffee Lectures.

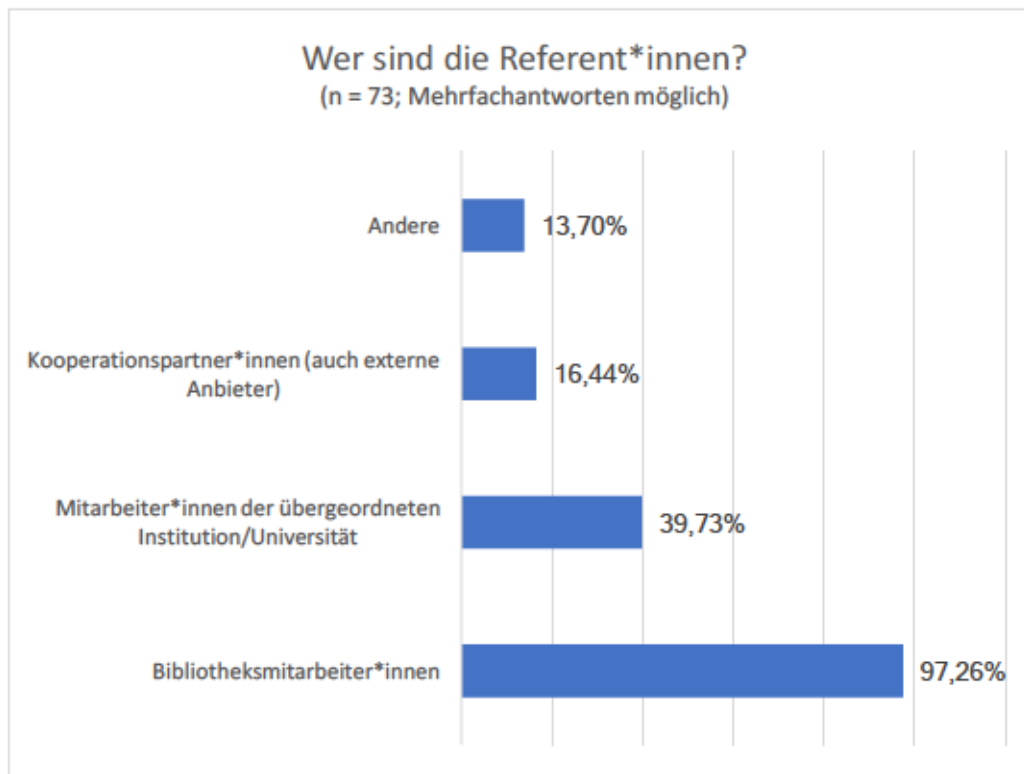


Wer sind die Referent*innen?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Bibliotheksmitarbeiter*innen
- Mitarbeiter*innen der übergeordneten Institution/Universität
- Kooperationspartner*innen (auch externe Anbieter)
- andere

Bei der Frage nach den Referent*innen haben 97,26 % der Bibliotheken (71 von 73) „Bibliotheksmitarbeiter*innen“ ausgewählt, 39,73 % (29 von 73) „Mitarbeiter*innen der übergeordneten Institution/Universität“, 16,44 % (12 von 73) „Kooperationspartner*innen (auch externe Anbieter)“. Es waren Mehrfachnennungen möglich.



Unter „andere“ wurden als Referent*innen angegeben (wörtliche Zitate):

- allgemein kiz-MitarbeiterInnen, auch IT
- dieses FS versuchen wir es erstmalig mit einer externen Referentin, zur Hauptsache sollen die CL aber vom Haus bestritten werden
- EDV-Mitarb., Chemiker
- etwa 10% Gäste: IT-Service, Forschungskordinatorin, Wissenschaftler, Justizariat
- Die Stelle für das Forschungsdatenmanagement, mit externen Gästen.
- Mitarbeiter anderer Referate
- Mitarbeiter*innen der zentralen Service-Einrichtungen
- studentische Hilfskräfte (fällt aber eigentlich unter Punkt 2)
- TeammitarbeiterInnen
- Wissenschaftler des Instituts, Mitglieder des Verwaltungs- und IT-Teams

Wenn „Bibliotheksmitarbeiter*innen“ als Referent*innen markiert wurde, wurde weiter gefragt, in welcher Laufbahn-/Besoldungsgruppe die Mitarbeiter eingestuft sind:

Referent*innen: Bibliotheksmitarbeiter*innen

📌 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- höherer Dienst
- gehobener Dienst
- keine Antwort
- andere

Hier gaben 58,9 % der Bibliotheken (43 von 73) den höheren Dienst an,⁵²

65,75 % (48 von 73) den gehobenen Dienst.

Bei „andere“ wurden von zwei Bibliotheken ganz offen angegeben: „alle“ oder „alle Bereiche“, auch „keine Einschränkungen, es darf jeder einen Beitrag leisten, wenn er etwas Interessantes zu berichten hat“.

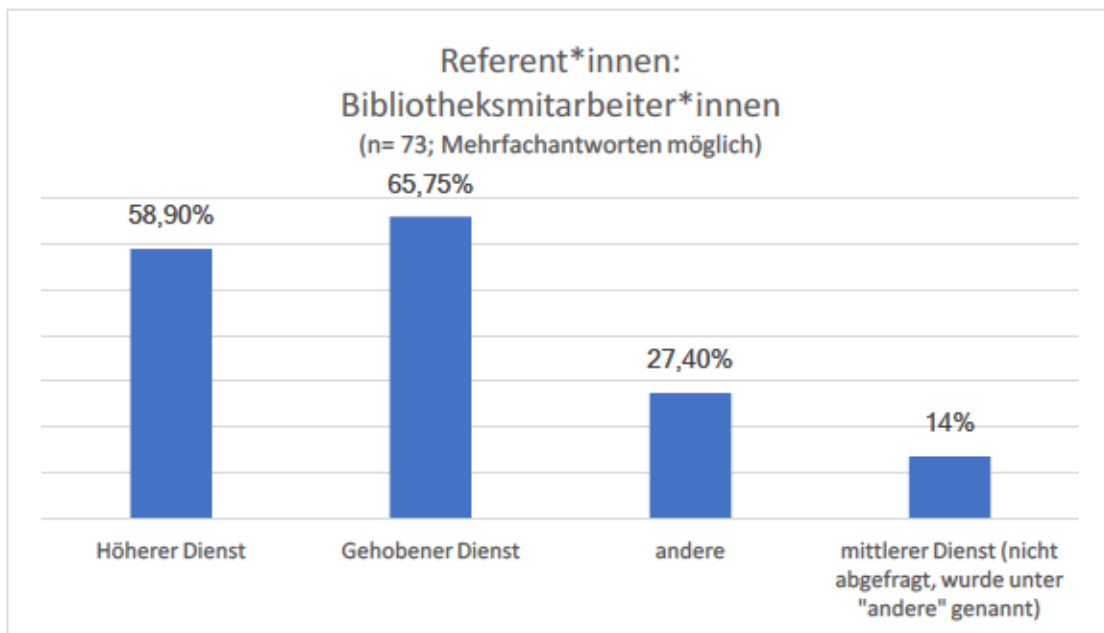
„Mittlerer Dienst“ und „FaMis“, welche dem mittleren Dienst zuzurechnen sind, standen nicht zur Auswahl und wurden im Feld „andere“ ergänzt.

Außerdem wurde genannt:

„Studentische Mitarbeitende“, „Mitarbeiter mit entsprechendem Verantwortungsbereich“, „Restauratorin“ und „FaMi-Azubis“.

Vom ICBP an der ETH Zürich wurde bemerkt: „In der Schweiz gibt es keine ‚Dienstgrade‘. Es sind aber wissenschaftliche Mitarbeiter, alle mit Promotion.“

In die folgende Grafik wurden die „andere“-Antworten wie beschrieben integriert:



Wenn bei der Frage nach den Referent*innen „Mitarbeiter der übergeordneten Institution/Universität“ angekreuzt worden war, wurde weiter gefragt, wer die Referent*innen waren:

Mitarbeiter*Innen der übergeordneten Institution/Universität

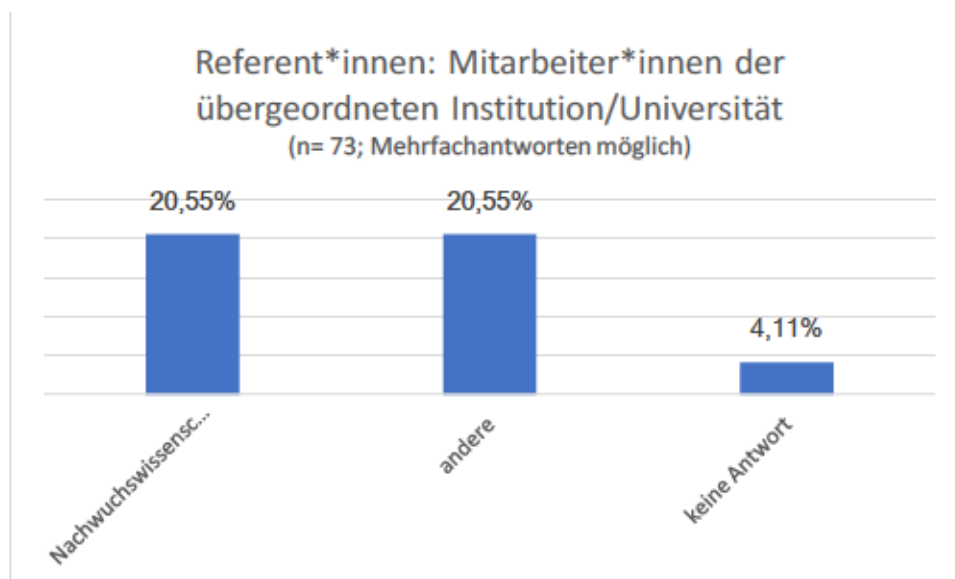
Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- (Nachwuchs-)Wissenschaftler*innen
- keine Antwort
- andere Mitarbeiter*innen, nämlich

⁵² Dem höheren Dienst zuzurechnen sind die Antworten „Fachreferent*innen und wissenschaftliche Mitarbeiter*innen“ bzw. „FachreferentInnen und Mitarbeitende des Teams Data Services & Open Access“, „mittlerer, gehobener, höherer Dienst“, die im Feld „andere“ angegeben wurden. Deshalb wurden diese drei Antworten aus „andere“ dort mit hineingerechnet.

Hier waren mit 20,55% (15 von 73) die (Nachwuchs-)Wissenschaftler*innen nicht in der Mehrzahl, vielmehr werden die Referent*innen für die Coffee Lectures aus unterschiedlichen Bereichen der übergeordneten Institution/Universität rekrutiert. Die Antworten „andere Mitarbeiter*innen, nämlich“ zeichnen ein buntes Bild (wörtliche Zitate):

- technisch-administrativ
- Mitarbeiter*innen aus IT und Verwaltung
- Mitarbeiterin Grants Office
- Multimediazentrum, Rechenzentrum
- Mitarbeiter*innen des Internationalen Schreibzentrums, der Sozialwissenschaftlichen Schreibberatung, des Zentrums für Zentrale Einrichtung für Sprachen und Schlüsselqualifikationen, der StudIT
- die von zentralen Einrichtungen: SPORTZENTRUM der Uni
- Zentraler Informatikdienst
- Wissenschaftl. BibliothekarInnen
- vom StudierendenServiceCenter, International Office, FoDaKo
- Referent*innen, Lektor*innen
- anderer zentraler Einrichtungen
- E-Learning Team
- Rechenzentrum, HDZ
- SKH
- Schreib-Lesezentrum, Prokrastinationsambulanz
- Justitiarin, Hochschuldidaktik



Wenn bei der Frage nach den Referent*innen der Coffee Lectures „Kooperationspartner*innen (auch externe Anbieter)“ angekreuzt worden war, wurde weiter gefragt, wer die Referent*innen waren:

Referent*innen: Kooperationspartner*innen (auch externe Anbieter)

📌 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

keine Antwort

welche?

An dieser Stelle wurden bewusst keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, um eine Breite der Darstellung zu erreichen. Nur 15,07 % der Teilnehmer (11 von 73) haben das Freitextfeld überhaupt ausgefüllt, aber die Antworten spiegeln zur Genüge die Vielfalt wider (wörtliche Zitate):

- institutszugehörige Mitarbeiter aus anderen Abteilungen und Wissenschaftler selbst
- House of Competence, Sportinstitut, Career Service, Hochschulgruppen, Zentrum für Mediales Lernen
- Firmen
- Zentrum f. Schlüsselkompetenzen
- höherer Dienst (Academic Lab der Universität Leipzig)
- externe Firmen
- Schreibwerkstatt des Studierendenwerks Berlin
- alles ist möglich
- Studierende
- von Wikimedia (als Beispiel)
- VertreterInnen akad. Dienstleistungen (Sport, Psychologische Beratungsstelle)

Auf die Frage

Ist es schwer, Referent*innen zu finden?

Ja Nein keine Antwort

haben nur 14 Institutionen (19,18%) „Ja“ geantwortet; sie wurden dann weiter gefragt, was daran schwer ist:

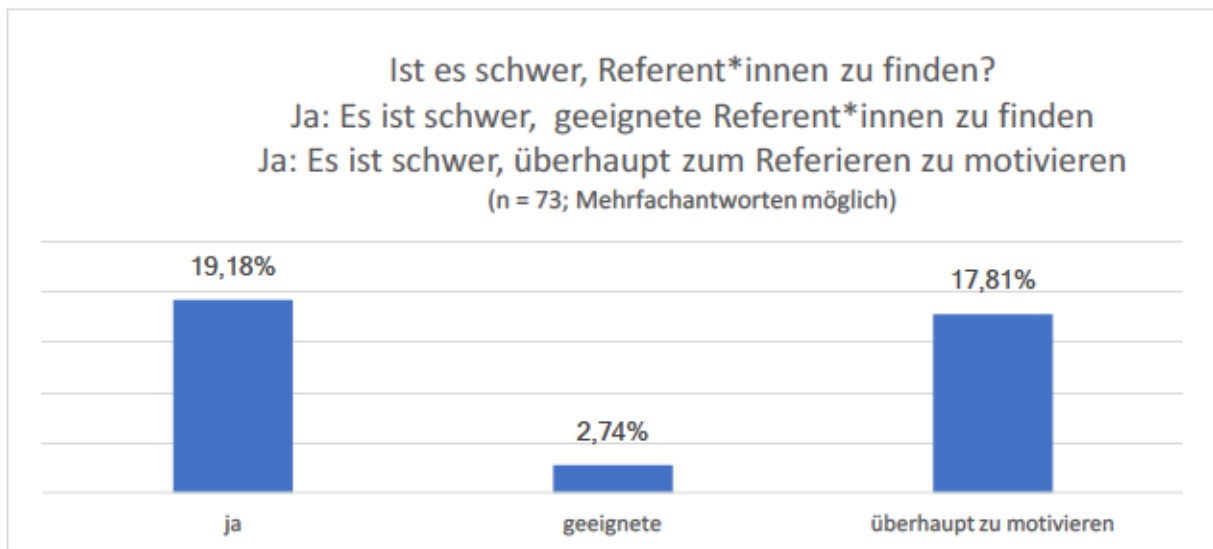
Es ist schwer, ...

📌 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

geeignete Referent*innen zu finden

überhaupt zum Referieren zu motivieren

Von den 14 Bibliotheken, die es schwer fanden, Referent*innen zu finden, fanden 14,29 % (2 von 14), dass es schwer ist, *geeignete* Referent*innen zu finden, und 92,85 % (13 von 14), dass es schwer ist, *überhaupt zum Referieren zu motivieren*. Es waren Mehrfachantworten möglich.



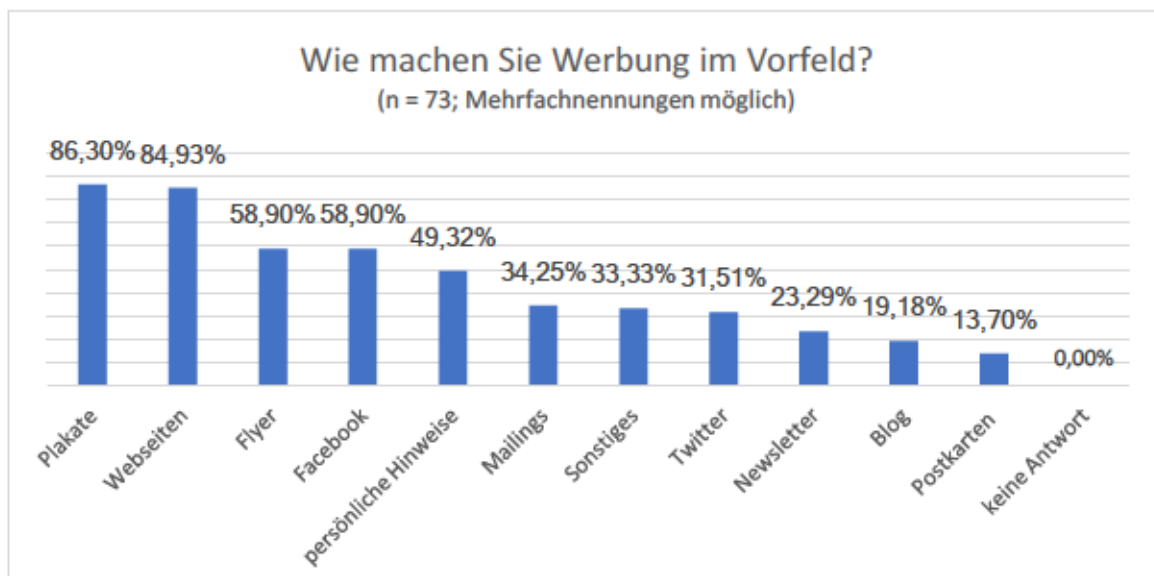
Ein nächster größerer Fragenkomplex war der nach den Werbemitteln, die eingesetzt werden, um das Angebot der Coffee Lectures bekannt zu machen:

Wie machen Sie Werbung im Vorfeld?

📌 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Plakate
- Flyer
- Postkarten
- Webseiten
- Blog
- Newsletter
- Twitter
- Facebook
- Mailings
- persönliche Hinweise
- keine Antwort
- Sonstiges:

Alle Bibliotheken haben eine Antwort gegeben. Diese Werbemittel werden eingesetzt bzw. die folgenden Kanäle werden benutzt:



Ergänzend wurden genannt (wörtliche Zitate):

- 1x Semester Werbung an relevante Dozenten, Kundenstopper vor Ort
- Alles, was geht! Ggf. auch FB durch die UB-Seite
- Kalender der Universität, Veranstaltungskalender
- Display im Foyer
- Etherpad
- evtl. sind Infos dazu im Wiki nachzulesen
- Folien in Powerpoint-Präsentationen
- Hinweis in unserem amtsinternen Newsletter; Hinweis in Mailsignaturen aller Verteileradressen
- im Programmheft zur Langen Nacht der Wissenschaften
- Info-Monitor(e) (4); Display im Foyer (1), interne Monitore (1), Campusmonitore (1), Videos auf Screens und im Shuttle-Bus (1)
- Instagram (3)
- persönliche Ansprache
- Startseite Intranet
- StudIP

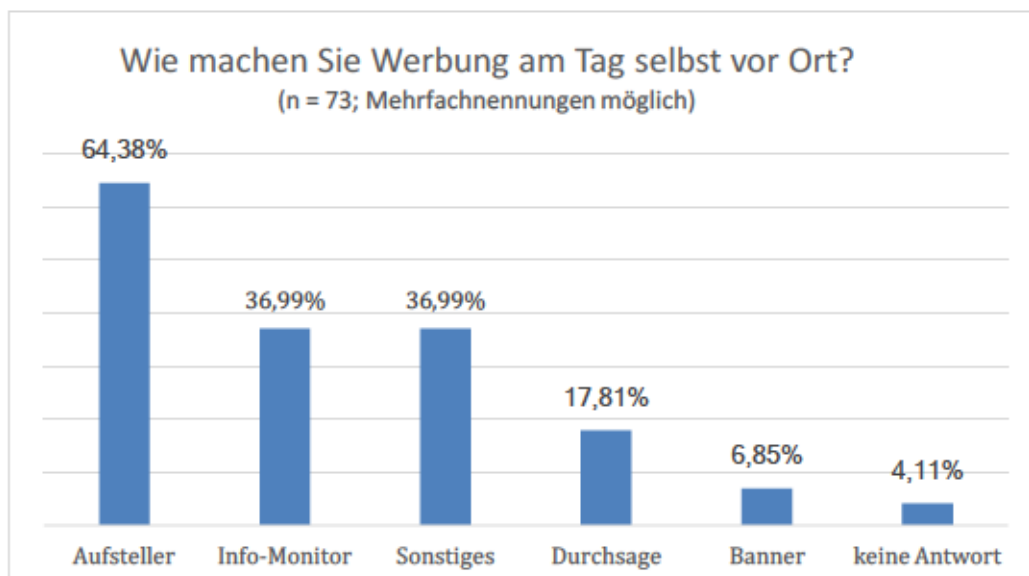
Es gibt freilich auch Institutionen, die ihre Coffee Lectures nur intern anbieten und deshalb auch keine Werbung machen bzw. diese nur intern platzieren.

Wie machen Sie Werbung am Tag selbst vor Ort?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Aufsteller
- Banner
- Info-Monitor
- Durchsage
- keine Antwort
- Sonstiges:

Diese Frage nach Werbung am Tag selbst vor Ort haben drei Bibliotheken nicht beantwortet, indem sie „keine Antwort“ anklickten. Die übrigen Bibliotheken wählten aus den vorgegebenen Antworten wie folgt – zum Teil mehrfach – aus:



Ergänzend wurden folgende Werbemittel aufgeführt (wörtliche Zitate):

- auf der Leinwand, mit Beamer und mit dem Logo und Thema des Tages
- Aushänge an Türen und in Aufzügen, kleine Flyer auf Tischen in Kaffee-Ecken
- Beachflag
- Coffee Lecture findet direkt im Foyer statt, wir fallen also auf
- E-Mail; Erinnerungsemail an alle; Rundmail an gesamten Standort
- generelles Roll-Up der Bib
- Flyer auf Tische auslegen; z.T. Flyer in die Nutzerkörbe; Flyer am Zeiterfassungsterminal
- Kaltakquise
- persönliche Ansprache; Direktansprache; persönlicher Kontakt; mündliche Ankündigung in der Mensa; Akquise direkt vor Mensa; direktes Ansprechen der Nutzenden, die sich in dem Moment in der Bibliothek befinden; direkte Ansprache der anwesenden Personen (an kleinen Standortbibliotheken)
- Pfeile auf dem Fußboden
- Plakat; Poster
- Rundgang mit Glocke
- zusätzliche Plakate (z.B. in den Aufzügen)
- keine Werbung am Tag selbst
- Nein

Gerne hätte ich nach der – subjektiv empfundenen, erfragten oder gemessenen – Wirkung dieser Werbung gefragt, aber ich musste mich bei der Anzahl der Fragen beschränken.

Die nächste Frage war die nach möglichen Schwerpunktthemen:

Setzen Sie mit Ihren Coffee Lectures einen Schwerpunkt bei bestimmten Themen?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

nein

ja, und zwar

keine Antwort

58,9 % der Bibliotheken (43 von 73) haben die Frage, ob sie mit ihren Coffee Lectures einen Schwerpunkt bei bestimmten Themen setzen, mit „nein“ beantwortet, 4,11 % (3 von 73) haben keine Antwort angegeben, die übrigen haben – bis auf eine – ihre Themen in das Freitextfeld eingetragen (wörtliche Zitate):⁵³

Bibliothekarische Themen:

- bibliotheksnahe Themen
- Bibliotheksnutzung
- Bibliotheksservices und Open Access
- Angebote der Bibliothek und des Career Centers
- IT und Bibliotheksservices

⁵³ Eine Kategorisierung kann nicht trennscharf sein, weil es zwischen bibliothekarischen Themen und Recherche, wissenschaftlichem Arbeiten usw. Überschneidungen gibt. Die Zuordnungen erfolgen allein aufgrund der eigenen Wortwahl der Bibliotheken.

- Serviceleistungen der Bibliothek
- Themen rund um die ULB und wissenschaftliches Arbeiten
- Themen rund ums Studium und die Bibliothek
- Aktuelle Themen jeglicher Couleur den Bibliotheksbetrieb betreffend
- Fernleihe, Hochschulschriftenserver

Wissenschaftliches Arbeiten:

- 1 wissenschaftlicher Vortrag + 1 Vortrag aus den Serviceabteilungen, jeweils mit einem aktuellen Thema
- Studium, Lernen und wissenschaftliches Arbeiten
- Themen für Studierende
- Wiss. Arbeiten, insb. Schreibprozess
- wissenschaftl. Arbeiten /Schreiben
- wissenschaftliches Arbeiten mit Publikationen
- wissenschaftliches Arbeiten, Recherchieren, Datenbanken, aktuelle Angebote der Bibliothek wie z.B. 24/7-Zugang
- Forschungsunterstützung in den Naturwissenschaften

Gemischtes:

- Forschungsdatenmanagement, alles, was dazu gehört
- Informationskompetenz stärken
- niedrigschwellige Tipps

„Open Access und Open Science“ wurde (zusammen mit „Wissenschaftskommunikation“) nur von einer Bibliothek als Schwerpunkt angegeben.

„Open Access“ wurde von zwei weiteren Bibliotheken als alleiniger Schwerpunkt genannt, die „Open Access Week“ wurde von einer Bibliothek als Schwerpunkt angegeben.

Die Frage nach der Zielgruppe habe ich bewusst differenziert nach *gewünschter* und *erreichter*:

Welche Zielgruppe *möchten* Sie erreichen?

🗳 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Studierende
- Promovierende
- Habilitierende
- Professor*innen
- Kolleg*innen in der Bibliothek
- Mitarbeiter*innen der Universität
- keine Antwort
- weitere

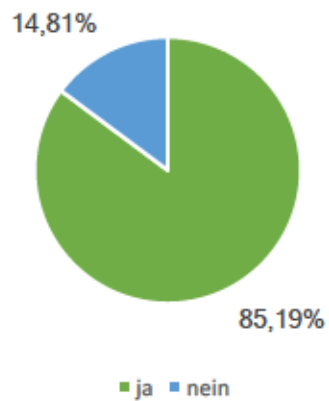
Welche Zielgruppe erreichen Sie *tatsächlich*?

👉 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

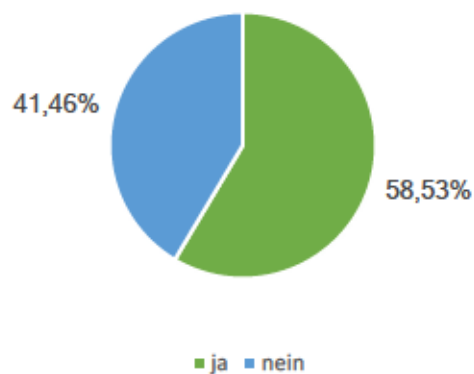
- Studierende
- Promovierende
- Habilitierende
- Professor*innen
- Kolleg*innen in der Bibliothek
- Mitarbeiter*innen der Universität
- keine Antwort
- weitere

Nicht selten besteht zwischen beidem, also gewünschter und erreichter Zielgruppe, ein Hiatus:

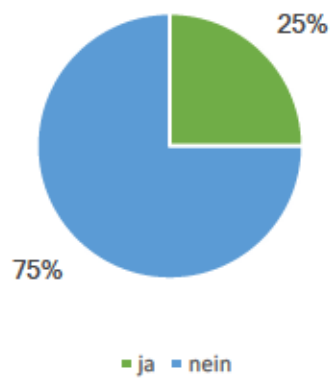
Erreichen die Bibliotheken, die Studierende erreichen wollen, diese tatsächlich? (n = 54)



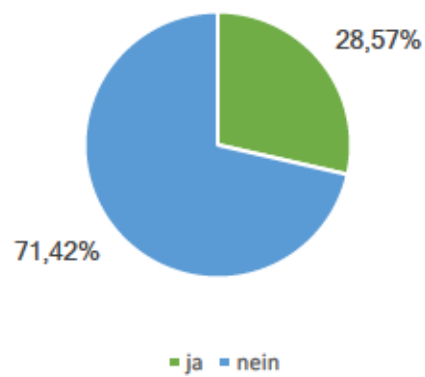
Erreichen die Bibliotheken, die Promovierende erreichen wollen, diese tatsächlich? (n = 41)



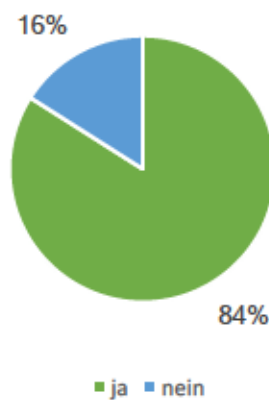
Erreichen die Bibliotheken, die Habilitierende erreichen wollen, diese tatsächlich? (n = 20)



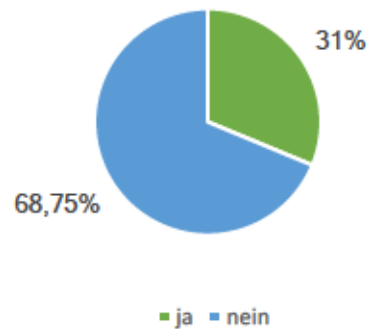
Erreichen die Bibliotheken, die Professor*innen erreichen wollen, diese tatsächlich? (n = 21)



Erreichen die Bibliotheken, die Kolleg*innen erreichen wollen, diese tatsächlich? (n = 25)



Erreichen die Bibliotheken, die Mitarbeiter*innen der Universität erreichen wollen, diese tatsächlich? (n = 32)



Immerhin 85,19 % der Bibliotheken, die Studierende erreichen wollen, erreichen diese tatsächlich, 84 % der Bibliotheken geht das mit Kolleg*innen so. Nur 58,53 % der Bibliotheken, die Promovierende erreichen wollen, tun das tatsächlich, sogar nur 31,25 % geht das mit Mitarbeiter*innen der Universität so. Habilitierende werden nur von 25 % der Bibliotheken erreicht, die diese ansprechen wollen.

Eine letzte interessante Beobachtung bei der Auswertung ist, dass 44 % der Bibliotheken, die Kolleg*innen explizit *nicht* ansprechen wollen, diese trotzdem in ihren Coffee Lectures zu Gast haben. Bei Studierenden ist das in 14,29 % so, bei Mitarbeiter*innen in der Universität in 11,9 % der Fälle.

Die Frage, woran es liegt, hätte ich den Bibliotheken gerne gestellt, aber auch hier musste ich mich vom Umfang her beschränken. Das wäre aber in der Tat eine interessante Frage, der man in einer eigenen Untersuchung nachgehen sollte.

Die folgende Fragengruppe widmet sich den Besucher*innenzahlen und der Besucher*innenmotivation:

Sind die Besucher*innenzahlen aus Ihrer Sicht ...

📌 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- themenabhängig?
- semesterzyklusabhängig (Semesteranfang, Semesterende, Prüfungszeiten)?
- wetterabhängig?
- keine Antwort
- Anderes, nämlich

Was ist aus Ihrer Sicht wohl die dominierende Besucher*innenmotivation?

📌 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- eher das Thema
- eher der Kaffee/Tee (u.a. geldwerte Anreize, vgl. u.)
- beides
- keine Antwort

Konnten Sie diese Motivation bereits in Evaluationen bestätigt sehen?

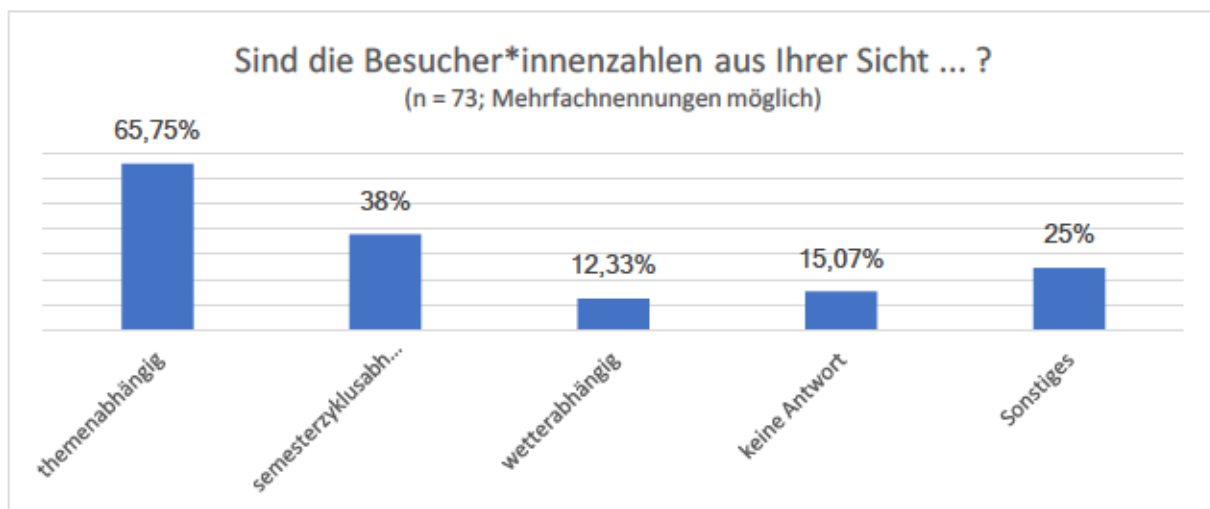
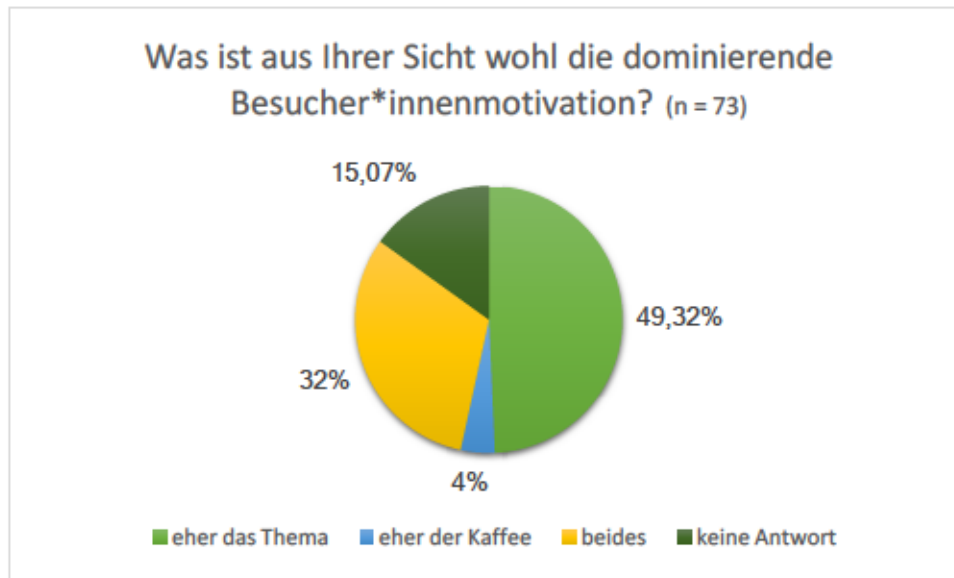
Ja

Nein

keine Antwort

Die Besucher*innenzahlen sind nach subjektiver Einschätzung vor allem themenabhängig (65,75%), das Thema ist subjektiv gesehen auch die dominierende Besucher*innenmotivation (49,32%).

Allerdings konnten das nur 10,96 % der Bibliotheken bereits in Evaluationen bestätigt sehen.



Fünf Bibliotheken führten bei der Frage nach den Besucher*innenzahlen unter „Anderes, nämlich ...“ „parallele Veranstaltungen“/„andere Veranstaltungen“ bzw. „Konkurrenzveranstaltungen“ auf. Drei Bibliotheken nannten unter „Anderes“ „ortsabhängig“ bzw. „standortabhängig“.

Ein/e Bibliotheksmitarbeiter/in erläuterte: „wir bieten die Coffee Lectures an mehreren unterschiedlichen Standorten an, selbst das gleiche Thema kann aber in der gleichen Zeit am gleichen Standort unterschiedliche Besucherzahlen haben“.

Drei Bibliotheken schrieben: „zeitabhängig“ bzw. „urlaubszeitenabhängig“ und „abhängig von Vorlesungs-/Mittagszeiten“.

Diese Gelegenheit habe einige Bibliotheken genutzt, um ihre „Erfolgsfaktoren“ zu verraten: „Ein guter Titel ist zudem sehr wichtig!“, „Google-Themen ziehen immer“ und „vor allem abhängig von erfolgreicher Werbung: Da wir keinen eigenen Social-Media-Kanal haben, gelingt das nicht immer.“

Aber auch Frustration spricht aus den Kommentaren im Freitextfeld der Frage nach den Besucher*innenzahlen:

„unvorhersehbar“, „völlig unkalkulierbar“, abhängig von vielen Unbekannten“, „kann nicht eingeplant werden“, „konnten wir nicht eruieren“, „sehr unspezifisch“.

Dies spiegelt sich auch in den Evaluationen wider, die ich von den Bibliotheken erhalten habe, und leitet über zu diesem Themenkomplex:

Im Folgenden wollte ich von den teilnehmenden Bibliotheken wissen, ob sie die Feedbacks ihrer Teilnehmer einholen und ob sie dies dann direkt im Anschluss an ihre Coffee Lectures tun oder allgemein/an anderer Stelle:

Führen Sie direkt im Anschluss an die Coffee Lecture eine Feedbackabfrage durch?

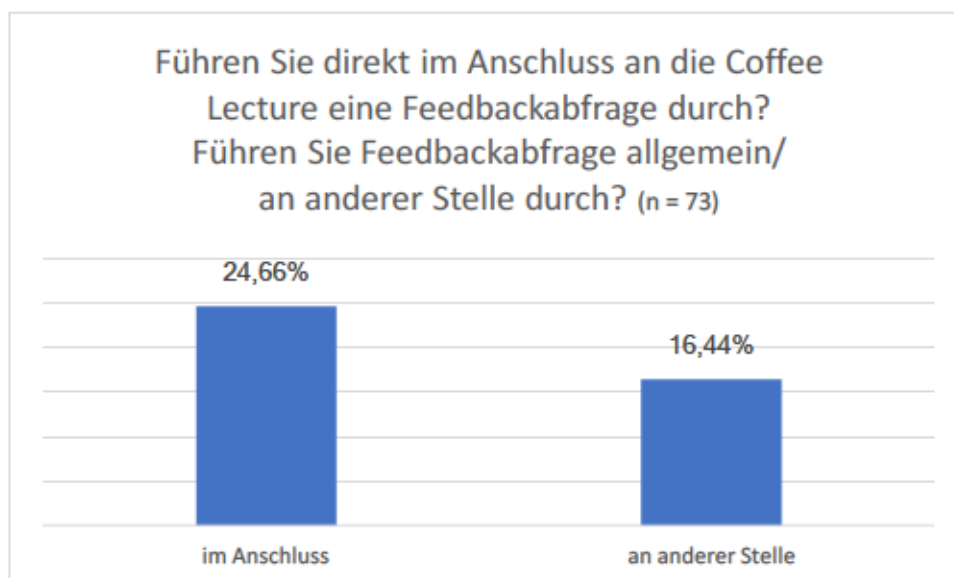
Ja Nein keine Antwort

Führen Sie Feedbackabfrage allgemein/an anderer Stelle durch?

Ja Nein keine Antwort

Ungefähr die Hälfte der Bibliotheken (50,68%) führt gar keine Feedbackabfrage durch.

24,66 % der Bibliotheken führen direkt im Anschluss an die Coffee Lectures Feedbackabfragen durch, 16,44 % an anderer Stelle. 6,85 % gaben auf beide Fragen keine Antwort.



Am Ende der Befragung, als sog. „Endnachricht“, habe ich darum gebeten, mir Themenzusammenstellungen, Besucher*innenstatistiken und/oder Evaluationsergebnisse per E-Mail zu schicken. 21 Bibliotheken haben mir daraufhin Evaluationsergebnisse geschickt.

Die beiden Fragen zum Erfolg und zur Weiterführung des Angebots werte ich zusammen aus:

Erfolg ist relativ und nicht objektiv messbar. Würden Sie Ihre Coffee Lectures subjektiv als Erfolg für Ihre Bibliothek werten?

Ja Nein keine Antwort

Möchten Sie auch in Zukunft Coffee Lectures anbieten?

Ja Nein keine Antwort

Die meisten Bibliotheken, 69,86% (51 von 73), werten ihr Angebot als Erfolg und möchten es fortführen (94,11% derer, die ihre Coffee Lectures als Erfolg werten, möchten auch weitermachen: 48 von 51). Eine Bibliothek möchte trotz des Erfolgs nicht weitermachen. Eine Bibliothek möchte weitermachen, obwohl sie ihre Coffee Lectures *nicht* als Erfolg wertet. Zwei Bibliotheken empfinden ihre Coffee Lectures nicht als Erfolg und möchten auch nicht weitermachen. Zwei Bibliotheken werteten ihr Angebot zwar als Erfolg, gaben aber keine Antwort dazu, ob sie weitermachen möchten. Drei Bibliotheken gaben auf beide Fragen keine Antwort. Eine Bibliothek schrieb ins Freitextfeld der letzten Frage „Möchten Sie noch etwas ergänzen oder allgemein bemerken?“: „Bei der Erfolgswertung hätte ich gern ‚teils, teils‘ angegeben. Eine Einordnung in ‚ja‘ oder ‚nein‘ war mir nicht möglich.“

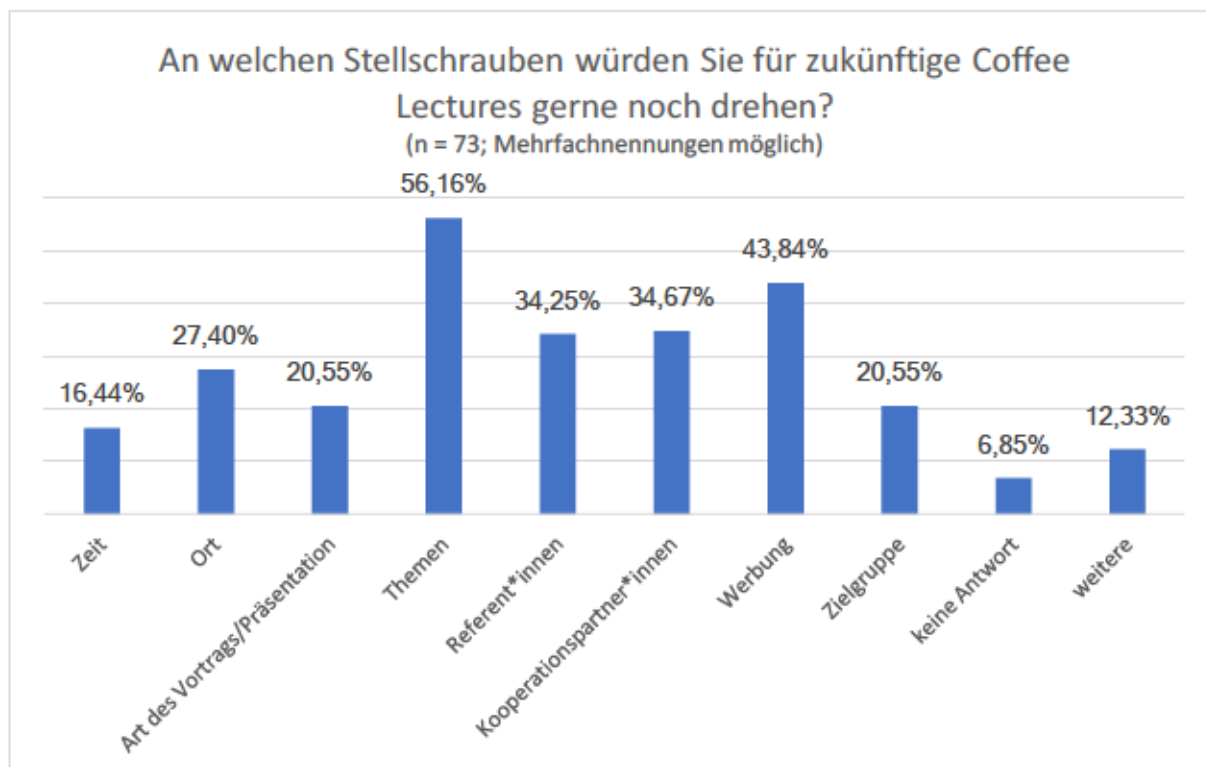
Welche Überlegungen hinsichtlich einer optimierten Weiterführung der Coffee Lectures gibt es?

An welchen Stellschrauben würden Sie für zukünftige Coffee Lectures gerne noch drehen?

📌 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Zeit
- Ort
- Art des Vortrags/Präsentation
- Themen
- Referent*innen
- Kooperationspartner*innen
- Werbung
- Zielgruppe
- keine Antwort
- weitere

Fast alle Bibliotheken möchten zukünftig an mindestens einer Stelle etwas verändern:



Es gibt nur eine Bibliothek, die an keiner „Stellschraube“ drehen möchte, ihr Angebot auch nicht als Erfolg sieht und nicht weitermachen möchte. Zwei Bibliotheken, die keine Angaben dazu gemacht haben, ob sie ihr Angebot als Erfolg werten und ob sie damit weitermachen wollen, möchten an keiner Stellschraube drehen.

Unter „weitere“ gaben zwei Bibliotheken an, dass sie an keiner Stellschraube drehen wollen, eine schrieb zumindest „vorerst“. Eine Bibliothek schrieb sogar: „An keiner Stellschraube. Es passt einfach :-))“. Eine Bibliothek möchte an der Häufigkeit „drehen“, eine „an der Kaffeequalität“. Weitere Voten (wörtliche Zitate):

- Ausbau zu einem Probiervortragsformat: wer ein einigermaßen passendes Thema hat, darf gern referieren, auch wenn er nicht aus der Bibl. stammt, z.B. Studis üben Präsentieren ihrer Abschlussarbeit
- Format: Coffee Lectures in Verbindung mit Onlinetutorials oder eLearning Angeboten
- Häufigkeit
- Mix zwischen neuen und Themen, Abwechslung bei den ReferentInnen
- Reichweite, wir arbeiten gerade an Videomitschnitten / Liveübertragung an andere Standorte
- Zielgruppe: bei allgemein relevanten Themen wie Recherchestrategien: Werbung auch in anderen Bibliotheken auf dem Campus

Dass die meisten Anbieter an der „Stellschraube“ „Themen“ drehen möchten, entspricht dem Befund, dass die Besucher*innenzahlen als themenabhängig und die Besucher*innenmotivation hauptsächlich als themenorientiert empfunden wird:

60,41 % derer, die Coffee Lectures als themenabhängig verstehen, möchten auch an dieser Stellschraube drehen, 43,75 % nicht.

52 % derer, die Coffee Lectures nicht für themenabhängig halten, möchten trotzdem an dieser Stellschraube drehen, 48 % nicht.

Zu einem anderen Themenfeld: dem Ort des Geschehens:

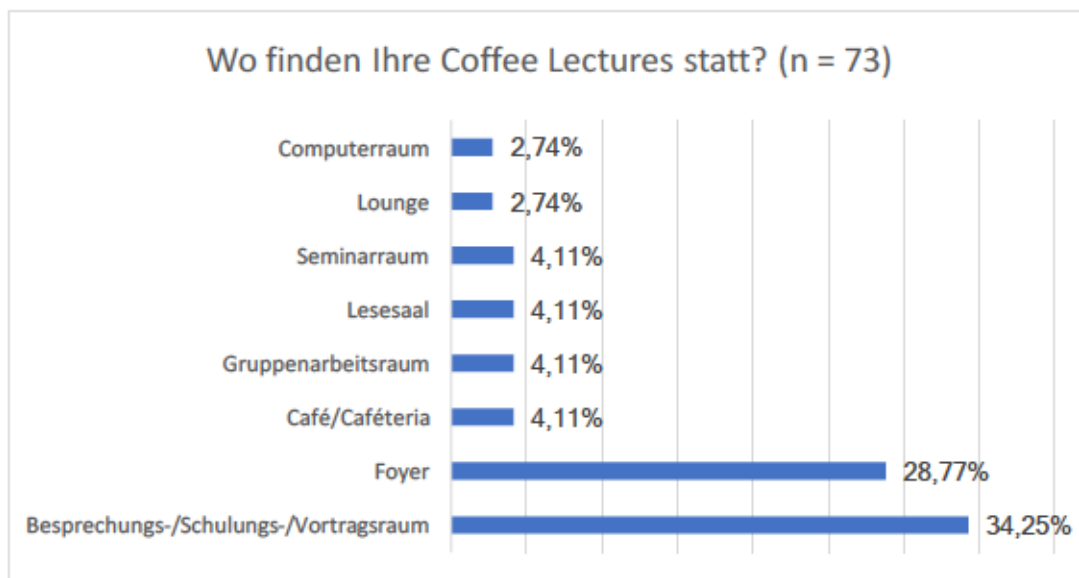
Wo finden Ihre Coffee Lectures statt?

Sind Sie mit dem Ort zufrieden?

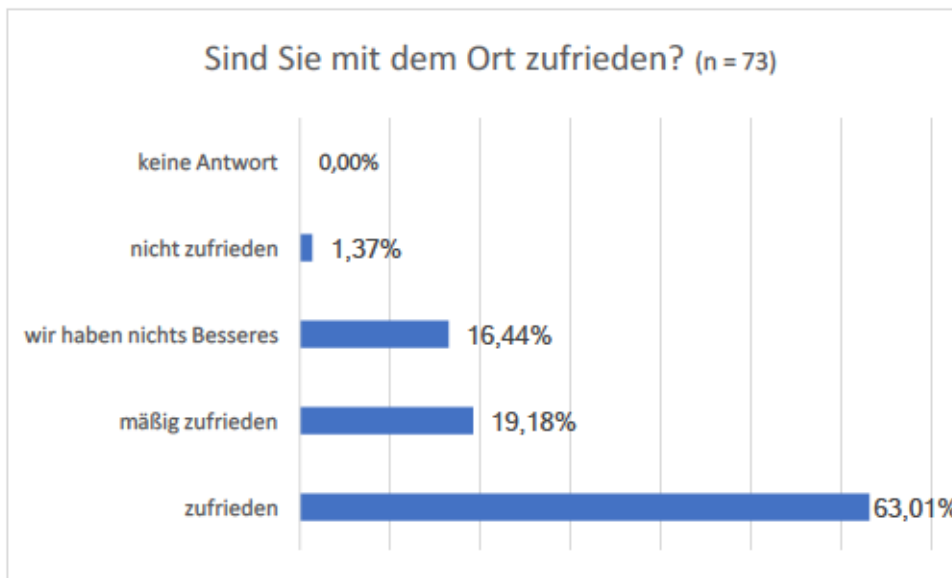
📌 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- ja
- nein
- mäßig
- wir haben nichts Besseres
- keine Antwort

Da die Frage nach dem Veranstaltungsort als Freitextfeld bewusst Raum für Beschreibungen lassen sollte, sind die Antworten sehr heterogen. Dennoch kann man die meisten Ortsbeschreibungen in Kategorien einordnen:



Man kann keine Korrelation zwischen Ortskategorie und Zufriedenheit konstatieren. Mit einem Besprechungs-/Schulungs-/Vortragsraum sind einige Bibliotheken zufrieden, andere mäßig, eine gar nicht, und wiederum andere schreiben „wir haben nichts Besseres“. Auch die anderen Ortskategorien liegen zwischen „zufrieden“, „mäßig“ und „wir haben nichts Besseres“. Man kann also nicht sagen, dass ein Café oder das Foyer das Optimum wären oder dass ein geschlossener Raum eine Gewähr für Zufriedenheit sei.



Die meisten Bibliotheken haben offenbar feste Räume, die freilich auch schon mal gewechselt wurden, wenn man unzufrieden war (etwa: „Bisher: Überwiegend in der Library Lounge, vereinzelt im Foyer der Zentralbibliothek. Ab SoSe 2019 nur noch im Foyer, da das nach bisherigen Erfahrungen passender ist“), aber nur fünf Bibliotheken (6,85 %) wechseln den Raum offenbar je nach Kapazitäten, was in einem Fall als Manko empfunden und mit „wir haben nichts Besseres“ bewertet wird: „In wechselnden Seminarräumen, dadurch fehlt die Kontinuität. In den Räumlichkeiten der Bibliothek gibt es leider keinen geeigneten Raum für die Veranstaltungen.“

Das Problem der Kontinuität leitet über zum nächsten Fragenset: zur Frage nach der Zeit. Die erste Frage dazu lautet:

Finden Ihre Coffee Lectures immer zur gleichen Uhrzeit statt?

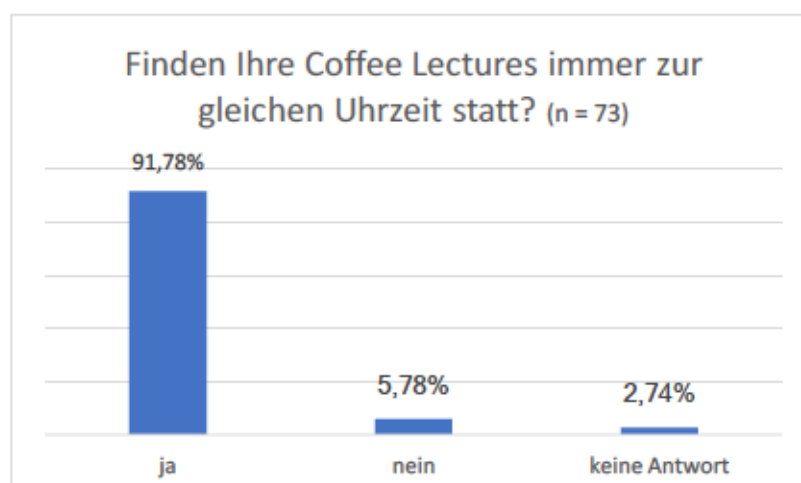
🗳 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

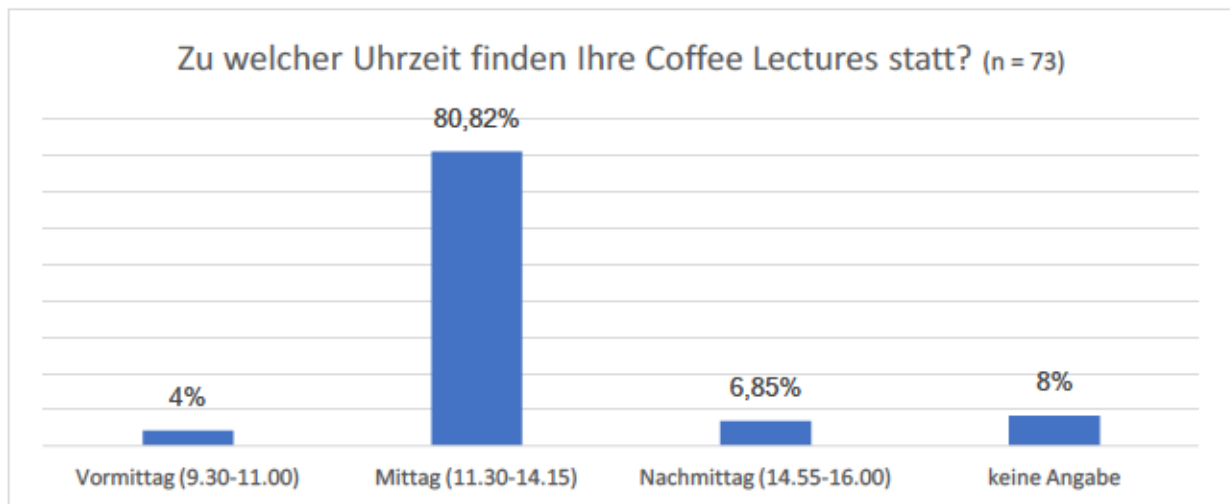
nein

ja, und zwar um ... Uhr

keine Antwort

91,78 % der Coffee Lectures finden zur gleichen Uhrzeit statt, und zwar meistens um die Mittagszeit (11.30-14.15 Uhr: 80,82 %):





Die Aufteilung der nächsten Frage in Theorie und Praxis war meinen Erfahrungen aus Erfurt geschuldet, wo die Coffee Lectures aus verschiedenen Gründen meistens länger waren als angekündigt: Weil später angefangen wurde, da man noch auf Gäste wartete oder das Café so voll war, dass man lange auf den Kaffee warten musste, weil die Präsentation zu lang war oder weil am Ende viele Fragen gestellt wurden oder eine Diskussion aufkam.

Hier die genauen Fragen:

Wie lang sind Ihre Coffee Lectures *laut Ankündigung* (in Minuten)?

● Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- 10
- 15
- 10-15
- 15-30
- keine Antwort
- weitere

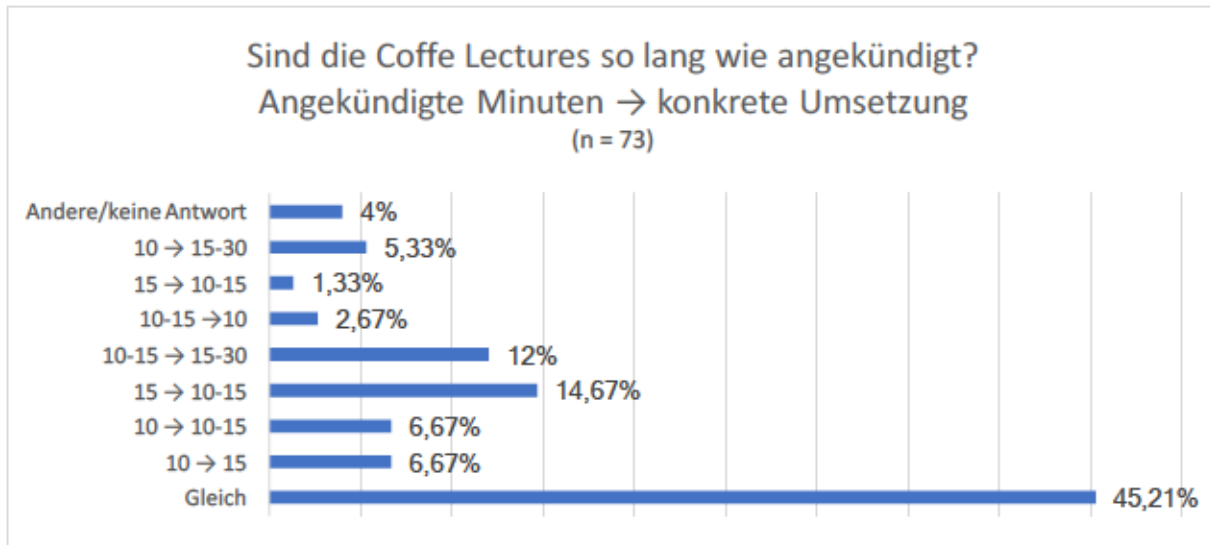
Wie lang sind Ihre Coffee Lectures *in der konkreten Umsetzung* (in Minuten)?

● Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- 10
- 15
- 10-15
- 15-30
- keine Antwort
- weitere

Die Umfrage bestätigt meine Erfurter Beobachtungen nicht unbedingt, sind doch bei 35 Bibliotheken, also 45,21 %, die Zeitangaben für Ankündigung und konkrete Umsetzung gleich. Nicht signifikant sind Änderungen von angekündigten 10 Minuten auf 15 Minuten (5 Bibliotheken) oder von 10 auf 10-15 Minuten (5 Bibliotheken), ebenso von 15 auf 10-15 Minuten (11 Bibliotheken). Nicht als faktische Kürzung kann gelten, wenn Bibliotheken 10-15 Minuten ankündigen, aber tatsächlich nur 10 Minuten brauchen. Eine Bibliothek kündigt 15 Minuten an und veranstaltet ihre Coffee Lectures dann „nur“ 10-15 Minuten lang.

Neun Bibliotheken kündigen 10–15 Minuten an, aber die Veranstaltungen sind in der Praxis 15–30 Minuten lang. Bemerkenswert sind Verlängerungen von angekündigten 10 Minuten auf 15–30 Minuten, wie das bei 4 Bibliotheken der Fall ist.



Solche Verlängerungen werden aber gar nicht als Nachteil empfunden, denn sie sind zum Teil „abhängig von Nachfragen“, oder „durch Nachfragen und eventuelle Diskussion“ verursacht; ganz servicebewusst formuliert eine Bibliothek: „Wir beantworten Fragen einzelner Teilnehmer auch über diese Zeit hinaus.“ Oliver Renn, der Erfinder der Coffee Lectures, trennt offenbar Präsentation und Diskussion: „maximal 2 min länger, manche bleiben danach zum Gespräch“. Deshalb sei kritisch zu diesen Fragen bemerkt, dass ich die Länge nicht als Länge der Präsentation oder als der Veranstaltung inklusive Nachfragen und Diskussion definiert habe und also nicht auszuschließen ist, dass die Frage unterschiedlich verstanden wurde (diachron). Innerhalb des Fragenkomplexes (synchron) sind die Antworten aber natürlich konsistent.

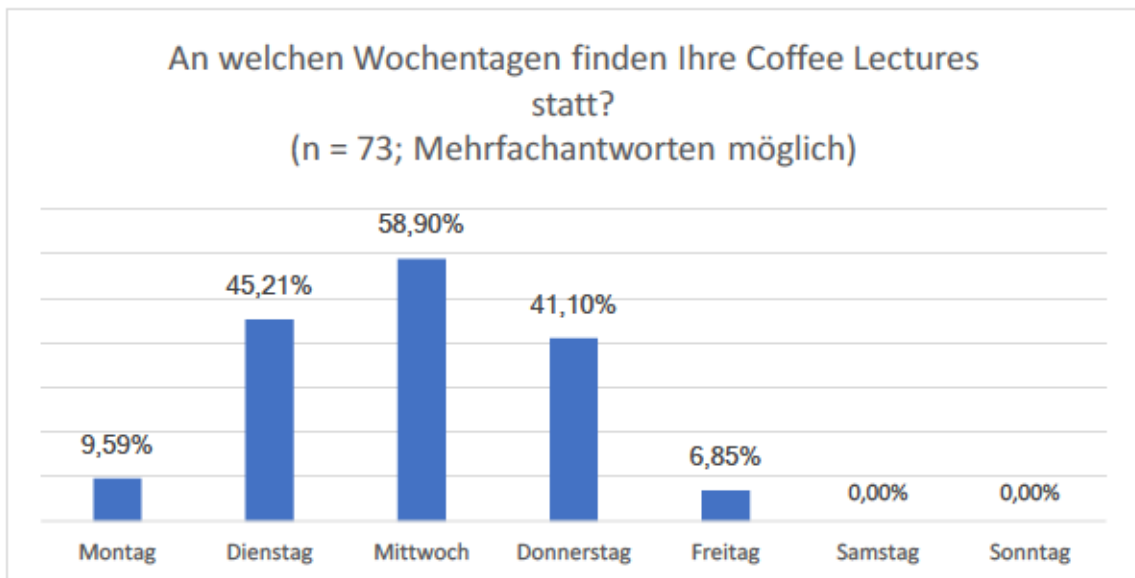
Zur nächsten Frage, die noch zum Themenkomplex „Zeit“ gehört:

An welchem/h Wochentag/en finden Ihre Coffee Lectures statt?

📌 Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Montag
- Dienstag
- Mittwoch
- Donnerstag
- Freitag
- Samstag
- Sonntag

Bei den Wochentagen zeichnet sich eine Tendenz zur Wochenmitte ab:



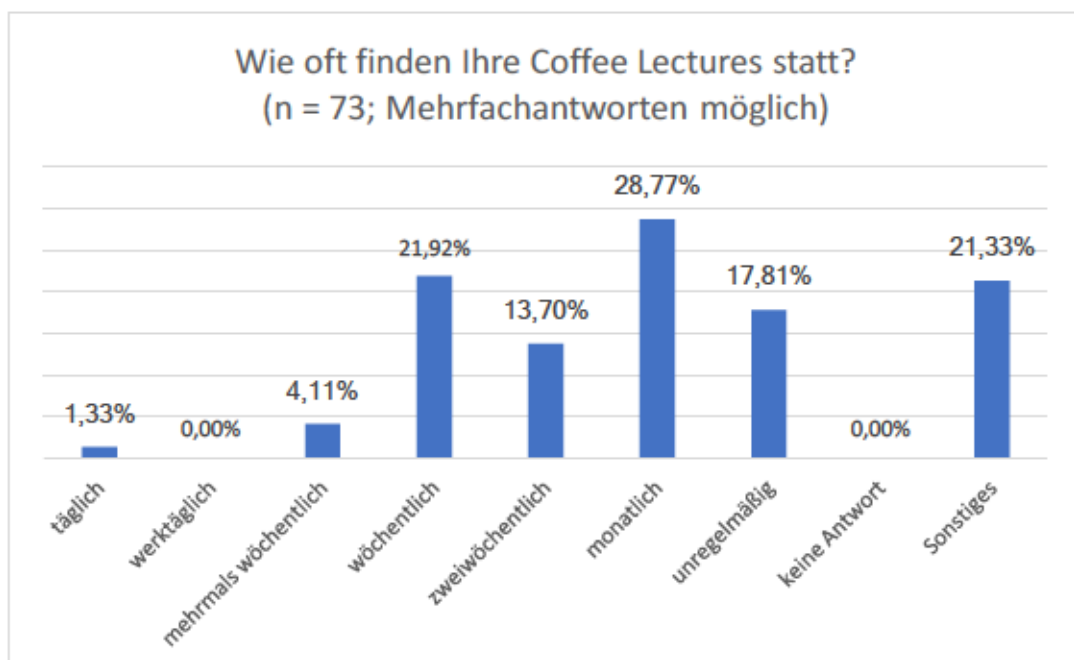
Am Wochenende finden keine Coffee Lectures statt.

Wie oft finden Ihre Coffee Lectures statt?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- täglich
- werktätig
- mehrmals wöchentlich
- wöchentlich
- zweiwöchentlich
- monatlich
- unregelmäßig
- keine Antwort
- Sonstiges

Die meisten Bibliotheken bieten ihre Coffee Lectures einmal im Monat an:



Unter „Sonstiges“ gab es folgende Einträge ins Freitextfeld (wörtliche Zitate):

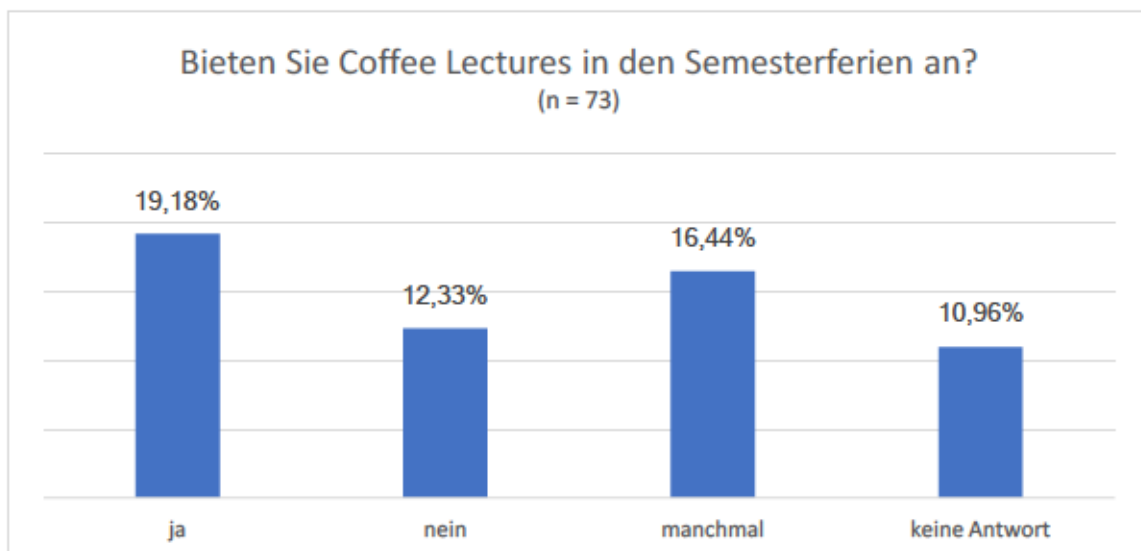
- alle zwei Monate
- an einem Standort zweiwöchentlich, aber die Regel an allen anderen Standorten ist 1x Monat
- bisher 2 pro Woche; da wir aber noch andere Veranstaltungsformate probieren wollen, ist es künftig nur 1 mal/Woche (bei gleichzeitigem Beibehalten der Gesamtmenge von CLs)
- blockweise
- dreiwöchige Blöcke
- einmal jährlich
- In den Wochen, in denen Hausarbeiten geschrieben werden (meist Ende des Semesters / Anfang der Semesterferien)
- in der Vorlesungszeit
- jeweils 4-5 Wochen im Feb./März und Juni/Juli, Weihnachtsspezial (mehrere Lectures hintereinander) und OA-Week (mehrere Tage aufeinander folgend)
- nach Themen, nur während Semester
- NICHT in den Schulferien
- nur während des Semesters
- pro Semester ein Block mit 3 Wochen hintereinander
- während des Semesters
- wöchentlich, allerdings nur über einen gewissen Zeitraum im Semester
- wöchentlich mit einer Pause im Monat

Bieten Sie Coffee Lectures in den Semesterferien an?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- ja
- nein
- manchmal
- keine Antwort

19,18 % der Bibliotheken führen ihre Coffee Lectures in den Semesterferien durch, 16,44 % tun dies manchmal.



Zu einem neuen Fragenkomplex: zur Art des Vortrags und zur technischen Ausstattung:

Welcher Art ist die Vortrags-/Präsentationsform Ihrer Coffee Lectures?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

freier Vortrag

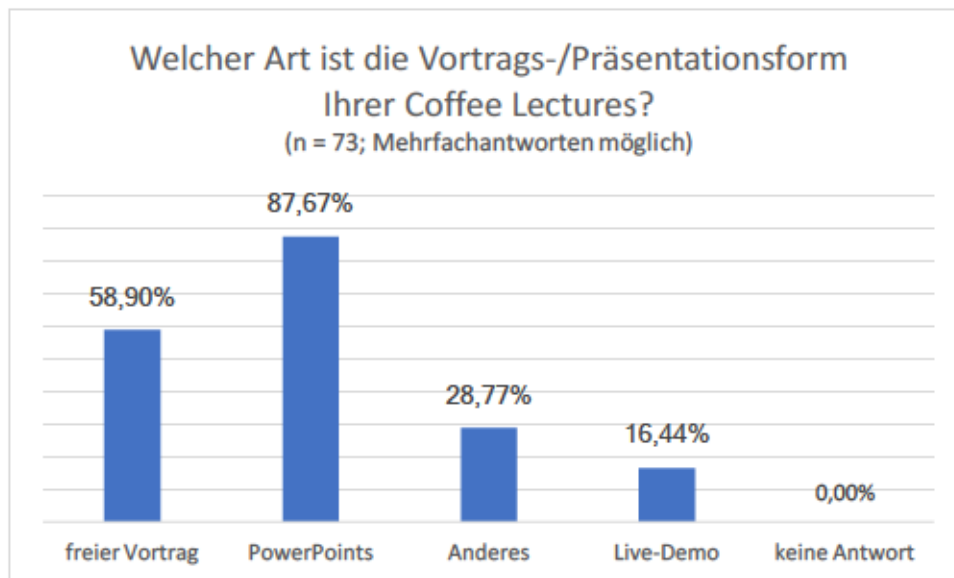
PowerPoint-Präsentation

keine Antwort

Anderes

Alle Institutionen haben etwas auf diese Frage geantwortet, keine Bibliothek hat im Fragebogen „keine Antwort“ ausgewählt. PowerPoint-Präsentation dominiert mit 87,67 %, aber auch freie Vorträge finden häufig statt (58,9 %).

Im Freitextfeld wurden mehrfach „Live-Demonstrationen“ (etwa „in Datenbanken o.ä.“, „verschiedener Tools“, „Präsentation von Websites/Recherchetools“) genannt, so dass sie in die Statistik mit aufgenommen wurden, obwohl sie im Fragebogen nicht zur Auswahl gestanden hatten:



Im Freitextfeld „Anderes“ wurden außerdem genannt (wörtliche Zitate):

- Flipchart (2x)
- handgezeichnete Infografiken
- Prezi-Präsentation (2x)
- Rollenspiel
- zum selber mitmachen
- der/die Referent(in) ist frei in der Gestaltung des Vortrags
- je nach Thema

Bei der Frage nach der Technischen Ausstattung wurde nur nach Laptop oder Beamer gefragt, um die Bibliotheken zu ermuntern, Weiteres ins Freitextfeld einzutragen:

Welche technische Ausstattung nutzen Sie für Ihre Coffee Lectures?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Laptop

Beamer

nichts

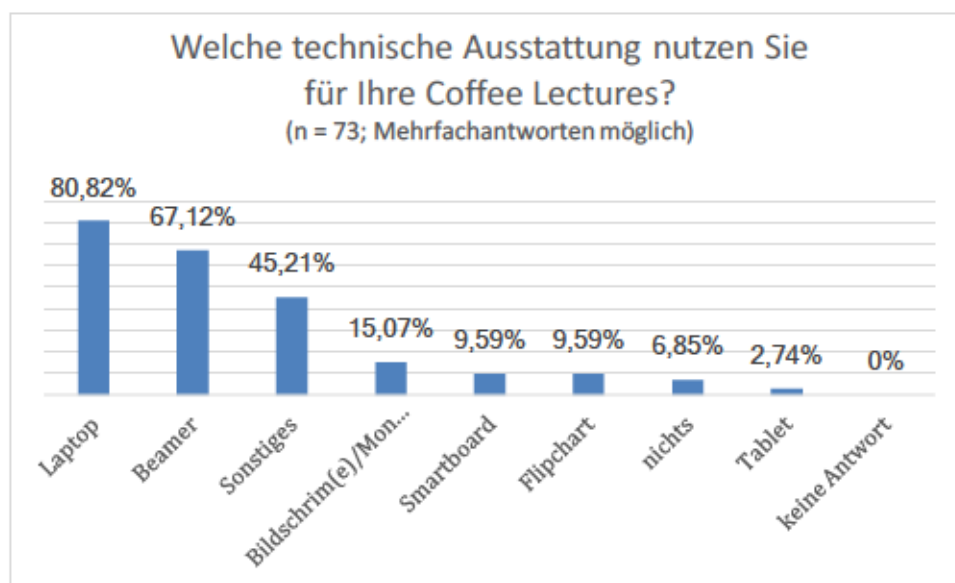
keine Antwort

Anderes

Es gab wieder keine Bibliothek, die keine der vorgegebenen Antworten angeklickt hat, auch keine, die „keine Antwort“ angekreuzt hat.

6,85 % der Bibliotheken verwenden gar keine technische Ausstattung (sie haben „nichts“ gewählt).

Unter „Anderes“ wurde mehrfach auf Bildschirm(e)/Monitor, Smartboard und Flipchart verwiesen, so dass diese Antworten ebenfalls statistisch ausgewertet wurden:



Weiterhin wurden genannt (wörtliche Zitate):

- Anschauungsmaterial (Bücher, Texte, bunte Marker, Tische/Stühle für prakt. Übungen)
- Dozenten-PC des PC-Pools
- Laserpointer
- mobiler Monitor, mobile Box mit Mikro
- Nutzercomputer
- Sprechanlage, Pointer, z.T. Leinwand
- vielleicht eine Tafel oder Whiteboard
- unterschiedlich, je nach Bedarf des/der Referent(in)

Da wir in Erfurt unsere Coffee Lectures manchmal über den UB-Blog nachbereiten und mir durch meine Internetrecherchen bekannt war, dass in Gießen sogar Videos von den Veranstaltungen ins Netz gestellt werden, lag für mich die Frage nach der Nachbereitung der Coffee Lectures nahe.

Wie bereiten Sie Ihre Coffee Lectures nach?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Vortrag/Präsentationen als PDF o.ä.

Videos

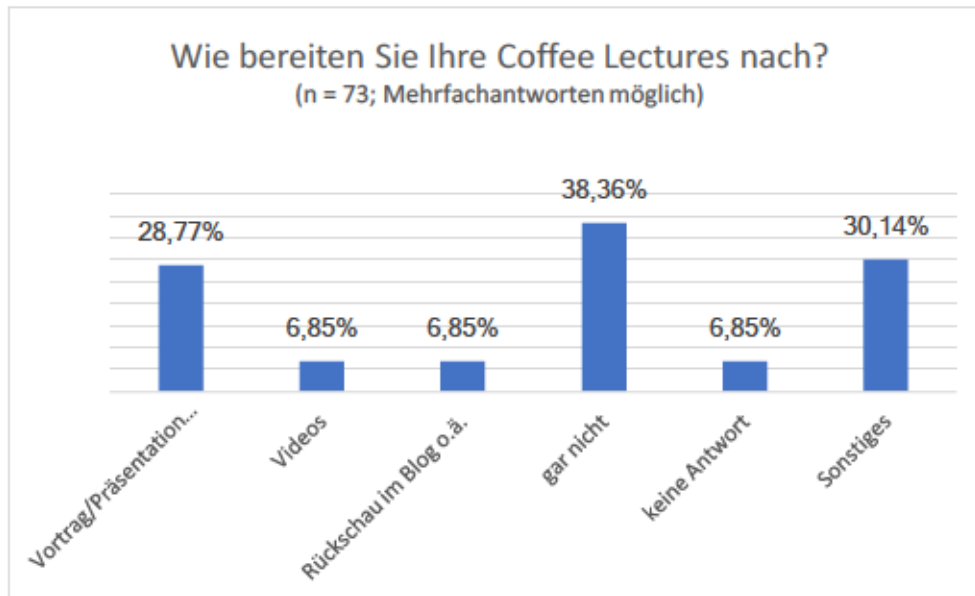
Rückschau im Blog o.ä.

gar nicht

keine Antwort

Anderes

Viele Bibliotheken (38,36 %) tun das gar nicht, Videos und Rückschau im Blog o.ä. sind mit 6,85 % selten.



Bei den Antworten im Freitextfeld wurde deutlich, dass manche Teilnehmer die Frage als Frage nach dem Feedback missverstanden haben: „Mündlich mit den involvierten Mitarbeitenden: was war gut, schlecht etc.“ „Flipchart-Feedback: wurde nicht genutzt. Nachbereitung in der CL-Gruppensitzung“, „Gespräch mit Kolleg*innen“ oder „in der Arbeitsgruppe, die die CL organisiert und durchführt.“

Hier die Antworten, die unter „Anderes“ ins Freitextfeld eingetragen wurden (wörtliche Zitate in den Spiegelstrich-Zeilen):

Eine Nachbereitung geschieht zum Teil nur auf Nachfrage:

- Link bei Interesse verschickt
- Versenden der Präsentation auf Nachfrage

Einige teilen Handouts aus:

- Handout für Interessierte
- manchmal: Handouts zum Mitnehmen
- teilweise gibt es Handouts
- Material zur Verfügung stellen und darüber im HS-Newsticker und auf Twitter informieren

Sammelkarten, Postkarten, Flyer:

- Sammelkarten mit wichtigsten Infos
- Postkarten zum Mitnehmen mit den wichtigsten Informationen
- Zusammenfassender Flyer

Weiteres:

- Etherpad
- Folien in Slideshare
- Übersicht mit PDFs auf Website
- zu jeder CL erscheint zeitgleich (13:45) ein Blog mit Info zum Vertiefen

Bibliotheken, die ihre Coffee Lectures nur intern abhalten, bereiten diese trotzdem zum Teil nach:

- gegebenenfalls Ablage im internen Wiki
- Sammlung im Intranet
- Stichworte zum Thema im Intranet

Eine Bibliothek, in der die Coffee Lectures öffentlich stattfinden, bereitet nicht öffentlich nach, aber „zu internen Weiterbildungszwecken der Stammebelegschaft an den Theken, Coffee Lectures dienen uns auch häufig als erste Skriptvorlage für ein neutrales Video (kein Filmen der Coffee Lectures)“.

Der nächste Fragenkomplex dreht sich um die Logistik.

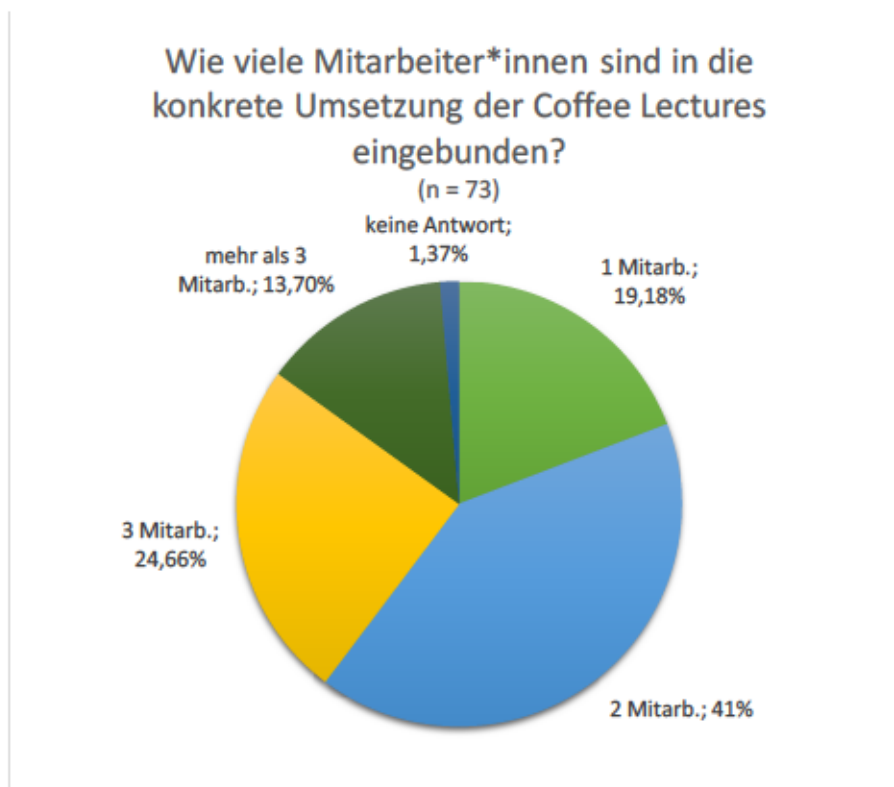
Gefragt wurde zunächst nach dem Personaleinsatz für die Coffee Lectures:

Wie viele Mitarbeiter*innen sind in die konkrete Umsetzung eingebunden (Technik beschaffen/aufstellen, Kaffee kochen, Kekse kaufen, Abwasch ...)?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- 1
- 2
- 3
- mehr als 3
- keine Antwort

Normalerweise sind an den Coffee Lectures 1 bis 3 Mitarbeiter*innen beteiligt, mehr als 3 Mitarbeiter kommen nur in 10 Bibliotheken (13,7 %) zum Einsatz:



Es wurde weiter gefragt, ob der logistische Aufwand akzeptabel sei. Wenn darauf „nein“ geantwortet wurde, wurde weiter gefragt: „Was folgt für Sie daraus?“

Ist der logistische Aufwand für Sie akzeptabel?

Ja Nein keine Antwort

Was folgt für Sie daraus?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- wir suchen nach Lösungen
- wir geben das Format auf/haben es aufgegeben
- Sonstiges:
- keine Antwort

Die Bibliotheken, die mehr als drei Mitarbeiter einsetzen, halten – bis auf eine anonym gebliebene – den logistischen Aufwand dennoch für akzeptabel, eine hat „keine Antwort“ angeklickt.



Wenn man angegeben hatte, dass man den logistischen Aufwand nicht für akzeptabel hält, wurde weiter gefragt, welche Konsequenzen man daraus zieht. Drei Bibliotheken haben das Format deshalb aufgegeben, eine Bibliothek wählte die Antwort „wir suchen nach Lösungen“, eine Bibliothek schrieb ins Freitextfeld: „Überarbeitung des Konzeptes“.

Die nächste Fragengruppe thematisiert die Anmeldung:

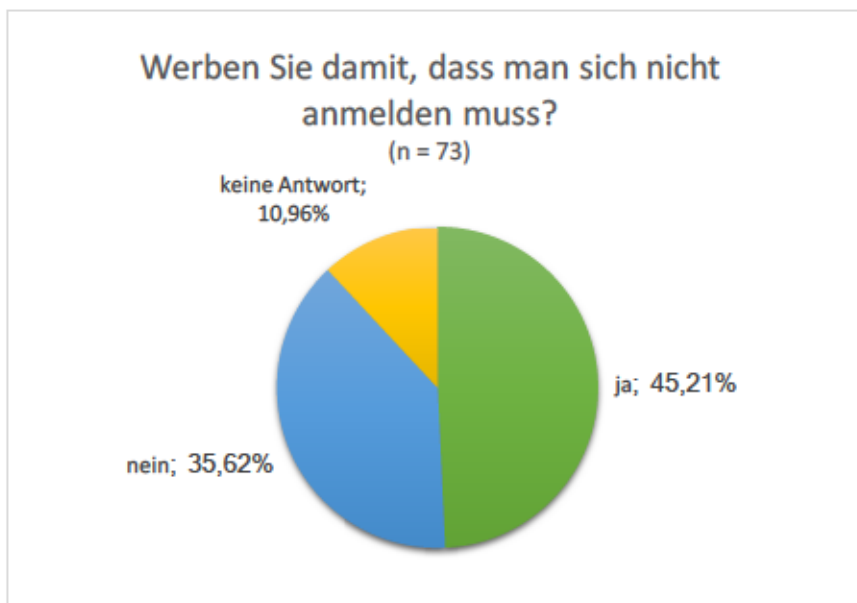
Muss man sich zu Ihren Coffee Lectures anmelden?

Ja Nein keine Antwort

Werben Sie damit, dass man sich nicht anmelden muss?

Ja Nein keine Antwort

Nur eine Bibliothek hat „keine Antwort“ gewählt, die übrigen Bibliotheken verzichten auf eine Anmeldung. Werben sie denn auch damit? Das war die Anschlussfrage, wenn man angab, dass man sich nicht anmelden muss. Die Zahl der Bibliotheken, die damit werben, dass man sich nicht anmelden muss, ist in der Überzahl (45,21 % gegen 35,62 %, die damit nicht werben):



Wenn man bei der Frage, ob man sich zu den Coffee Lectures anmelden muss, „Ja“ geantwortet hätte, wäre weiter gefragt worden, ob sich diese Anmeldepflicht bewährt:

Muss man sich zu Ihren Coffee Lectures anmelden?

Ja Nein keine Antwort

Bewährt sich die Anmeldepflicht?

Ja Nein keine Antwort

Diese Fragenfolge lief aber ins Leere, denn es hat keine Bibliothek angeklickt, dass man sich zu ihren Coffee Lectures anmelden muss.

Hieran kann man den hermeneutischen Zirkel bzw. die hermeneutische Spirale, die zu meiner Coffee-Lecture-Definition führte, nachvollziehen: Meine Vorannahme war, dass Coffee Lectures ein Kurzformat sind, für das man sich nicht anmelden muss, denn so hatte es Oliver Renn in seinem Artikel geschrieben und damit nahegelegt, das Angebot ohne Anmeldepflicht niedrigschwellig zu halten (s.o.). Die Frage war, ob diesem Vorbild alle folgen. Deshalb habe ich die Frage gestellt, und der Befund bestätigt das. Umgekehrt leite ich aus der Tatsache, dass keine Bibliothek zu einer Anmeldung verpflichtet, meine Definition ab (s.o.).

Die folgende Frageserie widmet sich dem Budget für die Coffee Lectures:

Wer bezahlt den Kaffee/Tee?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche
- die Teilnehmer*innen selbst
- die Bibliothek
- die Universität
- externe Sponsoren
- Anderes
- keine Antwort

Bei der Frage, wer den Kaffee/Tee bezahlt, ergibt sich ein buntes Bild: In den meisten Fällen zahlt die Bibliothek (53,42%). Da ich schon bei meinen ersten Kontaktaufnahmen vielfach gehört hatte, dass die Frage heikel und es oft schwierig ist, das Geld auch im nächsten Semester wieder „durchzubekommen“, bin ich über die Menge der hier zur Verfügung stehenden Bibliotheksbudgets überrascht, denn auch Oliver Renn schreibt: "Das ICBP ist in der glücklichen Lage, problemlos Kaffee (und auch Tee!) auf die Kostenstelle kaufen zu können. Dies ist aber in vielen Bibliotheken ganz offensichtlich ein Problem. Entweder gilt dies als Selbstbewirtung und ist nicht erlaubt, muss kompliziert abgerechnet werden, oder es gibt schlicht keinen Budgetposten ‚Kaffee‘. In manchen Bibliotheken spendieren deshalb die Referenten den Kaffee aus privater Tasche. Es ist jedoch schade und auch erschreckend, dass Bürokratie solche kleinen Dinge erfolgreich verhindert – ‚Peanuts‘ im Vergleich zu den Kosten der Informationsressourcen."⁵⁴ Ein Mitarbeiter einer Hochschulbibliothek schrieb mir: „Wir hatten mal erwogen, Coffee Lectures anzubieten. Das ist letztlich daran gescheitert, dass wir den Kaffee nicht im Rahmen der Bewirtschaftungsrichtlinie bezahlt bekommen und dass in der Bibliothek inklusive Schulungsraum (wegen Teppich) keine offenen Kaffeetassen gewünscht sind.“

⁵⁴ Renn 2018, S. 383.

Unter „Anderes“ wurde angegeben (wörtliche Zitate):

- Wir dürfen leider keinen Kaffee anbieten, aufgrund fehlender Mittel
- es gibt bei uns tatsächlich keinen Kaffee/es gibt keinen Kaffee
- es gibt laut Konzept keinen Kaffee, da die Kekse im Vordergrund stehen
- Unibib und Kath. Fakultät teilen sich die Kosten semesterweise (bzw. je nach Themenschwerpunkten)
- Der Bibliotheksleiter
- Bibliothek/Institut
- Das Bundesamt

Aber auch die (geldwerten) Anreize bezahlen viele Bibliotheken (47,95 %).

Gibt es (geldwerte) Anreize?

Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- kostenlosen Kaffee
- kostenlose Kekse, Süßigkeiten o.ä.
- Gewinnspiel
- Giveaways
- keine Antwort
- Sonstiges (auch Nicht-Geldwertes), nämlich

Wovon bezahlen Sie diese (geldwerten) Anreize?

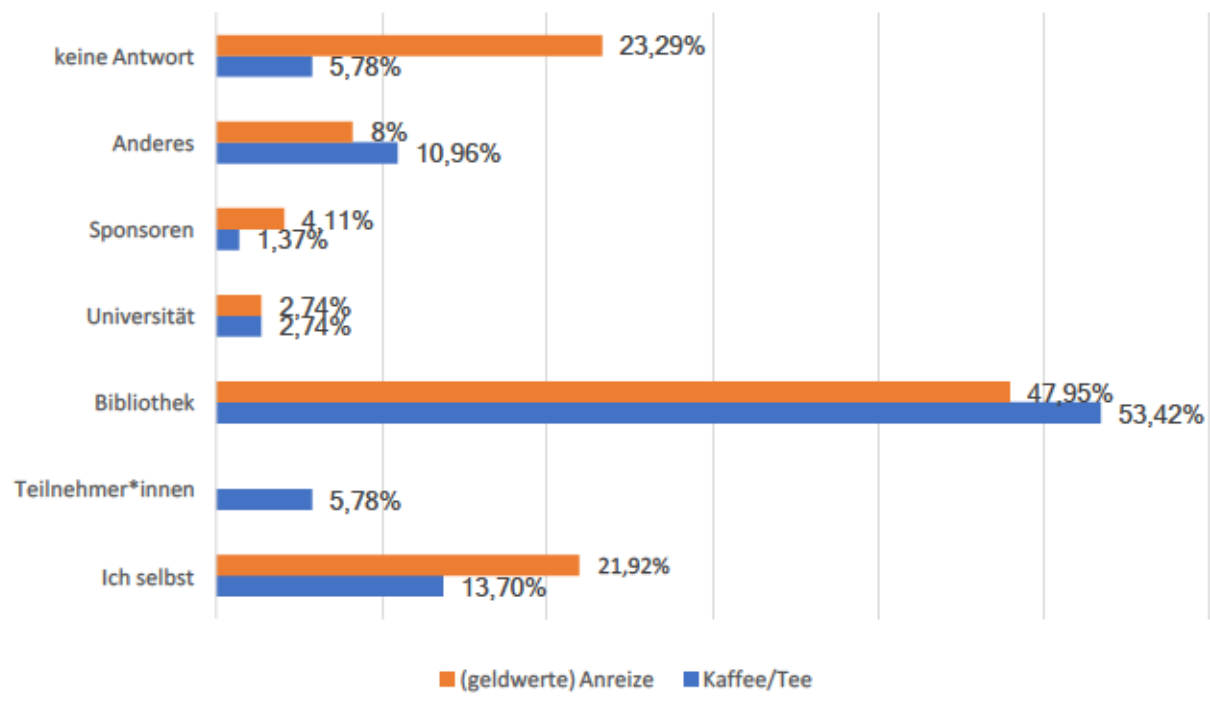
Bitte wählen Sie einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

- Ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche
- die Bibliothek
- die Universität
- externe Sponsoren
- keine Antwort
- Anderes

Ein Problem bei der Auswertung war, dass die Frage, wer den Kaffee/Tee bezahlt, als Einfachantwort programmiert war, die Frage nach dem Geldgeber für (geldwerte) Anreize als Mehrfachantwort. Man hätte freilich bei der ersten Frage ins Freitextfeld auch mehrere Geldgeber angeben können; dies hat aber nur eine Bibliothek getan: „Unibib und Kath. Fakultät teilen sich die Kosten semesterweise (bzw. je nach Themenschwerpunkten)“.

Die Fragen konnten aber nicht identisch gestellt werden, denn bei der Frage nach den geldwerten Anreizen hätte wie bei der Frage nach der Finanzierung des Kaffees/Tees die Option „Teilnehmer*innen“ keinen Sinn ergeben. Deshalb ist im Diagramm dort nur eine Säule zu sehen.

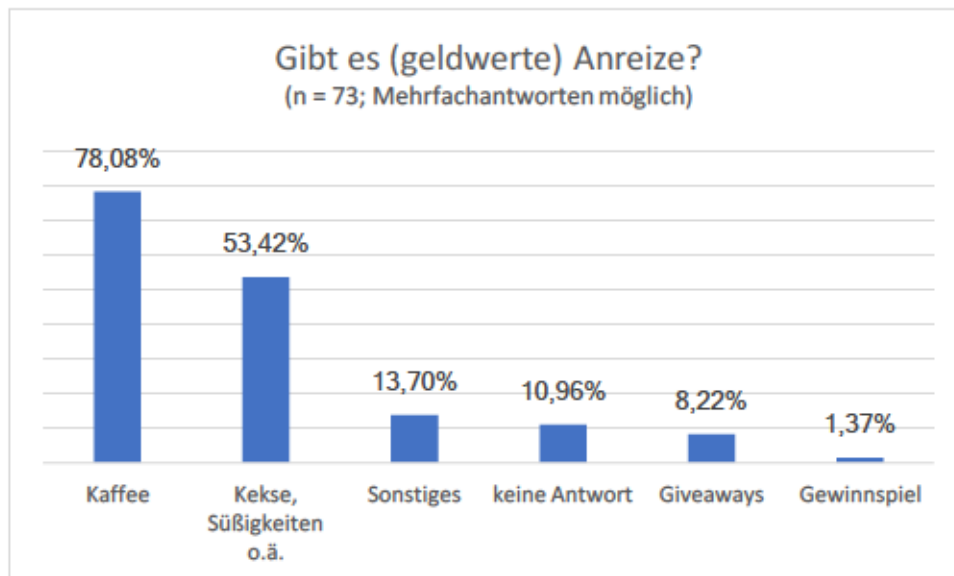
Wer bezahlt den Kaffee/Tee? Wer bezahlt die (geldwerten) Anreize? (n = 73; Mehrfachantworten möglich)



Wenn man nun untersucht, ob diejenigen, die den Kaffee/Tee bezahlen, auch dieselben sind, die die (geldwerten) Anreize bezahlen, so ist das beim überwiegenden Teil der Bibliotheken so (76,79 %: 43 von 56). Von den 56 Bibliotheken, die bei der Frage nach der Kaffeefinanzierung eine Auswahl getroffen haben und nicht „Anderes“ oder „keine Antwort“ gewählt haben, haben nur 13 (also 23,21 %) bei der Frage nach der Finanzierung der (geldwerten) Anreize etwas Anderes angegeben:

Wer bezahlt den Kaffee/Tee?	Wer bezahlt die geldwerten Anreize?	Anzahl
die Bibliothek	keine Antwort	4x
die Bibliothek	externe Sponsoren	1x
die Teilnehmer*innen selbst	keine Antwort	3x
die Teilnehmer*innen selbst	Sonstiges	1x
die Universität	ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche	1x
externe Sponsoren	ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche + <i>externe Sponsoren</i>	1x
ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche	ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche + <i>keine Antwort</i>	1x
ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche	ich selbst/die Organisatoren aus der eigenen Tasche + <i>externe Sponsoren</i>	1x

Welche Anreize bieten nun die Bibliotheken ihren Zielgruppen?



Außerdem wurden genannt (wörtliche Zitate):

- auf jedem Stuhl ist ein Kärtchen mit einer aufgeklebten Schokolade, auf Karte ist Tiny-url des Blogs
- gute Gesellschaft und interessante Themen !
- gute Tipps, gute Stimmung
- mehr Informationen
- nein, da nicht erlaubt
- NICHTS
- Sammelkarten
- ULB-Notizbuch
- verschiedene Sorten Tee
- Zeit, Know-How

Wie viel Budget haben die Bibliotheken denn für ihre Coffee Lectures zur Verfügung?

Wie viel Budget haben Sie für die Coffee Lectures pro Jahr?

Leider haben nur 63,01 % der Bibliotheken überhaupt geantwortet (46 von 73).

15,07 % (11 von 73) dieser Bibliotheken haben angegeben, dass sie kein Budget haben, also „Null“, „kein(e)s“. Da die übrigen Antworten im Freitext verschieden formuliert sind, ist die Zusammenfassung schwierig, weil nicht immer klar ist, was genau gemeint ist: Bedeutet die Aussage „kein festes Budget“ (4x) so etwas wie „kein konkretes Budget“ (1x) oder „kein eigenes Budget“ (1x)? Ist das Budget dann auch einfach „nicht festgelegt“ (3x) oder „nicht (konkret) definiert“ (2x)? Keine Angabe/keine Antwort gaben 4 Bibliotheken, zwei Mal hieß es „Weiß ich nicht“ bzw. „genaue Zahlen liegen nicht vor“.

Glück haben freilich die Bibliotheken, die ihre Coffee Lectures „nach Aufwand“, „soviel wie nötig ist“ oder „variabel, da von Organisatoren bezahlt“ finanzieren können.

An konkreten Zahlen wurden angegeben (wörtliche Zitate):

- 30
- 50
- Ausgaben: ca. 50 EUR
- demnächst vermutlich 50-80€ für Kekse
- 80
- für die erste Reihe: 160 Euro
- CHF 200.- pro Coffee Lecture Serie (es gibt mehrere an der UB Bern) und Jahr
- erstes Jahr mit einmaligen Anschaffungen (Kaffeetassen, Thermoskrüge, French Coffee Maker und Design-Vorlage von externer Designerin) ca. 1300 CHF, Folgejahre ca. 400 CHF für 18 (2x9) CL-Termine
- 500 Euro

Manche Bibliotheken investieren also erhebliches Geld in ihre Veranstaltungen, sogar in einmalige Anschaffungen. Die höchste angegebene Summe sind 500 Euro pro Jahr.

Coffee Lectures als Schulung bzw. Informationskompetenzveranstaltung?

Die Frage, ob die Bibliotheken, die Coffee Lectures anbieten, diese als Schulung oder Informationskompetenzveranstaltung verstehen, stellte sich vor dem Hintergrund, dass Oliver Renn sich in seinem Artikel von 2014 dagegen aussprach: „Angebote, die als Schulung oder gar Maßnahme zur Steigerung der Informationskompetenz angeboten werden, finden erwartungsgemäß wenig Resonanz.“⁵⁵ Sind denn die meisten Bibliotheken diesem Vorbild gefolgt?

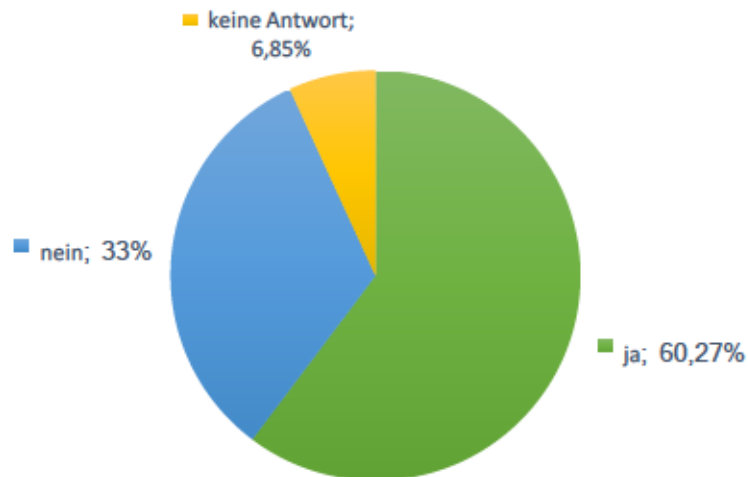
The image shows two survey questions with three response options: 'Ja', 'Nein', and 'keine Antwort'. The first question is 'Verstehen Sie Coffee Lectures als Schulung?' and the second is 'Verstehen Sie Coffee Lectures als Informationskompetenzveranstaltung?'. In both cases, the 'keine Antwort' button is highlighted in a darker blue, indicating it is the selected or most frequent response.

Nein! Die meisten Bibliotheken verstehen Coffee Lectures als Informationskompetenzveranstaltung oder Schulung.

⁵⁵ Renn 2014, S. 190. Ferner S. 192: „Bewusst wurde im Video nicht das Thema Schulung, Informationskompetenz oder der Mehrwert von Schulungen thematisiert, sondern die Freude, einen Kaffee trinken zu können [...]. Das Plakat [...] verzichtet ebenfalls vollständig auf visuelle Bezüge zu Schulungen und Informationskompetenz“.

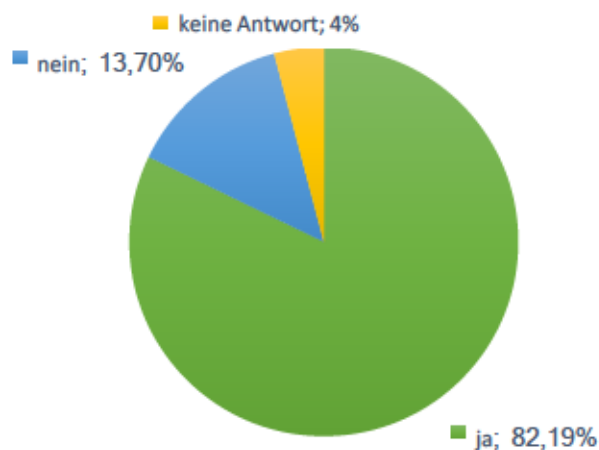
Verstehen Sie Coffee Lectures als Schulung?

(n = 73)



Verstehen Sie Coffee Lectures als Informationskompetenzveranstaltung?

(n = 73)



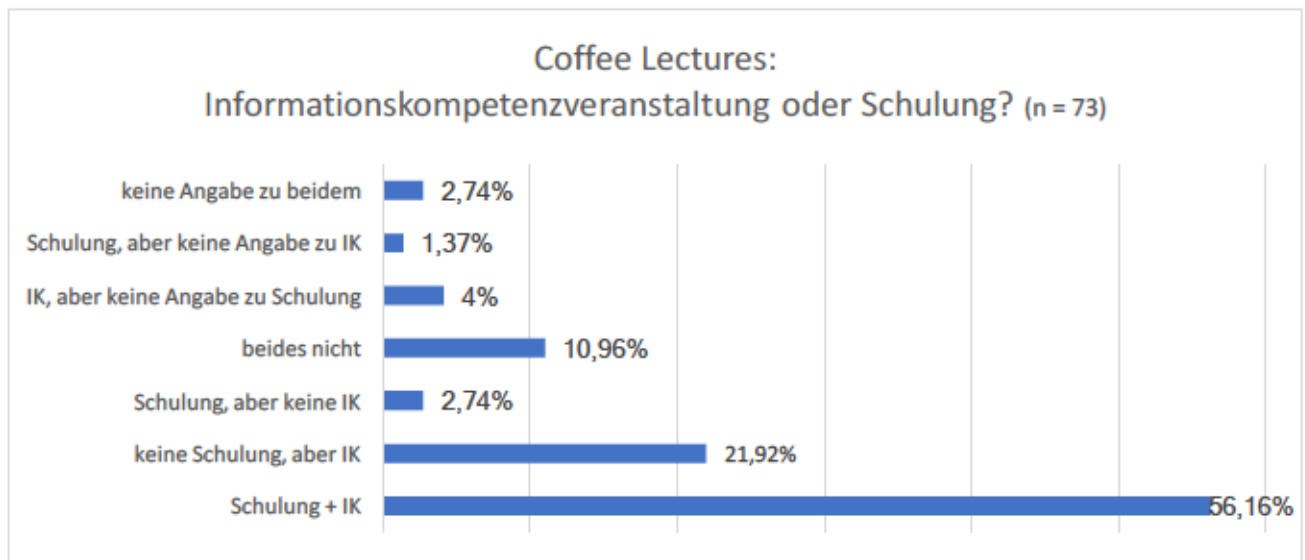
Sind denn die Einordnungen als Schulung und als Informationskompetenzveranstaltung gleich? Nur bei 56,16 % der Bibliotheken ist die Einschätzung gleich, dass nämlich Coffee Lectures sowohl Schulung als auch Informationskompetenzveranstaltungen sind. 10,96 % meinen, dass sie beides *nicht* sind.

2,74 % haben zu beidem keine Angaben gemacht. 5,37 % der Bibliotheken haben zu einem von beiden keine Angabe gemacht.

Interessant sind diese Einschätzungen:

Coffee Lectures sind keine Schulung, wohl aber eine Informationskompetenzveranstaltung. Dies meinen 21,33% der Bibliotheken.

Coffee Lectures sind Schulungen, aber keine Informationskompetenzveranstaltungen, behaupten nur 2,67% der Bibliotheken.



Eine weitere subjektive allgemeine Einschätzung des Angebotsformats Coffee Lecture sollte mittels zweier Fragen erfasst werden:

Der *Gartner-Hype-Cycle* ist Ihnen vielleicht bekannt. Er beschreibt nach einem ersten Auslöser vier Phasen, die eine neue Technologie oder eben auch ein neues Angebotsformat durchlaufen kann. Wo würden Sie sich mit Ihren Coffee Lectures auf dem Hype Cycle einordnen?

📌 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Gipfel der überzogenen Erwartungen
- Tal der Enttäuschung
- Pfad der Erleuchtung
- Plateau der Produktivität
- andere Einordnung
- keine Antwort

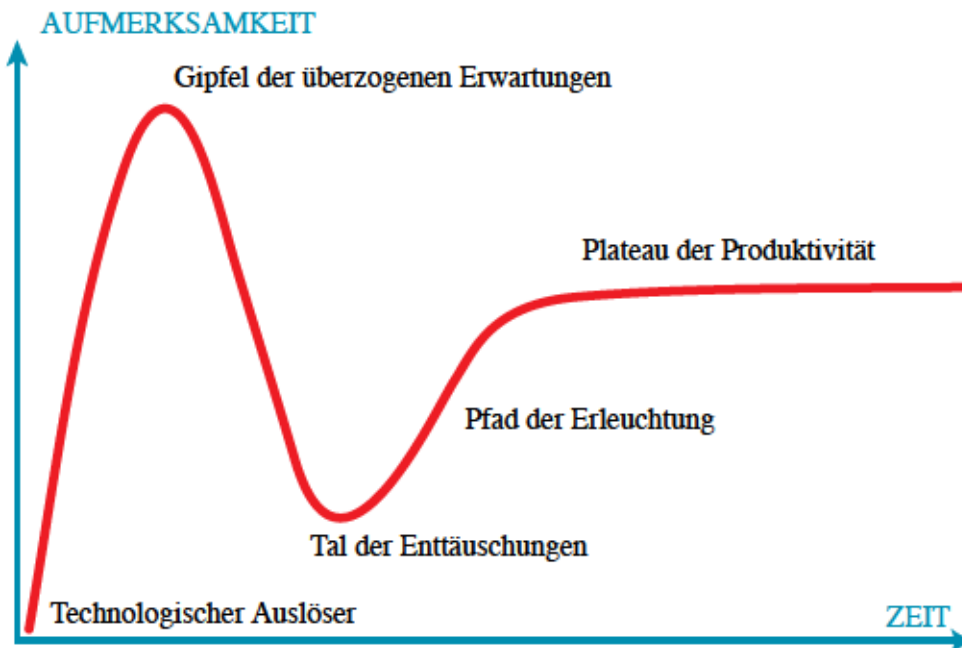
Wo würden Sie die Coffee Lectures allgemein – in der bibliothekarischen Community, ausgehend von dem, was Sie gelesen oder gehört haben – auf dem *Gartner-Hype-Cycle* einordnen?

📌 Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Gipfel der überzogenen Erwartungen
- Tal der Enttäuschung
- Pfad der Erleuchtung
- Plateau der Produktivität
- andere Einordnung
- keine Antwort

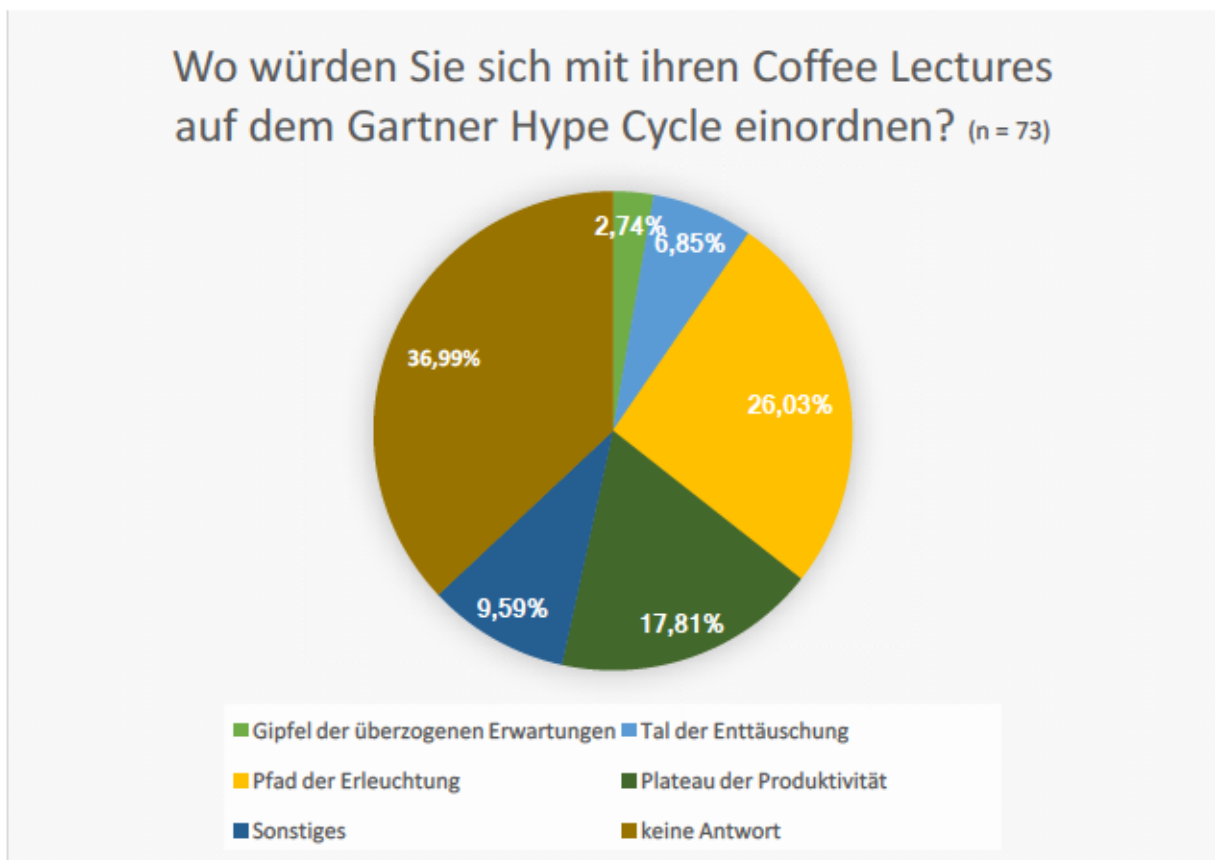
Mit diesen Fragen nahm ich Bezug auf den Hype-Cycle, der von einer Mitarbeiterin von „Gartner Inc.“, einem Unternehmen, das Marktforschungsergebnisse und Analysen über IT-Entwicklungen anbietet, entwickelt wurde.⁵⁶

⁵⁶ https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c6/Gartner_Hype_Zyklus.svg (09.09.2019)



Diese Kurve, die Technologieberater zur Bewertung neuer Technologien einsetzen, sollten die angesprochenen Bibliotheken auf das Format der Coffee Lectures übertragen und zum einen auf die subjektive Einschätzung der Lage in der eigenen Bibliothek anwenden und zum anderen auf die subjektive Einschätzung der allgemeinen Lage im Bibliothekswesen: Wo stehen wir? Welche Chancen hat das Format?

Keine Antwort gaben 36,99%. Die meisten anderen nahmen sich des Themas an und ordneten ihre eigene Bibliothek wie folgt ein:

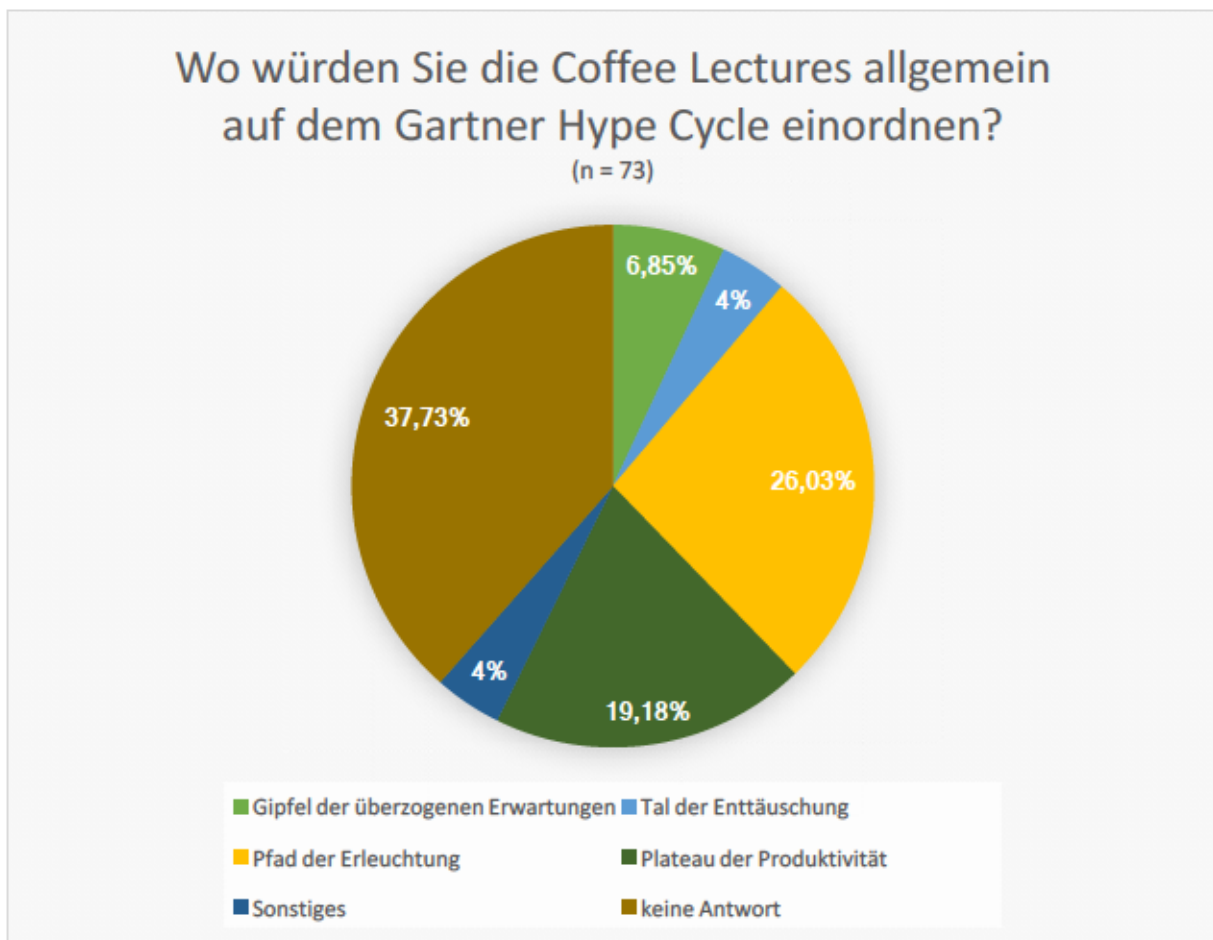


Für die eigene Bibliothek nicht auf eine solche Einordnung festlegen wollten sich sieben Einrichtungen, die unter „Sonstiges“ vermerkten (wörtliche Zitate):

- Bisher themenabhängig + immer gut besucht
- keine Enttäuschung, sondern eine reine Aufwand-Nutzen-Frage, die negativ beantwortet werden muss
- Noch in den Kinderschuhen
- noch in der Findungsphase, weil wir mehrfach den Ort wechseln mussten und die Bibliothek umgezogen ist
- Ausdifferenzierung der Gattungen nach Darwins Evolutionstheorie. Wenn wir uns bei dem Gartner-Hype-Cycle einordnen müssten, wäre Plateau der Produktivität am ehesten zutreffend
- Wir sind noch bei der Aussaat.

Ein Bibliotheksmitarbeiter schrieb mir per E-Mail: „Beim Hype-Zyklus habe ich ‚keine Angabe‘ gewählt, da ich unsere Coffee Lectures nicht richtig einordnen konnte. Ich denke, dass es zumindest bei uns keinen großen ‚Hype‘ um das Format gibt, daher war kein Punkt so richtig passend.“

Bei der Einschätzung der allgemeinen Lage sieht es etwas anders aus, aber „Pfad der Erleuchtung“ und „Plateau der Produktivität“ überwiegen: 26,03 % (19 Bibliotheken) bzw. 19,18 % (14 Bibliotheken).



Haben die Bibliotheken denn ihre eigene und die allgemeine Lage gleich eingeschätzt? Nein. Nur 47,36% der Bibliotheken, die sich selbst auf dem „Pfad der Erleuchtung“ wähnen, teilen diese Einschätzung auch für das Angebot allgemein. Nur 35,71 % der Bibliotheken, die sich selbst auf dem „Plateau der Produktivität“ einordnen, meinen, dass das auch allgemein so ist. Zwei Bibliotheken halten sich selbst für weiter als der allgemeine Trend, welcher sich noch auf dem „Gipfel der überzogenen Erwartungen“ bzw.

im „Tal der Enttäuschung“ befinden soll. 12,33 % der Bibliotheken wollten für sich selbst keine Einschätzung abgeben, taten dies aber für die allgemeine Lage, wobei alle Hype-Stufen vorkamen.

Die nächste Frage erfolgte in Anknüpfung an meinen Erläuterungstext zum Gartner-Hype-Cycle, den ich so beschrieb, dass „nach einem ersten Auslöser“ vier Phasen folgen können. Diesen Auslöser sollten die Teilnehmer in einem Freitextfeld beschreiben.

Können Sie den oder einen Auslöser für Ihre Coffee Lectures benennen?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- nein
- ja, und zwar
- keine Antwort

Diese Frage haben 65,75 % der Bibliotheken beantwortet.

Sieben Bibliotheken haben angegeben, über Vorträge (Bibliothekskongress 2016; Bibliothekartag 2018), Fortbildungen, Tagungen („Tagung zur Informationskompetenz“) oder über „Artikel in Fachzeitschriften“ auf Coffee Lectures aufmerksam geworden zu sein.

Das direkte Vorbild ETH Zürich/Renn geben 2 Bibliotheken an, 8 Bibliotheken haben die Anregung über „andere Bibliotheken“ erhalten („erfolgreiche Durchführung an anderen Bibliotheken“, „Anregung aus dem Austausch mit Kolleg/inn/en aus anderen Institutionen“).

Interne Auslöser gab es bei 5 Bibliotheken: Durch einzelne Mitarbeiter („inspirierter Kollege“, „Idee einer Kollegin“) oder bei internen Sitzungen („Mitarbeiter-Workshop“, „Brainstorming in AG Öffentlichkeitsarbeit“). In einem Fall wurden die Coffee Lectures „von [der] Leitung initiiert“.

Der Wunsch nach anderen Formaten, die Suche danach war der Auslöser für 9 Bibliotheken („neues Format ausprobieren“, „Suche nach neuem Format“, „Suche nach einem niedrigschwelligen Werbe/Informationsangebot für Services der Bibliothek“, „wir wollten ein neues Informationsformat über unsere Bibliotheksservices anbieten“), entweder aus Frustration und Unzufriedenheit („Frustration über das Unwissen über die vorhandenen Möglichkeiten“, „Unzufriedenheit der Lehrenden mit den Kompetenzen der Studierenden im Bereich des Wissenschaftlichen Arbeitens“) oder aus Spaß an neuen Formaten („Spaß an neuen Formaten im Bereich Informationskompetenz“, „Aufgeschlossenheit der Kolleginnen dafür“). Die Motivation war die „Erweiterung des Angebots durch alternative Vermittlungsformen“, einen „Teaser für weitere Angebote und das Wissensspektrum der bibl. Mitarbeitenden“ anzubieten. Auch pragmatische Gründe spielten eine Rolle: „ich habe ein Format gesucht, das eine einzelne Person organisieren kann“.

Als Auslöser wurde von einer Bibliothek angeführt, dass klassische Schulungen nicht mehr so erfolgreich waren (Schulungsmüdigkeit): „wenig Resonanz auf die länger dauernden Schulungsveranstaltungen“; „lange Schulungen (1,5 Stunden und mehr) wurden nicht mehr gut angenommen“.

Sechs Bibliotheken wollten mit ihren Coffee Lectures neue Zielgruppen erschließen und Nutzergruppen binden (wörtliche Zitate):

- Kontakt zu den Forschenden knüpfen, die die Bibliothek sonst kaum wahrnehmen
- Wunsch, mehr Wissenschaftler über Bibliotheksservices zu informieren
- Einbeziehung von wissenschaftlichen Mitarbeitern
- Erarbeitung eines PR Konzeptes für die Zielgruppe Professorinnen und wiss. Mitarbeiterinnen, die Coffee lectures waren eine der Maßnahmen, die umgesetzt wurden, um Professorinnen und wiss. MA stärker zu informieren und den Kontakt herzustellen und zu halten
- Vernetzung mit den Forschenden stärken
- Neuerungen / interessante Themen dem Kollegium zeitnah näherbringen

Drei Bibliotheken führten ihre Coffee Lectures ein, weil neue oder immer wieder nachgefragte Inhalte dazu Anlass gaben: „wiederkehrende Fragestellungen an der Info-Theke, die kurz abgehandelt werden können“, „sehr viele telefon. Anfragen zu verschiedenen Themen“ und „Anhäufung von Themen, für die unsere Dienststelle zuständig ist und für die Informationsbedarf bei den Mitarbeitern erkannt wurde“.

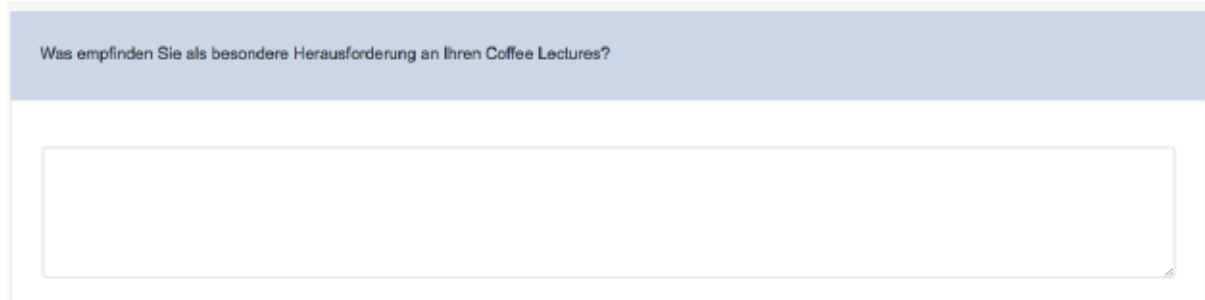
Zwei Bibliotheken führten ihre Coffee Lectures im Zusammenhang mit Open Access ein: „Gold Open Access-Förderung thüringenweit“, „Open Access Week“.

Interessant sind noch diese beiden Antworten:

„Format, um Kolleginnen, die sich noch nicht so richtig trauen, vor Studierenden zu sprechen, ein Übungsformat zu geben“.

Und „als der hype begann, haben wir mitgezogen“.

Auch die letzten drei Fragen waren offen mit Freitextfeldern:



Was empfinden Sie als besondere Herausforderung an Ihren Coffee Lectures?

Auf die Frage, was sie als besondere Herausforderung an ihren Coffee Lectures empfinden, haben 68 Bibliotheken (93,15 %) geantwortet. Die Antworten lassen sich gut kategorisieren, denn letztlich kreisen die Probleme um die in der Umfrage abgefragten Themen (Ort; Referent*innen finden; Werbung; Zielgruppe; Zeit und Themen), vor allem aber um die Herausforderungen, die das Format als solches stellt: ein Thema zu finden, das in der Kürze der Zeit ansprechend vermittelt werden kann. Oder anders gewichtet: das Thema in der Kürze der Zeit ansprechend zu vermitteln.

Hier ein paar Beispiele (von 24):

„Das Thema in kurzer Zeit auf eine lässige Art auf den Punkt zu bringen“, „ansprechende und begrenzbare (nur 15 Min.) Themen zu finden“, „Das wichtige eines Themenkomplexes in kurzer Zeit verständlich ‚rüberzubringen‘“, „Die Themen in wenigen Minuten gut präsentieren zu können“, „Einblick

in ein Thema zu geben und sich dabei an die kurze Zeit zu halten“, „für mich selbstverständliches Wissen ansprechend zu vermitteln, ein Thema auf eine 10 Minuten Schulung runterzubrechen“, „knackige Themen, witzige Präsentation, Mut zum Weglassen: in 10–15 Minuten kann man allenfalls Neugier für ein Thema wecken“, „komplexe Themen so aufarbeiten, dass sie in ein 15 Minuten Format passen und die für das Publikum entscheidenden Informationen identifizieren“, „Kurz(weilig!) und knackig das Thema in einem maximal 5-minütigen Vortrag zu präsentieren. Nur freie Rede“, Wichtige Informationen didaktisch gut zu reduzieren. Und trotzdem interessant rüberzubringen“, „Spannende Themen zu finden, die in 10 Minuten auch interessant präsentiert werden können“.

Herausfordernd ist auch das andere Charakteristikum des Angebotsformats, nämlich, dass man sich nicht anmelden muss: Dadurch ist „vorher nicht klar, ob und wer zu den Coffee Lectures kommt“, „Man weiß nie, wie viele Leute kommen“, und man kann zum Beispiel schwer „die Kaffeemenge einschätzen“.

Überhaupt scheint die geringe Teilnehmerzahl für einige Bibliotheken eine Herausforderung darzustellen: „wenig Teilnehmer“, „Zahl der Teilnehmenden zu steigern“, „Zuhörer zu finden“, „BesucherInnen zu gewinnen“, auch langfristig: „Dauerhaft Teilnehmende zu gewinnen und neue Themenideen zu generieren. Der erste Hype (auch ausgelöst durch intensive Werbemaßnahmen) scheint verpufft zu sein. Die Zahl der Teilnehmenden nimmt ab, obwohl die Werbemaßnahmen auf gleichem hohen Niveau durchgeführt werden. Wir vermuten eine Gewöhnung.“

Dadurch wird auch die Logistik schwierig (Eintrag in der letzten Freitext-Frage „möchten Sie etwas allgemein bemerken?“): „Steigerung der TeilnehmerInnenzahlen (1–5) war leider nicht möglich und führte in Folge dazu, bis auf Weiteres keine CL mehr anzubieten, da der organisatorische Aufwand für eine Person recht hoch ist.“ Überhaupt „die Logistik (Kaffeekochen, Präsentationstechnik aufbauen), der Personaleinsatz. Die Organisation – Koordination und Logistik“, „Koordination der Themen und ReferentInnen; Logistik (Beamer und Laptop bereitstellen); Werbung; interne Referenten einweisen; wenn auswärtige Referenten, diese begrüßen und einweisen“.

Es gibt aber auch noch andere logistische Herausforderungen wie „kurzfristig ausfallende Referent/innen zu ersetzen“, „Raum wird blockiert für eine nur max. 05 h-Veranstaltung, c) das Abwaschen ; -)“.

Insgesamt ist der „Aufwand der Vorbereitungen für die Coffee Lectures, trotz der Kürze der Veranstaltung, nicht zu unterschätzen“, es ist oft schwer „personell Coffee lectures stemmen zu können“, denn sie sind eine „ständige Aufgabe, kein Selbstläufer“, denn schließlich muss man die „Organisation der CL mit dem bibliothekarischen Alltagsgeschäft in Einklang“ bringen.

Eine Bibliotheks-Mitarbeiterin empfindet es als Herausforderung, „Änderungen (z.B. Ort) anzustoßen & umzusetzen (teilweise wegen Widerstand der ReferentInnen/des Bibliothekskollegiums)“.

Herausfordernd sind für die Bibliotheken auch die im Fragebogen abgefragten Themenbereiche:

Der Ort (5 Beiträge):

„Es war eine Herausforderung, einen vernünftigen Ort für die Veranstaltungen zu finden“, zum Teil mit standortspezifischen Problemen: „Die unterschiedlichen örtlichen Gegebenheiten an den bislang drei Standorten“, auch standortübergreifend: „Wir haben noch kein Konzept für standortübergreifende Veranstaltungen.“

Referent*innen zu finden (10 Bibliotheken) – aus unterschiedlichen Gründen, z.B. „Finden von genügend Referent/inn/en (damit nicht immer die Gleichen referieren)“, „die vortragenden Kolleginnen und Kollegen angesichts stark schwankender Teilnehmerzahlen zu motivieren“, „Ggf. später Ermüdung mit dem Format (bei den Referenten/Zuhörern) entgegenwirken.“

Eine Teilnehmerin schrieb: „Das Lampenfieber“!

Die **Werbung** („die Coffee Lecture richtig und gezielt zu bewerben“) wird als Herausforderung empfunden (13 Bibliotheken): „ausreichend zu werben (Bibliothekare/-innen sind meist keine Marketingexperten)“, denn es ist schwer, „die Zielgruppen zu definieren und damit mit der Werbung in den Alltag der Studierenden einzudringen.“

Eine Herausforderung ist das Erreichen der zum Teil „nicht einzuschätzende[n] **Zielgruppe**“ (21 Bibliotheken): „Anreize für die Veranstaltung zu schaffen ohne mit Kaffee ‚locken‘ zu können“, „Adäquate Themen für neue Zielgruppen wie z.B. wissenschaftlich Beschäftigte zu überlegen.“ Denn es muss auch festgestellt werden, dass „viele Nutzer*innen für so eine kurze Veranstaltung nicht extra zur Bibliothek kommen“, denn man möchte die „Zielgruppe in die Bibliothek bekommen“, „Interessenten ‚anlocken‘“ und sich bemühen, „Potentielle Besucher/innen zu erreichen“

Dafür ist es wichtig, „**Geeignete Zeitpunkte**, -fenster für neue Zielgruppen herauszufiltern“, „die passenden Zielgruppen zu erreichen und den richtigen Termin zu finden“ und die „zu Schulenden thematisch zum richtigen Zeitpunkt abzufangen“.

Das leitet zur Herausforderung **Thema** über, denn man sollte „aktuelle Themen rasch umsetzen“; schwer ist das „Finden von Themen, die ansprechend genug vermittelt werden können“, Ziel ist, „das Angebot an Themen abwechslungsreich zu gestalten (wir haben einen großen Pool an Themenvorschlägen)“, „Adäquate Themen für neue Zielgruppen wie z.B. wissenschaftlich Beschäftigte zu überlegen“ und überhaupt „Passende Themen zu finden“, „Themen attraktiv formulieren“, „immer wieder interessante Themen formulieren/erarbeiten, Klassikerthemen nicht vergessen.“

Was empfinden Sie als besondere Bereicherung an Ihren Coffee Lectures?


Die Frage nach dem, was als besondere Bereicherung an den Coffee Lectures empfunden wird, wurde von 89,04 % der Bibliotheken beantwortet. Nicht alle Antworten lassen sich eindeutig kategorisieren, aber es überwiegt (34 Bibliotheken) eindeutig die Bereicherung durch den „**direkten Kontakt**“, das „Gespräch“, den „Austausch“ mit den „(Be)Nutzern/Forschenden/Teilnehmern/“ „zu Personen, die sonst nicht zu Info-Veranstaltungen der Bibliothek kommen“. Das wird als die große Stärke des Formats hervorgehoben, auch wenn dies intern geschieht („Gewinnbringend auch für die **interne Kommunikation**“). Durch diesen direkten Austausch erhält man auch ganz direkt ein „durchweg sehr **positives Feedback**“, „das positive Feedback noch während der Veranstaltung“, wodurch „neue Erkenntnisse gewonnen [wurden], gemerkt [wurde], dass die Bibliothek ja doch noch mehr im Angebot hat“. Diese Sichtbarkeit wird von 17 Bibliotheken bemerkt, die Veranstaltung „trägt zur **besseren Sichtbarkeit der Bibliothek** innerhalb der Universität bei“, „Die Wahrnehmung unserer Bibliothek als Serviceeinrichtung ist deutlich gestiegen“. Coffee Lectures werden sogar als „**Werbung** für weitere Services der Bibliothek“ empfunden. „Neben der Bekanntmachung unseres Kursprogramms erfreut uns die **vernetzende Wirkung** der Lectures durch die Zusammenarbeit mit Referent*innen anderer Universitätsbereiche und durch die Teilnahme von Kolleg*innen der Bibliothek“, durch die „sich daraus andere spannende Projekte ergeben können“. Die „Teilnahme von Kolleg*innen der Bibliothek [...] hat den Charakter einer kurzen internen **Weiterbildung** über die Grenzen der eigenen Tätigkeit hinaus.“ Dies wird von vier Bibliotheken so empfunden: „fungiert nebenbei als Kurzfortbildung für Kolleg/inn/en“, aber auch: „Die eigene Weiterbildung durch das gezielte Auseinandersetzen mit einem Thema“ – bei zwei Bibliotheken dahingehend: „Auch Kolleg/inn/en, die sich in Bezug auf's Schulen noch etwas unsicher fühlen, haben die Möglichkeit, sich in einem sehr kurzen Vortrag einmal auszuprobieren“ bzw. „**Probierformat**: eine neue Präsentationstechnik üben, ein Themenangebot testen.“ Die „Möglichkeit kurz verschiedene Themen vorzustellen“, wird als Bereicherung empfunden, überhaupt die „**Themenvielfalt**“ wird von 10 Bibliotheken hervorgehoben. Wenn „aktuelle Themen [...] zeitnah beleuchtet werden“ können, ist das ein „Mehrwert für Besucher*innen“. Durch den direkten Kontakt kann man „**Bedürfnisse erkennen**“, „mit den Studierenden zwanglos ins Gespräch kommen und dadurch informiert über den Studienalltag zu sein“ und „Tipps [geben], für die in sonstigen Veranstaltungen einfach keine Zeit ist“.

Hervorgehoben wird, dass Coffee Lectures ein „besonderes Vortragsformat“ darstellen, die „**frische[n] Wind**“ bringen, aber in „**entspannte[r] Atmosphäre**“ stattfinden („zwanglose' Veranstaltung“). Die „**Offenheit**“ („das offene Format der Veranstaltung“) und „**Unverbindlichkeit**“ (10 Bibliotheken), die **Spontaneität** und **Flexibilität** (5 Bibliotheken) werden als Bereicherung empfunden, ebenso

die **Niedrigschwelligkeit** (8 Bibliotheken); sie bemerken, dass „die Schwelle zwischen Studierenden und (Wiss. und Bib.-) Mitarbeitern kleiner wird“.

Was freilich auch als Problem angesehen werden könnte (s.o.), kann andererseits als Bereicherung empfunden werden: Die „**Kürze des Angebots**“, „Themen soweit herunterbrechen, dass sie in kurzer Zeit besprochen/ präsentiert werden können“ (4 Bibliotheken). Dadurch entsteht ein „deutlich geringerer Aufwand für die Referenten als bei 90min-Schulungen“. Die **geringe Vorbereitungszeit** wird von 4 Bibliotheken als Bereicherung empfunden – von anderen jedoch (bei der Frage nach der besonderen Herausforderung, s.o.) gemahnt, „den Aufwand der Vorbereitungen für die Coffee Lectures, trotz der Kürze der Veranstaltung, nicht zu unterschätzen“.

Die Befragung sollte damit nicht einfach aufhören. Den Teilnehmern sollte die Gelegenheit gegeben werden, Ergänzungen oder Bemerkungen „loszuwerden“.⁵⁷



Möchten Sie noch etwas ergänzen oder allgemein bemerken?
Dann können Sie das hier tun:

[Empty text box for response]

Diese Möglichkeit haben 30,14 % der Bibliotheken (22 von 73) genutzt:

Eine Bibliothek bat darum, einen Datensatz zu löschen.

Eine Bibliothek bemerkte etwas zum Fragebogen selbst: „Wir benutzen die Coffee Lectures lediglich zu unserer teaminternen Fortbildung / zum Austausch, daher passten nicht alle Fragen aus dem Fragebogen ...“.

Zwei Bibliotheken haben allgemein etwas zum Format ergänzt: „das Lernpublikum lässt sich nicht in (Zusatz-)Veranstaltungen locken. Das Rundum-Angebot fällt neben der Lernplatzumgebung weit ab“; „vorm Hintergrund geänderten Studier- und Aufnahmeverhaltens: CLs reihen sich ein in einen IK-Formatewandel: hin zu kurzweiligen und interaktiveren Formaten in IK-Vermittlung“.

Es gab ergänzende Bemerkungen zur Frage nach den Herausforderungen und der Logistik (etwa: „der administrative und zeitliche Aufwand ist nicht zu unterschätzen!“), zu den Fragen nach Zeit und Ort („zusätzlich zu den wöchentlichen Di., Mi. und Do.-Terminen in der zentralen Bibliothek bieten wir In-terne Coffee Lectures für unsere Mitarbeiter zu unregelmäßigen Zeiten an“, „Unsere CL lagen am Semesterende bis in die erste Semesterferienwoche hinein. Die kommenden sind in die Mitte des Semesters platziert“).

⁵⁷ Vgl. dazu Porst 2008, S. 157–164.

Drei Bibliotheken wiesen auf künftige Veränderungen ihres Angebots hin: „Das Format hat sich weiterentwickelt ...“, „Ab Herbstsemester 2019 wird das Format überdacht. Benennung neu ‚Speed lectures‘, andere Örtlichkeiten, kein Kaffee mehr, da das KEIN Anreiz ist.“

Drei Bibliotheken nennen im Freitextfeld die Gründe für die Aufgabe ihrer Coffee Lectures:

„Für unsere Einrichtung waren die Coffee Lectures, z.B. aufgrund der unzureichenden räumlichen Gegebenheiten und des geringen Zuspruchs, nicht das passende Format.“

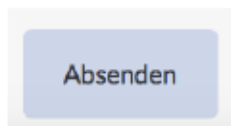
„Steigerung der TeilnehmerInnenzahlen (1–5) war leider nicht möglich und führte in Folge dazu, bis auf Weiteres keine CL mehr anzubieten, da der organisatorische Aufwand für eine Person recht hoch ist.“

„Wir werden das Format nicht weiter führen, da die Teilnahme gemessen am Aufwand zu gering ist.“

Weiterhin trugen fünf Bibliotheken Zusatzinformationen zu standortbezogenen Besonderheiten bei, etwa: „Die Videos unserer Coffee Lectures sind über den Youtube-Kanal der UB abrufbar.“, „In unserem Fall gibt es leider haushaltsbedingt weder Kaffee noch Kekse o.ä. (weshalb wir auch den Begriff ‚Coffee Lectures‘ nicht verwendet haben). Längerfristig hoffen wir, noch eine Möglichkeit zu finden, Kaffee anbieten zu dürfen; bis dahin sehen wir die Veranstaltung aber auch so als gewinnbringend an“.

Nett waren die isoliert stehenden Bemerkungen „Danke.“ und „Viel Erfolg mit der Umfrage!“ am Ende des Fragebogens.

Wenn die Teilnehmer danach auf



klickten, erschien die sog. „Endnachricht“:



Im Zuge der Umfrage haben mir 73 Bibliotheken zusätzlich per E-Mail geschrieben, hierbei fast alle – bis auf sechs –, die ich persönlich angeschrieben hatte (Umfrage 1); die übrigen sechs sahen keinen Anlass, mir noch einmal zu schreiben, weil sie mir bereits im November/Dezember 2018 ausführlich Informationen geschickt hatten. Gar nicht geschrieben, aber an der Umfrage teilgenommen haben vor allem die Bibliotheken, die über InetBib auf die Umfrage aufmerksam geworden waren (Umfrage 2).

Einordnung

Ein Anlass für einige Bibliotheken, Coffee Lectures einzuführen, war, neue Formate ausprobieren zu wollen, weil „lange Schulungen (1,5 Stunden und mehr) [...] nicht mehr gut angenommen“ wurden und es „wenig Resonanz auf die länger dauernden Schulungsveranstaltungen“ gab.⁵⁸

Warum sind Schulungen für die Zielgruppen von Bibliotheken, insbesondere die Studierenden, nicht mehr attraktiv?

In diesem Zusammenhang wird gerne darauf verwiesen, dass sich im Zeitalter der digitalen Medien und der Reizüberflutung sowohl das Such- und Informationsverhalten der Nutzer verändert habe („google“, „zappen“, „digitale Ungeduld“⁵⁹, „Sofortness“⁶⁰) als auch die Konzentrations- und Verarbeitungsfähigkeit (Aufmerksamkeitsökonomie, Aufmerksamkeitsspanne) abgenommen hätten. Deshalb *nehme* man sich weniger Zeit. Diese Thesen sind allerdings nicht zweifelsfrei belegt.⁶¹ Wahrscheinlich hängt nicht nur im Hochschulbereich die Aufmerksamkeitsspanne mehr von der „inhaltlichen und didaktischen Gestaltung“ als von der Länge ab – weshalb man heutzutage im Online-Marketing mit *Snackable Content* ganz klar auf Unterhaltungswert und leicht konsumierbare Inhalte setzt (s.o.).

Eindeutig ist aber, dass die Studierenden und Lehrenden (wissenschaftliche Mitarbeiter*innen und Professor*innen) seit der Bologna-Reform⁶² tatsächlich weniger Zeit *haben*, vor allem wegen enger Lehrpläne auf beiden Seiten, Praktika und Nebenjobs auf Studierendenseite, Überbürokratisierung und Sitzungsmarathons auf der Seite der Lehrenden.

Gleichzeitig fehlt aber beiden Gruppen die Selbsterkenntnis über ihre Defizite: *Digital natives* verfügen nicht automatisch über Medienkompetenz. Ausgeprägter sind vielleicht *internet literacy* („Internet nutzen und Funktionsweise verstehen“), *computer literacy* („Informationstechnologien anwenden können“) und *digital literacy* („computerbasierte Formate verstehen u. anwenden können“), aber hinsichtlich *media literacy* („durch Medien vermittelte Inhalte entsprechend der eigenen Bedürfnisse effektiv nutzen können“), Lese- und Schreibkompetenz oder *library literacy* („eine Bibliothek u. ihre Angebote selbständig nutzen können“) ist man durch intensive digitale Mediennutzung nicht automatisch im Vorteil.⁶³

Bei den Lehrenden kommt eine Skepsis gegenüber Informationskompetenzveranstaltungen hinzu – enthält das Wort doch indirekt den Vorwurf, man sei nicht kompetent. „Des Weiteren ist zu

⁵⁸ Vgl. die Antworten auf die Frage „Können Sie den oder einen Auslöser für Ihre Coffee Lectures benennen?“. Vgl. Renn 2014, S. 190: „Nutzer empfinden die von wissenschaftlichen Bibliotheken angebotenen Schulungen zur Informationskompetenz und insbesondere zu Datenbanken oft als unnötig und uninteressant oder zu zeitraubend.“

⁵⁹ Vgl. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/s-p-o-n-die-mensch-maschine-digitale-ungeduld-a-774110.html> (09.09.2019).

⁶⁰ Vgl. etwa: <https://www.heise.de/tr/blog/artikel/Sofortness-273180.html> (09.09.2019).

⁶¹ Für den Hochschulbereich konstatieren Schneider/Mustafić 2015, S. 20: „Unter manchen Praktikern hält sich hartnäckig das Gerücht, dass die effektive Aufmerksamkeitsspanne von Zuhörern bei Vorträgen lediglich 10 min umfasst. [...] Die Behauptung hält jedoch empirischen Prüfungen nicht stand. Die Aufmerksamkeitsspanne von Zuhörern kann wesentlich länger sein und hängt stark von der inhaltlichen und didaktischen Gestaltung der Vorlesungen ab.“

⁶² Vgl. etwa Schmied 2018, S. 17–24.

⁶³ Vgl. dazu Meier 2016, der eine gute Übersicht über „benachbarte Kompetenzen, die häufig im Zusammenhang mit IK erwähnt werden“, gibt. Die in den Klammern stehenden Kurzerläuterungen der Kompetenzen sind Zitate von Berthold Meier.

berücksichtigen, dass diese Zielgruppe möglicherweise skeptisch gegenüber den Bibliothekarinnen und Bibliothekaren ist. Sie stellt möglicherweise in Frage, ob diese wirklich in der Lage sind, der wissenschaftlichen Forschung bei spezifischen Herausforderungen, beispielsweise bei der Auswahl von hoch gerankten Fachzeitschriften zu helfen.“⁶⁴ Die Einbindung externer Referenten – etwa im Zusammenhang mit neuen Formaten wie Coffee Lectures – kann hier freilich die Akzeptanz erhöhen, was viele Bibliotheken auch tun, s.o.

Dabei sind Defizite auf Seiten der Lehrenden heutzutage überhaupt kein Makel: „Kaum ein Wissenschaftler übersieht – anders als früher – die ganze Breite der Möglichkeiten“, denn der „Informationszuwachs und Erkenntnisgewinn wie auch die Komplexität der Daten [nimmt] stetig und rapide zu“. Es gibt „so viele Möglichkeiten, wissenschaftliche Informationen zu suchen, zu analysieren, zu verarbeiten, zu visualisieren und in neue Bezüge zu setzen.“⁶⁵ Bibliotheken können und sollen Wissenschaftler*innen die „Möglichkeiten des heutigen Informations- und Wissensmanagements und der Informationsanalyse aufzeigen“⁶⁶, denn was Lehrende nicht wissen, können sie auch nicht vermitteln.⁶⁷

Deshalb werden Lehrende als neue Zielgruppe von Informationskompetenz-Veranstaltungen in den Blick genommen.⁶⁸ Von den großen wissenschaftsberatenden Organisationen, etwa von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK), wurde der Ausbau einer „forschungsbezogenen Informationskompetenz“⁶⁹ gefordert, im Sinne von „train the trainer“.

Für Studierende – aber auch für die Graduierten- und Postgraduiertenausbildung – wird von der HRK die curriculare Einbindung der Informationskompetenz in die Studiengänge gefordert.⁷⁰ Der Vermittlung von Informationskompetenz im Bibliothekswesen wird damit ein noch höherer Rang eingeräumt, sie wird sogar zu einer Meta-Literacy,⁷¹ die sich auf alle Bereiche des Wissenschafts- und Forschungsprozesses bezieht: „Damit wiesen die Rektor/inn/en und Präsident/inn/en der deutschen Hochschulen den Bibliotheken ihrer Einrichtungen eine neue, sämtliche Prozesse in Forschung und Lehre tragende Rolle zu. Hintergrund dieser Forderung war der massiv gestiegene Bedarf insbesondere der Wissenschaftler/innen und Studierenden an Unterstützung im Umgang mit digitalen Daten, Instrumenten und Infrastrukturen, die heute in vielen Disziplinen zum festen Bestandteil der wissenschaftlichen Praxis geworden sind.“⁷²

⁶⁴ Hanke/Sühl-Strohmeier 2016, S. 50.

⁶⁵ Alle drei Zitate Dolenc/Renn 2016, S. 78.

⁶⁶ Ebd.

⁶⁷ Ein Beispiel nennen Faidt/Grahl 2018, Sp. 121: „Wenn Lehrende nicht wissen, dass für eine Datenbank neuerdings ein Remote Access zur Verfügung steht oder dass die Bibliothek eine bestimmte Fachzeitschrift im Bestand hat, dann können sie diese Information auch nicht an Studierende weitergeben.“

⁶⁸ Das Schlagwort Informationskompetenz gehört im Übrigen zu den auffälligsten des gegenwärtigen Bibliothekswesens, und die Fülle der Publikationen und im Internet getroffenen Statements dazu ist bereits entsprechend unübersichtlich. Vgl. über das bereits Genannte und noch zu Nennende hinaus aus der neuesten Literatur nur: Sühl-Strohmeier² 2016, bes. S. 255; Sühl-Strohmeier/Barbian 2017, bes. S. 144 f.; Dölling 2018. Es sind freilich Anzeichen dafür zu bemerken, dass der Siedepunkt des Hypes um das Thema bereits in der Vergangenheit liegt, vgl. Schuldt 2018.

⁶⁹ HRK 2012, S. 18, dazu: dbv 2013. Auch: BID 2012, KII 2011, Wissenschaftsrat 2012.

⁷⁰ HRK 2012, S. 103f.12.18.

⁷¹ Vgl. Mackey/Jacobson 2014.

⁷² Meyer-Doeringhaus/Tappenbeck 2015, S. 183.

Mit Blick auf den „Wandel der Informationspraxis“⁷³ forderten Ulrich Meyer-Doerpinghaus und Inka Tappenbeck auf dem 104. Deutschen Bibliothekartag 2015 eine „Neuausrichtung“⁷⁴ der Informationskompetenz und empfahlen u.a. eine ganzheitliche Sichtweise und eine Stärkung und Veränderung der Rolle und Aufgabengebiete der Fachreferent*innen.⁷⁵

Im Zuge einer methodischen Differenzierung schlugen Meyer-Doerpinghaus und Tappenbeck vor, dass „neben klassischen Präsenzs Schulungen vermehrt auch individuelle Beratungsangebote nach dem Modell der ‚Wissensbar‘ der SLUB Dresden sowie alternative Vermittlungsformate wie die Coffee Lectures der KIT-Bibliothek realisiert und direkt mit Dienstleistungen zur Unterstützung des Forschungsprozesses kombiniert werden.“⁷⁶

In Bezug auf die inhaltliche Ausweitung der Vermittlung von Informationskompetenz nannten die beiden Autoren insbesondere die folgenden Bereiche: „Forschungsdatenmanagement, virtuelle Forschungsumgebungen, elektronisches Publizieren (einschließlich Open Access), Bibliometrie/Scientometrie, digitale Werkzeuge (einschließlich Social Media), Wissen um die Grundlagen des Urheberrechts sowie die Anforderungen an gute wissenschaftliche Praxis“. Damit wird Informationskompetenz endgültig zur Meta-Literacy, die auch Open-Science-Literacy mit einschließt und deren Vermittlung im Kontext der Teaching Library zu verstehen ist.⁷⁷ Und Wilfried Sühl-Strohmenger und Jan-Pieter Barbian stellen von der methodischen Differenzierung der Informationskompetenzangebote von Meyer-Doerpinghaus und Tappenbeck über die Teaching Library die Verbindung zu den Coffee Lectures her mit Ihrer Feststellung: „Neue Formate wie Coffee Lectures, Coaching, Wissensbar oder Wissenstor etc., sodann die Lernortgestaltung (Kuratieren) flankieren das Kursangebot der Teaching Library.“⁷⁸ Insofern tun Jozica Dolenc und Oliver Renn vollkommen recht damit, dass sie Coffee Lectures nur als einen Baustein in ihrem Gesamtkonzept der *Continuing Professional Education* verstehen und einbauen.⁷⁹

Wenn man also Coffee Lectures in den größeren Zusammenhang der Teaching Library und der Vermittlung von Meta-Literacy stellt, hat ihre Einordnung als alternative Form der Informationskompetenzveranstaltung – oder vielmehr als deiktisches Format, als Appetizer (vgl. das Kriterium für *Snackable Content*: „Sein Ziel ist es, Appetit zu machen auf größere Content-Formate“), als Fingerzeig auf Möglichkeiten – ihre Berechtigung. „Die Coffee Lectures sind sozusagen der ‚Teaser‘, ausführliche Infos gibt es dann bei Bedarf in Workshops und Einzelberatungen sowie auf unserer Homepage.“⁸⁰ Interessant ist in diesem Zusammenhang die Bemerkung im Freitextfeld meiner Umfrage „Möchten Sie etwas allgemein bemerken?“: „in Ergänzung zur Schulungs-/ IK-Veranstaltungsfrage:

⁷³ Horstmann/Jahn/Schmidt 2015.

⁷⁴ Meyer-Doerpinghaus/Tappenbeck 2015.

⁷⁵ Vgl. ebd., S. 186f.

⁷⁶ Ebd., S. 187.

⁷⁷ Vgl. u.a. Sühl-Strohmenger²2016; Franke 2014.

⁷⁸ S. Sühl-Strohmenger/Barbian 2017, S. 144.

⁷⁹ Vgl. Dolenc/Renn 2016.

⁸⁰ Juliane Finger, HCU, 04.03.2019.

Coffee Lectures haben v.a. Marketingcharakter“.⁸¹ Hier schließt sich der Kreis zum Marketing eines Kurzformats.

Fazit und Ausblick

Coffee Lectures sind ein innovatives und zeitgemäßes Angebotsformat mit vielfältigen Möglichkeiten der Präsentation des *Snackable Content*, das den beschriebenen technischen, gesamtgesellschaftlichen und hochschulpolitischen Rahmenbedingungen entgegenkommt und in den größeren Kontext der Teaching Library mit ihren Meta-Literacy-Angeboten einzuordnen ist.

Coffee Lectures werden von sehr heterogenen Institutionen aus dem Bibliothekswesen in sehr unterschiedlicher Weise unter sehr verschiedenen Bedingungen und Voraussetzungen angeboten und verstanden.

Nicht von allen werden sie als Erfolg gewertet, und es gibt Bibliotheken, die das Format aufgegeben haben oder aufgeben werden.

Die Probleme, vor die die anbietenden Institutionen gestellt werden, sind unterschiedlich (Herausforderungen wie etwa Budget, Finanzierung, unvorhersehbare Besucherzahlen ...), und manchmal ist ein „langer Atem notwendig“.⁸²

Dass die meisten Bibliotheken (trotzdem) daran festhalten, liegt gewiss an den Bereicherungen, die Coffee Lectures bereithalten: Neben dem „frischen Wind“, den sie bringen, der „entspannten Atmosphäre“, in der sie stattfinden, und der Möglichkeit, das Angenehme mit dem Nützlichen zu verbinden, gibt es so einiges, was die Bibliotheken selbst davon haben:⁸³ *Nach innen* dienen Coffee Lectures der internen Fortbildung und fördern die abteilungsübergreifende Vernetzung sowie flache Hierarchien.

Bei dem, was die Bibliotheken *nach außen* von den Coffee Lectures haben, steht ganz vorne der Austausch, der erfrischend ist und gleich mehrere Vorteile bringt, nämlich, dass die Bibliotheken damit näher an ihre Zielgruppen herankommen und auf dem Laufenden bleiben, was deren Bedürfnisse und Wünsche angeht, so dass sie ihre Angebote besser anpassen können. Umgekehrt zählt aber auch der Faktor „Türöffner“⁸⁴ für solche Angebote, als Möglichkeit, um auf die Bibliotheksservices aufmerksam zu machen.

Coffee Lectures bieten eine unverbindliche Möglichkeit, neue Inhalte und Methoden auszuprobieren – sie sind eine Spielwiese mit Fehlertoleranz.

Daraus ergibt sich freilich ein Desiderat: Soweit ich das sehe – was aber noch näher zu untersuchen wäre –, wurden Coffee Lectures zumeist als ‚Einzelattraktion‘ eingeführt, zunächst ohne den Blick auf

⁸¹ Vgl. auch Helmkamp et al. 2017, S. 97: Coffee Lectures „als Werbung für die eigentlichen Schulungen“.

⁸² Tangen 2018a, S. 278.

⁸³ Siehe die Antworten auf die Frage nach der Bereicherung und die E-Mail einer Bibliotheksmitarbeiterin: „Nach meiner Meinung liegt darin ein Gewinn: Sich auf ‚ungewohntes Terrain‘ zu begeben, beim Erstellen z.B. eines Vortrages auch mal um die Ecke zu denken, über den Tellerrand des eigenen Arbeitsalltags zu gucken, nicht zu wissen wie viele Personen kommen werden und losgelöst von klassischen Angeboten denkend zu agieren. Außerdem macht es auch Spaß, bei der Vorbereitung auf ein Thema sich im Rahmen der Möglichkeiten ausprobieren zu können, z.B. sich selbst mit einem ‚neuen‘ Thema zu befassen/zu erarbeiten.“

⁸⁴ Tangen 2018a, S. 278.

das Ganze zu richten, eben weil man erst einmal sehen wollte, wie sie laufen und was sie bringen. Deshalb wurde nicht gleich ein großes Gesamtkonzept vorgelegt. Die konkrete Umsetzung des Formats zeigt freilich Möglichkeiten und Chancen auf, die systematisch zu evaluieren und in ein Meta-Literacy-Teaching-Library-Gesamtkonzept einzuordnen wären.

Ob Coffee Lectures – mit dem großen Ganzen im Blick oder nicht – eine Zukunft haben, muss jede Bibliothek für sich entscheiden: ob die Rahmenbedingungen wie der Raum usw. stimmen, die personellen Kapazitäten vorhanden sind, ob Nutzen und Aufwand in einem angemessenen, für die Bibliothek leistbaren Verhältnis stehen, ob die Zielgruppen erreicht werden – oder ob Coffee Lectures einfach nur Spaß machen!

Zitierte Literatur alphabetisch

BID 2012

Bibliothek & Information Deutschland, *Medien- und Informationskompetenz – immer mit Bibliotheken und Informationseinrichtungen!*, Empfehlungen an die Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des Deutschen Bundestages (2011)

dbv 2013

Deutscher Bibliotheksverband, *Stellungnahme des Deutschen Bibliotheksverbands (dbv) zur Entschließung der 13. Mitgliederversammlung der Hochschulrektorenkonferenz „Hochschule im digitalen Zeitalter: Informationskompetenz neu begreifen – Prozesse anders steuern“* (14.10.2013)
https://www.bibliotheksverband.de/fileadmin/user_upload/DBV/positionen/2013_10_14_Stellungnahme_Informationskompetenz_endg.pdf (09.09.2019)

Dölling 2018

Hanna Dölling, *Informationskompetenz an Deutschen Hochschulen. Eine Analyse des Konzepts Informationskompetenz aus Sicht von Hochschullehrenden* (LMU München: Fakultät für Psychologie und Pädagogik, 2018)

Dolenc/Renn 2016

Jozica Dolenc und Oliver Renn, „Vermittlung von Informationskompetenz à la carte im Informationszentrum Chemie | Biologie | Pharmazie der ETH Zürich,“ *Bibliothek – Forschung und Praxis* 40/1 (2016): 78–82
[DOI 10.1515/bfp-2016-0004]

Dolenc/Schnabl/Renn 2018

Jozica Dolenc, Joachim Schnabl und Oliver Renn, „Coffee Lectures – A new format for teaching information and communication technology skills,“ *ETH Learning and Teaching Journal* 1/1 (2018): 18f.

Faidt/Grahl 2018

Christine Faidt und Tina Grahl, „Why coffee is the real social network. Mit Coffee Lectures Wissenschaftler und Lehrende erreichen,“ *Bibliotheksforum Bayern* 12 (2018): 120–125

Fischer 2016

Michael Fischer, „Informationskompetenz und die ‚kleine Form‘ – Coffee Lectures und andere Formate der Vermittlung von Informationskompetenz an wissenschaftlichen Bibliotheken. Hintergründe, Entstehung, Erfahrungen und Potentiale“, Hausarbeit im Rahmen des Referendariats an der Bayerischen Staatsbibliothek (Bibliotheksakademie Bayern, 2016) unveröffentlicht

Franke 2014

Franke, „Aufgaben und Organisation der Teaching Library,“ in *Praxishandbuch Bibliotheksmanagement*, Hg. Rolf Griebel, Hildegard Schäffler und Konstanze Söllner (Berlin/Boston: De Gruyter, 2014)

Härter 2018

Dagmar Härter, „Bibliothek im Wandel: die (Weiter)entwicklung der Bereichsbibliothek Medizin der SUB Göttingen als Lern-, Arbeits- und Kommunikationsort von 2013 bis heute,“ *BIBLIOTHEK – Forschung und Praxis* 41/1 (2018): 97–103
<https://doi.org/10.1515/bfp-2018-0007>;
<https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/bfup.2018.42.issue-1/bfp-2018-0007/bfp-2018-0007.pdf> (09.09.2019)

Hanke/Sühl-Strohmeier 2016

Ulrike Hanke und Wilfried Sühl-Strohmeier, „Voraussetzungen und Determinanten einer Bibliotheksdidaktik,“ in *Bibliotheksdidaktik. Grundlagen zur Förderung von Informationskompetenz*, Dies., Bibliotheks- und Informationspraxis 58 (Berlin: De Gruyter, 2016): 22–52

Helmkamp et al. 2017

Ursula Helmkamp, Kathrin Höhner, Iris Hoepfner und Stephanie Marra, „Coffee Lectures im Praxistest,“ *O-Bib. Das Offene Bibliotheksjournal* 4/2 (2017): 96–100

<http://dx.doi.org/10.5282/o-bib/2017H2S96-100> (09.09.2019)

Hirschfeld/Josche 2018

Sascha Tobias von Hirschfeld und Tanja Josche, *Lean Content Marketing. Groß denken, schlank starten. Praxisleitfaden für das B2B-Marketing* (Heidelberg: dpunkt.verlag, 2018)

Horstmann/Jahn/Schmidt 2015

Wolfram Horstmann, Najko Jahn und Birgit Schmidt, „Der Wandel der Informationspraxis in Forschung und Bibliothek,“ *Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie* 62/2 (2015): 73–79

HRK 2012

Hochschulrektorenkonferenz, *Hochschule im digitalen Zeitalter: Informationskompetenz neu begreifen – Prozesse anders steuern*, Entschließung der 13. Mitgliederversammlung der HRK am 20. November 2012 in Göttingen (Bonn, 2012)

KII 2011

Kommission Zukunft der Informationsinfrastruktur, *Gesamtkonzept für die Informationsinfrastruktur in Deutschland*, Empfehlungen der Kommission Zukunft der Informationsinfrastruktur im Auftrag der Gemeinsamen Wissenschaftskonferenz des Bundes und der Länder (April 2011)

http://www.leibniz-gemeinschaft.de/fileadmin/user_upload/downloads/Infrastruktur/KII_Gesamtkonzept.pdf (09.05.2019)

Mackey/Jacobson 2014

Thomas P. Mackey, Trudi E. Jacobson, *Metaliteracy. Reinventing Information Literacy to Empower Learners* (American Library Association, 2014)

Meier 2016

Berthold Meier, *The more you know – Informationskompetenzvermittlung an Hochschulbibliotheken auf neuen Wegen* (Vortrag, 27.10.2016)

<http://biblio.media.h-da.de/luD/bibik12.htm> (09.09.2019)

Meyer-Doeringhaus/Tappenbeck 2015

Ulrich Meyer-Doeringhaus und Inka Tappenbeck, „Informationskompetenz neu erfinden: Praxis, Perspektiven, Potenziale,“ *O-Bib. Das Offene Bibliotheksjournal* 2/4 (2015): 182–191

Porst 2008

Rolf Porst, *Fragebogen. Ein Arbeitsbuch* (VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2008)

Renn 2014

Oliver Renn, „Anwenderschulung zur computergestützten Informationsbeschaffung für Fortgeschrittene‘ oder doch lieber in die Coffee Lectures?,“ *Information. Wissenschaft & Praxis* 65/3 (2014): 190–194

[DOI 10.1515/iwp-2014-0038]

Renn 2015

Oliver Renn, „Können (wissenschaftliche) Bibliotheken weiterhin Bibliotheken heißen?“, in *Vernetztes Wissen. Online. Die Bibliothek als Managementaufgabe. FS für Wolfram Neubauer zum 65. Geburtstag*, hg. Rafael Ball und Stefan Wiederkehr (Berlin: De Gruyter, 2015): 17–34

Renn 2018

Oliver Renn, „Alles, was Sie schon immer über Coffee Lectures wissen wollten. Kurz, informell, informativ: Ein niederschwelliges Angebot in Wissenschaftlichen Bibliotheken“, *BuB* 70/7 (2018): 382f.

Schmied 2018

Verena Schmied, „Studienanforderungen in Zeiten von Bologna“, in *Wirksamkeit fachübergreifender Förderangebote zur Verbesserung der Studierfähigkeit. Eine empirische Untersuchung zu Kompetenzentwicklungen Studierender und deren Einfluss auf lernrelevante Emotionen*, Dies. (Kassel: kassel university press, 2018): 17–24

<https://www.uni-kassel.de/upress/online/OpenAccess/978-3-7376-0540-3.OpenAccess.pdf>
(09.09.2019)

Schneider/Mustafić 2015

Michael Schneider und Maida Mustafić (Hg.), *Gute Hochschullehre. Eine evidenzbasierte Orientierungshilfe, wie man Vorlesungen, Seminare und Projekte effektiv gestaltet* (Berlin/Heidelberg, 2015)

Schuldt 2018

Karsten Schuldt, *Whatever Happend to Informationskompetenz* (Vortrag InetBib-Tagung, 22.02.2018)
<http://hdl.handle.net/2003/36850> (09.09.2019)

Sühl-Strohmenger²2016

Wilfried Sühl-Strohmenger (Hg.), *Handbuch Informationskompetenz* (Berlin: De Gruyter, ²2016)

Sühl-Strohmenger/Barbian 2017

Wilfried Sühl-Strohmenger und Jan-Pieter Barbian, *Informationskompetenz. Leitbegriff bibliothekarischen Handelns in der digitalen Informationswelt* (Wiesbaden: b.i.t.verlag, 2017)

Tangen 2015

Diana M. Tangen, „Die Coffee Lectures – Infohäppchen zur Mittagszeit in der Kit-Bibliothek“, *b.i.t. online* 18/6 (2015): 513–515
<https://www.b-i-t-online.de/heft/2015-06-nachrichtenbeitrag-tangen.pdf>, 09.09.2019

Tangen 2016

Diana M. Tangen, „Die Coffee Lectures – Kurzvorträge als neues Format zur Informationsvermittlung an der KIT-Bibliothek“, *Vortrag auf dem 105. Deutschen Bibliothekartag* (Leipzig, 16.3.16)
<https://opus4.kobv.de/opus4-bib-info/frontdoor/index/index/docId/2374> (09.09.2019)

Tangen 2018a

Diana M. Tangen, „Erstes Coffee Lecture-Anwendertreffen am Karlsruher Institut für Technologie (KIT)“, *b.i.t. online* 21/3 (2018): 276–278
[urn:nbn:de:swb:90-833475]

Tangen 2018b

Diana M. Tangen, „Zeitgemäße Infohäppchen: Informationsvermittlung in Bibliotheken passt sich dem Nutzerverhalten an“, *BW biblio aktuell: Infobrief. dbv, Landesverband Baden-Württemberg* 9 (2018): 5
[urn:nbn:de:swb:90-833051]

Tappenbeck 2016

Inka Tappenbeck, „Vermittlung von Informationskompetenz als Event“, *Vortrag auf dem 3. Forum Bibliothekspädagogik: Mehr mit Medien machen!* (Stuttgart, 01.07.2016)

[http://www.iws.th-](http://www.iws.th-koeln.de/personen/tappenbeck/publikationen/Forum_Bibliothekspaedagogik_2016_1.pdf)

[koeln.de/personen/tappenbeck/publikationen/Forum Bibliothekspaedagogik 2016 1.pdf](http://www.iws.th-koeln.de/personen/tappenbeck/publikationen/Forum_Bibliothekspaedagogik_2016_1.pdf) (09.09.2019)

Wissenschaftsrat 2012

Wissenschaftsrat, *Empfehlungen zur Weiterentwicklung der wissenschaftlichen Informationsinfrastrukturen in Deutschland bis 2020* (Berlin, 13.07.2012)

<http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/2359-12.pdf> (09.09.2019)

Links in der Reihenfolge ihrer Zitation (alle zuletzt geprüft am 09.09.2019)

- <https://ethz.ch/services/de/news-und-veranstaltungen/intern-aktuell/archiv/2013/12/die-coffee-lectures-starten.html>
- <https://www.seokratie.de/snackable-content/>
- <https://blogs.tib.eu/wp/tib/2015/08/27/drei-fragen-an-christine-burbli/>
- http://blog.bibliothek.kit.edu/kit_bib_news/index.php/2018/01/24/erstes-coffee-lectures-anwendertreffen-in-der-kit-bibliothek/
- <https://blogs.ethz.ch/coffeelectures/1-coffee-lecture-anwendertreffen/>
- <https://www.bibliothek.kit.edu/cms/cl-anwendertreffen-vortraege.php>
- <https://blogs.ethz.ch/coffeelectures/bibliotheken-mit-coffee-lectures/>
- <https://www.bibliothek.kit.edu/cms/downloads/PDF/CL-Anwendertreffen-Teilnehmerverzeichnis.pdf>
- <https://www.cms.hu-berlin.de/de/dl/netze/vpn/software/LimeSurvey/standardseite>
- <https://www.inetbib.de/was-ist-inetbib/>
- https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/c6/Gartner_Hype_Zyklus.svg
- <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/s-p-o-n-die-mensch-maschine-digitale-ungeduld-a-774110.html>
- <https://www.heise.de/tr/blog/artikel/Sofortness-273180.html>

Abstract

Obwohl Coffee Lectures seit 2014 „auf dem Markt“ sind, gibt es noch keine umfassende Untersuchung über dieses Angebotsformat. Deshalb wurde von der Verfasserin im Frühjahr 2019 eine Online-Umfrage mit 56 Fragen in 28 thematischen Bereichen durchgeführt, die von 80 Bibliotheken beantwortet wurde, und deren Ergebnisse in diesem Artikel präsentiert werden. Eingangs werden Coffee Lectures definiert, als *Snackable Content* charakterisiert, und es wird die bisherige Entwicklung der Coffee Lectures dargestellt.