

## Studiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaften

---

### Schatzmann, Regula. (2013). Das Repositorium der Universität Bern: ein Marketingkonzept

#### Abstract

Für den Herbst des laufenden Jahres ist der Betriebsstart eines institutionellen Repositoriums an der Universität Bern geplant. Damit bietet die Universität ihren Forschenden eine neue Dienstleistung an, deren Hintergrund das Bekenntnis der Institution zu Open Access und zur Unterstützung ihrer Angehörigen auf diesem Publikationsweg bildet. Das Repositorium wird denn auch ein Gefäss für die Publikationstätigkeit der Forschenden der Universität Bern bilden und die Metadaten und Volltexte ihrer wissenschaftlichen Veröffentlichungen aufnehmen sowie im Sinn von Open Access frei zugänglich machen.

Die von der Universitätsleitung genehmigte Open Access-Policy enthält entsprechend eine Eingabeverpflichtung für bibliographische Angaben und – soweit dem keine rechtlichen Hindernisse entgegenstehen – für Volltexte. Die Verantwortung für die Eingabe dieser Daten liegt dabei grundsätzlich bei den WissenschaftlerInnen selber.

Trotz dieses Grundsatzentscheids wird es notwendig sein, die Befüllung des Repositoriums aktiv zu befördern. Die vorliegende Arbeit bietet daher im Rahmen eines Marketingkonzepts Überlegungen dazu, wie diese Förderung aussehen kann. Dazu werden Instrumente und Methoden des Non-Profit- und des Dienstleistungsmarketings herangezogen, die eine umfassende Grundlage für die Konzepterstellung bieten.

Das Konzept bezieht dabei zunächst die Vorgaben ein, wie sie in der laufenden Entwicklung des Repositoriums zur Zeit definiert sind (Kap. 2): die involvierten Personen, die bereits festgelegten Services rund um das Repositorium sowie den Workflow für die Repositoriums-Befüllung.

In einem nächsten Schritt wird das Umfeld des Repositoriums näher untersucht (Kap.4). Das Ziel liegt dabei in erster Linie darin, Anhaltspunkte für die Bearbeitung der WissenschaftlerInnen als grösster Anspruchsgruppe hinsichtlich des Repositoriums zu gewinnen. Da für diese Untersuchung ausschliesslich auf die Universität Bern bezogene Grundlagen fehlen, wird auf internationale Studien zum Thema Open Access zurückgegriffen. Diese Studien geben einerseits Einblick in die Einstellungen und Aktivitäten der verschiedenen Disziplinen, andererseits liefern sie Anhaltspunkte für die Beweggründe, die aus der Sicht der AutorInnen für oder gegen Open Access-Publikationen sprechen.

Die Ergebnisse dieser Untersuchungen fliessen in die Analyse der Stärken und Schwächen sowie der Risiken und Chancen für das Berner Repositorium ein (SWOT-Analyse; Kap. 5). Diese Analyse dient dazu, allenfalls notwendige Verbesserungen der Leistungen rund um das Repositorium zu definieren und Argumente für die Promotion des Dienstes gegenüber den WissenschaftlerInnen zu erurieren.

Basierend auf Vorgaben des laufenden Projekts und den Ergebnissen der Umfeld- und SWOT-Analyse werden Empfehlungen für die Planung des Unternehmens (Formulierung der

Zielsetzungen sowie des Vorgehens zur Marktbearbeitung) und die Strategie hinsichtlich des operativen Marketings formuliert (Kap. 6).

Den Abschluss bilden Vorschläge zu konkreten Massnahmen, die sich auf die Bereiche der Leistungs- oder Produktpolitik und die Kommunikationspolitik konzentrieren (Kap. 7).