



Strategie der Mediathek Kamp-Lintfort 2022-2027



Impressum:

Stand: Dezember 2021

Erstellt von Yvonne Frericks, Leiterin der Mediathek

Entwickelt im Rahmen der Fortbildung

„Den roten Faden finden – wir entwickeln eine Bibliotheksstrategie“

im Auftrag der Fachstelle für Öffentliche Bibliotheken NRW bei der Bezirksregierung Düsseldorf und dem ZBIW der TH Köln, 2021 unter Federführung von

Sonja Bluhm, Würzburg, www.sonja-bluhm.de und

Andreas Mittrowann, Recklinghausen, www.nachvorndenken.de

Mediathek Kamp-Lintfort

Freiherr-vom-Stein-Str. 26

47475 Kamp-Lintfort

Tel.: 02842/92795-0

mediathek@kamp-lintfort.de

www.kamp-lintfort.de/mediathek

Öffnungszeiten:

Mediathek mit Fachpersonal:

Di, Do, Sa 10-13 Uhr

Mo, Di, Do, Fr 14-18 Uhr

Bistro 26 und Foyer:

Mo, Di, Do, Fr 9-16 Uhr

Mi und Sa 9-13 Uhr

Personalfreie Öffnung des Foyers ohne Bistro 26:

So 13-18 Uhr

Besuchen Sie uns auch auf Facebook, Instagram und Youtube



Inhalt:

1	Einleitung	4
1.1	Vision	5
2	Über die Mediathek	5
2.1	Medien und Nutzung	6
2.2	Kunden- und Besucher*innengruppen	9
2.3	Veranstaltungen und Projekte	11
2.4	Lage, Raum und Ausstattung	14
2.5	Technik	15
2.6	Personal	17
2.7	Finanzen	18
2.8	Öffnungszeiten	19
3	Umfeldanalyse	21
3.1	Ort und Einzugsgebiet	21
3.2	Bevölkerung	22
3.3	Bildungs- und Kulturangebote	27
3.4	Kooperationspartner*innen	31
4	Auftrag und Handlungsfelder	32
5	Zielgruppen	33
6	Entwicklung von Zielen und Maßnahmen	34
7	Erfolgskontrolle und Evaluation	42
8	Mehrwert für Kamp-Lintfort durch die Umsetzung der neuen Strategie	42

1 Einleitung

Warum ein neues Konzept für die Mediathek?

Die Mediathek Kamp-Lintfort hat ihre Wurzeln in der ehemaligen Stadtbücherei, die sich bis 2017 in einem inzwischen abgerissenen Hochhaus in Rathausnähe befand. Die Stadtbücherei hat mit ihren vielfältigen Angeboten bereits fortlaufend den Prozess des lebenslangen Lernens unterstützt. Zudem gibt es eine sehr gute innerstädtische Vernetzung und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den ehrenamtlichen Mitgliedern des Fördervereins LesART e.V.

Diese Ausrichtung wurde 2017 beim Umzug in ein komplett renoviertes Gebäude übernommen und durch die durchdacht konzipierten räumlichen Voraussetzungen weiter ausgebaut. Durch ein integriertes Bistro im Foyer konnten die Öffnungszeiten zudem als Open Library ausgeweitet werden.

Die Mediathek befindet sich 2021 in einem weiteren Umbruch, denn die langjährige Leiterin ging vor kurzem in den Ruhestand. Zudem bietet die zwangsweise Zäsur durch die Pandemie die Möglichkeit innezuhalten und vorhandene Angebote zu evaluieren.

Im Wandel der Bibliotheken und des veränderten Medienverhaltens möchte die Mediathek sich sinnvoll weiterentwickeln und zielgerichteter mit den vorhandenen Ressourcen arbeiten.

Daher ist der Zeitpunkt hervorragend, um nun mithilfe der Fortbildungsreihe „Den roten Faden finden“ eine aktualisierte Ausrichtung zu definieren, die sowohl im Team als auch in Politik und Öffentlichkeit Klarheit und Transparenz schaffen soll.

Die im neuen Konzept formulierten Ziele und Maßnahmen sind größtenteils mittel- bzw. langfristig angelegt und sollen spätestens bis 2027 umgesetzt werden. Zum einen um eine nachhaltige Entwicklung zu gewährleisten, zum anderen weil die Mediathek im kommenden Jahr vorerst mit einer zeitaufwendigen Software-Umstellung zu tun haben wird. So können manche Themen nicht unmittelbar angegangen und umgesetzt werden.

Schon an dieser Stelle kann verraten werden, dass der Schwerpunkt der definierten Ziele, aufbauend auf den Ergebnissen der folgenden IST- und Umfeldanalyse, auf den Bildungspartnerschaften und der Leseförderung von Kindern liegen wird.

Die Mediathek befindet sich aus verschiedenen Gründen in einer Art Umbruchphase. Der Zeitpunkt ist ideal um die bisherige Konzeptionierung zu evaluieren und neu zu definieren. Dabei soll sowohl im Team als auch gegenüber dem Träger und der Öffentlichkeit Klarheit und Transparenz geschaffen werden. Die formulierten Ziele und Maßnahmen sollen nicht unverzüglich sondern mittel- und langfristig umgesetzt werden.

1.1 Vision

Die Mediathek versteht sich bereits heute als kultureller Treffpunkt, lebenslanger Lernort und Informationsdienstleister zugleich.

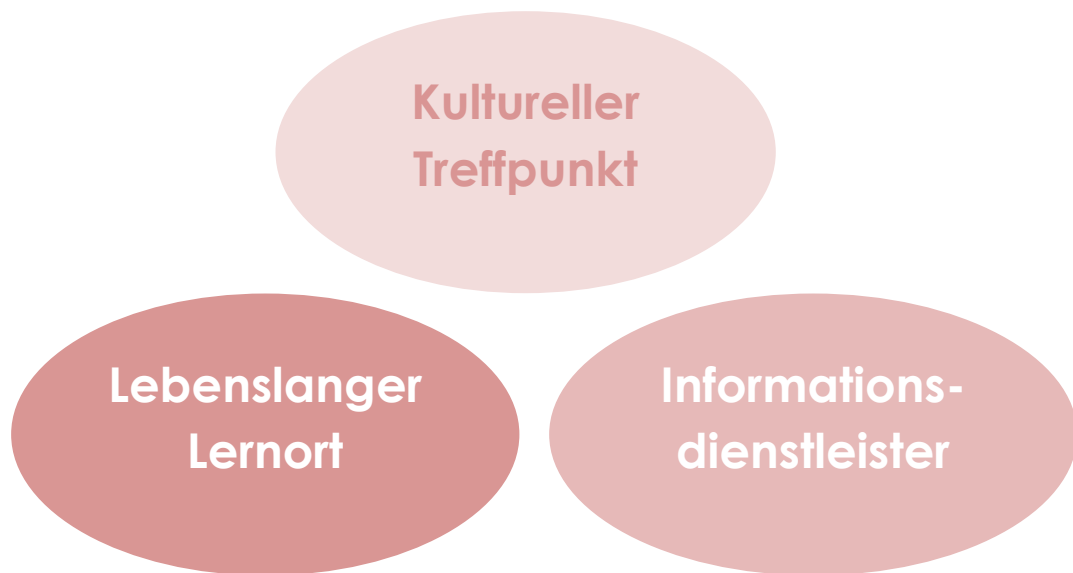


Abbildung 1

Diese Definition trifft auch weiterhin zu, sollte jedoch zukünftig mehr Fokussierung erhalten. Gemeinsam im Team haben die Mitarbeiterinnen der Mediathek an der Entstehung einer Vision gearbeitet, in der sich alle wiederfinden. Dabei sollte die Vision positiv, erstrebenswert, realistisch, spezifisch und leicht zu kommunizieren sein:

„Die Mediathek ist 2027 ein offener Treffpunkt, bietet Raum für Kreativität, Erlebnisse und Kunst. Außerdem ist sie attraktiver Ort für Lese- und Literaturförderung.“

2 Über die Mediathek

Die Mediathek bietet mit rund 50.000 Medieneinheiten, ca. 1200 qm Publikumsfläche, RFID-Ausstattung, verschiedener Multifunktionsflächen und integriertem Bistro ein breitgefächertes Angebot für Interessierte und Bildungspartner*innen. Ein vielfältiges Veranstaltungsprogramm in Zusammenarbeit mit dem Verein LesART wird ebenfalls angeboten.

Im Folgenden wird die Ausgangslage der Mediathek als Grundlage für die neue Konzeptionierung dargestellt.

Für die folgende Ist-Analyse wurden überwiegend Zahlen aus 2019 herangezogen, da die Ergebnisse aus 2020 aufgrund langer pandemiebedingter Schließungszeiten und überwiegend ausgefallenen Veranstaltungen nicht beispielhaft sind.

2.1 Medien und Nutzung

	2019	2020	Abweichung
Medien insgesamt	52.254	50.375	-3,60%
Medien insgesamt - Entleihungen	114.879	90.117	-21,55%
Physische Medien insgesamt - Entleihungen	101.136	72.887	-27,93%
Printmedien insgesamt - Bestand	39.316	38.890	-0,85%
Printmedien insgesamt - Entleihungen	70.294	53.786	-23,48%
... darunter: Kinder- und Jugendliteratur - Bestand	10.094	9.170	-9,15%
... darunter: Kinder- und Jugendliteratur - Entleihungen	24.976	21.408	-14,29%
Non-Prints und Sonstiges - Bestand	12.938	11.395	-11,93%
Non-Prints und Sonstiges - Entleihungen	30.842	18.934	-38,61%
E-Medien im Verbund	28.645	35.222	22,96%
Bibliotheken im Verbund	19	19	0,00%
E-Medien im Bestand - Entleihungen	13.743	17.230	25,37%
Zugang an physischen Medieneinheiten	2.832	2.969	4,84%
Lizenzierte virtuelle Plattformen, Dienste und Datenbanken	8	9	12,50%
Nutzung lizenzierter virtueller Plattformen (Anzahl der Logins)	1.102	4.875	342,38%
Laufende Zeitungs- und Zeitschriftenabos in Printform	75	78	4,00%
Bestellungen im nehmenden (passiven) Leihverkehr	173	145	-16,18%
Bestellungen im gebenden (aktiven) LV	189	127	-32,80%

Die Mediathek bietet einen physischen **Medienbestand** von 50.375 Medien (Stand 31.12.2020). Sie hat ihren Bestand stetig den aktuellen Entwicklungen der Mediennutzung angepasst. So bietet sie neben Büchern, Zeitschriften und anderen Printmedien auch andere Medienformen zur Ausleihe an. DVDs, CDs, und Brettspiele haben schon vor Jahrzehnten Einzug in das Medienangebot gehalten. Seit einiger Zeit werden auch Konsolenspiele, Tonies sowie Tonieboxen angeboten.

Die Mediathek schafft jährlich etwa 2.900 neue physische Medien an, dafür steht ein durchschnittlicher Medienetat von 45.000 Euro zur Verfügung. Das entspricht einer Erneuerungsquote von ca. 6,5% und weicht daher von den empfohlenen 10% des Dachverbandes Bibliothek und Information Deutschland ab.¹ Das wird auch bei Betrachtung des Bibliotheksmonitors² deutlich, in dem öffentliche Bibliotheken gleicher Größenordnungen miteinander verglichen werden. Hier liegt der Zugang von Neuerwerbungen mit 0,07 Medien pro Einwohner*in (im Folgenden EW) im Jahr im unteren Fünftel. Das bedeutet, dass 4 von 5 Bibliotheken mehr Bücher und Medien anschaffen können.

Insgesamt stehen 1,29 Medien pro EW zur Verfügung. Laut Empfehlung des Strategiepapiers „21 Gründe für gute Bibliotheken“ wären allerdings 2 Medien-

¹ <https://www.bib-info.de/standpunkte/21-gute-gruende-2009/>

² Bibliotheksmonitor www.hbz-nrw.de

einheiten pro EW vorteilhaft. Dieser Empfehlung kann jedoch aus Platz- und Etatgründen nicht entsprochen werden.³

Die Ausleihzahlen haben sich in den letzten Jahren insgesamt wie in den meisten anderen Bibliotheken verringert. Allerdings konnte 2018/19 ein weiterer Abwärtstrend verhindert werden.

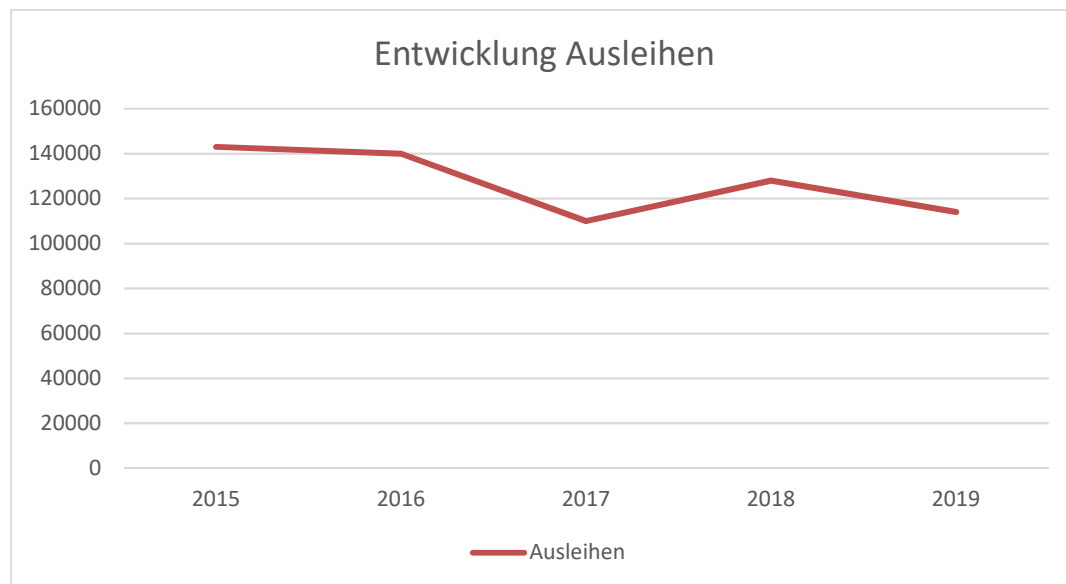


Abbildung 2

Bei einer Gesamtausleihe in 2019 von rund 114.000 beträgt die durchschnittliche Ausleihe je EW 3 Medien/Jahr.

Beim **Umsatz** des Gesamtbestandes ist in den letzten Jahren ein kontinuierlicher Rückgang spürbar. Lag der Umsatz 2015 noch bei 2,3 sank er in 2019 auf 1,9. Diese Entwicklung ist überwiegend mit dem veränderten Nutzungsverhalten der Bevölkerung (Internet, e-Medien, Streamingdienste) zu erklären. In Kamp-Lintfort schlüsselt sich der Umsatz einzelner Mediengruppen wie folgt auf:

Bestandsgruppe	Umsatz	Empfehlung ⁴
Romane	2,3	3,0
Sachliteratur	1,2	1,5-2,0
Kinderliteratur	2,5	4,0-5,0
Non-Books	2,5	8,0

Betrachtet man die Umsatzzahlen beispielhafter Bestandsgruppen wird festgestellt, dass sich der Umsatz der Sachliteratur deutlich von den Werten der anderen Bestandsgruppen unterscheidet. Auch hier wird das veränderte Medienverhalten eine große Rolle spielen. Viele Sachfragen sind inzwischen schnell im Internet geklärt und müssen nicht auf den nächsten Bibliotheksbesuch warten.

³ <https://www.bib-info.de/standpunkte/21-gute-gruende-2009/>

⁴ www.fachstellen.de

Auch im Bereich der Non-Books liegt der tatsächliche Wert weit unter der Empfehlung. Jedoch hat sich besonders im Bereich von Film und Musik das Medienverhalten zugunsten einschlägiger Streamingdienste stark verändert. Ebenso im Kinder- und Jugendbereich.

Eine **Effizienzanalyse** des physischen Bestandes für das Jahr 2019 zeigt auf, wie gut der Bestand einer bestimmten Mediengruppe im Verhältnis zu Gesamtbestand genutzt wird. Zur Einordnung für das Bestandsmanagement gilt: Liegt der Effizienzwert unter 0,8 ist der Bestand zu groß bzw. die Nachfrage geringer, liegt er über 1,2 ist der Bestand zu gering bzw. die Nachfrage ist größer. Dazu wird nach Konrad Umlauf ⁵ die jeweilige Bestandsgruppe in Relation zum Gesamtbestand gebracht. Ebenso die Ausleihe der Bestandsgruppe zur Gesamtausleihe.

Bestandsgruppe	Effizienzquote
Romane	1,63
Sachliteratur	0,82
Kinderliteratur	1,25
Zeitschriften	1,21
Hörbücher	1,25
DVDs	1,45
Konsolenspiele	2,1
Tonies	3,33

Erfreulicherweise liegt keine der dargestellten Bestandsgruppen unter dem Wert von 0,8. Lediglich die Sachliteratur ist in diesem Zusammenhang grenzwertig. Das deckt sich jedoch mit den Aussagen zum Umsatz in diesem Bereich (s.o.). Hier kann also zukünftig weiter ausgesondert und noch mehr Wert auf einen übersichtlichen aber aktuellen Bestand gelegt werden.

Die meisten Bestandsgruppen erzielen laut Berechnung einen guten Effizienzwert (zwischen 1,21 und 1,63), das heißt, die Größe des Bestandes entspricht ungefähr der Nachfrage. Lediglich bei den Konsolenspielen und Tonies geht die Nachfrage deutlich über den vorhandenen Bestand hinaus. Hier sollte zukünftig der Nachfrage entsprochen und mehr investiert werden. Auch die Belletristik weist mit einem Effizienzwert von 1,63 eine höhere Nachfrage aus, so dass auch hier ausgebaut werden kann.

Ebenfalls zum Bestand gehört die digitale Bibliothek der **Niederrhein-Onleihe**. Im Verbund mit 19 anderen Bibliotheken werden dort über 35.000 e-Books, e-Audios, e-Paper und e-Learning-Kurse angeboten (Stand Dezember 2020). Die Akzeptanz der Onleihe-Medien wächst von Jahr zu Jahr. Insbesondere im letzten Jahr sind die Ausleihzahlen, auch bedingt durch die Corona-Pandemie, stark angestiegen. Der Anteil an der Gesamtausleihe beträgt somit inzwischen 19%.

⁵ Frauke Schade/Konrad Umlauf: Handbuch Bestandsmanagement in öffentlichen Bibliotheken, 2012

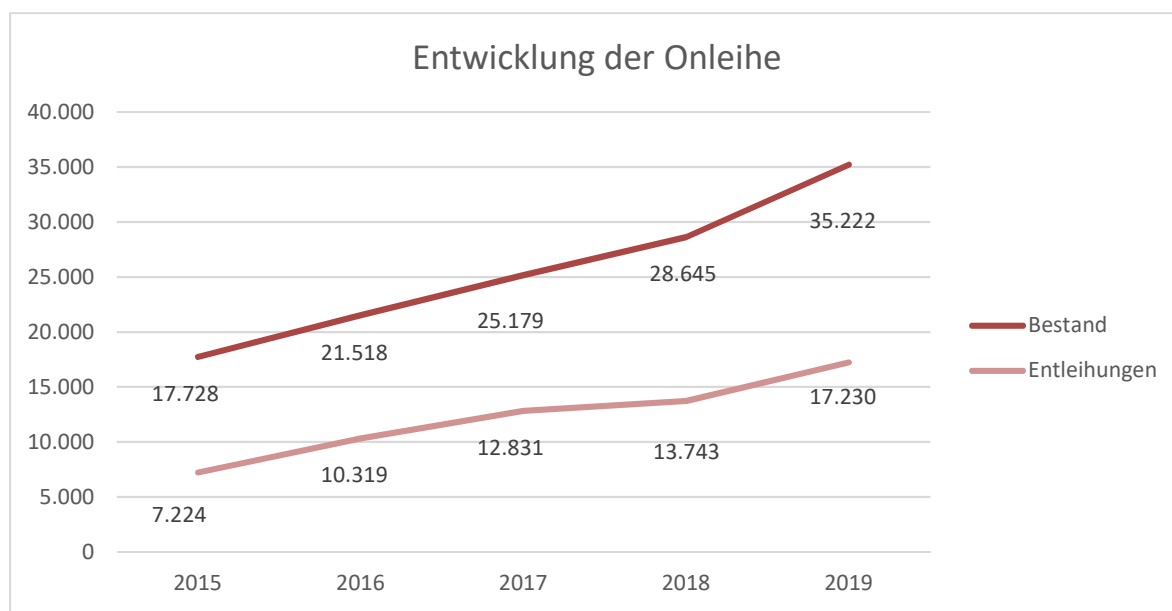


Abbildung 3

Seit Oktober 2020 wird das digitale Angebot durch die Datenbank **Pressreader** erweitert, die über 7.000 tagesaktuelle Zeitschriften und Zeitungen in zahlreichen Sprachen zum Download bereithält.

Dieser Service wurde sehr gut angenommen. In den ersten drei Monaten wurden über 152.000 Artikel heruntergeladen.

Im November 2021 konnte zudem im Niederrheinverbund die Plattform **Overdrive** in Betrieb genommen werden. Hier können überwiegend englischsprachige eBooks heruntergeladen werden. Gefördert wurde dieses Angebot über das Programm „Wissenswandel“.

Die Mediathek hat das Coronajahr für gründliche Bestandspflege genutzt. Viele Mediengruppen werden sehr gut von den Kund*innen angenommen. Im Bereich Sachliteratur könnte der Bestand noch weiter komprimiert sowie bei anderen Angeboten (z.B. Tonies) noch weiter ausgebaut werden. Die Onleihe wird immer besser angenommen. Mit Pressreader und Overdrive konnten weitere digitale Angebote in Betrieb genommen werden.

2.2 Kunden- und Besucher*innengruppen

In der Mediathek konnten in 2019 **87.791 Besucher** und **3.409 aktive Kunden und Kundinnen** gezählt werden. Damit lag die Mediathek deutlich über dem Durchschnitt gemessen an der Einwohnendenzahl⁶. Mit den beiden ersten Jahren nach Neueröffnung können die Werte allerdings nicht mithalten. Hier sollten neue Strategien zur langfristigen Stärkung von Besucher- und Kundenzahlen entwickelt werden.

⁶ Bibliotheksmonitor www.hbz-nrw.de

Insbesondere in die Bildungspartnerschaften sollte in Form von Klassenführungen und gemeinsamen Angeboten verstärkt investiert werden.

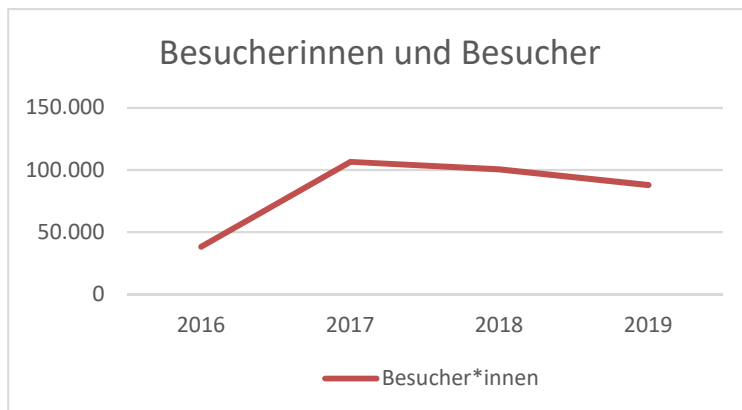


Abbildung 4

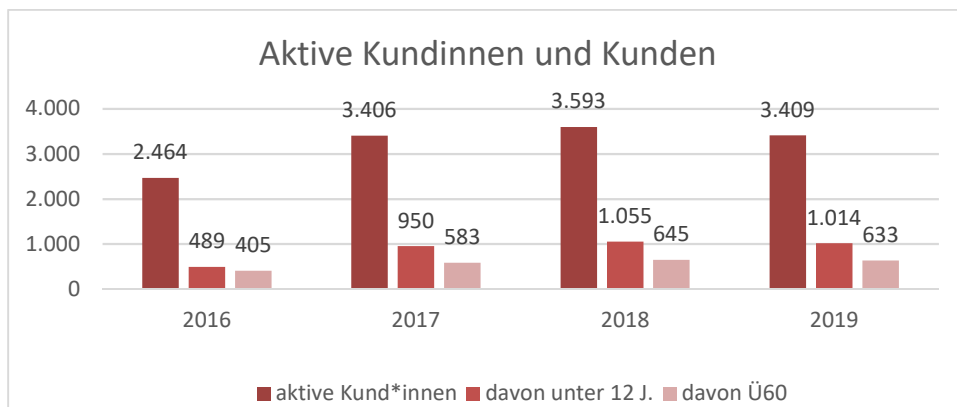


Abbildung 5

Bei Betrachtung der folgenden Grafik wird deutlich, dass die **stärkste Kund*innengruppe** demnach Kinder und Jugendliche bis 14 Jahren, gefolgt von den Nutzern aus der Altersgruppe über 60 Jahren sind.

Insbesondere im jungen Erwachsenenalter zwischen 20 und 30 Jahren gibt es einen deutlichen Einbruch. Erst im mittleren Lebensalter rückt die Nutzung der Mediathek langsam wieder in den Fokus.

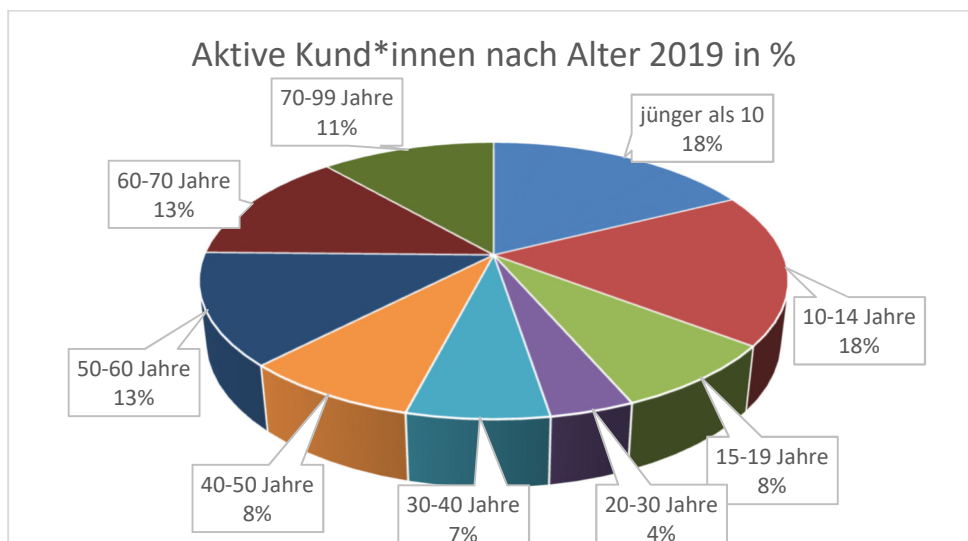


Abbildung 6

Nebenbei fällt auf, dass 65 % der aktiven Kundinnen und Kunden weiblich sind.

Schaut man auf die Wohnortstatistik wird schnell deutlich, dass fast alle Nutzenden aus Kamp-Lintfort kommen (über 85%). Einige kommen auch aus den umliegenden Gemeinden. Einzelfälle gibt es auch aus den Niederlanden, Gießen, Troisdorf und Wuppertal. Zielgruppe der Mediathek sind daher in erster Linie Bürger der Stadt. Es gibt auch keine Nachbarkommune, aus der besonders viele Nutzende kommen.

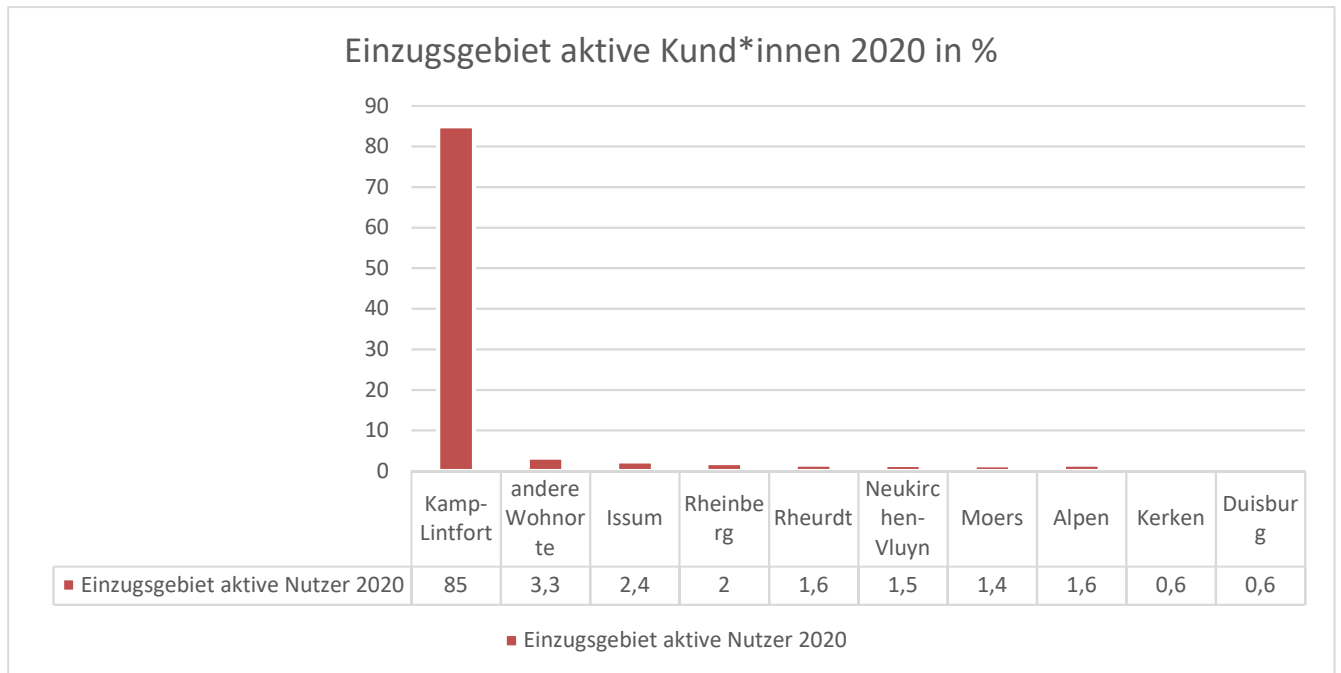


Abbildung 7

Eine Statistik der Kund*innen nach Herkunftsland ist in der bisher vorhandenen Bibliothekssoftware nicht vorgesehen.

Besonders viele Kinder und Jugendliche bis 14 Jahren und ältere Menschen ab 60 Jahren sind Nutzer*innen der Mediathek. Im Bereich der jungen Erwachsenen gibt es weniger Interesse. Überwiegend wird das Angebot der Mediathek von Mädchen und Frauen in Anspruch genommen. Fast alle aktiven Kund*innen kommen aus Kamp-Lintfort. Die anderen verteilen sich ohne größere Schwerpunkte auf die umliegenden Gemeinden.

2.3 Veranstaltungen und Projekte

Die Arbeit in der Mediathek ist geprägt von vielen Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit. Es gibt einen **Blog, Facebook, Instagram und einen Youtube-Channel**.

In 2019 konnten 185 Veranstaltungen angeboten werden. Dazu gehört die Lesestart-Reihe (**Bücherbabys, Kamishibai, Bilderbuchkino, Live-Hörspiel, Basteln**) entsprechend der Bildungskette für Kinder bis ins Grundschulalter. Für ältere Kinder und Jugendliche gibt es neben dem jährlichen Sommerleseclub regelmäßige und betreute Gaming-Angebote im „**Zockerzimmer**“. Im Herbst werden in Kooperation mit dem Friedrich-Bödecker-Kreis regelmäßig **Autorenbegegnungen** für Schulklassen in der Mediathek organisiert.

Für Erwachsene finden durchschnittlich zwei **Abendveranstaltungen** in wechselnden Formaten monatlich statt. Darunter eine **Feierabend-Reihe** mit Imbiss aus dem integrierten Bistro, den literarischen Salon „**Aufgelesen**“, **Weinlese** und literarische Menus. Wiederkehrende Projekte wie **Literaturtage** und **Aktionsmeilen** finden in größeren Abständen statt. Sammelaktionen für den beliebten Büchertrödel ergänzen das vielfältige Angebot. Sowohl die Kinder- als auch die Erwachsenenveranstaltungen finden fast ausschließlich in Zusammenarbeit mit dem Verein LesART statt.

Leider gibt es häufig nur wenige teilnehmende Kinder bei den angebotenen Veranstaltungen. Es gibt daher Überlegungen Kitas und OGS mehr einzubinden bzw. direkt einzuladen, damit mehr Kinder von diesen lesefördernden Maßnahmen profitieren. Insbesondere solche aus bildungsfernen Familien, die eher selten den Weg in die Mediathek finden.

Weiterhin wurden 2019 knapp 70 Einführungen in die Bibliotheksbenutzung für alle Altersgruppen angeboten.

Es gibt einen **Etat für Veranstaltungs- und Öffentlichkeitsarbeit** von jährlich rund 3.500 Euro. Davon können eher kleinere Projekte realisiert werden. Für Lesungen mit bekannteren Autorinnen und Autoren müssten die bisher vergleichsweise niedrigen Eintrittspreise drastisch erhöht werden. Darauf wurde bisher auch aus Gründen der niederschweligen Teilhabe verzichtet.



Abbildung 8 Klassenführung 2020 © Frericks

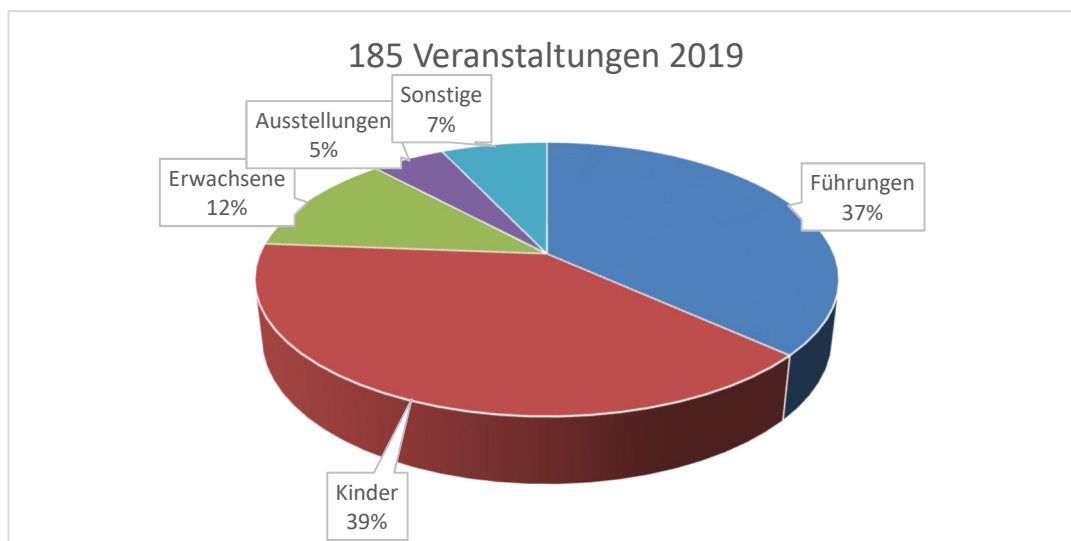


Abbildung 9

Eine weitere Säule der Öffentlichkeitsarbeit in der Mediathek sind die **Ausstellungen**. Jährlich haben ca. 10 Hobbykunschtschaffende/Sammler*innen sowie Vereine die Möglichkeit, ihre Werke für einen Monat auszustellen. Nicht zuletzt durch die gute Resonanz in der Lokalpresse wird dieses Angebot sehr gut angenommen. Im Ranking des Bibliotheksmonitors⁷ steht die Mediathek mit 32 Veranstaltungen/Jahr pro 1000 EW sehr gut dar. 75% der vergleichbaren Bibliotheken bieten weniger Veranstaltungen an.

Trotz Pandemie konnten in 2020 immerhin fast die Hälfte der im Vorjahr stattgefundenen Aktionen angeboten werden. Einige Angebote konnten auch durch **digitale Alternativen** wie Video-Konferenzen und Youtube-Beiträge ersetzt werden.

In der zweiten Jahreshälfte 2021 konnte nach langer Planung eine Erweiterung des Veranstaltungsangebotes umgesetzt werden: **Lesehund** Oskar kommt seit September zwei Mal monatlich in die Mediathek. Kooperationspartner ist eine Grundschule. Gefördert wurde das Angebot durch dem Lions Club Kamp-Lintfort/Rheinberg und den Verein LesART e. V.

Außerhalb von Pandemiezeiten ist die Arbeit in der Mediathek geprägt von Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit. Ehrenamtliche des Vereins LesART sind hierbei eine große Unterstützung. Neben der Lesestart-Reihe, die Kinder vom Baby- bis ins Grundschulalter Lust auf Bücher machen soll, gibt es diverse Angebote für Erwachsene. Bis zu 70 Einführungen in die Bibliotheksbenutzung für alle Altersgruppen werden jährlich durchgeführt. Kinderveranstaltungen werden inzwischen schlecht besucht. Hier sollen eventuell Kitas und OGS eingebunden werden. Seit September 2021 bereichert Lesehund Oskar die Leseförderung. Die Mitarbeiter*innen der Mediathek betreiben verschiedene Social-Media-Kanäle und einen Youtube-Kanal.

⁷ Bibliotheksmonitor www.hbz-nrw.de

2.4 Lage, Raum und Ausstattung

Seit dem **Umzug 2017** in ein renoviertes Ladenlokal im sogenannten Rathauscenter befindet sich die Mediathek mitten in der Innenstadt, etwas abseits der Haupteinkaufsstraße. Eine öffentliche **Tiefgarage** im Untergeschoss steht für Besuchende der Mediathek für die 1. Stunde kostenlos zur Verfügung.

Auf gut **1.200 qm barrierefreier Publikumsfläche** gibt es viel hellen und freundlichen Raum für alle Medien, Arbeitsplätze, mehrere Multifunktionsbereiche, ein Lesekletternetz mit integrierter Veranstaltungsbühne, ein Lern-/Konferenzzimmer sowie ein Heimatzimmer, in dem verschiedene lokale Vereine ihre Buchbestände gemeinsam präsentieren können.

Im Eingangsbereich ist zudem ein **Bistro** angesiedelt, deren Pächterin zu den personalfreien Öffnungszeiten im Bereich des Foyers Aufsicht führt. Dieser Bereich lässt sich von der restlichen Mediathek durch ein liches Rolltor abgrenzen. Ebenfalls im Foyer befinden sich Toiletten (behindertengerecht) sowie ein Wickelplatz.

Laut Bibliotheksmonitor⁸ stehen pro 1000 EW knapp 33 qm zur Verfügung, das ist ein überdurchschnittlicher Wert. Laut Flächenbedarfsberechnung der Fachstellenkonferenz Deutschland in 2016 (30 qm/1000 ME) wären allerdings 1.500 qm Publikumsfläche empfehlenswert. Daher sollte auch in Zukunft viel Wert auf einen schlanken und aktuell gehaltenen Bestand zugunsten von einladenden Sitz- und Arbeitsplätzen gelegt werden.

Die Einrichtung und Konzeptionierung wurde mit einem erfahrenen Architekturbüro entwickelt und abgestimmt. Ziel war unter anderem eine Entwicklung zum **Dritten Ort** mit der dazugehörigen Aufenthaltsqualität. Dritte Orte sind konsumfreie Räume und Treffpunkte, die einen Ausgleich zum privaten Wohnumfeld und dem Arbeitsplatz bieten. In diesem Zusammenhang hat sich die Mediathek zu einer Art „Wohnzimmer der Stadt“ entwickelt.

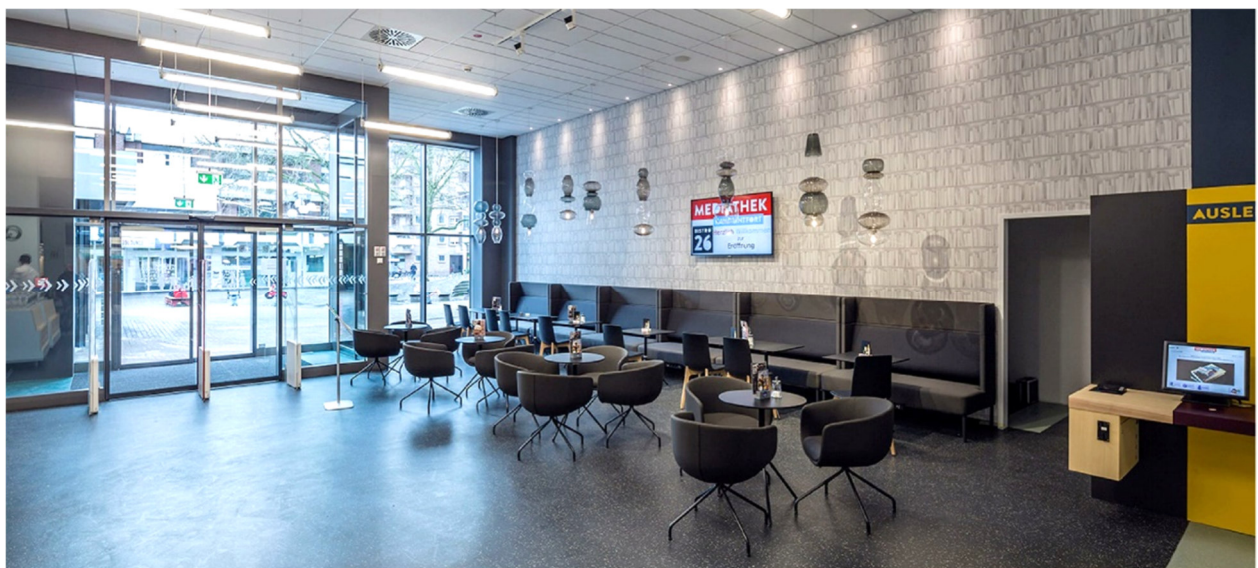


Abbildung 10 Bistro 26 im Foyer der Mediathek ©Mediathek

⁸ Bibliotheksmonitor www.hbz-nrw.de



Abbildung 11 Aufenthaltsqualität ©Frericks

Die räumliche Situation der Mediathek ist sehr gut. Das gilt sowohl für das Platzangebot als auch für das moderne Ambiente welches für viel Aufenthaltsqualität sorgt. Durchdachte Konzepte und multifunktionale Flächen ermöglichen je nach Bedarf sowohl Ruhe als auch Raum für Aktionen. Ein integriertes Bistro im Foyer ermöglicht neben kulinarischen Angeboten auch die Aufsicht zu den erweiterten Open-Library-Zeiten.

2.5 Technik

Technisch ist die Mediathek spätestens seit dem Umzug gut ausgestattet. Bereits an alter Stelle wurde bereits 2011 auf **RFID und Selbstverbuchungssysteme** umgerüstet. In der heutigen Mediathek gibt es zwei Ausleihautomaten und zwei automatisierte Rückgaben. Eine davon ist auch außerhalb der Öffnungszeiten im Windfang für Kunden zugänglich. Leider gibt es sporadisch auftretende technische Ausfälle bzw. die Geräte lassen sich von weniger sachgerechter Bedienung im Publikumsverkehr schnell irritieren.

Je nach Einstellung kann mit dem Leseausweis die Eingangstür geöffnet werden. Auf diese Art erfolgte auch ein Großteil der streckenweise pandemiebedingt erforderlichen Rückverfolgbarkeit der Besuchenden.

Weiterhin gibt es **3 Online-Kataloge**, **zwei Arbeits-PCs** mit Internet und Office-Programmen samt Druckeranschluss, **freies WiFi** und zahlreiche Arbeitstische mit Lademöglichkeiten für mitgebrachte Endgeräte.

Es gibt zudem zwei Beamer und im **Zockerzimmer** zwei LED-Fernseher mit Wii- und PS4-Konsolen. Für Veranstaltungen stehen verschiedene einfachere Mikrofone und Lautsprecher zur Verfügung. Insbesondere für den Bereich digitale

Veranstaltungsformate soll zukünftig mit besserer Beleuchtung und Aufnahmetechnik aufgerüstet werden.

Im Foyer befindet sich zudem ein **Touchpult** für das Publikum, auf dem allgemeine Informationen (Satzung, Speisekarte Bistro, Grundriss, virtueller Rundgang) aufgerufen werden können.

Ein öffentliches **Kopiergerät** für steht außerdem zur Verfügung.

Bisher ist die Mediathek an das BBV-Programm des Kommunalen Rechenzentrums Niederrhein angeschlossen. Ab 2022 wird auf Verbundebene auf die Software des Anbieters aStec umgestellt.

Allen Mitarbeitenden steht ein eigener Schreibtisch samt Netzwerk-PC zur Verfügung. Zudem sind 4 Kolleginnen spätestens seit der Corona-Pandemie mit zusätzlichen Laptops, auch für die mobile Nutzung im Home-Office ausgestattet.

Die **IT-Kompetenz** im Team ist sehr unterschiedlich ausgebildet und beschränkt sich außerhalb der üblichen Office- und bibliotheksspezifischen Anwendungen auf wenige Mitarbeiterinnen. Daher ist das Team häufig auf das Entgegenkommen der städtischen EDV-Abteilung angewiesen.

Beim Thema „**Digitale Angebote**“ gehört die Mediathek zu den Vorreiter*innen. Mit neun digitalen Angeboten (darunter u.a. die Onleihe, Pressreader, Social Media, Youtube, Datenbanken, virtueller Rundgang etc.) bieten im Vergleich nur 5% der Bibliotheken in diesem Bereich mehr an⁹.



Abbildung 12 Rückgabeautomat © Frericks

Die technische Ausstattung der Mediathek ist gut. Es gibt zahlreiche Arbeitsplätze mit Steckdosen. RFID-gestützte Selbstverbuchung und Rückgabeautomaten stehen seit Jahren zur Verfügung. Die Zuverlässigkeit dieser Open-Library-Technik könnte besser sein. Für Veranstaltungen stehen Beamer, TV-Geräte, Konsolenspiele und Mikrofontechnik zur Verfügung. Für digitale Formate sollte die Aufnahmetechnik aufgerüstet werden. Alle Mitarbeiter*innen haben einen eigenen Arbeitsplatz mit PC-Zugang. Für 2022 ist die Umstellung auf eine neue Bibliothekssoftware auf Verbundebene geplant. Es gibt viele digitale Angebote für die Kund*innen.

⁹ Bibliotheksmonitor www.hbz-nrw.de

2.6 Personal

Die Mediathek verfügt laut Stellenplan über 6,03 Stellen. 8 Mitarbeiterinnen sind zur Zeit festangestellt. Das entspricht einer **VZÄ von 6,27**.

2 Bibliothekarinnen (Leiterin Vollzeit, Stellvertretung Teilzeit), **drei Fachangestellte** und **zwei angelernte Teilzeitkräfte** sowie eine **Auszubildende** bilden den Kern des Teams. Ergänzend gibt es noch **3 Schülerinnen und Schüler**, die jeweils befristet mit geringer Stundenanzahl bei den Rücksortierarbeiten und im „Zockerzimmer“ helfen. Weiterhin gibt es eine **pädagogische Honorarkraft**, die Führungen für Kindergartengruppen und Grundschulklassen durchführt.

Viele **ehrenamtlich Helfende** des Vereins LesART sind insbesondere im Bereich Mitarbeit bei Veranstaltungen und Leseförderung tätig. Ohne diese Unterstützung wären zahlreiche Angebote nicht realisierbar. Rechnet man alle geleisteten ehrenamtlichen Stunden zusammen, kommt in 2019 immerhin eine VZÄ von 1,54 zusammen.

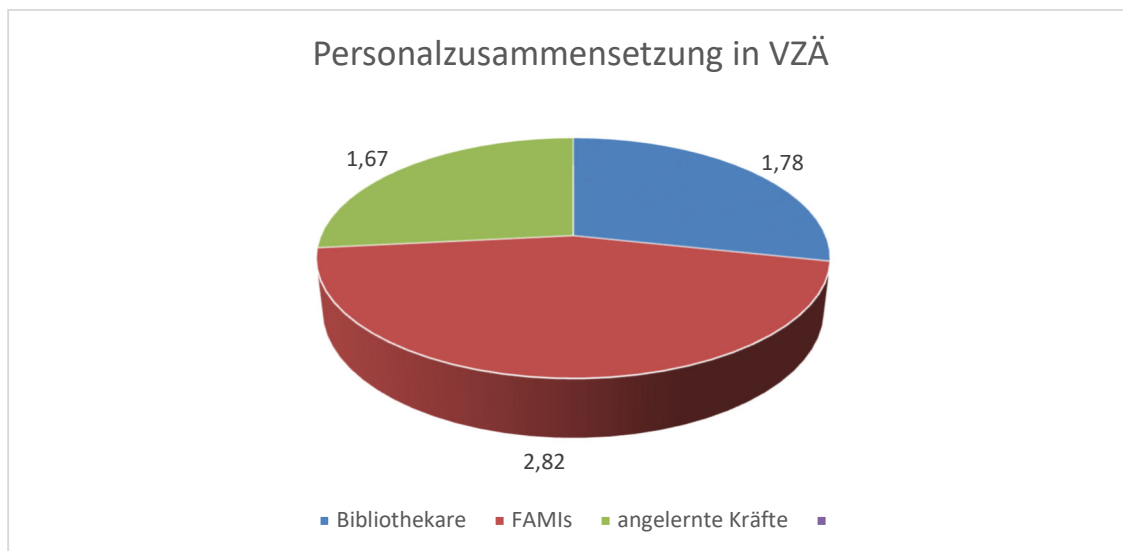


Abbildung 13

Die Personalsituation war in den letzten Jahren zum Teil sehr angespannt. Zudem konnte die Stelle der stellvertretenden Leiterin aufgrund des Fachkräftemangels für die Dauer der Elternzeit nicht besetzt werden. Daher entschied man sich 2019 gemeinsam mit der Stadtverwaltung die Leitungsstelle frühzeitig auszuschreiben und ab 2020 für ein Übergangsjahr doppelt zu besetzen. Dadurch und durch einen Rückgang des Krankenstandes ist die Personalsituation inzwischen besser.

Laut Konrad Umlauf¹⁰ ergibt sich die Höhe des Personalbedarfs aus der Summe aller Mitarbeitendenstunden/Woche, die aufgrund der Öffnungszeiten benötigt werden. Diese multipliziert mit 3,334 ergeben den tatsächlichen Bedarf. In Kamp-Lintfort ergibt sich dabei ein Bedarf von 153 Wochenarbeitsstunden der Mitarbeitenden, der rechnerisch durch 169 zur Verfügung stehende Stunden abgedeckt ist. Diese augenscheinlich komfortable Ausgangslage relativiert sich jedoch durch einen

¹⁰ Konrad Umlauf: Erfolgreiches Management in Bibliotheken und Informationseinrichtungen

teilweise hohen Krankenstand und die im Verhältnis der Bibliotheksgröße umfangreiche Veranstaltungs- und Bildungspartnerarbeit. Außerdem zeigt sich immer wieder zu Urlaubszeiten deutlicher Personalmangel, wenn zusätzlich krankheitsbedingte Ausfälle die Aufrechterhaltung der Öffnungszeiten erschweren.

Die Personalsituation hat sich im vergangenen Jahr durch die vorübergehende Doppelbesetzung der Leitungsstelle, den niedrigeren Krankenstand sowie durch die pandemiebedingten Schließungszeiten im Vergleich zu den Vorjahren verbessert. In Urlaubszeiten können krankheitsbedingte Ausfälle wegen der Öffnungszeiten jedoch weiterhin schlecht aufgefangen werden.

2.7 Finanzen

	2020	2019
Laufende Ausgaben insgesamt	651.386	622.862
... davon: Ausgaben für Erwerbung (inkl. Einband und Lizenzen)	49.918	41.819
... darunter: Ausgaben für virtuelle Medien (Lizenzen)	3.670	3.469
... davon: Ausgaben für Personal	377.522	338.693
... davon: sonstige laufende Ausgaben (Miete, Neben-und Reinigungskosten, Einrichtung, Büroausstattung)	223.946	242.350
Gesamtausgaben	651.386	622.862
Ausgaben des Trägers für die Bibliothek	630.120	598.665
Fremdmittel insgesamt (Fördermittel, Sponsoring)	2.931	3.790
Eigene Einnahmen (Jahres-, Nutzungs- und Mahngebühren)	18.335	24.197

Die Mediathek verfügt über einen Gesamtetat von 651.386 Euro (Stand 2020). Davon stehen knapp 50.000 Euro für den Erwerb von Medien zur Verfügung. Im Vergleich zu 2019 (41.819 Euro) konnte eine lange erhoffte Steigerung erzielt werden. Diese floss sowohl in die Kompensation der gestiegenen Buchpreise als auch in weitere digitale Angebote (Pressreader). Dennoch liegt der **Erwerbungsetat** für Medien mit 1,31 Euro pro EW im Vergleich mit anderen Bibliotheken gleicher Größenordnung im unteren Bereich.¹¹ Dies spiegelt sich auch durch eine relativ geringe Zugangsquote je EW (0,76 Medieneinheiten pro EW/Jahr) wieder.

Die laufenden Ausgaben des Trägers für die Mediathek haben sich dennoch in 2020 um rund 4,6 % erhöht. Das lag zum einen am höheren Erwerbungsetat, den höheren Personalkosten (vorübergehende Doppelbesetzung der Leitungsstelle ab Mai) und

¹¹ Bibliotheksmonitor www.hbz-nrw.de

zum anderen an niedrigeren Einnahmen. So wurden im Zuge der Kundenfreundlichkeit während der Sonderschließungszeiten Leihfristen und Leserausweise großzügig verlängert, Online-Zugänge kostenlos angeboten sowie weniger Ausleihgebühren für Sondermedien (DVDs, Konsolenspiele etc.) und Vormerkungen eingenommen.

Die laufenden Kosten der Mediathek belaufen sich auf rund 650.000 Euro jährlich. 2020 konnte der Erwerbsetat den Buchpreissteigerungen angepasst werden.

2.8 Öffnungszeiten

In der Mediathek werden wöchentlich **23 Öffnungsstunden mit Fachpersonal** angeboten, die sich wie folgt verteilen:

Di, Do, Sa 10-13 Uhr
Mo, Di, Do, Fr 14-18 Uhr

Das Bistro 26 und Foyer haben zusätzlich **22 Stunden/Woche** geöffnet. Hierbei steht ein eingeschränktes Angebot **ohne Fachpersonal** zur Verfügung:

Mo, Di, Do, Fr 9-14.30 Uhr
Mi und Sa 9-13 Uhr

Seit August 2021 ist die Mediathek auch **sonntags** mit personalfreiem Angebot zwischen 13 und 18 Uhr geöffnet. Eine Aufsicht der Räumlichkeiten erfolgt über Aushilfskräfte. Somit erhöht sich die personalfreie wöchentliche Öffnungszeit um 5 Stunden.

Die 23 Wochenöffnungsstunden mit Fachpersonal finden sich im Ranking des Bibliotheksmonitors¹² relativ weit unten wieder. Allerdings finden die Open-Library-Zeiten darin keine Berücksichtigung. Insgesamt konnten 2019 knapp 2300 Jahresöffnungsstunden angeboten werden.

Eine Auswertung der Nutzung der angebotenen Öffnungszeiten anhand einer beispielhaften Woche im Oktober 2020 ergibt, dass insbesondere Dienstag und Donnerstag gut besucht sind. Das liegt hauptsächlich daran, dass an diesen Wochentagen sowohl vor- als auch nachmittags geöffnet ist. Mittwochs vormittags wenn nur das Bistro und die Open Library im Foyer geöffnet haben, gibt es am wenigsten Publikum in der Mediathek. Die Verteilung der Ausleihen über die Wochentage gestaltet sich dabei erwartungsgemäß analog zu den Besuchszahlen.

¹² Bibliotheksmonitor www.hbz-nrw.de

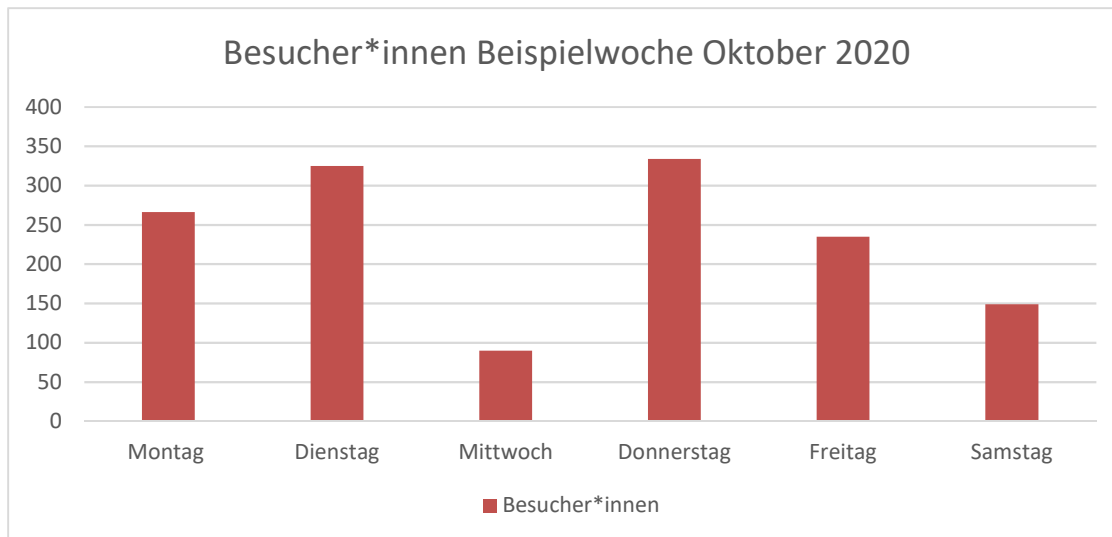


Abbildung 14

Weiterhin gibt es auch deutliche Unterschiede hinsichtlich der Besuche nach Tageszeiten. So kommen die meisten Besucher vormittags zwischen 10 – 12 Uhr und nachmittags zwischen 14 und 16 Uhr. Die frühen Abendstunden sind offensichtlich weniger gefragt.

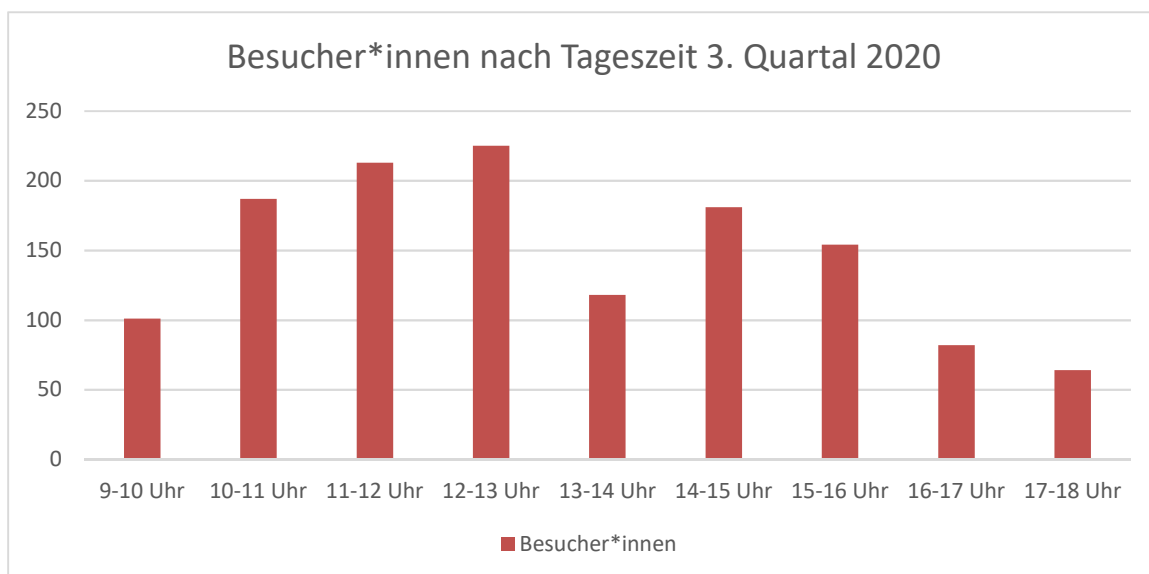


Abbildung 15

Die Mediathek bietet sowohl personalgestützte als auch Open-Library-Zeiten an. Sonntags sind weitere fünf personalfreie Öffnungszeiten hinzukommen. Dienstags und donnerstags sind die besucherstärksten Wochentage. Späte Vormittage und frühe Nachmittage sind besonders frequentiert. Nach 16 Uhr nimmt die Zahl der Besucher*innen deutlich ab.

3 Umfeldanalyse

3.1 Ort und Einzugsgebiet

Kamp-Lintfort liegt am linken Niederrhein und gehört zum Kreis Wesel. Westlich grenzt Kamp-Lintfort an den Kreis Kleve, südlich an Moers und Neukirchen-Vluyn und nördlich an Rheinberg und Alpen. Ende 2020 zählte die Stadt rund 38.000 EW.



Abbildung 16 ¹³

Kamp-Lintfort besteht eigentlich aus vielen verschiedenen kleineren Stadtteilen und Siedlungen. Einen historischen Stadtkern gibt es daher nicht. Allerdings gibt es ein historisches Zentrum um das Kloster Kamp sowie eine große und nahezu erhaltene Zechensiedlung. Erst in den 1930er Jahren wurden die einzelnen Siedlungsgebiete zu Kamp-Lintfort zusammengefügt.

Nach Schließung der Zeche Friedrich Heinrich, einer Ziegelei und der ortsansässigen Siemenswerke ist der Stadt in den letzten Jahren ein großes Stück Strukturwandel gelungen. Nach der erfolgreichen Ansiedelung der Hochschule Rhein-Waal konnte Kamp-Lintfort sich in 2020 zudem als Standort der Landesgartenschau präsentieren. Das für die LaGa komplett umstrukturierte Zechengelände wird inzwischen als neuer Stadtteil entwickelt und soll in naher Zukunft zahlreiche innenstadtnahe und doch im Grünen gelegene Wohneinheiten bieten. Ein Streichelzoo, ein Kulturzentrum sowie Gastronomiekonzepte sollen für einen hohen Freizeitwert im neuen Quartiers sorgen. In direkter Innenstadtlage wurden in jüngster Vergangenheit einige Hochhäuser der 1970er Jahre abgerissen und neue Grün- und Wohnflächen geschaffen. Das stärkt auch die direkte Umgebung der Mediathek.

Nicht zuletzt durch den Verzicht auf Kita-Beiträge hat sich Kamp-Lintfort sehr familienfreundlich entwickelt.

¹³ Wikipedia.de



Abbildung 17 Spielplatz im Zeechenpark mit Förderturm im Hintergrund © Kamp-Lintfort.de

Dennoch zählt Kamp-Lintfort laut dem Demographiebericht der Bertelsmanns Stiftung im „Wegweiser Kommune“¹⁴ zu den Städten und Gemeinden im strukturschwachen ländlichen Raum.

Die Situation öffentlichen Nahverkehr in Kamp-Lintfort ist bisher schwierig, da eine Anbindung an den Schienenverkehr noch nicht umgesetzt ist. Die vorhandenen Busverbindungen sind eher umständlich, da zum Teil größere Strecken nach Moers bzw. Duisburg zurückgelegt werden müssen. Deutlich vorteilhafter ist die Lage Kamp-Lintforts im Hinblick auf die Anbindung an die Autobahnen 42 und 57. Beide Autobahnen sind schnell erreichbar und bieten Pendlern einen guten Anschluss Richtung Köln, Düsseldorf und Ruhrgebiet.

Kamp-Lintfort ist nach der Zeechenschließung und anderen Rückschlägen ein großes Stück Strukturwandel gelungen. Durch die Ansiedlung der Hochschule und die positiven Entwicklungen durch die Landesgartenschau in 2020 konnte die Attraktivität der Stadt nachhaltig gesteigert werden. Junge Familien profitieren von kostenlosen Kita-Plätzen.

3.2 Bevölkerung

Kamp-Lintfort zählte Ende 2020 aktuell 38.537 EW. Dabei ist die Verteilung zwischen weiblicher und männlicher Bevölkerung recht ausgeglichen. Das Durchschnittsalter liegt bei ca. 44 Jahren.

Seit einigen Jahren liegen die Zuzüge etwa um 20% über den Wegzügen. Allerdings liegt die Anzahl der Verstorbenen jährlich deutlich über dem Anteil der Geburten. Der Anteil der Bevölkerung mit anderen bzw. doppelten Staatsbürgerschaften liegt bei rund 25%.

Die Arbeitslosenquote beträgt in Kamp-Lintfort rund 7%.

¹⁴ Bertelsmann-Stiftung: www.wegweiser-kommune.de

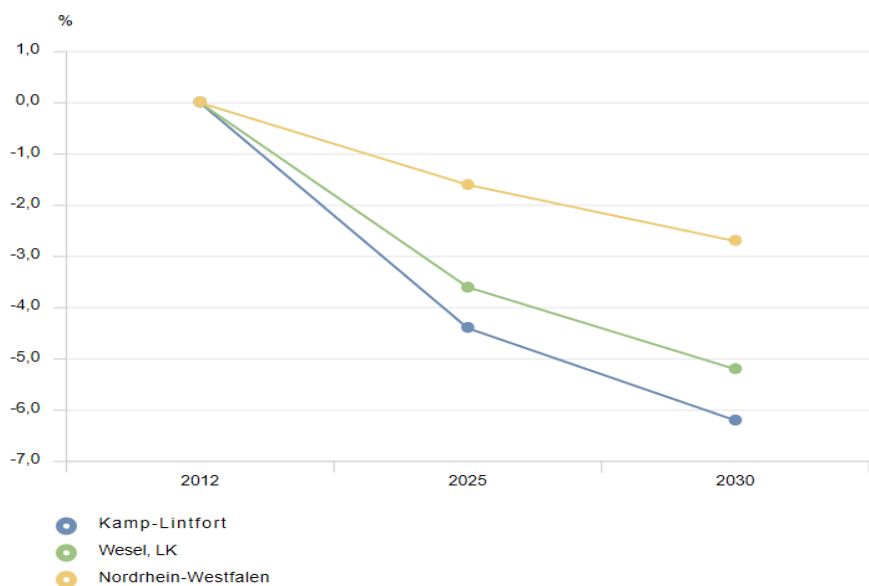
Knapp 13.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitnehmer*innen wohnen in Kamp-Lintfort. Auf 6.300 Einpendler*innen kommen knapp 10.000 Auspendler. Der Anteil der Schüler beträgt rund 3.880 sowie rund 1.300 Kindergartenkinder. In Kamp-Lintfort wohnen zudem ca. 2050 Studierende¹⁵.

Demographische Entwicklung:

Laut dem Wegweiser Kommune¹⁶ ist bis 2030 mit einer Verringerung der Bevölkerung von 6,2% zu rechnen, da u.a. die Geburtenrate deutlich unter der Sterberate liegt.

Bei Betrachtung des Wanderungsprofils wird deutlich, dass insbesondere im Altersbereich zwischen 20 und 30 Jahren die Wegzüge deutlich über den Zuzügen liegen. Das deckt sich auch mit dem Einbruch der aktiven Mediatheksnutzenden in dieser Altersgruppe. Im Bereich der Kinder zwischen 0 und 10 Jahren sowie in älteren Lebensjahren überwogen in den vergangenen Jahren hingegen die Zuzüge, was sich auch in den Kund*innengruppen der Mediathek widerspiegelt.

Bevölkerungsentwicklung 2012 bis 2030 (%)



Quelle: Statistische Ämter der Länder, ies, Deenst GmbH, eigene Berechnungen

Abbildung 18

Bezüglich der Altersstruktur der Bevölkerung wird ein Anstieg bis 2030 lediglich bei den EW ab 65 Jahren prognostiziert. Alle anderen, jüngeren Altersgruppen werden eher abnehmen. Dies gilt insbesondere für den Altersbereich von 16-24 Jahren. Das deckt sich auch mit dem niedrigen Anteil der aktiven Mediatheksnutzenden in dieser Altersgruppe.

¹⁵ www.kamp-lintfort.de

¹⁶ Bertelsmann-Stiftung: www.wegweiser-kommune.de

Wanderungsprofil 2009 - 2012 Frauen und Männer

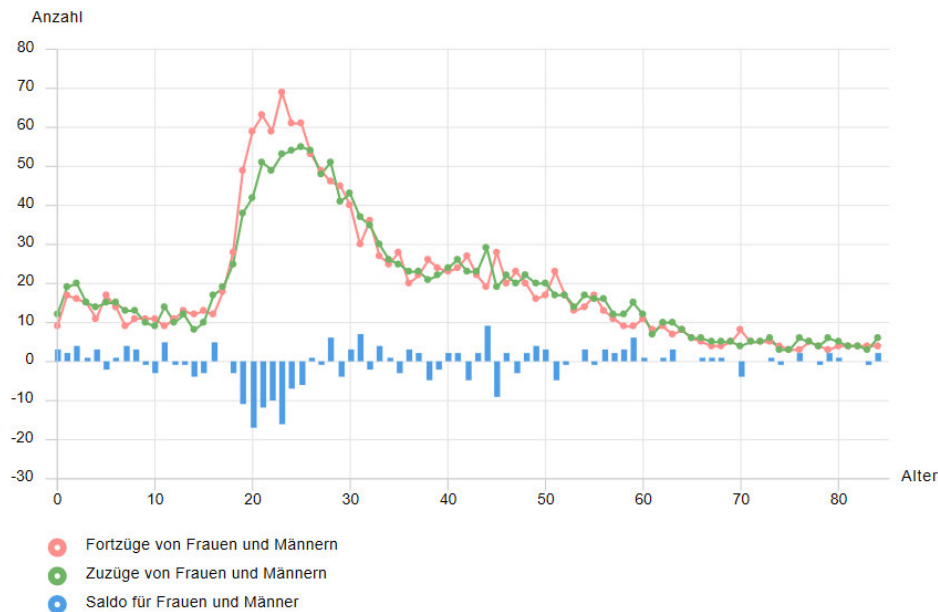


Abbildung 19

Änderung der Altersstruktur von 2012 auf 2030 (%)

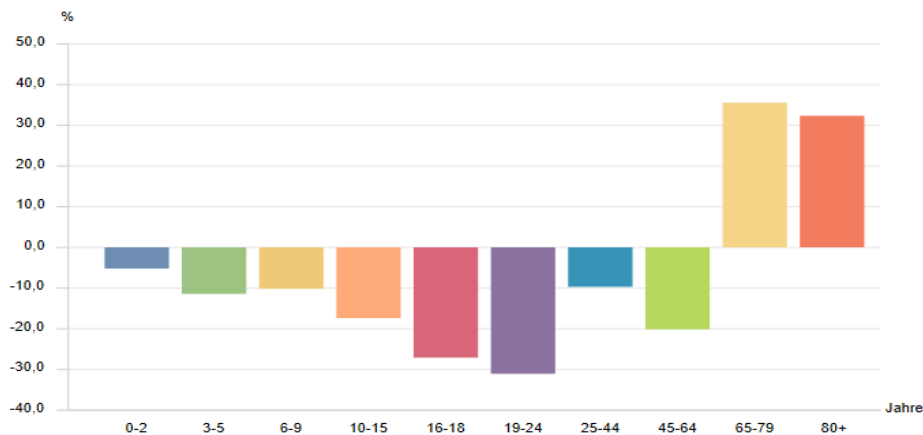


Abbildung 20

Im Vergleich fällt auf, dass im Verhältnis sehr viele Kinder unter 10 Jahren in der Mediathek angemeldet sind, denn beim Bevölkerungsanteil machen sie 9 % und in der Mediathek 18% der Gesamtnutzendenzahl aus. Im jungen Erwachsenenalter liegt die Zahl der Kund*innen prozentual deutlich unter dem Anteil der EW (11% zu 26%). Erst im Bereich der Altersgruppe Ü60 fällt der Anteil der Nutzenden erst wieder höher aus als der Anteil der an der Gesamtbevölkerung (26% zu 22 %).

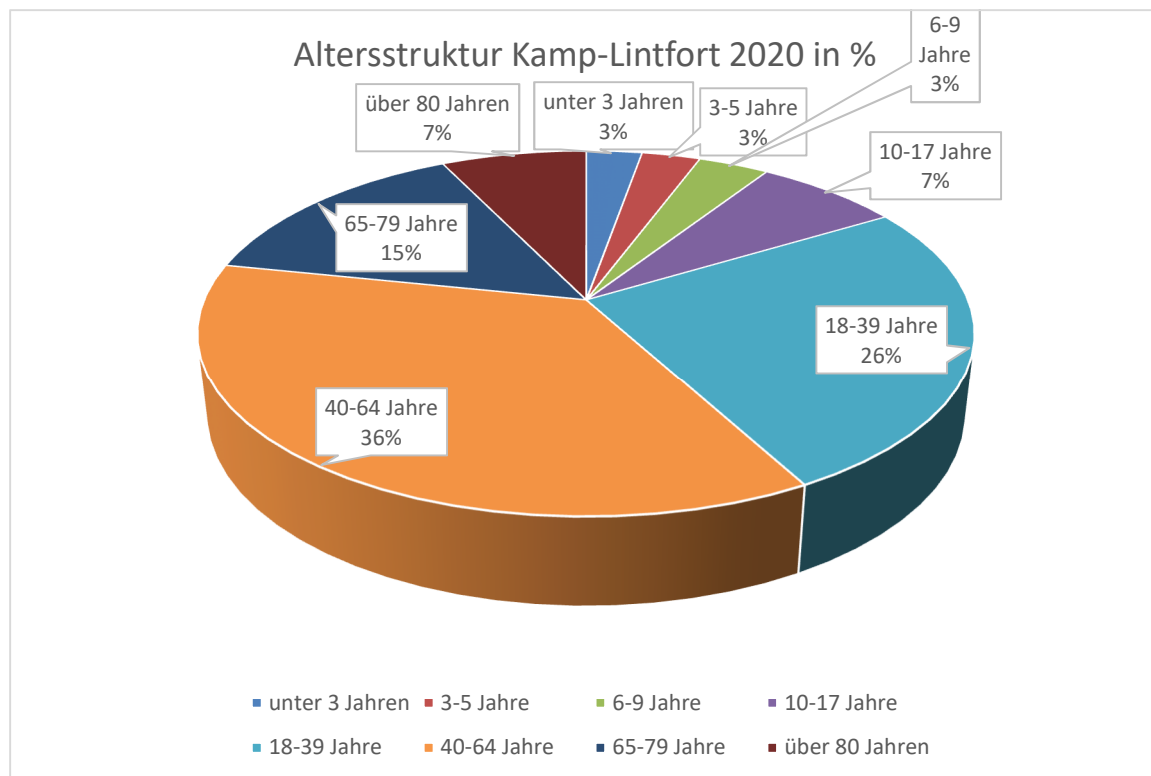


Abbildung 21

Soziale Aspekte:

In Kamp-Lintfort liegt die Kaufkraft pro Haushalt mit 46.083 Euro deutlich unter dem Landesdurchschnitt von 49.895 Euro. Der Anteil geringfügig Beschäftigter ist zudem mit 107 pro 1000 EW höher als in anderen Kommunen. Die Armut bei Kindern, Jugendlichen und Senior*innen ist jedoch erfreulicherweise etwas niedriger als im Landesvergleich. Der Arbeitslosenanteil ist mit 9,5 % wiederum etwas höherer als im NRW-Durchschnitt (8,5%).

Die Mediathek bietet Kindern und Jugendlichen einen kostenlosen Zugang und ermöglicht Erwachsenen eine moderate Jahresgebühr von 12 bzw. ermäßigt 6 Euro.

Integration:

Der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund liegt mit 14,1% in Kamp-Lintfort nur leicht über dem NRW-Durchschnitt (13,6%) und deutlich über dem Durchschnitt (9,3%) im Kreis Wesel. Weitere 11,7% haben die doppelte Staatsbürgerschaft.

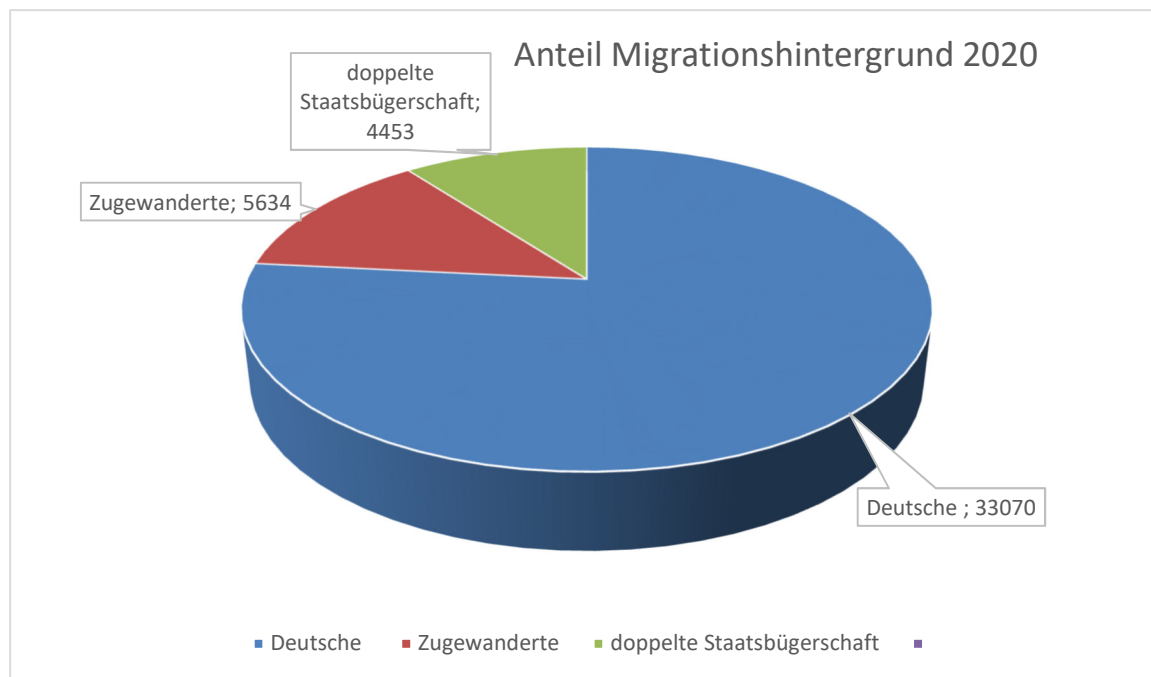


Abbildung 22

Der Anteil der Kindergartenkinder mit Migrationshintergrund liegt ebenfalls über dem Landesdurchschnitt (39,7% zu 37,4%). Erfreulicherweise erreichen jedoch mehr junge Menschen mit Migrationshintergrund das Abitur als im Landesvergleich (23,5% zu 19,9%).

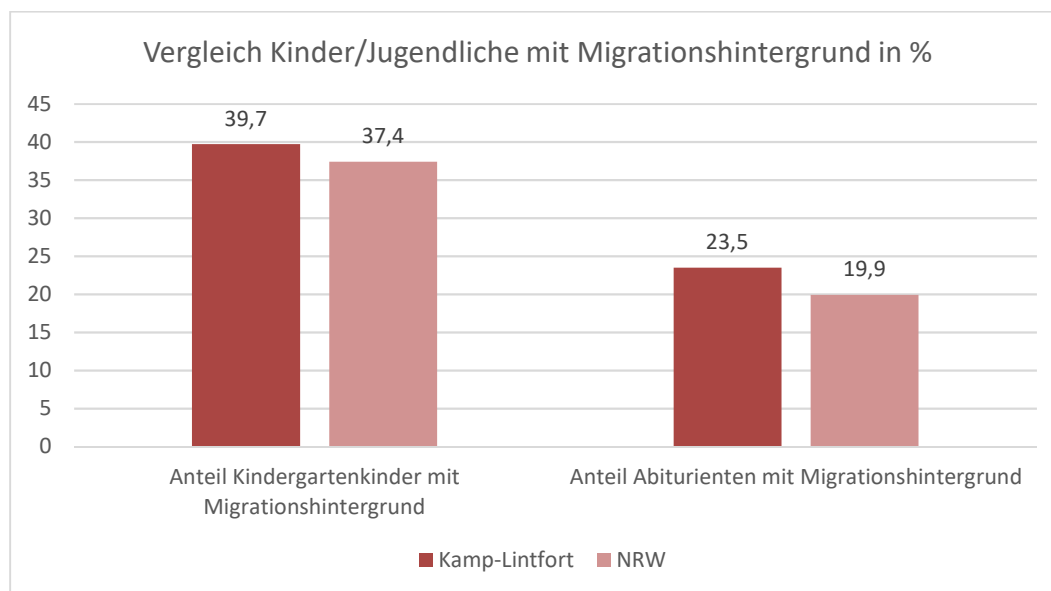


Abbildung 23

Die größte Bevölkerungsgruppe mit Migrationsanteil sind türkischer und bosnischer Abstammung¹⁷.

¹⁷ [Kamp-Lintfort.de/dienstleistungen/statistik](https://kamp-lintfort.de/dienstleistungen/statistik)

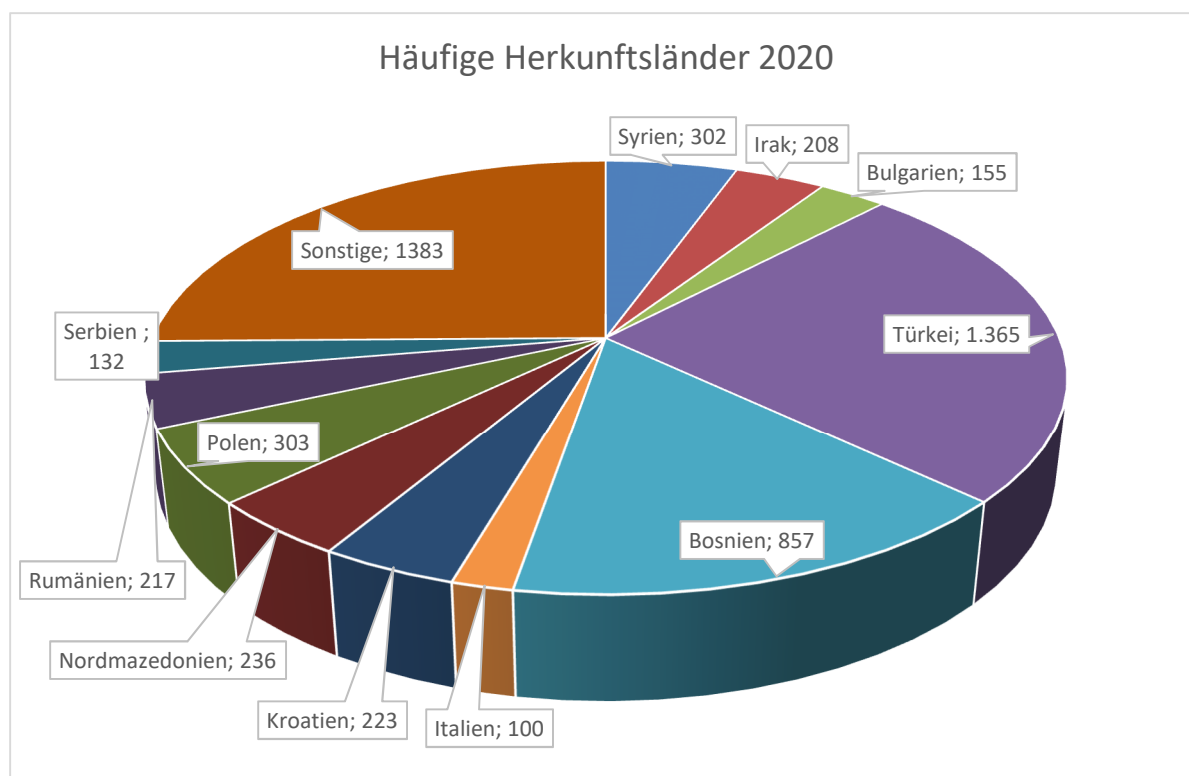


Abbildung 24

Die Bevölkerungsgröße in Kamp-Lintfort wird mittelfristig abnehmen. Besonders junge Erwachsene ziehen in andere Städte. Einige Zuzüge sind wieder zwischen 30 und 35 Jahren zu verzeichnen. Aktuell liegt die Sterbe- über der Geburtenrate. Die Kaufkraft ist im Landesvergleich eher niedrig. 3-6-Jährige haben besonders häufig einen Migrationshintergrund. Die meisten Migrant*innen kommen aus der Türkei und aus Bosnien. Überdurchschnittlich viele Schüler*innen erreichen das (Fach)abitur in Kamp-Lintfort.

3.3 Bildungs- und Kulturangebote

Bildungseinrichtungen

In Kamp-Lintfort wurden 2020 rund 1415 **Kindergarten**kinder in insgesamt 19 Einrichtungen betreut. Dabei wurden 228 U3-Plätze angeboten. Die Einrichtungen werden von der Arbeiterwohlfahrt, Kirchengemeinden, Elterninitiativen, Fokus Familie und der Stadt Kamp-Lintfort geführt. Zehn Einrichtungen haben die Zertifizierung als Familienzentrum erhalten. 112 Kinder wurden 2020 in insgesamt 40 Tagespflegestellen betreut. Mit 6 Kitas und Familienzentren besteht eine Kooperationsvereinbarung. Aber auch für alle anderen Einrichtungen werden regelmäßig Gruppenführungen angeboten und Medienkisten zusammengestellt. Zukünftig ist zudem geplant, gezielt Tageseltern anzusprechen und für die verschiedenen Angebote in der Mediathek zu werben.

In 2020 gab es 1375 Grundschüler*innen sowie 2487 Schüler*innen an weiterführenden Schulen. Es stehen 4 **Grundschulen**, teilweise mit 2 Standorten zur Verfügung. Allerdings ist die Mediathek nur von einer Grundschule schnell fußläufig zu erreichen. Weiterhin gibt es eine **Förderschule**, sowie drei weiterführende Schulen (**Sekundarschule, Gesamtschule und Gymnasium**). Mit allen Grund- und weiterführenden Schulen besteht ein Kooperationsvertrag mit der Mediathek über Bildungspartner NRW (Koordinierungsstelle für Kooperationen zwischen Schulen und städtischen Kultur- und Bildungseinrichtungen). In diesem Rahmen werden regelmäßige Bildungspartnertreffen, Klassenführungen, Autorenbegegnungen, Medienkisten, Projekte etc. angeboten.

Ebenfalls in Kamp-Lintfort ansässig ist eine **Musikschule**. Sie wird als eingetragener Verein geführt und erhält Zuschüsse durch die Stadt. Hier werden rund 1000 Schüler*innen zwischen 1 und 70 Jahren unterrichtet.

Weiterhin gibt es einen Standort der **Hochschule Rhein-Waal** in Kamp-Lintfort. Hier ist der Fachbereich Kommunikation und Umwelt angesiedelt, sowie interdisziplinäre Studiengänge in den Bereichen Informatik, Design, Technik, Psychologie und Wirtschaftswissenschaften. Zusammen mit dem Standort Kleve sind über 7.000 Studierende immatrikuliert (davon rund 2.000 am Campus Kamp-Lintfort).

Für den Bereich der Erwachsenenbildung gibt es zahlreiche Angebote durch die **VHS Moers-Kamp-Lintfort** und das **Katholische Bildungsforum im Haus der Familie**.

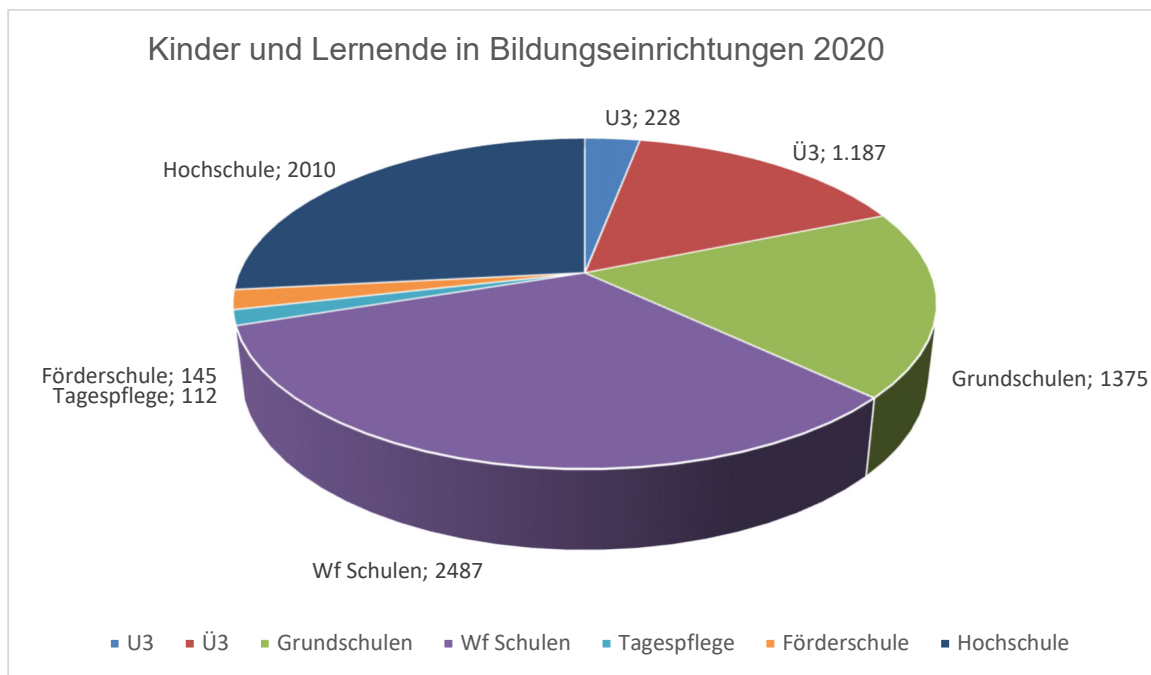


Abbildung 25

Freiwilligenagentur „Kaliaktiv“

Die Stadt Kamp-Lintfort unterhält eine Freiwilligenagentur, deren Mitarbeitende Ansprechpartner*innen sowohl für Ehrenamtliche als auch für Vereine und Organisationen sind und sich als Brücke verstehen. Neben der Vermittlung zwischen

Freiwilligen und Institutionen geht es bei Kaliaktiv auch um das wichtige Thema Wertschätzung in Form von Ehrenamtsstammtischen, Weihnachtsfeiern und Fortbildungen. Außerdem unterstützt das Team von Kaliaktiv neue Projektideen und steht hilfreich zur Seite. Zwischen Mediathek und Kaliaktiv besteht eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Die meisten ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer in der Mediathek sind zwar über den Verein LesART organisiert, dennoch konnten mit Hilfe von Kaliaktiv z. B. freiwillige Kräfte zur Einlasskontrolle im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie gewonnen werden.

Kulturangebote und Museen

In Kamp-Lintfort gibt es eine Vielzahl kultureller Angebote. Besonders das **Kloster Kamp** mit seinem barocken Terrassengarten und Klostercafé ist ein touristischer und kultureller Anziehungspunkt. Das Geistliche und Kulturelle Zentrum Kloster bietet diverse Führungen, Ausstellungen und Konzerte an. Das ansässige Ordensmuseum präsentiert zudem die jahrhundertealte Geschichte und Tradition des Zisterzienserordens.



Abbildung 26 Kloster Kamp mit Terrassengarten ©Kamp-Lintfort.de

Auf dem ehemaligen Gelände der **Zeche Friedrich Heinrich** lässt sich heute Industriekultur erleben. Es gibt ein Infozentrum „Stadt und Bergbau“ mit angeschlossenem Lehrstollen. Dort wird der Arbeitsalltag im Bergbau für Interessierte aller Altersgruppen vermittelt. Im benachbarten „Haus des Bergmanns“ wird bildreich das Leben einer Bergarbeiterfamilie um 1930 dargestellt.

Seit Kurzem wird der Zechenpark durch einen neuen Raum der Begegnung bereichert. Im ehemaligen Stall der Grubenpferde sollen Menschen mit Kunst und Kultur in Kontakt kommen. Besonderen Stellenwert im sogenannten **Schirrhof** hat die Vernetzung und Kooperation verschiedener Akteure wie Vereine, kulturelle und soziale Organisation sowie Ehrenamtliche, die diesen Raum mit Leben füllen. Ein breit gefächertes Angebot an Veranstaltungen, Kursen, Workshops, Ausstellungen, Konzerten werden in diesem weiteren Dritten Ort angeboten. Weiterhin wird zukünftig ein öffentlicher Bücherschrank zum Schmökern und Tauschen anregen.

Direkt neben dem Schirrhof wird zudem eine umfangreiche **Pumptrack-Anlage** entstehen. Diese moderne Buckelpiste ist ein Highlight für BMX-Biker und Skater und wird zahlreiche junge Leute in den Zechenpark locken.

Die **Stadthalle** ist ein weiterer Veranstaltungsort unter anderem für das Theaterangebot der Stadt aber auch für die vielfältigen Feste von Schulen, Vereinen und Organisationen. Im Hauptsaal werden über 700 Plätze angeboten, weitere Veranstaltungsbereiche gibt es im Foyer und in der Mensa.

Die Mediathek pflegt zudem eine enge Zusammenarbeit mit dem **Kulturbüro** der Stadt. Daher gibt es eine gute Vernetzung im Bereich kultureller Bildung. Auch in diesem Jahr gibt es wieder eine Fortschreibung des Gesamtkonzeptes für Kulturelle Bildung, an dem die Mediathek ebenfalls beteiligt ist. Projekte wie Kulturrucksack und Kulturstrolche führen zu gelebter Zusammenarbeit.

Jugendarbeit

In Kamp-Lintfort wird eine engagierte offene Jugendarbeit angeboten. Das Jugendamt arbeitet dabei intensiv mit dem **Jugendkulturverein Ka-LIBER** zusammen. Dort gibt es ein weitgefächertes Angebot mit Internet-Café, Billard, Konzerten, Graffiti-Projekten u.v.m.

In Zusammenarbeit mit dem Kulturbüro und Ka-Liber wurde 2021 ein **Mal-Wettbewerb** zum Thema „Lieblingsbuch“ für Schülerinnen und Schüler ausgelobt. Unter den 147 eingesendeten Bildern wurden die schönsten ausgewählt und anschließend durch einen Graffitikünstler auf die wenig attraktiven Garagenrückwände angebracht, die bisher den rückwärtigen Blick aus der Mediathek verstellten hatten.



Abbildung 27

© Ka-Liber 2021

In Kamp-Lintfort gibt es ein vielfältiges Bildungs- und Kulturangebot. Die Bildungskette reicht vom Babyalter über Kita- und Schulbildung bis zur Erwachsenenbildung. Eine Hochschule ist auch vor Ort vorhanden. Die Mediathek pflegt aktive Bildungspartnerschaften mit allen Grund- und weiterführenden Schulen und zahlreichen Kitas. Am Kloster Kamp, im Zechenpark und in der Stadthalle gibt es zahlreiche kulturelle Angebote. Für Jugendliche gibt es ein engagiertes Angebot durch die offene Jugendarbeit und mehrere Vereine. Insbesondere durch die enge Zusammenarbeit mit dem Kulturbüro gibt es zahlreiche Schnittstellen zur Mediathek.

3.4 Kooperationspartner*innen

Die Mediathek hat eine Vielzahl von Kooperationspartner*innen in unterschiedlichen Kategorien:

Bildungspartnerschaften	alle Grund- und weiterführenden Schulen
frühkindlichen Sprach- und Leseförderung	6 Kitas und Familienzentren
Einrichtungen der Erwachsenenbildung	Neues ev. Forum Kirchenkreis Moers VHS-Moers-Kamp-Lintfort
Innerstädtische Vernetzung	Kulturbüro Kamp-Lintfort Arbeitskreis Demenz Älter werden in Kamp-Lintfort Akteurs-Treffen Mitte Forum für Integration
Überörtliche Vernetzung	Friedrich-Bödecker-Kreis NRW e.V. Onleihe-Niederrhein

	Lernort Bibliothek NRW VBNW Fachstelle öffentliche Bibliotheken NRW
Bürgerschaftliches Engagement	LesART e.V. Bücherbringdienst Hirsch-Apotheke

Eine besonders intensive Zusammenarbeit findet mit dem **Verein LesART e.V.** statt:

Zum einen sind über den Verein zahlreiche ehrenamtliche Vorleser*innen organisiert, die nicht nur in der Mediathek viele Aktionen der Leseförderung anbieten, sondern auch in umliegenden Schulen, Kindergärten und Altenheimen. In diesem Zusammenhang findet ein monatlicher Vorlesetreff zwecks Austausch und Fortbildung in der Mediathek statt.

Außerdem werden gemeinsam einige Veranstaltungsreihen für Erwachsene organisiert. Dazu gehört ein Literarischer Salon, eine Feierabend-Reihe, Weinlesen und Literaturwochen.

Der Verein LesART unterstützt die Arbeit der Mediathek zudem regelmäßig durch Spenden. Die Leiterin der Mediathek ist traditionell auch im Vorstand des Vereins.

Weiterhin gibt es einige projektbezogene Zusammenarbeiten mit dem Haus der Familie, dem Geistilich-Kulturellem Zentrum Kloster Kamp, der Flüchtlingshilfe Ka-Li e.V. und anderen Einrichtungen.

Eine Bildungspartnerschaft mit der ortsansässigen Förderschule wird angestrebt.

4 Auftrag und Handlungsfelder

Insbesondere im Wandel der Mediennutzung und den damit einhergegangenen Veränderungen in Bibliotheken stellt sich mehr denn je die Frage des eigentlichen **Auftrages**. Reine Ausleihbibliotheken sind schon lange vom Aussterben bedroht. Die Mediathek Kamp-Lintfort hat sich schon immer, damals noch als Stadtbücherei, weiterentwickelt und mit digitalen Medien, viel Aufenthaltsqualität und sehr guter Vernetzung wichtige Schritte in die moderne Bibliothekswelt gewagt. Doch wie weiterentwickeln ohne den Überblick in den vielfältigen neuen Strömungen zu verlieren?

Ein Blick auf das Bibliotheksstärkungsgesetz NRW gibt erste Klarheit:¹⁸

Unter dem Begriff „Orte der Kultur“ dienen Bibliotheken demnach nicht nur als lebenslanger Lernort und Quelle von Informationen, sondern auch der Begegnung und dem (inter)kulturellem Austausch.

¹⁸ www.recht.nrw.de, letzter Aufruf 05.07.21

Auch die Leseförderung sowie die Medien- und Informationskompetenz finden hier Berücksichtigung. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Teilhabe, insbesondere an einem vielfältigen Presse- und Medienangebot.

Gemeinsam im Team wurden **auf Grundlage der zuvor erstellten Ist- und Umfeldanalyse** vier **Handlungsfelder** definiert.

Folgende Handlungsfelder bilden gemeinsam mit der zuvor definierten Vision die künftige Ausrichtung für die Arbeit der Mediathek:

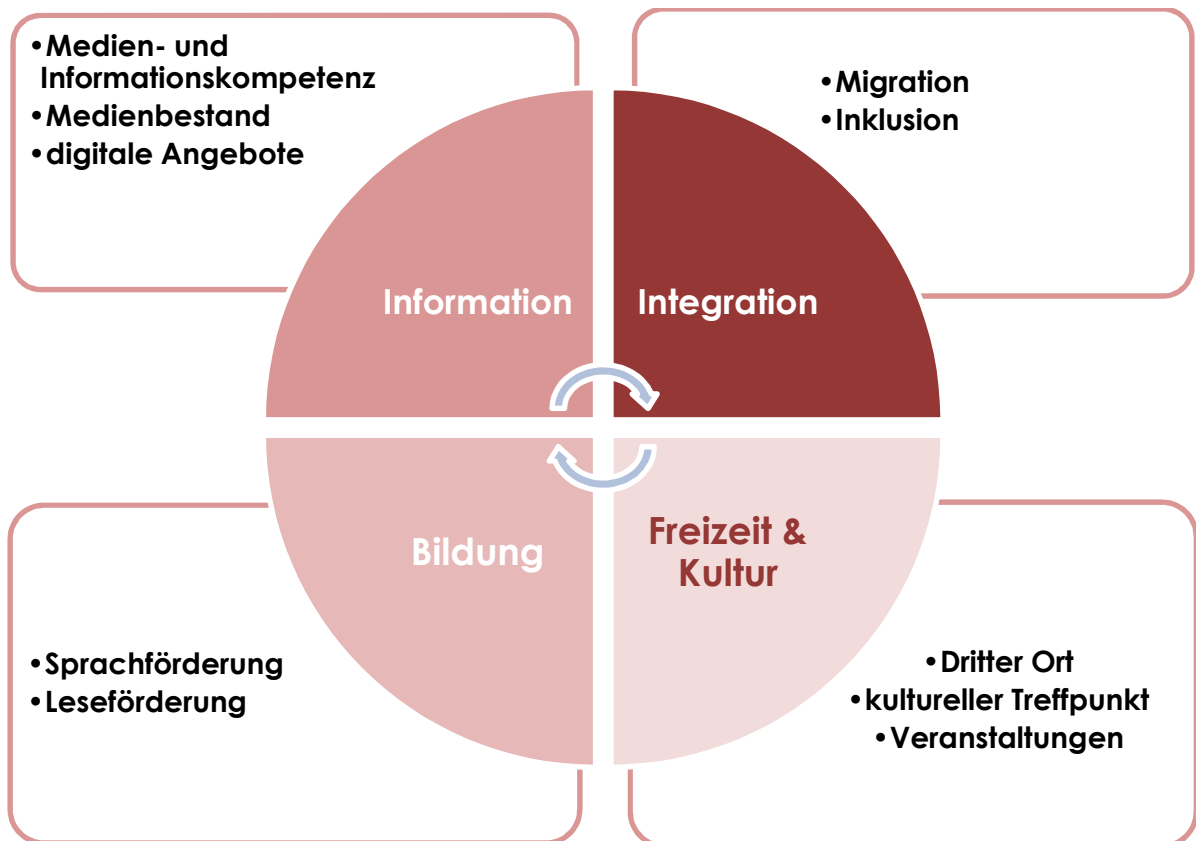


Abbildung 28 Handlungsfelder

5 Zielgruppen

Auf Grundlage der Auswertung von Kund*innen- und Bevölkerungsdaten ergeben sich Schwerpunkte bei den Zielgruppen. Dazu zählen Kinder und Familien sowie ältere Menschen. Junge Erwachsene sind aufgrund ihrer Lebenssituation (Ausbildung, Wegzug) schwer zu erreichen.

Betrachtet man zusätzlich den leicht überdurchschnittlichen Migrationsanteil und die eher geringe Kaufkraft soll zukünftig ein weiterer Schwerpunkt bei den bildungsfernen Schichten mit und ohne Migrationshintergrund gesetzt werden um der wichtigen Teilhabe an Information, Bildung und Kultur gerecht zu werden.

Für die anderen, nun nicht schwerpunktmäßig genannten Zielgruppen, bestehen selbstverständlich weiterhin Angebote (Medienbestand, Veranstaltungen etc.), jedoch gibt es bei den neu definierten Zielen und Maßnahmen eine deutliche Ausrichtung zugunsten der nachstehend aufgeführten **3 Hauptzielgruppen**. Überschneidungen zwischen den Zielgruppen sind selbstverständlich vorhanden.

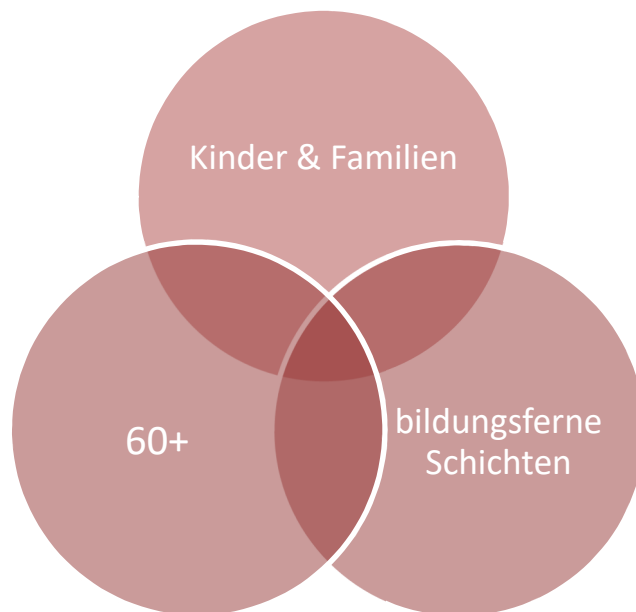


Abbildung 29 Zielgruppen

Hauptzielgruppe:	Differenzierung:
Kinder und Familien	Kinder von 0-12 Jahren, Eltern als Vermittler, Bildungspartner
Bildungsferne Schichten	Kinder (insbesondere von 0 -10 Jahren), Eltern und Familien mit und ohne Migrationshintergrund, Bildungspartner als Vermittler
60+	Ältere Menschen, kulturell bzw. literarisch Interessiert

Ein weiterhin wichtiger Bereich sind die **Bildungspartnerschaften** der Mediathek mit Schulen und Kindergärten. Sie finden sich sowohl in den Zielgruppen „Kinder- und Familien“ als auch in „Bildungsferne Schichten“ wieder. Besonders Kinder aus bildungsfernen Familien finden häufig, wenn überhaupt, durch den Klassenbesuch mit der Schule einen Zugang zu Bibliotheken.

6 Entwicklung von Zielen und Maßnahmen

Aus Handlungsfeldern, Ergebnissen der Ist-Analyse und den zuvor definierten Zielgruppen konnten gemeinsam im Team konkrete **Ziele und Maßnahmen** erarbeitet werden.

Zunächst galt es Begrifflichkeiten und Abgrenzungen zu betrachten.

Alle Ziele und Maßnahmen sollen sich im Einklang mit der bereits gemeinsam erarbeiteten Vision (s. Seite 5) verstehen. Zudem sollen die Ziele sowohl strategisch sinnvoll als auch messbar und somit kontrollierbar sein. In diesem Zusammenhang wurden die Ziele nach den Vorgaben der SMART-Methode formuliert (S=Spezifisch, M=messbar, A=attraktiv, R=realistisch, T=terminiert).

Abschließend wurden noch entsprechende Maßnahmen zur Umsetzung der zuvor definierten Ziele festgelegt.

Die Ergebnisse entstanden in Gruppenarbeit und wurden anschließend am Flipchart vorgestellt, diskutiert und optimiert (Inhalte auf den Grafiken der folgenden Seiten besser erkennbar).

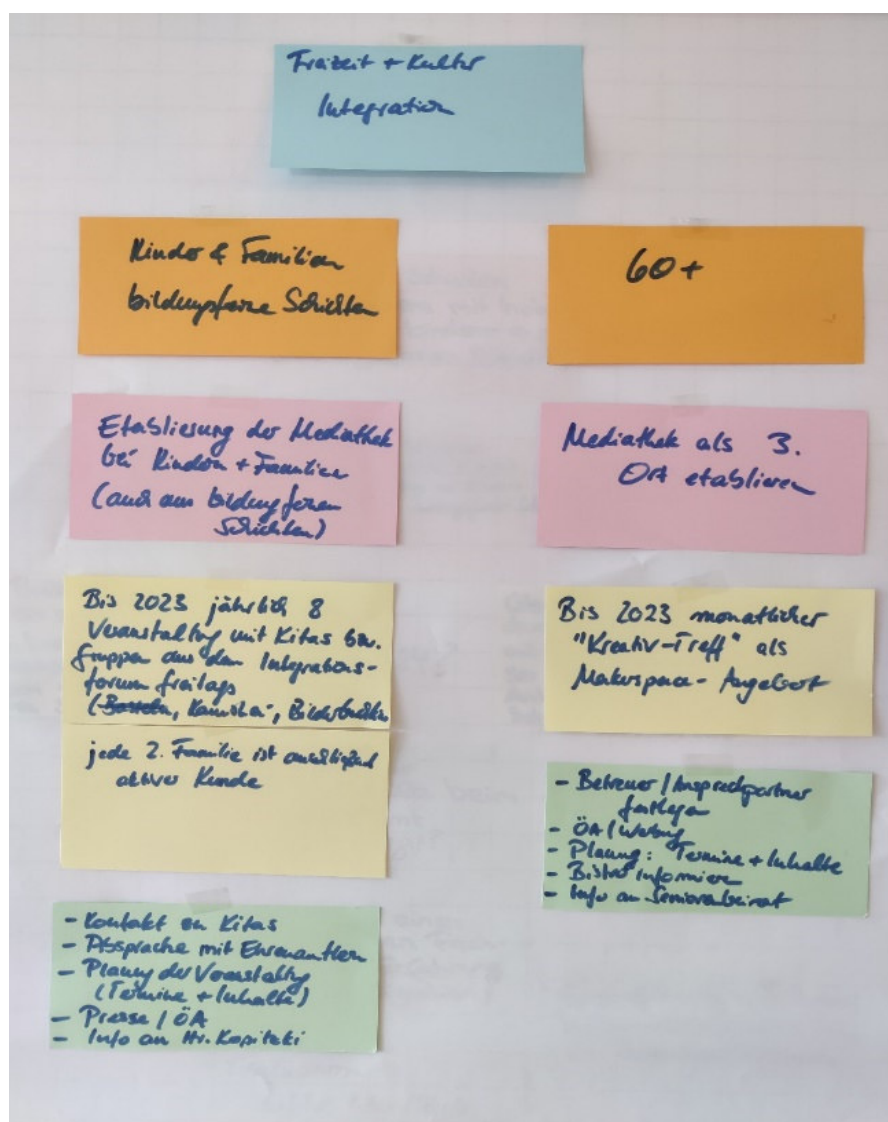


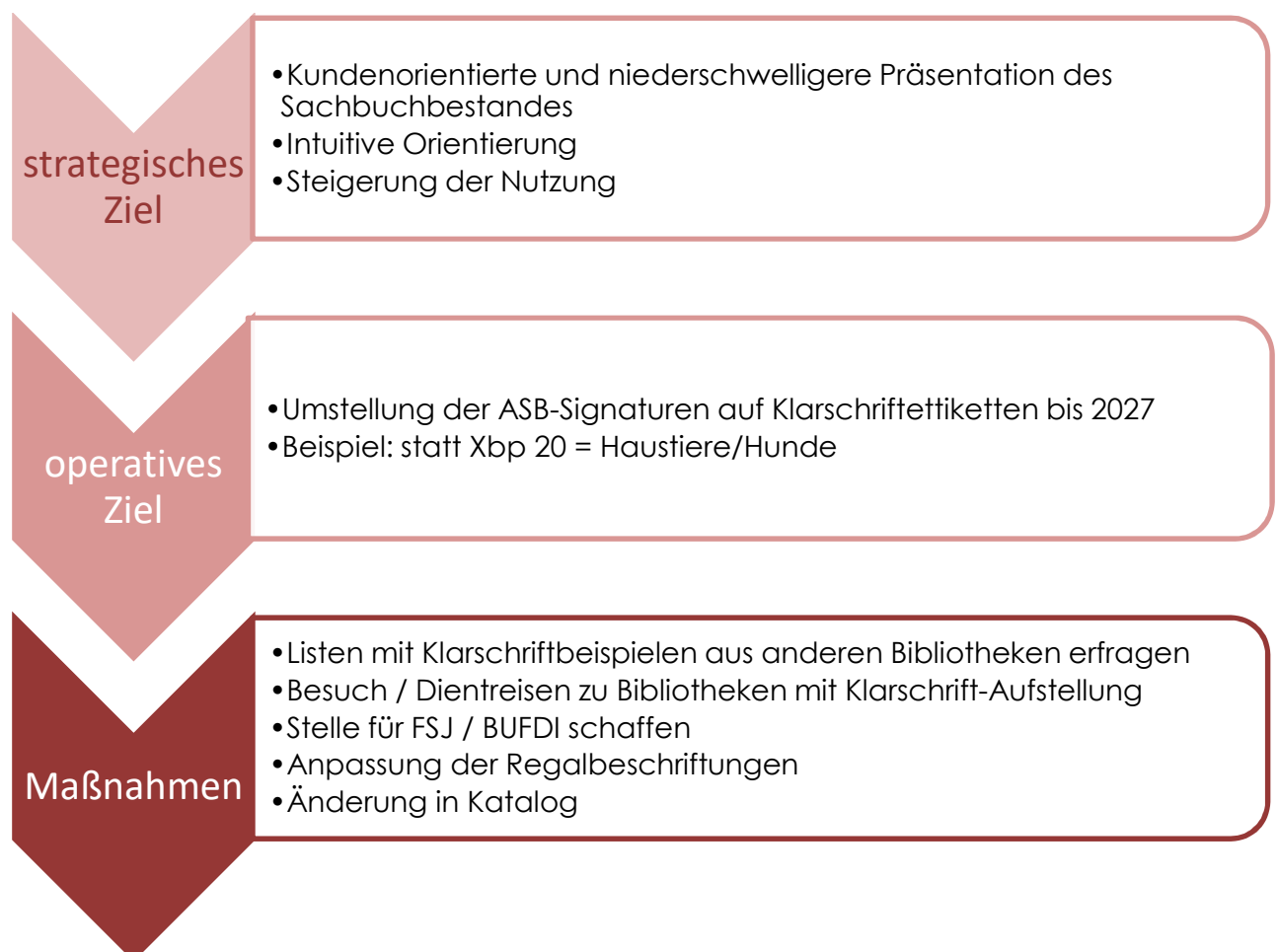
Abbildung 30 Beispiel Teamarbeit Ziele und Maßnahmen 07/21 ©Frericks

Handlungsfeld Information:

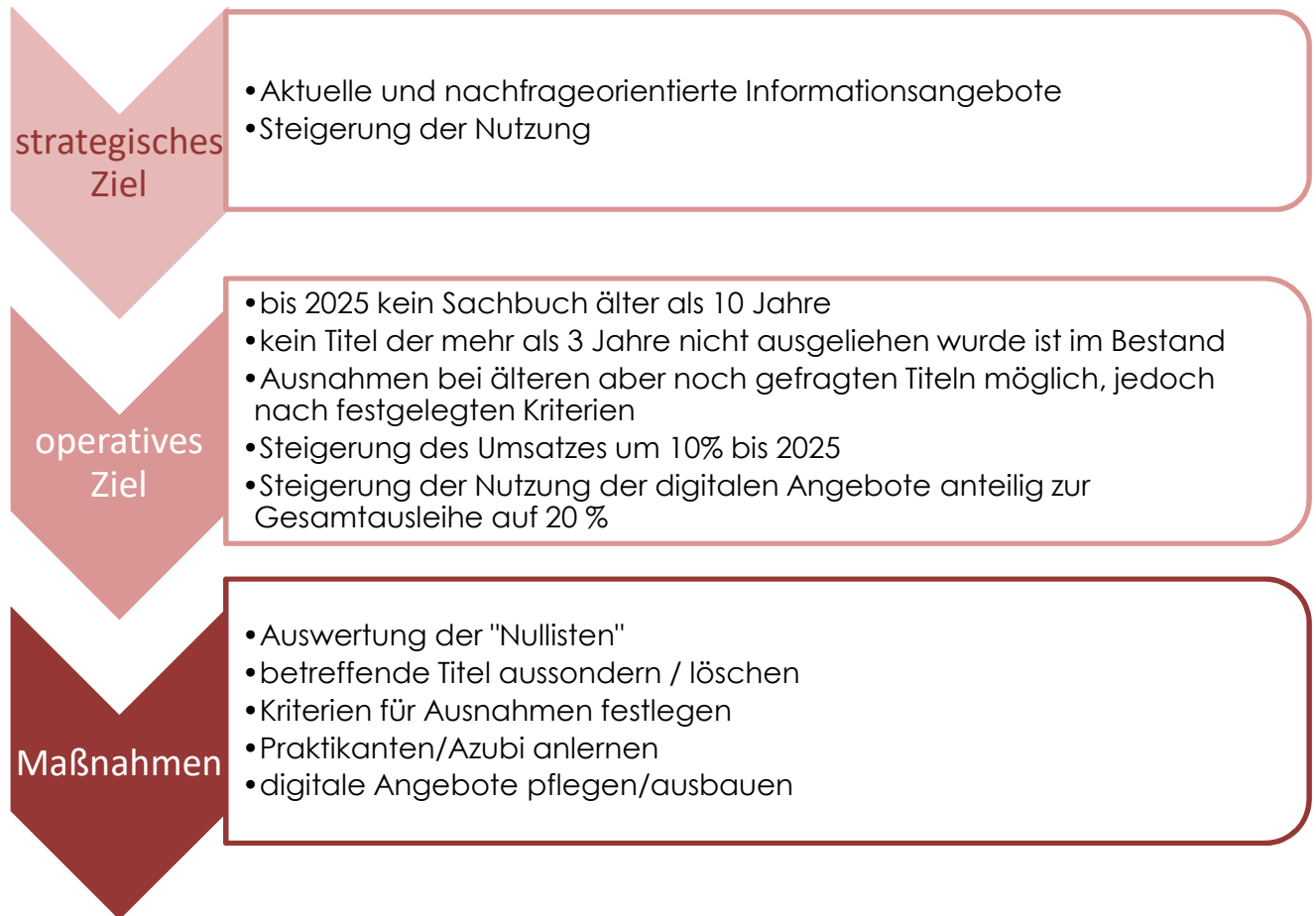
Im Handlungsfeld Information findet sich auch der **Medienbestand** wieder. Auf die in der IST-Analyse hohe Nachfrage nach Tonies hat die zuständige Kollegin bereits umgehend reagiert und das Bestellvolumen entsprechend erhöht. Eine größere Herausforderung ist jedoch die **Belebung der Sachbuchausleihe**.

Folgende Ziele samt Maßnahmen zur Verbesserung der Nachfrage im Sachbuchbereich wurden definiert:

Schon seit längerem möchte das Team der Mediathek den Zugang zu den Sachmedien erleichtern, indem die wenig kundenfreundliche ASB-Systematik ähnlich wie im Kinder- und Jugendbereich in **Klarschriftetiketten** umgewandelt wird. Bisher wurde diese Maßnahme hauptsächlich aus Zeitgründen nicht umgesetzt, da sie laut Erfahrungen aus anderen Bibliotheken sehr aufwendig und langwierig ist. Die intensive Konzeptarbeit hat nun jedoch Perspektiven und Ideen geschaffen, wie eine Umsetzung langfristig dennoch möglich ist.



Ebenfalls zur Belebung der Sachmedien könnte eine noch gründlichere **Bestandspflege** führen, insbesondere durch die erstmalige **Einführung fester Kriterien** zur Aussonderung von älteren und weniger gefragten Beständen:



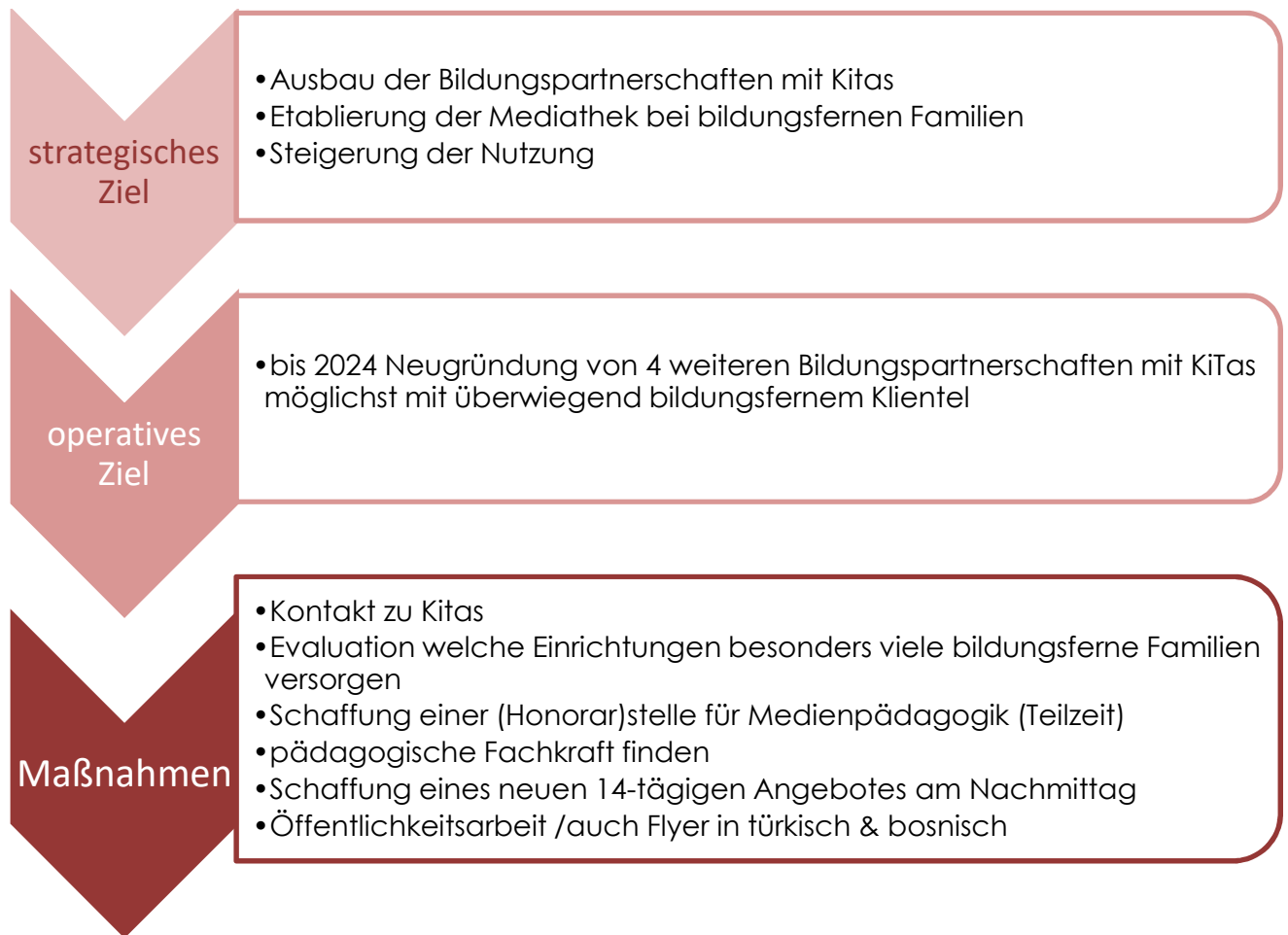
Handlungsfeld Bildung:

Bei der Betrachtung von Kund*innen- und Bevölkerungszahlen zeichneten sich als Zielgruppe nicht zuletzt **Kinder** und **bildungsferne Familien** ab.

Insbesondere für diese beiden Zielgruppen möchte die Mediathek im Handlungsfeld Bildung ihr Angebot ausbauen.

Wie im Kapitel „Kooperationen“ deutlich wurde, hat die Mediathek zwar mit allen Schulen **Bildungspartnerschaften**, aber nur mit einem Drittel der **Kindertageseinrichtungen** und Familienzentren eine Kooperationsvereinbarung.

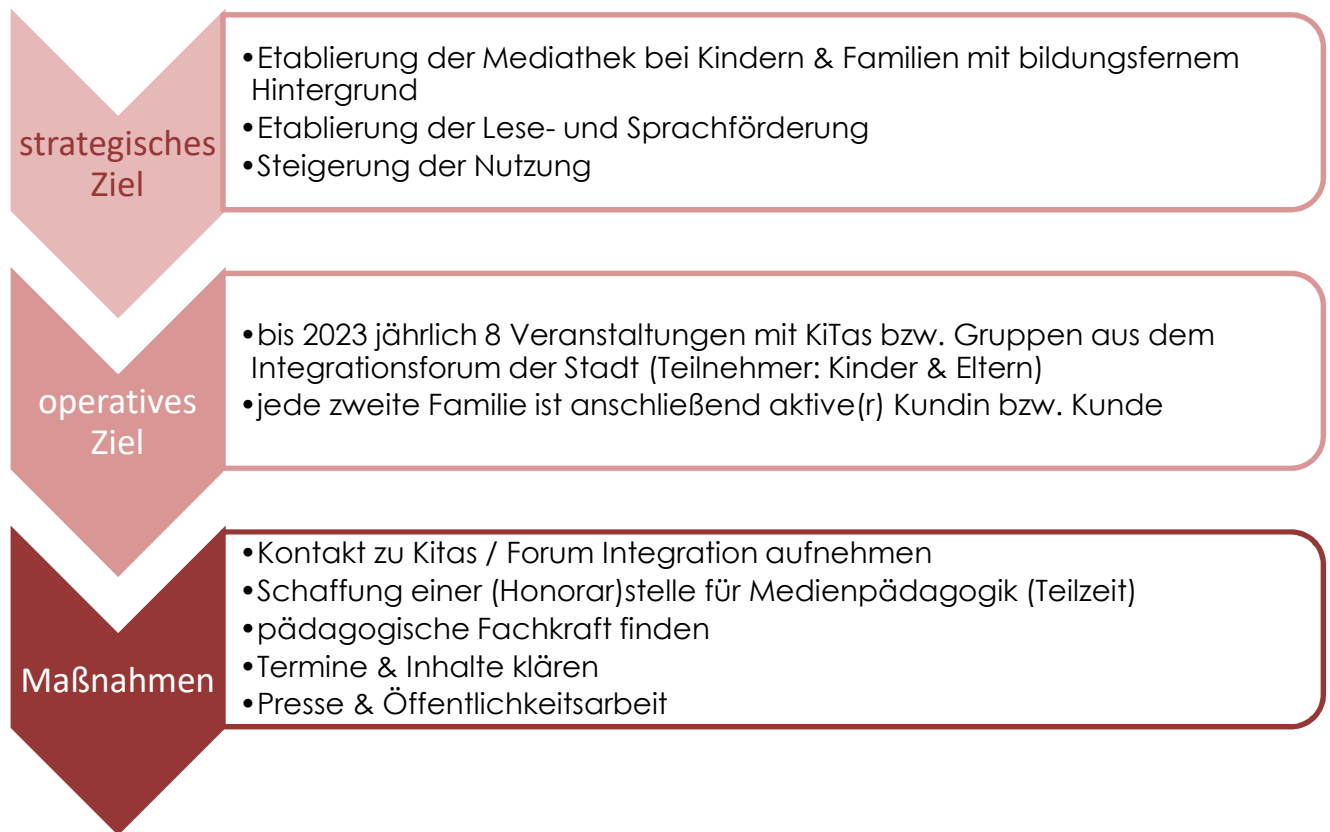
Dieser Rückstand soll bis 2024 unter Berücksichtigung der definierten Zielgruppen aufgeholt werden um verstärkt Kinder aus bildungsfernen Familien an die Mediathek und somit auch an die Angebote der Sprach- und Leseförderung zu binden.



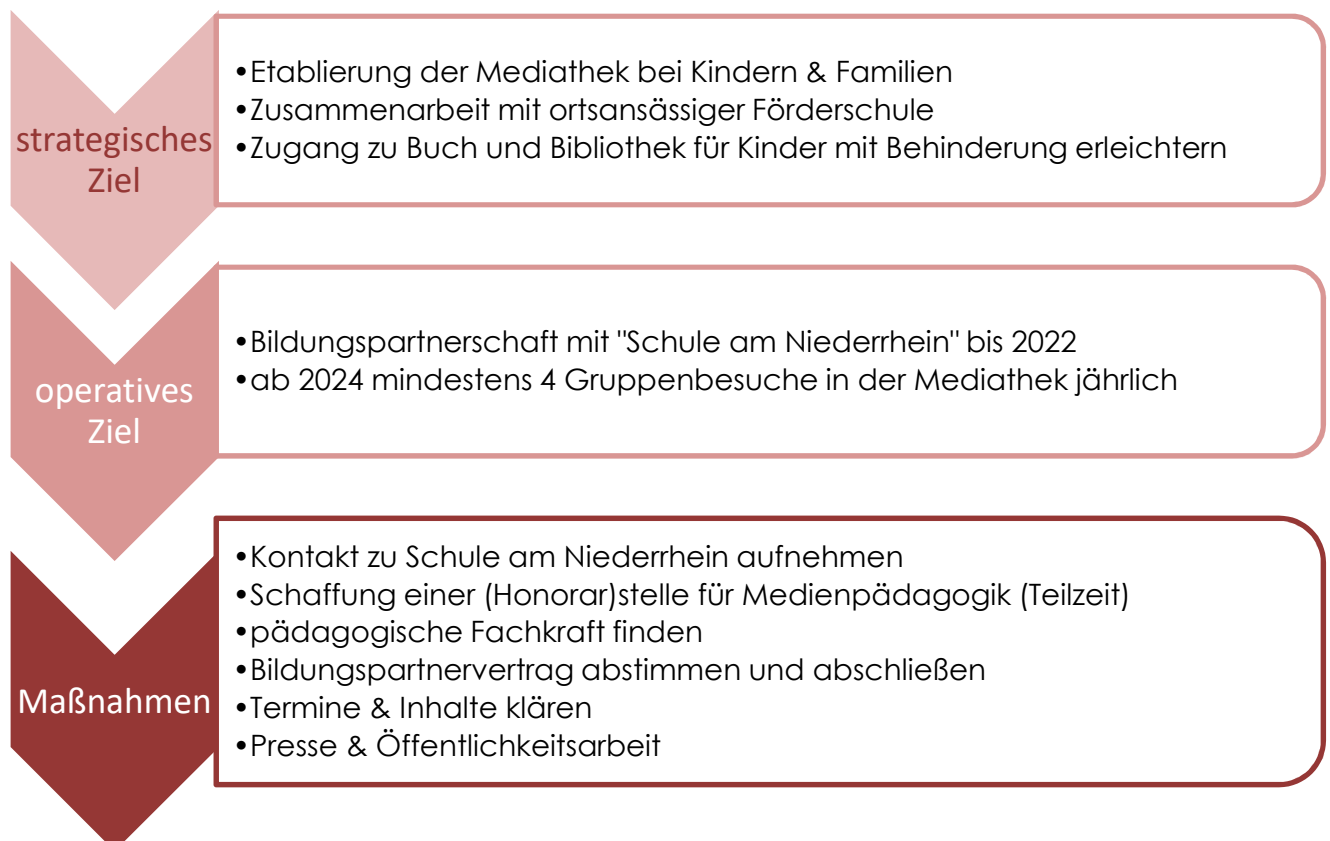
Handlungsfeld Integration:

Wie bereits im Handlungsfeld Bildung deutlich geworden, möchte die Mediathek sich insbesondere an Kinder wenden, die aufgrund ihrer familiären Situation seltener Zugang zu Bibliotheksangeboten erhalten. Die bisher beschriebenen Ziele und Maßnahmen beziehen sich jedoch eher auf den Zugang über Schulen und Kindertagesstätten. Im Handlungsfeld Integration soll es auch darum gehen die **Eltern und Familien der Kinder** zu integrieren und an die Bibliotheksbenutzung heranzuführen. Die Einrichtungen und auch das städtische Integrationsforum sollen hierbei lediglich Vermittler und Türöffner sein.

Daher wurde ein weiteres Ziel- und Maßnahmenpaket für diese Zielgruppe für den Nachmittagsbereich zum Thema **Integration** definiert:



Auch für den Bereich **Inklusion** konnten Ziele und Maßnahmen entwickelt werden: Bisher war es nicht gelungen eine **Bildungspartnerschaft** mit der ortsansässigen **Förderschule** zu schließen.



Eine dauerhafte Bindung der Schülerinnen und Schüler der Förderschule an die Mediathek wird vermutlich wegen des großen Einzugsgebietes der Schule schwierig. Dennoch könnte hier durch eine gelebte Bildungspartnerschaft ein erster und hoffentlich nachhaltiger Kontakt zu Bibliotheken ermöglicht werden, der im Idealfall ortsunabhängig den Zugang zu Buch und Bibliothek erleichtern und erste Berührungspunkte abbauen könnte.

Personalbedarf zur Erreichung der Ziele im Bereich Bildung und Integration:

Für den oben beschriebenen wichtigen Ausbau der Angebote für Kinder, Familien und Bildungspartner*innen ist eine mittelfristige Aufstockung des Teams zumindest stundenweise durch eine(n) **Medienpädagog(in)** notwendig. Eine Anstellung und Fortbildung der bisherigen pädagogischen Honorarkraft wäre nach Absprache ebenfalls denkbar. Das vorhandene Personal ist überwiegend mit der Abdeckung der Öffnungszeiten, Lektoratsarbeiten, dem Rechnungswesen und anderen grundlegenden Aufgaben ausgelastet. Ein Mehraufwand im Bereich der Bildungspartnerschaften über die bereits vorhandenen Angebote ist hier nicht zu leisten.

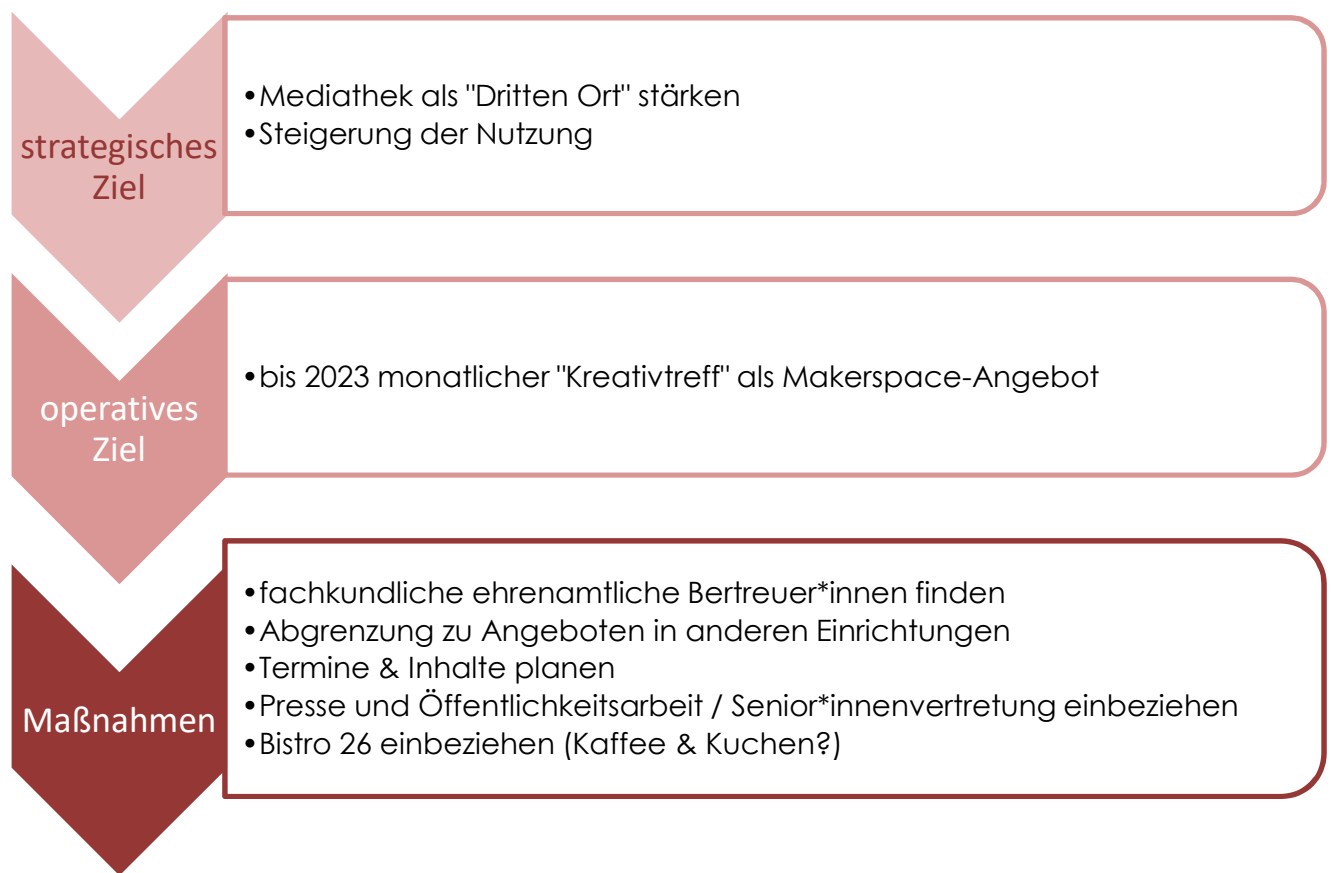
Außerdem ist es wünschenswert, dass die zukünftige medienpädagogische Kraft auch die Planung und Konzeption der Angebote durchführt sowie intensiven Kontakt zu den Bildungspartner*innen pflegt.

Der Bedarf setzt sich wie folgt zusammen:

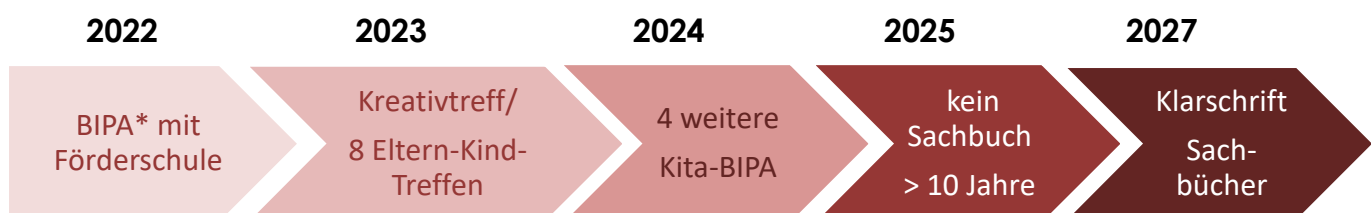
Führungen	80 x 2 Std. + 20 % Planung/Vorbereitung	= 192 Std./jähr.
Einführung Recherche Oberstufe	8 x 2 Std. + 20% Planung/Vorbereitung	= 19,2 Std./jähr.
Veranstaltungen laut Konzept	28 x 2 Std. + 20 % Planung/Vorbereitung/ Öffentlichkeitsarbeit	= 67 Std./jähr.
BiPa-Treffen	2 Treffen inkl. Orga/Protokoll, 2 Elternabende	= 21 Std./jähr.
Autorenlesungen/ Schüler*innen	5 Vormittage + Planung/Orga/Öffentlichkeitsarbeit	= 40 Std. /jähr.
Vorlesetag	Planung/Orga/Öffentlichkeitsarbeit	= 80 Std./jähr.
Kontakt Vorlesepat*innen	12 monatl. Treffen + gemeinsame Fortbildung	= 30 Std./jähr.
Koordinierung ehrenamtl. Kinderveranst.	Termine, Planung, Öffentlichkeitsarbeit	= 60 Std./jähr.
Förderanträge Bildungspartner	Konzeptentwicklung, Förderanträge, Z Zuwendungsbescheide etc.	= 60 Std./jähr.
Konzepte/Fortbild.		= 60 Std./jähr.
Summe		= 629,2 Std./jähr.
Wochenstunden	539,2 Std. bei 52 Wochen abzgl. Urlaubsanspruch	= ca. 14 Std./wöchentl.

Handlungsfeld Freizeit & Kultur:

Im Bereich Freizeit und Kultur bietet die Mediathek bereits durch die enge Zusammenarbeit mit LesART e.V. zahlreiche etablierte Veranstaltungsreihen und Angebote an. Dennoch wäre es wichtig, die Mediathek insbesondere nach der Corona-Pandemie wieder stärker als „**Dritten Ort**“ in den Fokus zu stellen. Dafür bieten sich **Makerspace**-Angebote hervorragend an, da sie die vorhandenen Räumlichkeiten nutzen, überwiegend während der vorhandenen Öffnungszeiten stattfinden und daher schonend mit Personalressourcen umgehen. Passende Medienausstellungen machen zudem die Verbindung zu Bibliothek und Buch deutlich. Außerdem finden erfahrungsgemäß potenzielle neue Kundinnen und Kunden durch Makerspace-Angebote Zugang in die jeweilige Bibliothek.



Zeitstrahl Ziele und Maßnahmen



*BIPA= Bildungspartnerschaft

7 Erfolgskontrolle und Evaluation

Nicht zuletzt im Zuge der jährlichen Bibliotheksstatistik erhebt die Mediathek laufend Zahlen zum Thema Besucher*innen, Ausleihen, Medienbestand, Veranstaltungen, Personal und Finanzen. Diese Ergebnisse werden auch regelmäßig im Jahresbericht der Mediathek zusammengefasst und für Interessierte und die verschiedenen politischen Gremien der Stadt zur Verfügung gestellt.

Auch die zuvor beschriebenen Ziele und Maßnahmen sollen regelmäßig evaluiert und kontrolliert werden. Die erhobenen Daten verstehen sich auch als Steuerungselement und machen ggf. notwendige Anpassungen möglich. Das hier beschriebene Konzept versteht sich daher als handlungsleitender und gleichzeitig flexibler Rahmen. Strömungen und Veränderungen sowohl im modernen Bibliothekswesen als auch auf lokaler Ebene können und sollen ggf. nicht ignoriert werden.

8 Mehrwert für Kamp-Lintfort durch die Umsetzung der neuen Strategie

Die meisten der neuen Ziele und Maßnahmen setzen eine Aufstockung des Personals voraus, was zu Mehrkosten führt. Daher lohnt sich hier ein Blick auf den **Mehrwert** für die Stadt Kamp-Lintfort als Träger, sowie für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt. Zum einen führen alle beschriebenen Maßnahmen zu einer Verbesserung des Images und der Außenwirksamkeit.

Zum anderen ist es sicherlich im Sinne aller, die modernen Räumlichkeiten und Möglichkeiten der Mediathek bestmöglichst zu nutzen. Weiterhin ist es wünschenswert die Mediathek, insbesondere nach den pandemiebedingten Einbußen, als **dritten Ort zu fördern und auszubauen**.

Der nachhaltigste Mehrwert ergibt sich jedoch sicherlich aus den Maßnahmen im Bereich **Bildung und Integration**, denn jedes Kind, welches durch die Arbeit der Mediathek an Bücher und die sinnvolle Nutzung von Medien herangeführt wird, wird aufgrund des besseren Bildungsniveaus sehr wahrscheinlich im Laufe seines Lebens weniger öffentliche Unterstützungen in Anspruch nehmen müssen. Dies kommt wiederum langfristig den Finanzen des Trägers zugute.

Ein bekanntes Zitat von John F. Kennedy untermauert den beschriebenen Mehrwert:

„Es gibt nur eines, was auf Dauer teurer ist als Bildung: keine Bildung.“