

Controlling und Marketing in Wissenschaftlichen Bibliotheken (COMBI)

**Entwicklung einer praxiswirksamen
Marketingstrategie für Hochschulbibliotheken
am Beispiel der Universitätsbibliotheken
Düsseldorf und Magdeburg**

Band 3

**Beiträge des COMBI-Kolloquiums
zur Analyse und Umsetzung der
Projektergebnisse**

**Herausgegeben von
Elisabeth Niggemann, Ute Olliges-Wieczorek,
Albert Bilo, Ekkehard Oehmig,
Wolfgang Jäger**

**Berlin 1999
DEUTSCHES BIBLIOTHEKSINSTITUT**

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Vorwort | |
| Marketing für Bibliotheken: Können wir uns mehr Nutzerorientierung leisten? (<i>Bernd Günter</i>) | 9 |
| Quotierung: Aufwand und Nutzen? - Magdeburger Erfahrungen (<i>Kerstin Münster</i>) | 19 |
| Sinn und Unsinn von Befragungen im Bibliothekswesen, dargestellt am Beispiel der Düsseldorfer Untersuchungen (<i>Uta Müller</i>) | 29 |
| Anmerkungen und Tips zu den Düsseldorfer und Magdeburger Befragungen (<i>Horst Degen</i>) | 39 |
| Sponsoring und Werbung in Wissenschaftlichen Bibliotheken (<i>Ute Olliges-Wieczorek</i>) | 49 |
| Informationen über Informationsvermittler - Öffentlichkeitsarbeit für die Universitätsbibliothek Magdeburg (<i>Christiane Spary</i>) | 67 |
| Dienstleistungen der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf für externe Kunden (<i>Nicole Vierschilling</i>) | 79 |
| Controlling im Non-Profit-Bereich (<i>Wolfgang Berens / Martin Karlowitsch</i>) | 85 |
| Kostenmanagement: Die Entscheidungsrelevanz der Prozeßkostenrechnung für Wissenschaftliche Bibliotheken (<i>Martin Karlowitsch</i>) | 97 |
| Nutzerorientierte Entscheidungen - Zeitschriftenanalyse als Hilfe für den Bestandsaufbau (<i>Wolfgang Jäger</i>) | 105 |
| Make-or-buy-Entscheidungen in Bibliotheken: Access versus Ownership am Beispiel medizinischer Zeitschriftenliteratur (<i>Roman Makoski</i>) | 115 |
| Übertragbarkeit der COMBI-Projektergebnisse (<i>Elisabeth Niggemann</i>) | 123 |
| Zu den Autoren | 133 |