



Öffentliche Verwaltung / Non-Profit Bereich

▷ Bibliothekswesen

Dieter Schwartz

Digitale Bibliotheken und Portale

Katalog elektronischer Informations-
und Dienstleistungsangebote

Probeseiten

Weitere Informationen zur Fachbroschüre
und eine Bestellmöglichkeit finden Sie [hier](#).



Verlag Dashöfer

Dieter Schwartz

Digitale Bibliotheken und Portale

Katalog elektronischer Informations- und Dienstleistungs-
angebote



Verlag Dashöfer GmbH

Fachinformationen · Business-Seminare · Online-Medien

Barmbeker Straße 4a · 22303 Hamburg

Telefon: 040 413321-0 · Fax: 040 413321-10

E-Mail: info@dashoefer.de · Internet: www.dashoefer.de

Stand: Mai 2014

Copyright © 2014 Dashöfer Holding Ltd., Zypern & Verlag Dashöfer GmbH, Hamburg. Alle Rechte, insbesondere Titelrecht, Lizenzrecht und gewerbliche Schutzrechte sind im alleinigen Eigentum der Dashöfer Holding Ltd. Zypern.

Alle Rechte sind vorbehalten, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Druck, Fotokopie, elektronische oder andere Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert werden.

Die in diesem Werk enthaltenen Informationen wurden nach bestem Wissen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung erarbeitet, erfolgen aber wegen der uneinheitlichen Ergebnisse in Forschung, Rechtsprechung und Verwaltung ohne Gewähr. Der Verlag haftet insbesondere nicht für den Inhalt der vorgestellten Internet-Seiten. Die Verantwortung für Inhalt und Funktion der Links liegt bei den jeweiligen Betreibern.

Satz: Reemers Publishing Services GmbH, Luisenstraße 62, 47799 Krefeld
Druck: Einfachmüller, 22041 Hamburg

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	1
Abbildungsverzeichnis	2
1 Einleitung	4
2 Medien in der Informationsgesellschaft	6
2.1 Allgemeines	6
2.2 Medien im privaten und beruflichen Bereich	7
2.3 Mediennutzung und -entwicklung	8
2.4 Zukünftige Strategien und Aufgaben	10
2.4.1 Allgemeines	10
2.4.2 Strategien und Aufgaben von kommerziellen Informations- und Dienstleistungsanbietern	11
2.4.3 Strategien und Aufgaben der Bibliotheksverbünde	12
2.4.4 Strategien und Aufgaben von Bibliotheken	14
3 Online-Kataloge und Digitale Bibliotheken	16
3.1 Allgemeines	16
3.2 Online-Bibliothekskataloge	16
3.2.1 Kataloganreicherung	16
3.2.2 Hosting von Discovery Systemen	18
3.3 DigiBib – Digitale Bibliothek	20
3.4 E-LIB – Electronic Library	20
3.5 Deutsche Digitale Bibliothek und Europeana	22
3.6 The European Library	22
3.7 Digital Public Library of America	23
3.8 World Digital Library	24
4 Virtuelle Fachbibliotheken und Fachportale	26
4.1 Allgemeines	26
4.2 Webis – Sammelschwerpunkte an deutschen Bibliotheken	26
4.3 Fachbibliothek Technik	27
4.4 Fachbibliothek Medizin und Gesundheit	28

4.5	Fachbibliothek zum System Erde und Weltall.....	29
4.6	Virtuelle Deutsche Landesbibliographie.....	31
4.7	Deutsche Fotothek.....	32
4.8	Digitale Editionen.....	34
5	Dokumentlieferdienste und Fernleihe.....	36
5.1	Allgemeines.....	36
5.2	KonDoc – Hochschulinterner Dokumentlieferdienst.....	36
5.3	Subito – Recherche, Bestellung und Lieferung von Fachliteratur.....	37
5.4	GetInfo – Zugang zu Fach- und Forschungsinformationen.....	38
5.5	FIZ AutoDoc – Komfortabel, anpassungsfähig, verlässlich und urheberrechtskonform.....	40
6	Fachdatenbanken.....	41
6.1	Allgemeines.....	41
6.2	Bibliographische Fachdatenbanken.....	41
6.2.1	TEMA – Fachdatenbank Technik und Management.....	41
6.2.2	Web of Science – Online-Zitationsdatenbank.....	43
6.2.3	WISO – Online-Datenbank für Studium und Wissenschaft.....	44
6.2.4	STN Easy for Intranets – Informationen in Firmen- und Campusnetzen.....	45
6.3	Spezielle Fachdatenbanken.....	47
6.3.1	Fachdatenbanken für Patente.....	47
6.3.2	Fachdatenbanken für Normen und Standards.....	50
6.3.3	Fachdatenbanken für Reports.....	54
6.4	DBIS – Datenbank-Infosystem.....	58
7	Elektronische Zeitschriften und elektronische Bücher.....	60
7.1	Allgemeines.....	60
7.2	SpringerLink – Informationsdienst für Bücher und Zeitschriften.....	60
7.3	Safari Books Online – Digitale Bibliothek für Lern-Ressourcen.....	62
7.4	Thieme Connect – Plattform für elektronische Produkte.....	63
8	Elektronisches Publizieren und Publikationsplattformen.....	67
8.1	Allgemeines.....	67
8.2	Hochschul- und Universitätsverlage.....	67
8.3	Publikationsworkflow.....	69

8.4	Instrumente zur Qualitätssicherung	72
9	Weitere Informations- und Dienstleistungsangebote	74
9.1	Allgemeines	74
9.2	Anwendungen für Mobilgeräte	74
9.3	Bibliotheksführung als Audiotour	74
9.4	Elektronische Schulungsanmeldung	75
9.5	Intelligentes Web und vernetzte Quellen	76
9.6	Langzeitarchivierung	78
9.7	Linked Open Data	79
9.8	Nanopublikationen	80
9.9	Suchmaschinen	81
9.10	Virtuelle Auskunft	83
9.11	Virtueller Bibliotheksrundgang	85
9.12	Visualisierung von Massendaten	86
9.13	Wegweiser zur Literatursuche und zum wissenschaftlichen Arbeiten	86
10	Zusammenfassung	88
10.1	Entwicklungen in einzelnen Bereichen	88
10.2	Ausblick	92
11	Literaturverzeichnis	95
12	Glossar	97
13	Anhänge	99
13.1	Qualitätsdimensionen und Geschäftsbereiche	99
13.2	Internationale Patentklassifikation	100
13.3	Klassifikation von Waren und Dienstleistungen	101
13.4	Klassifikation der gewerblichen Muster und Modelle	101
13.5	Klassifikation der Abbildungen von Marken	102
13.6	Internationale Standardklassifikation	103
13.7	Abkürzungen, die in Reports verwendet werden	103
13.8	Bibliographische Daten eines Reports der ECD-Datenbank	104
13.9	Reports – „Limited Distribution“ und „Unlimited Distribution“	105
13.10	DBIS-Beschreibung der Virtuellen Fachbibliothek Holztechnologie	106

Abkürzungsverzeichnis

AEP	Arbeits- und Entwicklungsplan
B2B	Business-to-Business
BC/BCE	Before Christ/Before Christian Era
DBIS	Datenbank-Infosystem
DFG	Deutsche Forschungsgemeinschaft
DOI	Digital Object Identifier
DDC	Dewey Decimal Classification
EZB	Elektronische Zeitschriftenbibliothek
GBV	Gemeinsamer Bibliotheksverbund
HAB	Herzog August Bibliothek
HBZ	Hochschulbibliothekszenrum
HIS	Hochschul-Informations-System GmbH
IPK	Internationale Patentklassifikation
ISI	Institute for Scientific Information
Kpt.	Kapitel
MPI	Max-Planck-Institut
OPAC	Online Public Access Catalogue
OSTI	Office of Scientific and Technical Information
ROI	Return Of Investment
SSG	Sondersammelgebiete (in deutschen Bibliotheken)
TIB	Technische Informationsbibliothek
URI/URN/URL	Uniform Resource Identifier/... Name/... Locator
WR	Wissenschaftsrat

Abbildungsverzeichnis

Abb.	Titel der Abbildung	Seite
1	Produkte und Projekte im Programmbereich Konsortiale Erwerbung	13
2	Nutzung von Informations- und Dienstleistungsangeboten einer Bibliothek	15
3	QR-Code	17
4	Button zum Google Preview	17
5	Titelanzeige im Discovery-System	19
6	Vernetzung von Informationsressourcen	21
7	Externe Datenquellen in MEDPILOT	28
8	Filter Dokumentart	29
9	Filter Publikationsjahr	29
10	Katalog mit Beschreibung einer relevanten Internetquelle	30
11	Virtuelle Deutsche Landesbibliographie	31
12	Interaktive Zeitleiste	32
13	Datensatz 70700678 mit Ortsbezug und Lokalisierung	34
14	Digitale Edition im DFG-Viewer	35
15	Titelinformationen und Verknüpfung mit der Dokumentlieferung	36
16	Leistungsumfang Subito Direct Customer Service	38
17	Leistungsumfang Subito Library Service	38
18	Suchraum in GetInfo	39
19	Suchfelder	42
20	Unterschiedliche Filter	42
21	Button zur Verfügbarkeitsrecherche	42
22	Suchkategorie im WoS	43
23	Suche in allen Medien	45
24	Festlegung der Datenbank-Kategorien	46
25	Metadaten von Patenten mit zeitlichem Bezug	47
26	Ergebnisse einer Patentrecherche	48
27	Recherche-Funktion – Auswahl von Ländern	49
28	Analyse-Funktion – Aufbereitung nach Jahren	50

29	Metadaten von Normen mit zeitlichem Bezug Ontologie Normen	52
30	Ontologie Normen	53
31	Publikationsdatenbank der Fraunhofer-Gesellschaft	56
32	OSTI Identifier in der Energy Citation Database	57
33	Fachdatenbanken und ihr Zugang	58
34	Titelliste elektronischer Zeitschriften und Bücher	61
35	Open Access Publikation im Verlagsportfolio	61
36	Kapitelübersicht und einzelne Seite im elektronischen Buch	62
37	Zugriff auf elektronische Zeitschriftenartikel	64
38	Zeitschriften-Artikel mit Abstract, Volltext, Referenzen und Abbildungen	65
39	Gestaffelte Leistungen des Universitätsverlags	69
40	Autoren-Hauptmenü	70
41	Untermenü Add/Edit/Remove Authors	70
42	Zusammengeführte Elemente einer Publikation	71
43	Elektronische Schulungsanmeldung	75
44	Verknüpfung mit zusätzlichen Informationsquellen	76
45	Fachdaten in UniProt	77
46	Vernetzung zwischen Forschern	78
47	Buchtitel und URL als Ergebnis einer Internet-Suche	80
48	Anzahl der Volltexte	81
49	Anzahl der Domains	82
50	Internationale Quellen	82
51	Nationale Quellen	83
52	Zuordnung der Benutzeranfrage nach Abteilungen	83
53	Zuordnung der Benutzeranfrage nach Themen	84
54	Virtueller Bibliotheksrundgang	85
55	Strukturierung von Quellen	87
56	Trendbarometer – Publikationsaufkommen im Bereich Digitale Bibliotheken	88
57	Publications Records Chemical Abstracts und PubMed	90
58	Trendbarometer – Publikationsaufkommen im Bereich Semantic Web	91

1 Einleitung

Bibliotheken fungieren als Portale zu globalem Wissen und Bildung. Neben Printmedien, elektronischen Zeitschriften und Büchern sowie Fachdatenbanken werden zahlreiche Dienste und Services von Bibliotheken bereitgestellt. Die nachfolgenden Beschreibungen bilden einen Katalog von globalen, nationalen und lokalen Angeboten.

In der vorliegenden Aktualisierung *Digitale Bibliotheken und Portale* werden verschiedene elektronische Informations- und Dienstleistungsangebote vorgestellt. Der Funktionsumfang dieser Angebote wird beschrieben und damit ein Ausschnitt aus dem breiten Spektrum von elektronischen Produkten der modernen Informationsgesellschaft geliefert. Der Leser wird feststellen, dass sich die Entwicklungen in diesen Bereichen schneller vollziehen, als man sie dokumentieren und analysieren kann. Ein Katalog über digitale Bibliotheken und Portale bleibt eine Momentaufnahme. Prognosen über zukünftige Entwicklungen sind nur zum Teil möglich.

Die vorliegende Fachpublikation stellt *Online-Kataloge und Digitale Bibliotheken* sowie *Fachbibliotheken und Fachportale* vor. Mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung konnten *Dokumentlieferdienste und Fernleihsysteme* aufgebaut werden. In *Fachdatenbanken* werden fachspezifische und spezialisierte Informationen bereitgestellt. Umfangreiche Datenbestände sind in Fachdatenbanken zusammengeführt, so dass ein Themengebiet mit all seinen Facetten abgedeckt wird. Der Themenkomplex *Elektronisches Publizieren* hat in den zurückliegenden Jahren an Bedeutung im Hochschulbereich gewonnen und deshalb zur Gründung von Hochschul- und Universitätsverlagen geführt. *Elektronische Zeitschriften und elektronische Bücher* eröffnen einen Zugriff auf umfangreiche Sammlungen von Volltexten. In dem Kapitel *Weitere Informations- und Dienstleistungsangebote* werden innovative Bibliotheksprodukte und -projekte vorgestellt. Das Kapitel *Medien in der Informationsgesellschaft* ist den Produkt- und Service-Beschreibungen vorangestellt, in dem Strategien und Aufgaben von Bibliotheken und Informationseinrichtungen vorgestellt werden. Das Kapitel soll eine Brücke zwischen Marktmechanismen und Produktbeschreibungen schlagen.

In dieser Fachpublikation nicht beschriebene Handlungsfelder aus dem Umfeld von Bibliotheken und Informationseinrichtungen (z.B. Produktkatalog einer Hochschulbibliothek, Gesetzesänderungen zum Urheberrecht) werden in anderen Publikationen beim Verlag Dashoefer aufgegriffen. An dieser Stelle sei auf das *Handbuch zum erfolgreichen Management von Informationseinrichtungen und Bibliotheken* verwiesen, das in elektronischer Form vorliegt.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit ist in der vorliegenden Fachpublikation nur die männliche Sprachform gewählt worden.

Kontakt zum Autor: Autor-Schwartz@dashoefer.de

2 Medien in der Informationsgesellschaft

2.1 Allgemeines

Mit Hilfe von Studien und Marktuntersuchungen versucht man zukünftige Entwicklungen im Bereich Medien zu prognostizieren. Insbesondere besteht ein Interesse an Kennzahlen, die wirtschaftliche Entwicklungen der Medienbranchen sowie der Kultur- und Kreativindustrien beschreiben. In diesem Zusammenhang werden von Seiten der kommerziellen Anbieter (z. B. Verlage, Contentproduzenten/-lieferanten) betriebsinterne Kennzahlen (z. B. Veränderungen im Kundestamm, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen) ermittelt. Es werden aber auch Vergleiche mit Marktkonkurrenten angestellt, um das eigene Produktprofil zu reflektieren und gegebenenfalls in neue Marktbereiche einzutreten oder Marktnischen zu besetzen.¹

Von Seiten der Anbieter wird zudem eine Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung ihrer zukünftigen Kunden vorgenommen. Man legt dabei die Vorstellung zugrunde, dass wirtschaftlich erfolgreiche Branchen (z. B. Automobil-Industrie) Investitionen in Informationsinfrastrukturen tätigen und damit in Zukunft verstärkt auch branchenspezifische Informationsprodukte (z. B. Normen-Dokumente aus dem Bereich „Automotive“) nachfragen. Bei der Entwicklung und Vermarktung von Informations- und Dienstleistungsangeboten spielen zum einen die wirtschaftlichen Interessen auf Seiten der Anbieter und zum anderen die veränderten Nutzergewohnheiten in der Informationsgesellschaft eine Rolle. Zudem wird dieses Spannungsfeld durch die sich ständig wandelnden technischen Möglichkeiten weiter verstärkt.

¹ Anmerkung: Als Vergleichsgrößen kann in diesem Zusammenhang der Anteil des Auslandsumsatzes im Vergleich zu den Marktkonkurrenten dienen.

2.2 Medien im privaten und beruflichen Bereich

Das Internet bietet verschiedene Instrumente zur Vernetzung und zur Kommunikation. Soziale Netzwerke (z. B. LinkedIn) werden beruflich und privat genutzt. Das Internet ist damit in private Lebensbereiche vorgedrungen und prägt die berufliche Arbeitswelt. In beiden Bereichen werden Internetquellen und -dienste zur Problemlösung und -bearbeitung herangezogen. Die Vorstellungen vom papierlosen Büro oder einem Ende der Papierflut im privaten Bereich durch Einführung der elektronischen Datenverarbeitung mussten bereits revidiert werden.

Zudem erfolgt ein veränderter Umgang mit Medien. Dieser veränderte Umgang insbesondere im privaten Bereich wird durch eine Umfrage des Marktforschungsinstituts GfK belegt. Aus dieser geht hervor, dass der *Zugang* zum Informationsinhalt für den Kunden an Bedeutung gewinnt.¹ Ein Buch zu besitzen und im Regal stehen zu haben, wird in einer mobilen und flexiblen Gesellschaft dagegen zunehmend als Ballast empfunden. Auch der Besitz der elektronischen Textversion tritt beim Endverbraucher gemäß der Studie hinter eine elektronische Zugangsmöglichkeit zurück.

In der modernen Arbeitswelt ist eine Zunahme des zu verarbeitenden Wissens zu verzeichnen. Es besteht die Notwendigkeit, Informationen aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen zu verknüpfen und gleichzeitig den Anforderungen eines modernen Qualitätsmanagements für Informationen Rechnung zu tragen. In einer modernen Arbeitswelt ist es also erforderlich, dass Qualitätskriterien eingehalten werden, die an die Information und den Informationsaustausch zwischen Unternehmensbereichen gestellt werden.²

Ein erfolgreiches betriebliches oder behördliches Informationsmanagement beinhaltet den verantwortungsvollen Umgang aller Mitarbeiter mit Informationen, insbesondere die optimale Verteilung sowie bewusste und aktive Weitergabe. Informationsbedarf und -angebot können durch interne und externe Informati-

1 Vgl. [16] im Literaturverzeichnis.

2 Vgl. [5] im Literaturverzeichnis.

onssysteme zur Deckung gebracht werden. Die Realisierung einer Informations- und Wissenskultur in Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen wird als zentrales Ziel von Seiten des Managements definiert.¹

2.3 Mediennutzung und -entwicklung

Mediennutzung und -entwicklung werden im Nachfolgenden beispielhaft durch einige Kennzahlen erläutert. Marktforschungsinstitute oder Beratungsunternehmen ermitteln derartige Kennzahlen im Auftrag ihrer Kunden, um das wirtschaftliche Potential einer technischen Entwicklung einzuschätzen.

Cloud-Computing – Cloud-Computing beschreibt den Ansatz, IT-Infrastrukturen über das Netz zur Verfügung zu stellen. Man schafft damit eine kostengünstige Lösung, die riesigen, selten abgerufenen Datenmengen einer Einrichtung zu verwalten. Der Grad der Verbreitung von Cloud-basierten Diensten kann anhand folgender Zahlen erläutert werden. 28% aller Unternehmen in Deutschland nutzen Cloud-Computing. Der Umsatz mit Cloud-Computing im B2B-Bereich in Deutschland belief sich im Jahre 2011 auf 1,9 Milliarden Euro, für das Jahr 2016 wird ein Umsatz von 13,7 Milliarden Euro erwartet.

Elektronische Bücher und ihre Nutzung – Elektronische Lesegeräte (z. B. Amazon Kindle, Sony Reader, Tolino Shine) werden von Online-Versandhändlern und vom Buchhandel angeboten. Die Verkaufszahlen für die Lesegeräte und die Verkaufszahlen der elektronischen Buchtitel können als Maßstab für den Produkt-erfolg herangezogen werden. Die Steigerung der Verkaufszahlen für elektronische Bücher (E-Books) in den zurückliegenden Jahren macht indirekt auch eine Aussage zur Verdrängung von Print-Medien.

Internet und seine Nutzung – Das Internet ist zum wichtigen Austauschinstrument geworden. So lag beispielsweise im Jahre 2001 der Anteil der Internet-Nutzer bei 37 %, im Jahre 2011 ist der Anteil auf 74 % gestiegen (2012 mit 75,6 %). Auch der Anteil der Online-Einkäufe kann als Kennzahl zur Bestimmung der Inter-

1 Anmerkung: In diesem Zusammenhang sind beispielsweise die Erstellung eines hochschulweiten IT-Konzeptes oder die Entwicklung einer IT-Governance zu nennen. Vgl. u. a.: IT-Konzept der Universität Osnabrück <www.rz.uni-osnabrueck.de/Themen/IT-Konzept/itkonzept.pdf>

net-Nutzung herangezogen werden. So haben im Jahre 2010 rund 31 Millionen Menschen in Deutschland das Internet für ihre Bestellungen genutzt. Man muss davon ausgehen, dass diese Zahlen weiter steigen werden, da die gegenwärtige Nutzung durch Jugendliche sehr hoch ist und der Trend sich weiter fortsetzen wird.

Medientypen und -formate – Es existieren unterschiedliche Medientypen (z. B. Zeitung, Zeitschrift, Buch), die in unterschiedlichen technischen Formaten vorliegen (z. B. Print, CD-ROM) oder auf unterschiedlichen technischen Endgeräten (z. B. E-Book-Reader) genutzt werden können. Während in der Vergangenheit die elektronische Version als eine andere Präsentationsform für das Print-Medium begriffen wurde, verdrängen E-Medien die klassischen Produkte und es entstehen in bestimmten Bereichen neue E-Produkte. Online-Enzyklopädien (z. B. Wikipedia) haben die Print-Version von Nachschlagewerken vom Markt fast vollständig verdrängt. Die kleinen Displays der Smartphones haben mit der Graphic Novel ein neues literarisches Genre entstehen lassen.¹ Es bleiben gleichwohl auf dem Medienmarkt Nischenbereiche beispielsweise für Zeitschriften erhalten, die ausschließlich als Print-Version erscheinen.

Mobiles Internet – Um die Entwicklung des mobilen Internets einzuschätzen, werden unterschiedliche Größen herangezogen. Aus der Anzahl der verkauften Handies, Smartphones, iPads oder Tablet-PCs sowie der Nutzungsdauer dieser Geräte durch ihre Besitzer (z. B. iPad-Nutzer lesen ca. 4,5 Stunden in der Woche Zeitschriften und Zeitungen) können veränderte Nutzergewohnheiten und damit neue Wachstumsmärkte identifiziert werden. So beeindruckten AppStores mit 25 Milliarden Downloads im Jahr 2012 und mit mehr als 550.000 Applications für Nutzer in 123 Ländern.

Soziale Netzwerke – Eine Vernetzung und Kommunikation erfolgt in sogenannten sozialen Netzwerken. Die Bedeutung sozialer Netzwerke kann anhand unterschiedlicher Größen beschrieben werden. Man hat festgestellt, dass 74 % der Internet-Nutzer in mindestens drei sozialen Netzwerken angemeldet sind. Soziale

1 Anmerkung: Es handelt sich um eine Art Comic speziell im E-Book-Format für Pendler in Vorstadt-Zügen. Vgl.: Güntner, Joachim: Der Buchmarkt im Strudel des Digitalen. S. 9 – 17; hier: S. 15. In: ApuZ 42-43/2009, Zukunft des Buches.

Netzwerke (z. B. LinkedIn, XING, Facebook) werden beruflich und privat genutzt. Des Weiteren nutzen kommerzielle Unternehmen soziale Netzwerke. Es sind beispielsweise 85 % aller Fachverlage in Facebook aktiv.

2.4 Zukünftige Strategien und Aufgaben

2.4.1 Allgemeines

Anhand von Marktstudien und Expertenbefragungen, die von unterschiedlichen Institutionen in Auftrag gegeben und von unterschiedlichen Akteuren erstellt werden, versucht man, die Entwicklung von elektronischen Informations- und Dienstleistungsangeboten in der Informationsgesellschaft zu analysieren. Positionspapiere und Empfehlungen, die das Thema einer Informationsversorgung durch Hochschulbibliotheken aufgriffen und denen zugleich eine überregionale Bedeutung beizumessen sind, wurden in der Vergangenheit beispielsweise von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) oder dem Wissenschaftsrat (WR) vorgelegt.¹ Insbesondere heben sich Untersuchungen und Studien ab, die von kommerziellen Unternehmen erstellt wurden und die Konzepte für öffentliche Bibliotheken und staatliche Informationseinrichtungen entwickelten. Beispielsweise wurden durch die Hochschul-Informationssystem GmbH (HIS) oder durch die Unternehmensberatung Arthur D. Little GmbH Strategien und Konzepte für innovative Informationsinfrastrukturen erarbeitet. Eine Studie des Elsevier-Verlags aus dem Jahre 2010 hat ergeben, dass Bibliotheken Hilfestellungen beim Erstellen von Fachartikeln und beim Optimieren des wissenschaftlichen Arbeitens bieten und damit einen wertvollen Beitrag für Forschungsprojekte leisten. Die Bedeutung der Bibliotheken für Hochschulen im Rahmen von Forschungsarbeiten, insbesondere beim Einwerben von Drittmitteln, wurde anhand des Return Of Investment (ROI) belegt.²

1 Eine für das Bundesland NRW erstellte Studie, die jedoch überregionalen Charakter besitzt, wurde durch S. Görl, J. Puhl und M. Thaller vorgelegt [10]. – Weitere Studien vgl. [9] bis [15] im Literaturverzeichnis.

2 University Investment in the Library, Phase II: An international Study of the Library's Value to the Grant Process. <<http://libraryconnect.elsevier.com>>

Der Autor

DR. DIETER SCHWARTZ, Dipl.-Ing., Wissenschaftlicher Mitarbeiter der Fachhochschule Münster, 1995 - 1997 Ausbildung zum Höheren Bibliotheksdienst an Wissenschaftlichen Bibliotheken / Köln, 1997 - 1999 Wissenschaftlicher Mitarbeiter in einem DFG-Projekt zum Aufbau einer Elektronischen Bibliothek / UB Bochum

Fachinformationen für Ihren Berufsalltag

Mit einem umfangreichen Programm an Fachbroschüren in elektronischer Form (Edocs) und im Printformat (Eprints) greift der Hamburger Wirtschaftsverlag Dashöfer zahlreiche interessante Themen auf – vom Arbeitsrecht über Steuerfragen bis hin zum Patentrecht oder zur Persönlichkeitsentwicklung. Das Themenspektrum ist groß und wächst stetig.

Unser Programm teilt sich in unterschiedliche Rubriken auf. In jeder Rubrik finden Sie kontinuierlich neue Themen:

- ▶ **Arbeitsrecht und Personal**
- ▶ **Bauwesen und Architektur**
- ▶ **Betriebsrat und Arbeitnehmervertretung**
- ▶ **Öffentliche Verwaltung und Non-Profit Organisationen**
- ▶ **Soziale Kompetenz**
- ▶ **Steuern, Finanzen und Controlling**
- ▶ **Unternehmensführung und Management**
- ▶ **Frau und Beruf**
- ▶ **Vertrieb und Marketing**

Expertinnen und Experten schreiben kompakt, aktuell und informativ. Unser Ziel ist es, Fachwissen auf den Punkt zu bringen.

Nähere Informationen zu den einzelnen Bereichen finden Sie unter www.dashoefer.de/Fachliteratur



Verlag Dashöfer GmbH

- Fachinformationen
- Business-Seminare
- Online-Medien

Barmbeker Straße 4a · 22303 Hamburg

Telefon: 040 413321-0

Fax: 040 413321-11

E-Mail: info@dashoefer.de

Internet: www.dashoefer.de

19,80 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

ISBN 978-3-938553-96-1



9783938553961