

NACHGEFRAGT

Open Innovation – wenn es um die Gestaltung der Bibliothek der Zukunft geht

Dr. Anna Maria Köck ist zuständig für den Bereich „New Media Technologies“ an der ZBW – Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft in Hamburg



Foto: Sven Wied

Auf dem Weg zur „Bibliothek der Zukunft“ will Open-Innovation-Expertin Anna Maria Köck die Nutzerinnen und Nutzer in die Entwicklung neuer Produkte und Services einbeziehen.

1 Wie sind Sie Wissenschaftsmanagerin geworden?

Über meine Beschäftigung mit den Themen Open Innovation sowie Innovations- und Technologiemanagement im Zuge meiner Tätigkeit an der Universität Wien, dem Know-Center Graz sowie am Institut für Wissensmanagement der Technischen Universität Graz. Open Innovation bezeichnet die aktive Einbindung externer Stakeholder (z.B. Kundinnen und Kunden) in den Innovationsprozess. Damit erhöhen sich die Interaktivität der Akteure und die Wahrscheinlichkeit, dass eine Organisation Produkte und Dienstleistungen entwickeln kann, die sich an den Bedürfnissen der Zielgruppen orientieren. Allerdings ist bei Open Innovation darauf zu achten, dass es ein ausgewogenes Verhältnis zwischen „Market Pull“ und „Technology Push“ gibt; oder wie es Henry Ford, Gründer des Automobilkonzerns Ford, formulierte: „Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt: schnellere Pferde.“ Mit dem Technology Push kommt daher auch den Forschungsaktivitäten einer Organisation und dem damit zusammenhängenden Wissensmanagement eine große Bedeutung zu.

2 Worin besteht Ihre aktuelle Tätigkeit?

Ich bin an der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft, der weltweit größten Spezialbibliothek für Wirtschaftswissenschaften, tätig. Konkret verantworte ich den Bereich „New Media Technologies“ im Rahmen des strategischen Innovationsmanagements.

Bibliotheken bzw. Infrastrukturdienstleister wie die ZBW sind einem grundlegenden Wandel – wenn nicht dem tiefgreifendsten Wandel ihrer Geschichte – unterworfen. Neueste Technologien sind derzeit im Begriff, Langbewährtes komplett zu verändern. Ziel ist es, diesen Wandel aktiv mitzugestalten. Daher setzen wissenschaftliche Großbibliotheken auf die Nutzung kollektiver Intelligenz. Angesichts der fortschreitenden Technologisierung des Wissenschaftsbetriebes rücken zwei Kompetenzen nach ganz oben auf die Qualifikationsagenda: zum einen die analytische Fähigkeit, technologische Trends aus anderen Branchen zu monitoren und auf die Bedürfnisse der eigenen Scientific Community zu übertragen; zum anderen die kommunikative Fähigkeit, soziale Netzwerke für Open-Innovation-Projekte zu nutzen.

Im Bestreben der ZBW, sich aktiv zu beteiligen, wenn es um die Gestaltung der Bibliothek der Zukunft geht, reicht mein Aufgabenspektrum von der Initiierung von Vernetzungsaktivitäten, dem Trendscouting und der Potenzialanalyse im Hinblick auf neue Technologien bis hin zur Begleitung und Pflege von internen und externen Innovationscommunities. Ein Bereich, der für die deutsche Bibliothekslandschaft noch sehr neu ist.

Solche Aktivitäten haben im Zusammenhang mit sozialen Medien gerade für Informationsversorger erhebliches Potenzial. Denn sowohl kommerzielle als auch nicht-kommerzielle Informationsanbieter mit überregionalem Auftrag müssen sich im globalen Wettbewerb zu Lösungsanbietern entwickeln, die über ihre tradi-

tionellen Geschäftsfelder hinaus ganz neue Bereiche erschließen. Dabei spielt organisationsintern insbesondere die Zusammenarbeit mit den Forschungsbereichen der ZBW, dem Produktmanagement, dem Community Management und dem Marketing eine wichtige Rolle.

3 Welche beruflichen Ziele haben Sie?

Mein Anspruch ist es dazu beizutragen, die ZBW als innovativen Infrastrukturdienstleister für die Wirtschaftswissenschaften sowie als Kompetenzträger in den Bereichen soziale Medien, Web 2.0 und Open Innovation national und international zu positionieren. Damit verbunden ist das klare Ziel, dass wir am Ende Produkte und Services für unsere Kundinnen und Kunden anbieten können, die sich an deren Bedürfnissen sowie neuesten Trends und Technologien orientieren.

4 Ihr gelungenstes Projekt?

Die Begleitung einer Online-Plattform für Open Innovation von einem Forschungs- und Entwicklungsprojekt zu einem marktfähigen Service. Die Herausforderungen, mit denen mein Team und ich damals konfrontiert waren und aus denen ich sehr viele Erkenntnisse ziehen konnte, sind für mich eine wichtige Basis für meine jetzige Tätigkeit. Zuvor war es der „Rahmen“, der gebaut wurde – also eine mögliche Umgebung, in der Open Innovation stattfinden kann; jetzt bewege ich mich in diesem Rahmen und unterstütze die ZBW gemeinsam mit meinem Team dabei, die verschiedenen Stakeholder im Sinne des Open-Innovation-Ansatzes einzubinden.

5 Die größte Herausforderung für das Wissenschaftsmanagement?

Als Wissenschaftsmanagerin sehe ich mich an der Schnittstelle zwischen der ZBW als Organisation und dem externen Umfeld. Die Herausforderung besteht darin, eine gute Vermittlerin zu sein und die für die Organisation relevanten

Themen einerseits in die Organisation zu tragen, andererseits aber auch nach außen hin zu vertreten und entsprechend zu positionieren.

Wenn man Wissenschaftsmanagement unter dem Gesichtspunkt der Schaffung von „förderlichen Strukturen“ versteht, können wir als Infrastrukturdienstleister für die Wirtschaftswissenschaften dazu beitragen, die wissenschaftlichen Arbeitsprozesse unserer Kundinnen und Kunden von der Recherche bis zur Veröffentlichung zu unterstützen. Es besteht großes Potenzial für „intelligente“, benutzungsfreundliche Services, die auf technologischen Entwicklungen beruhen und das wissenschaftliche Arbeiten sowie die Kollaboration zwischen Forschenden deutlich verbessern und erleichtern können.

6 Wohin wird sich das Wissenschaftsmanagement entwickeln?

Ich gehe davon aus, dass sich der Wissenschaftsmanager beziehungsweise die Wissenschaftsmanagerin in Zukunft zunehmend als Berufsbild etabliert. Damit einhergehen wird auch eine klarere Vorstellung, was Wissenschaftsmanagement bedeutet und wie weitreichend der Tätigkeitsradius sowie die erforderlichen Kompetenzen – von Kenntnissen zum jeweiligen Wissenschaftssystem über Marketing- und Kommunikationsaspekte bis hin zu (Dritt-) Mittelakquise und Projektmanagement – sind. Zudem ist schon jetzt zu beobachten, dass konkrete Ausbildungsmöglichkeiten, wie zum Beispiel das Masterprogramm „Wissenschaftsmarketing“ der TU Berlin, angeboten werden.

7 Ihre Botschaft an die Kolleginnen und Kollegen?

Reden Sie mit den Leuten! Das bezieht sich sowohl auf externe Kontakte im Sinne des Open-Innovation-Ansatzes und der strategischen Vernetzung als auch intern auf die Personen in Ihrer Institution. Oft ist es ein kurzer Anruf oder ein informelles Gespräch im Pausenraum – das erleichtert vieles.

„Es besteht großes Potenzial für „intelligente“, benutzungsfreundliche Services, die auf technologischen Entwicklungen beruhen und das wissenschaftliche Arbeiten sowie die Kollaboration zwischen Forschenden deutlich verbessern und erleichtern können.“

Kontakt:

Dr. Anna Maria Köck
New Media Technologies
ZBW – Deutsche Zentralbibliothek
für Wirtschaftswissenschaften
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Neuer Jungfernstieg 21
20354 Hamburg
Tel.: +49 40 428 34-359
Fax: +49 40 428 34-299
E-Mail: a.koeck@zbw.eu
www.zbw.eu