

Bäßler, Kristin; Siegfried, Doreen

**Article — Published Version**

Mitmachen bei der nationalen Kampagne »WEITER WISSEN«!  
Gemeinsame bundesweite Initiative zur Förderung der  
Sichtbarmachung Wissenschaftlicher Bibliotheken

BuB - Forum Bibliothek und Information

*Suggested Citation:* Bäßler, Kristin; Siegfried, Doreen (2024) : Mitmachen bei der nationalen Kampagne »WEITER WISSEN«! Gemeinsame bundesweite Initiative zur Förderung der Sichtbarmachung Wissenschaftlicher Bibliotheken, BuB - Forum Bibliothek und Information, ISSN 1869-1137, Berufsverband Information Bibliothek (BIB), Reutlingen, Vol. 76, Iss. 02-03, pp. 114-119

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11108/616>

**Kontakt/Contact**

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics  
Düsternbrooker Weg 120  
24105 Kiel (Germany)  
E-Mail: [info@zbw.eu](mailto:info@zbw.eu)  
<https://www.zbw.eu/de/ueber-uns/profil-der-zbw/veroeffentlichungen-zbw>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.*

Die Wissenschaftlichen  
Bibliotheken  
in Deutschland



Kristin Bäßler, Doreen Siegfried

# Mitmachen bei der nationalen Kampagne »WEITER WISSEN«!

Gemeinsame bundesweite Initiative zur Förderung der Sichtbarmachung Wissenschaftlicher Bibliotheken

**Wissenschaftliche Bibliotheken im 21. Jahrhundert sind von zentraler Bedeutung für Bildung und Forschung. Sie dienen als Informationsinfrastrukturdienstleister und bieten ein breites Spektrum an Wissensressourcen. Durch die Bereitstellung von Zugang zu qualitätsgesicherter Forschungsliteratur, Daten und Codes spielen sie eine entscheidende Rolle bei der Förderung von Open Science. Sie unterstützen Forschende und Studierende, fördern kritisches Denken und bewahren schriftliches und visuelles Kulturerbe. Ihr inklusiver Zugang ermöglicht Chancengleichheit und fördert lebenslanges Lernen.**

Personen, die in Wissenschaftlichen Bibliotheken arbeiten oder eng mit ihnen kooperieren, haben natürlich ein Verständnis dafür. Doch wie sieht es mit den Entscheidungsträgerinnen und -trägern aus, die die politischen und finanziellen Rahmenbedingungen für Wissenschaftliche Bibliotheken festlegen?

Das Problem besteht darin, dass oftmals weder Geldgeber noch die Öffentlichkeit die vollständige Bedeutung und Vielseitigkeit Wissenschaftlicher Bibliotheken in der heutigen

Informationslandschaft vollständig erfassen. Diese mangelnde Kenntnis birgt das Risiko von Finanzierungsproblemen und Budgetkürzungen. Dies wiederum führt zwangsläufig zu begrenztem Zugang und eingeschränkten Dienstleistungen für die Wissenschaft, was sich negativ auf Forschung, Innovation und Bildung auswirken kann. Besonders benachteiligte gesellschaftliche Gruppen, die dringend Zugang zu Bildungsmöglichkeiten benötigen, würden davon betroffen.

Um sicherzustellen, dass die Arbeit und Leistungen Wissenschaftlicher Bibliotheken erkannt werden, sind verstärkte Öffentlichkeitsarbeit und Dialoge mit Schlüsselakteuren wie Politikerinnen und Politikern, Geldgebern und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern entscheidend. Bibliotheken müssen ihre Anstrengungen zur transparenteren Darstellung ihrer Leistungen im Wissenschaftssystem verstärken. Die Kommunikation über ihren Beitrag zur Bildung und Forschung muss intensiviert werden, um die Vielfalt ihrer Dienstleistungen und Ressourcen der Öffentlichkeit zu vermitteln. Nur durch verbesserte Kommunikation können Bibliotheken das Interesse und die Unterstützung erhalten, die ihre zentrale Rolle im Bildungs- und Wissenschaftsbereich angemessen ist.

### Kampagne »WEITER WISSEN«: Sichtbarkeit und Bedeutung Wissenschaftlicher Bibliotheken in Deutschland

Die Kommunikationskampagne »WEITER WISSEN« der Wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland hat sich genau dieser Herausforderung angenommen: die gesellschaftliche Relevanz Wissenschaftlicher Bibliotheken, ihre Aufgaben und Funktionen sichtbar machen. 15 große Wissenschaftliche Bibliotheken haben sich dabei zusammengetan und die Kampagne gemeinsam entwickelt, sorgfältig koordiniert und konzeptioniert.

Der zentrale Kerngedanke der Kampagne »WEITER WISSEN« besteht darin, dass die über 700 Wissenschaftlichen Bibliotheken mit einem gemeinsamen Konzept, konkreten Themen und einem einheitlichen visuellen Erscheinungsbild konzentrierte Öffentlichkeitsarbeit für ihre Institutionen machen können, um das, was eine Wissenschaftliche Bibliothek als institutioneller Typus zu leisten imstande ist, zu verdeutlichen. Der Fokus liegt dabei explizit nicht darauf, einzelne Bibliotheken ins Rampenlicht zu rücken, sondern vielmehr darauf, die Leistungsfähigkeit der Institution »Wissenschaftliche Bibliothek« als Ganzes zu präsentieren.

In den Mittelpunkt dieser gemeinsamen Kommunikationsanstrengungen rückt die dringende Notwendigkeit, die oft komplexen und multidisziplinären Aufgabenfelder der Wissenschaftlichen Bibliotheken transparenter zu gestalten, zu erläutern und begreifbar zu machen. Die Schaffung von Transparenz spielt eine Schlüsselrolle, da sie das Vertrauen zwischen den Bibliotheken selbst, ihren Nutzerinnen und Nutzern, ihren Kooperationspartnern, den Entscheidungsträgern in der Wissenschaftspolitik und den Zuwendungsgebern stärkt und vertieft. Zudem verfolgt die Kampagne das Ziel, Wissenschaftliche Bibliotheken als attraktive

Wir brauchen die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland, weil ...

... sie sich für Open Source Angebote stark machen und damit Wissen allen zugänglich machen.



Prof. Dr. Viola Priesemann  
Physikerin

Foto: Peter Heiler



Ich brauche die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland, weil ...

... die Forscher:innen früher super gearbeitet haben und ich gerne von ihnen lerne.

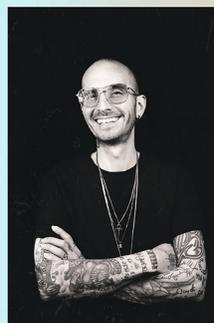


Foto: Jara Reker

Dr. Mark Benecke  
Kriminalbiologe und Spezialist für forensische Entomologie



Arbeitgeber und Ausbildungsstätte zu positionieren – auch für Quereinsteiger/-innen.

Die Kampagne »WEITER WISSEN« ist eine gemeinsame Initiative der Badischen Landesbibliothek, der Bayerischen Staatsbibliothek, der Deutschen Nationalbibliothek, der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen, der SLUB Dresden, der Staatsbibliothek zu Berlin, der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky, der Universitätsbibliothek Leipzig, der Universitätsbibliotheken der Humboldt Universität zu Berlin, der Freien Universität Berlin sowie der Technischen Universität Berlin, der Universitätsbibliothek Mannheim, der TIB – Leibniz-Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften und Universitätsbibliothek, der ZB MED – Informationszentrum Lebenswissenschaften sowie der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft mit dem Deutschen Bibliotheksverband (dbv).

Diese Einrichtungen arbeiten in einer gemeinsamen Steuerungsgruppe an der Weiterentwicklung der Kampagne und der Abstimmung ihrer Kommunikationsmaßnahmen. Alles, was diese Kampagne ausmacht, wurde von den Kommunikationsverantwortlichen dieser Häuser erdacht, entwickelt, strukturiert und von deren Einrichtungen finanziell getragen.

#### Beteiligungsmöglichkeiten für Wissenschaftliche Bibliotheken

Die Kampagne wurde von Expertinnen und Experten für das Thema Öffentlichkeitsarbeit an Wissenschaftlichen Bibliotheken initiiert. Richtig zünden kann diese bundesdeutsche Kampagne aber erst, wenn sich alle oder zumindest möglichst viele Wissenschaftliche Bibliotheken beteiligen.



Welche Möglichkeiten gibt es?

**Zugang zum zentralen Downloadbereich:** Auf der Website [www.weiterwissen-kampagne.de](http://www.weiterwissen-kampagne.de) steht ein zentraler Downloadbereich zur Verfügung. Dieser Bereich ist leicht erreichbar und bietet alle relevanten Kampagneninformationen und Ressourcen. Dazu zählen Vorlagen für Printmaterialien wie Poster, Postkarten, Roll-Ups sowie digitale Vorlagen für Banner, Social-Media-Kacheln, E-Mail-Signaturen, Power-Point-Vorlagen und vieles mehr.

**Anpassbare Vorlagen:** In diesem Bereich stehen anpassbare Assets zur Verfügung mit Platz für das eigene Bibliotheks-Logo. Die Bibliotheken können diese Vorlagen herunterladen und ihre Logos einsetzen, um sicherzustellen, dass die Kampagne ihre lokale Identität und Botschaft reflektiert. Die Bildmotive selbst sollen jedoch nicht verändert werden, denn nur eine einheitliche Bildsprache stellt sicher, dass die Botschaft sich verstärkt.

**Verbreitung der Botschaft:** Jede Bibliothek kann die angepassten Assets verwenden, um die Kampagnenbotschaft effektiv zu verbreiten. Dies kann durch das Teilen auf Social-Media-Plattformen, das Versenden von Newslettern, das

Ausstellen von Plakaten in den Bibliotheksräumen und andere geeignete Kanäle erfolgen.

**Lokale Veranstaltungen und Aktionen:** Bibliotheken können auch lokale Veranstaltungen und Aktionen planen, um die Kampagne zu unterstützen – natürlich gebrandet mit den gemeinsamen Kampagnenmotiven. Dies könnten beispielsweise Diskussionsrunden, Lesungen oder Workshops sein, die das Thema der Kampagne aufgreifen und die Bedeutung Wissenschaftlicher Bibliotheken in der lokalen Gemeinschaft hervorheben.

**Berichterstattung und Feedback:** Es ist wichtig, dass die Wissenschaftlichen Bibliotheken über ihre Beteiligung an der Kampagne berichten und Feedback untereinander austauschen. Dies kann dazu beitragen, den Erfolg der Kampagne zu messen, aus den Erfahrungen der Partner zu lernen und zukünftige Aktivitäten zu verbessern.

**Koordinierung und Zusammenarbeit:** Obwohl die Beteiligung dezentral erfolgt, ist eine gewisse Koordinierung zwischen den Bibliotheken bedeutend. Sie können Erfahrungen und bewährte Praktiken austauschen, um die Wirksamkeit der Kampagne zu maximieren.



### Was sind die Hauptbotschaften?

Wissenschaftliche Bibliotheken arbeiten auf sehr vielen Gebieten. In der Kampagne sind aber für den Beginn fünf ausgewählte Themen in den Fokus gerückt. Folgende Hauptbotschaften sollen durch Kommunikationsarbeit vermittelt werden:

- **Hauptbotschaft (1): Forschung für alle zugänglich. Mit uns.** Wissenschaftliche Bibliotheken engagieren sich aktiv für Open Access, um eine kostenfreie Informationsversorgung für alle zu ermöglichen.
- **Hauptbotschaft (2): Vom Datenberg zur Wissensquelle. Mit uns.** Wissenschaftliche Bibliotheken bieten Forschenden umfassende Unterstützung bei der langfristigen Aufbewahrung und Zugänglichmachung ihrer Forschungsdaten, einschließlich Beratungs- und Schulungsangeboten.
- **Hauptbotschaft (3): Für immer Daten gesichert. Mit uns.** Die Wissenschaftlichen Bibliotheken sind Experten für die digitale Langzeitarchivierung und gewährleisten die langfristige Verfügbarkeit wertvoller Sammlungen und Forschungsdaten vor Gefahren wie Verlust, Feuer, Wasser und Cyberangriffen.
- **Hauptbotschaft (4): Kulturerbe bewahren für Generationen. Mit uns.** Wissenschaftliche Bibliotheken sammeln und kuratieren kulturelles Erbe, auch bevor es als solches erkannt wird, um sicherzustellen, dass es für zukünftige Generationen zugänglich bleibt und sorgfältig gepflegt wird.
- **Hauptbotschaft (5): Infrastrukturen und Services für die Wissenschaft. Mit uns.** Wissenschaftliche Bibliotheken gehen über die Bereitstellung von Informationen hinaus und entwickeln eigene digitale sozio-technische Infrastrukturen, die Daten unterschiedlicher Art nutzerfreundlich aufbereiten. Sie betreiben auch anwendungsorientierte Forschung, um zukünftige Services optimal gestalten zu können.

### Strategie und Strategische Leitlinien

Unsere Strategie basiert auf klaren Leitlinien, um die WEITER-WISSEN-Kampagne erfolgreich umzusetzen. Die wichtigsten Elemente dieser Strategie sind:

»Die bundesweite Kampagne ›WEITER WISSEN‹ lenkt den Fokus auf die immense Bedeutung von Bibliotheken und Informationsinfrastrukturen in unserer modernen Wissensgesellschaft. In einer Zeit, in der die Digitalisierung die Wissenschaft und Bildung tiefgreifend transformiert, sind wissenschaftliche Informationsinfrastrukturen unverzichtbare Partner für den nachhaltigen Betrieb von sozio-technologischen Informationsinfrastrukturen und die Förderung von Open Science. Diese koordinierte Initiative betont die aktive Rolle dieser Einrichtungen als Unterstützer bei der Förderung akademischer Exzellenz, und es freut mich zutiefst, dass die ZBW Teil dieser deutschlandweiten Initiative ist.«

*Prof. Dr. Klaus Tochtermann, Direktor der ZBW –  
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft*

»Die Kampagne ›Weiter Wissen‹ ist wichtig und notwendig, weil sie nicht nur die Wissenschaftlichen Bibliotheken auf moderne Art und Weise sichtbar macht, sondern auch unsere vielfältigen, innovativen Themen und Services in den Vordergrund stellt. Dabei geht es auch darum, dass wir mit geballter, lauter Stimme sprechen und deutlich machen, wie relevant unsere Arbeit ist und welchen essenziellen Einfluss sie auf Studium, Forschung, Lehre sowie auf den gesamten Wissenschaftsbetrieb hat.«

*Jürgen Christof, Leitender Direktor,  
Universitätsbibliothek der Technischen Universität Berlin*

»Unsere wichtigen Entscheidungsträger/-innen müssen diese Leistungen der Wissenschaftlichen Bibliotheken als Infrastruktur anerkennen, damit die hochwertige Forschung in Deutschland in ihrer Tiefe und Breite auch morgen erhalten bleibt. Daher ist für mich und uns diese Kampagne ›WEITER WISSEN‹ der Wissenschaftlichen Bibliotheken immens wichtig.«

*Prof. Dr. Dietrich Rebholz-Schuhmann,  
Wissenschaftlicher Direktor von ZB MED –  
Informationszentrum Lebenswissenschaften*

»Wissenschaftliche Universalbibliotheken sind Orte der Inspiration und Innovation, des Entdeckens und Wiederentdeckens unseres Wissenskosmos im Interesse der künftigen Gestaltung unserer kulturellen und gesellschaftlichen Lebenswelt. Ich freue mich sehr, dass die Kampagne ›WEITER WISSEN‹ diese Rolle Wissenschaftlicher Bibliotheken in der breiten Öffentlichkeit noch stärker verankern und akzentuieren wird.«

*Dr. Klaus Ceynowa, Generaldirektor der Bayerischen  
Staatsbibliothek München*

»Unsere gemeinsame Kampagne ›WEITER WISSEN‹ spiegelt die Vielfalt Wissenschaftlicher Bibliotheken wider und zeigt, dass sie in einer Welt des ständigen Wandels unverzichtbare Partnerinnen für die Wissenschaftsgemeinschaft sind.«

*Prof. Dr. Sören Auer, Direktor der TIB – Leibniz-  
Informationszentrum Technik und Naturwissenschaften  
und Universitätsbibliothek*

»In unserer täglichen Arbeit stellen wir immer wieder fest, dass längst nicht all diese vielfältigen Wirkungsfelder außerhalb unserer Fachcommunity bekannt sind. Das allgemeine Image von Wissenschaftlichen Bibliotheken bleibt – so ist mir das in zahlreichen Gesprächen begegnet – diffus bis anachronistisch. Liegt es daran, dass die Nutzenden uns heute oft so sehen, wie sie uns auch vor 20 Jahren schon gesehen haben; nämlich mäßig moderne Räume mit Schreibtischen und Bücherregalen? Müssen wir unsere Services, unsere Rolle, unsere Bedeutung heute nicht stärker kommunizieren? Sollten wir nicht selbstbewusster auftreten, uns besser vernetzen, unsere unverzichtbare Funktion im Wissenschaftsbetrieb stärker betonen? Ich denke: ja. Und genau deswegen ist die Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin als Mitinitiatorin bei ›WEITER WISSEN‹ dabei.«

*Dr. Andreas Brandtner, Leitender Direktor der  
Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin*

1. Dezentraler Multikanalansatz:

- Wir nutzen die Landingpage [www.weiterwissen-kampagne.de](http://www.weiterwissen-kampagne.de) als Ausgangspunkt.
- Zusätzlich setzen wir auf Social-Media-Kanäle, Websites, verschiedene Newsletter und Partnerveranstaltungen.
- Alle Partner arbeiten koordiniert zusammen, um unsere Botschaften in überregionalen Medien und Veranstaltungen zu maximieren.

2. Zentrale Motive mit Dramaturgie:

- Die durchgängige Leitidee wird in fünf zentralen Motiven mit einer festgelegten Dramaturgie umgesetzt.

3. Kontinuierliche Weiterentwicklung:

- Die Kampagne soll kontinuierlich weiterentwickelt werden, um stets aktuell und effektiv zu sein.

4. Enger Dialog und Bindung:

- Wir streben einen engen Dialog mit Entscheidungsträgerinnen und -trägern an.
- Wir möchten eine enge Bindung zwischen Wissenschaftlichen Bibliotheken und ihren Kooperationspartnern und Nutzenden schaffen, indem wir eigene Erfahrungen einbringen.

5. Teilen von Erfahrungen und Geschichten:

- Wir teilen Erfahrungen und im besten Fall Erfolgsgeschichten aus der Perspektive der Bibliotheken, Kooperationspartner und Nutzer/-innen.

6. Einsatz von Testimonials:

- Bis jetzt konnten wir prominente Testimonials für die Kampagne gewinnen wie beispielsweise Jutta Allmendinger,



**Kristin Bäßler** ist seit 2019 Leiterin der Kommunikation und Pressesprecherin des Deutschen Bibliotheksverbandes (dbv). Zuvor war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Deutschen Kulturrat und von 2011 bis 2016 für die Kommunikation der Programme »Kulturagenten für kreative Schulen« und »TRAFO – Modelle für Kultur im Wandel« der Kulturstiftung des Bundes verantwortlich.

Kulturagenten für kreative Schulen« und »TRAFO – Modelle für Kultur im Wandel« der Kulturstiftung des Bundes verantwortlich.

Ich brauche die wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland, weil ...

... sie eine frei zugängliche Quelle für die Entwicklung und den Stand der Forschung bietet.



**Prof. Dr. Mojib Latif**  
Klimaforscher und Präsident der Akademie der Wissenschaften in Hamburg



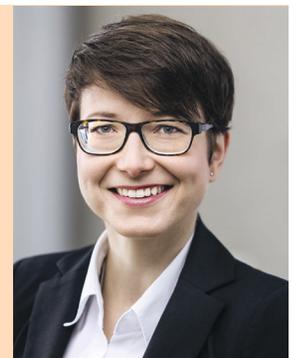
Maja Göpel, Claudia Kemfert, Mojib Latif, Marylyn Martina Addo, Uwe Timm, Kirsten Boie, Christoph Schmidt, Hans-Werner Sinn, Melanie Brinkmann und viele mehr.

- Nach einem erfolgreichen Rollout der Imagekampagne werden sukzessive weitere Testimonials integriert, um die unsere Botschaften zu unterstützen.

7. Kostenbewusste Kommunikation:

- Angesichts eines begrenzten Media-Budgets setzen wir auf kosteneffiziente Medien, die unsere Zielgruppe direkt erreichen.
- Dabei stellen wir die Kernleistung der Wissenschaftlichen Bibliotheken in den Vordergrund und setzen auf den dezentralen Ansatz.

**Dr. Doreen Siegfried** leitet seit 2008 die Abteilung Marketing und Public Relations an der ZBW - Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft. Sie ist zudem Gastdozentin für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit am Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der HU Berlin sowie Mitglied der Kompetenzgruppe Wissenschaftskommunikation des Bundesverbandes der Kommunikatoren. (Foto: ZBW-Leibniz Information Centre for Economics)



Mitglied der Kompetenzgruppe Wissenschaftskommunikation des Bundesverbandes der Kommunikatoren. (Foto: ZBW-Leibniz Information Centre for Economics)