

Christian Horn

100 Jahre Deutsche Nationalbibliothek – eine Zwischenbilanz

Rückblick

In der ersten Dialog-Ausgabe dieses Jahres ist über die Vorhaben zur Gestaltung des 100-jährigen Bestehens der Deutschen Nationalbibliothek (DNB) berichtet worden.¹⁾ Zum Zeitpunkt der Drucklegung der nunmehr vorliegenden Dialog-Ausgabe werden viele der genannten Vorhaben bereits realisiert worden sein. Der Festakt wird stattgefunden haben, wie auch die Mehrzahl der 100 Veranstaltungen anlässlich des Jubiläums durchgeführt worden sein werden. Die Online-Kampagne »Wir sind ein Jahrgang!« wird abgeschlossen und die letzte Ausgabe des Jubiläumsmagazins wie auch die Sonderbriefmarke und die Sondermünze zum 100 Jahr-Jubiläum der Deutschen Nationalbibliothek werden erschienen sein. Zeit also, ein erstes Fazit zu ziehen.

Die Botschaft »100 Jahre« als Türöffner

Ein 100-Jahr-Jubiläum ist – als historische Tatsache – eine Botschaft, die in mancher Hinsicht stärker scheint, als sie ist. Die große Mehrheit der täglichen Nutzerinnen und Nutzer der DNB registriert das hundertjährige Bestehen der Deutschen Nationalbibliothek zwar, ist sehr wahrscheinlich aber primär an den Nutzungsmöglichkeiten der Bibliothek interessiert – wie Bestandserweiterungen, den Öffnungszeiten oder ergänzenden Katalogangeboten. Wer sich darüber hinaus mit der Geschichte des Hauses beschäftigen möchte, kann dies auch unabhängig vom Jubiläum tun. Auch mit Blick auf die Medien geht der bloßen Nachricht »100 Jahre Deutsche Nationalbibliothek« schnell die Luft aus: Journalisten sind auf Neuigkeiten, auf spannende Geschichten, auf attraktives Bildmaterial angewiesen. So ist die Botschaft »100 Jahre Deutsche Nationalbibliothek« zunächst vor allem ein Türöffner, die einer Werbezeile ähnelt: Sie erregt Aufmerksamkeit – lebt aber erst mit den dahinter liegenden Angeboten auf.

Um der Zahl 100 Leben einzuhauchen und Geschichten mit ihr zu spinnen, stellten sich viele konkrete Fragen: Wie lassen sich die Kernaufgaben der DNB öffentlich anschaulich machen? Wie lassen sich ihre Vorteile für Nutzerinnen und Nutzer profilieren? Was ist neu im Bibliotheksgeschäft, über das ein Journalist schreiben möchte? Welche Bilder sollen in der Öffentlichkeit platziert werden? Wie soll sich die Institution »anfühlen« – jung und dynamisch, wertkonservativ oder sich Moden gänzlich entziehend?

Dabei waren die Voraussetzungen der Institution »Deutsche Nationalbibliothek« mit zu bedenken. In Leipzig und Frankfurt am Main ist die DNB als Institution personell und baulich vor Ort, ihre Serviceleistungen gelten gleichwohl bundesweit und sind – zum Beispiel mit Online-Recherchen, bezüglich Standardisierungsfragen oder der Kooperation mit digitalen Bibliotheken wie der Europeana – ortsungebunden.

Auch die Zielgruppen waren zu bedenken. Die Zielgruppe der DNB umfasst potenziell alle Bürgerinnen und Bürger der Bundesrepublik Deutschland und Menschen über die Landesgrenzen hinaus. Gleichwohl sind bestimmte Berufsgruppen (wie Wissenschaftler) oder Altersgruppen (wie Studierende) besonders stark repräsentiert. Als gegenläufige Überlegung gilt aber auch: Gerade nicht nur zu den Bekehrten predigen!

Im Abgleich dieser Anforderungen von Botschaft, Institutionseigenschaften und Zielgruppe wurde deutlich, dass keine Publikationsform, keine Internetkampagne, kein Veranstaltungstyp allen Ansprüchen gleichermaßen gerecht werden kann. Daher war die Überlegung, die Gestaltung des Bibliotheksgeburtstags in Stücke – in unterschiedliche Formate und Maßnahmen – aufzuteilen, die für sich genommen bestimmte Anforderungsbündel bedienen, aber erst in Summe der Anforderungsbreite gerecht werden können.

Kreative Umsetzung

Wer schreibt, der bleibt.

Mit dem Jubiläumsmagazin sollte eine Form der Festpublikation gefunden werden, die dem repräsentativen Rahmen des Anlasses entspricht, die die DNB als der Zukunft zugewandte und geschichtsbewusste Einrichtung präsentiert, die über Fachthemen berichtet, die auch über den breiteren Kontext der eigenen Arbeit hinaus – anregend und nicht immer bierernst – nachdenkt. Die Publikation sollte sich über das Fachpublikum hinaus auch an ein allgemein kulturinteressiertes Publikum richten. Dies wurde in vier Ausgaben versucht, die über einen Zeitraum von einem halben Jahr erschienen sind und viele positive Rückmeldungen von Bibliotheksbenutzerinnen und -nutzern der DNB sowie aus dem Kreis von Berufskollegen und Partnern aus dem Kulturbetrieb erhielt.

Unter dem schlichten Titel »HUNDERT« mit den vier Einzeltiteln Sprachraum, Klangraum, Denkraum und Leseraum wurden Funktionen und Angebote der DNB umrissen und es wurde dazu Wissenswertes in Kurzmeldungen, Essays, Bildgeschichten, Interviews und Reportagen dargestellt. Ergänzend wurden in allen vier Heften drei Rubriken mit Gastbeiträgen gestaltet, die kulturellen Zusammenhängen gewidmet sind, in welche die Arbeit der DNB eingebettet ist: Kolumnen zur deutschen Sprache, Essays zur Kulturtechnik des Sammelns und Kurzgeschichten in imaginären Bibliotheken. Leserinnen und Leser in der gesamten Bundesrepublik und darüber hinaus konnten die Magazine kostenfrei beziehen. Über die Jubiläumswebpage sind sie zudem als E-Paper lesbar.²⁾

Bundesweit präsent

Die bundesweite Sichtbarkeit der DNB zu ihrem Jubiläum wird durch weitere Maßnahmen unterstützt. Dazu gehörte die im Internet angebotene Crowdsourcingkampagne »Wir sind ein Jahrgang!«. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren aufgerufen, ein Medium – wie einen Musiktitel oder einen Roman – das in ihrem Geburtsjahr erschienen ist und dem sie sich besonders verbunden fühlen, mit einem kreativen Fotobeitrag und

einem kurzen Kommentar vorzustellen. Das entstandene Bildmosaik umfasst alle Sammlungsjahrgänge der DNB von 1913 bis 2012. Es versammelt individuelle Beiträge, die den Sammelauftrag der DNB in Schlaglichtern und in großer Breite lebendig werden lassen.

Vermutlich die kleinsten Werbeträger des Jubiläums, die nur wenige Zentimeter messen, tragen zudem seit September die Nachricht des 100-Jahr-Jubiläums mit großen Abnehmergruppen in die Welt hinaus: Der Deutschen Nationalbibliothek ist zum 100-Jahr-Jubiläum eine Sonderbriefmarke gewidmet. Sie zeigt ein aufgeschlagenes Buch mit schwarzer Buchdecke, rotem Kapitalband und goldenem Lesebändchen im Blattfächer. Mit dem Ausgabewert von 55 Cent ist sie für die Standardbriefpost gedacht und findet somit regen Gebrauch. Ebenfalls von dem Bundesministerium der Finanzen wurde eine Sondermünze mit einem Ausgabewert zu 10 Euro aufgelegt. Sie zeigt eine Nutzerin und die vielfältigen Medien des Sammelauftrages der DNB. Diese und die Sondermarke wurden am 18. September im Frankfurter Haus der DNB mit Gästen aus Kultur, Politik und Wirtschaft feierlich präsentiert.

Positive Rückmeldungen zum Jubiläumsmagazin

Sonderbriefmarke und Sondermünze



Grafische Gestaltung: Prof. Wilfried Korfmacher, Meerbusch
Motiv: © Prof. Wilfried Korfmacher, Meerbusch

Keine Feier ohne Gäste!

Die rund 100 Veranstaltungen, welche im Programm zum 100-Jahr-Jubiläum versammelt sind, reich(t)en von Ausstellungseröffnungen, über ein großes Open-Air-Jubiläumskonzert, Lesungen und

Crowdsourcingkampagne

Führungen bis hin zu Aufzeichnungen von Radiosendungen und dem Festakt am 2. Oktober 2012 in Leipzig. Zu den in der öffentlichen Wahrnehmung und Berichterstattung besonders präsenten Ereignissen gehörten in Leipzig die Eröffnung der neuen Dauerausstellung des Deutschen Buch- und Schriftmuseums der DNB »Zeichen - Bücher - Netze: Von der Keilschrift zum Binärcode« und das Open-Air-Konzertwochenende mit Clueso und Xavier Naidoo, in Frankfurt die Präsentation von Sonderbriefmarke und Jubiläumsmünze sowie die Eröffnung der Ausstellung »Fremd bin ich den Menschen dort« des Deutschen Exilarchivs der DNB in Kooperation mit dem Deutschen Literaturarchiv Marbach, die unter der Schirmherrschaft

der Nobelpreisträgerin Herta Müller steht. Neben diesen für die Öffentlichkeit bestimmten Veranstaltungen fanden ein Ehemaligentreffen und ein Treffen der aktiven Beschäftigten aus Frankfurt am Main und Leipzig am historischen Gründungsort in Leipzig statt, das an zwei Tagen mit Workshops, einem Zukunftscafé und einer abendlichen Feier gestaltet wurde.

Erste Ergebnisse

Im Veranstaltungszeitraum von März bis September 2012 wurden rund 50.000 Besucher und Teilnehmer gezählt, das Jubiläumsmagazin in der Auflage von 10.000 Stück pro Ausgabe ist, mit Ausnahmen zur Archivierung und eines kleinen Vorrats als künftige Präsente, vergriffen. Eine vielfache Personenzahl ist außerdem durch die Sonderbriefmarke, die Sondermünze und die Medienberichterstattung angesprochen worden. Die Medienberichte reichten von Beiträgen in den Print- und Onlinemedien, über Fernsehberichte - von Regionalprogrammen bis zur Tagesschau - bis hin zu Radiosendungen, die anlässlich des Jubiläums in den Lesesälen der DNB mit Publikum aufgezeichnet oder aus diesen live gesendet wurden. Wer sich ergänzend dazu weiterhin informieren möchte, was eine (Deutsche) Nationalbibliothek ist oder auch sein könnte, dem sei zudem der »Video-clip mit Kids« empfohlen, in dem hierüber mit Kreativität und Phantasie nachgedacht wird, und der über die Jubiläumswebpage⁴⁾ und bei Youtube⁵⁾ abrufbar ist.

Erste Bilanz



Xavier Naidoo (Foto) spielte neben Clueso auf den Jubiläumskonzerten der Deutschen Nationalbibliothek in Leipzig, die insgesamt 25.000 Besucher anzogen
Foto: Deutsche Nationalbibliothek / Christian Horn

Anmerkungen

1 Fernau, Michael ; Horn, Christian: Hundert Jahre Deutsche Nationalbibliothek feiern.

In: Dialog mit Bibliotheken, 24 (2012) 1, S. 62 - 65.

2 <http://www.dnb.de/DE/100Jahre/100Jahre_node.html<http://www.dnb.de/DE/100Jahre/Magazine/magazine_node.html>

3 <<http://einjahrgang.dnb.de/>>

4 <www.dnb.de/100jahre>

5 <<http://www.youtube.com/watch?v=8ZikVQrimaQ>>