

medien@age Δρέσδης
Μια βιβλιοθήκη για νέους

Waisenhausstraße 8
01067 Dresden
Germany

Tel. 49 351 4861781
Fax. 49 351 4861783

E-mail: Jugendbibliothek@bibo-dresden.de
www.medienetage-dresden.de

Αθήνα, Ιούνιος 2003

Katrin Doll

Κυρίες και κύριοι,

Ευχαριστώ θερμά τους υπεύθυνους του Ινστιτούτου Goethe που με προσκάλεσαν να έλθω στην Αθήνα και χαίρομαι ιδιαίτερα που μου δίδεται η ευκαιρία να σας παρουσιάσω την medien@age - την καινούργια Νεανική Βιβλιοθήκη της Δρέσδης στο πλαίσιο της ιδιαιτερότητάς της ως μια βιβλιοθήκη σχεδιασμένη ειδικά για νέους.

Ονομάζομαι Katrin Doll, είμαι βιβλιοθηκονόμος και διευθύνω τη βιβλιοθήκη αυτή από το 1994.

Η Νεανική Βιβλιοθήκη λειτουργούσε εδώ και 20 χρόνια (1979 - 1999), αλλά σε χώρους διαφορετικούς από εκείνους, στους οποίους εγκαινιάσαμε τον Μάιο του 2000 μία νέα και ολοκληρωμένη βιβλιοθήκη που στηρίζεται σε μία εντελώς νέα αντίληψη.

Μολονότι η πόλη που βρίσκεται η βιβλιοθήκη μας φέρει σαφέστατα τη σφραγίδα της ιστορίας, θα αρχίσω άμεσα με την παρουσίαση της σημερινής Νεανικής Βιβλιοθήκης medien@age χωρίς να επεκταθώ σε περισσότερες εισαγωγικές παρατηρήσεις.

Οι νέοι μας χώροι

Η καινούργια Νεανική Βιβλιοθήκη στεγάζεται σε ένα μοντέρνο κτήριο, κατασκευασμένο από γυαλί, χάλυβα και μπετόν. Είναι ένα από τα πρώτα σύγχρονα κτήρια της Prager Straße. Οι κληρονόμοι του πολυκαταστήματος ESDERS προώθησαν ανέγερση του κτηρίου ακριβώς στο ίδιο σημείο που βρισκόταν και προπολεμικά. Πρόκειται για ένα σημείο πολύ κεντρικό, ιδανικό για μια βιβλιοθήκη, επειδή βρίσκεται δίπλα σε όλα τα μεγάλα πολυκαταστήματα και τις αλυσίδες καταστημάτων, πολύ κοντά στην Altmarkt και τον κεντρικό σιδηροδρομικό σταθμό και έχοντας ουσιαστικά έξω από την πόρτα της μια στάση που εξυπηρετεί πολλές γραμμές του τραμ.

Στο ίδιο το κτήριο στεγάζονται τρεις αλυσίδες καταστημάτων που απευθύνονται στην νέα γενιά, ένα ινστιτούτο για έρευνα αγοράς και τα γραφεία ενός οργανισμού ιατροφαρμακευτικής κάλυψης. Η Prager Straße είναι ο πιο πολυσύχναστο δρόμος της Δρέσδης και σφύζει από κόσμο που βγαίνει να κάνει τα ψώνια του ή απλά τον περίπατό του κοιτάζοντας τις βιτρίνες, αποτελώντας έτσι πόλο έλξης για τη νέα γενιά. Εκτός από τα πολυκαταστήματα και τις αλυσίδες καταστημάτων Fastfood, υπάρχουν επίσης πολλοί κινηματογράφοι και το καλοκαίρι ο κόσμος μπορεί και κάθεται έξω σε πολλούς υπαίθριους χώρους αυτού του εμπορικού δρόμου.

Αρχιτεκτονική και κατασκευή

Ο σχεδιασμός και η διαμόρφωση των εσωτερικών χώρων της βιβλιοθήκης ανατέθηκε αυτή τη φορά στο αρχιτεκτονικό γραφείο Lauströer και Schmitz της Δρέσδης και όχι σε εξειδικευμένους σχεδιαστές βιβλιοθηκών.

Οι χώροι έπρεπε να πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Ζητήσαμε τα εξής:

- να διατηρηθεί η αίσθηση ανοικτών και διάφανων χώρων και οπωσδήποτε η θέα πάνω από την πόλη.
- η εσωτερική διαμόρφωση του χώρου να είναι υπερσύγχρονη και επιθετική
- τα έπιπλα να χαρακτηρίζονται από οπτική διαφάνεια και να εναρμονίζονται με την αρχιτεκτονική των χώρων, να είναι δηλαδή νεανικά, άνετα και ανθεκτικά.
- κατά μήκος των παραθύρων να υπάρχει ένας μακρύς πάγκος - γραφείο όπου θα μπορεί κανείς να κάθεται και να ακούει CDs ή να διαβάζει
- η επίπλωση να είναι ευέλικτη (τροχήλατη και με συνδυαστικές δυνατότητες, ώστε να μπορεί να δημιουργείται χώρος για διάφορες εκδηλώσεις)
- να υπάρχουν πολλές δυνατότητες μετωπικής παρουσίασης μέσω ενημέρωσης και ένα μεγάλο, και χτυπητό στο μάτι σύστημα προσανατολισμού που να αντιστοιχεί στη νεαρή ηλικία των χρηστών της βιβλιοθήκης.
- Το γκισέ δανεισμού και πληροφοριών να είναι ευχάριστο και να μην εντείνει την απόσταση μεταξύ υπαλλήλων και χρηστών (υπερυψωμένο γκισέ)

Οι αρχιτέκτονες θεώρησαν ότι για αυτό το σκοπό θα ήταν κατάλληλο ένα είδος „Factory Design“, μια αισθητική εργοστασίου: πολύ φως, διαφάνεια, κολώνες από εμφανές μπετόν χωρίς καμία εξωτερική επένδυση, σύστημα μεταλλικών ραφιών σε συνδυασμό με μη εντοιχισμένους, εξωτερικούς σωλήνες για τον εξαερισμό και την καλωδίωση και ανεγκυστήρας αντικειμένων από διάφανο υλικό.

Εδώ επικρατεί μια αποστασιοποιημένη ατμόσφαιρα τεχνολογίας, που ανταποκρίνεται στην αίσθηση που έχει η πλειονότητα της νέας γενιάς για τη ζωή.

Το ταβάνι του 7^{ου} ορόφου με το πορτοκαλί του χρώμα και τα φώτα του δίνει την εντύπωση έναστρου ουρανού και έρχεται σε αντίθεση με την ψυχρή διακόσμηση. Το ταβάνι φαίνεται από τον δρόμο και προσελκύει το ενδιαφέρον των περαστικών.

Επίπλωση/Χρώματα

Οι επιλογές έγιναν λαμβάνοντας υπόψη την ομάδα στόχο.

Οι ραφιέρες έχουν τοποθετηθεί σε παράλληλες γραμμές και ακολουθούν μια αυστηρή διάταξη. Στον 6^ο όροφο είναι χαμηλές ώστε να εξασφαλίζεται παντού η ορατότητα και να είναι δυνατή η επικοινωνία προς όλα τα σημεία. Οι ραφιέρες και οι βιβλιοστάτες έχουν κατασκευαστεί από μέταλλο. Οι ραφιέρες είναι τροχήλατες και η αναδιάταξή τους μπορεί να γίνει ανά πάσα στιγμή.

Οι χαρακτηριστικές καρέκλες της φίρμας Knoll προσφέρουν άνεση και μαγνητίζουν το βλέμμα των επισκεπτών. Εκτός από τις διάφορες αποχρώσεις του γκριζου χρώματος που λαμπιρίζει ελαφρά σαν μέταλλο και έχει χρησιμοποιηθεί για το πάτωμα, τα έπιπλα, τους τοίχους και τις κολώνες, επικρατούν στον χώρο ακόμη δύο χρώματα, το πορτοκαλί στο ταβάνι και το μπλε στις καρέκλες.

Οι ταμπέλες στις ραφιέρες και στις θέσεις εργασίας είναι από Plexiglas και καθώς στερεώνονται με μαγνήτες, υπάρχει και στο θέμα αυτό ευελιξία.

Στο μεγάλο κενό που συνδέει τον 6^ο με τον 7^ο όροφο κρέμονται από τους εξώστες του 7^{ου} ορόφου διαφανείς εικόνες που επισημαίνουν τα σημεία όπου βρίσκονται οι ειδικές θεματικές ομάδες, υπογραμμίζοντας έτσι την επιθυμητή διαφάνεια και την καλή ορατότητα από κάθε σημείο του χώρου.

Η νέα ομάδα στόχος

Κατά την υλοποίηση του προγράμματος του ιδρύματος Bertelsmann «Bibliotheksfilialen...» χρειάστηκε να επαναπροσδιοριστεί ο όρος Νεανική Βιβλιοθήκη. Η βιβλιοθήκη αυτή απευθύνεται πλέον σε νέους ηλικίας από δεκατριών έως εικοσιπέντε ετών, δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στους μαθητές σχολείων και επαγγελματικών σχολών. Στόχος της βιβλιοθήκης είναι να προσελκύσει τους έφηβους και τους νεαρούς ενήλικες όλης της πόλης και των γύρω περιοχών.

Η νέα αντίληψη

Η αναδιαμόρφωση της Νεανική Βιβλιοθήκη στηρίχθηκε στην εκπόνηση ενός σχεδίου Marketing και στον προβληματισμό γύρω από την ιδέα μιας διαφορετικού και νέου είδους βιβλιοθήκης. Η επεξεργασία και διαρκής επανεξέταση και αναπροσαρμογή του σχεδίου Marketing διήρκεσε αρκετά μεγάλο διάστημα μέχρι να πάρει την τελική του μορφή τον Οκτώβριο του 2001 (ολοκληρώθηκε δηλαδή αρκετό καιρό μετά από τα εγκαίνια της medien@age).

Το σχέδιο αυτό περιλαμβάνει την ανάλυση της ισχύουσας κατάστασης, τους στόχους του Marketing, τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν λαμβάνοντας υπόψη το Marketing, το χρονοδιάγραμμα, τον οικονομικό προγραμματισμό και την αξιολόγησή του. Παράλληλα με το σχέδιο αυτό υιοθετήθηκαν και κατευθυντήριες γραμμές για την υλοποίησή του, τις οποίες έπρεπε να ενστερνιστούν όλοι οι συνεργάτες της νέας βιβλιοθήκης.

1. Προσανατολισμός προς την ομάδα στόχο
2. Καινοτομία
3. Επικαιρότητα
4. Εμπειρία στα νέα μέσα
5. Επικοινωνία
6. Αισθητική ποιότητα
7. Συνεργασία

Κύριος στόχος είναι να αυξηθεί τόσο η συχνότητα της χρήσης της βιβλιοθήκης όσο και ο αριθμός των χρηστών από την ομάδα στόχο.

Οι νέες προσφερόμενες υπηρεσίες

Ηλεκτρονικά μέσα

Σε αντιστοιχία με τις προσλαμβάνουσες παραστάσεις των νέων, στο επίκεντρο βρίσκονται τα ηλεκτρονικά μέσα τόσο από την άποψη της ποιότητας όσο και από την άποψη της ποσότητας.

Υπάρχουν:

- 12 θέσεις σε PC με πρόσβαση στο Internet, 2 PC με το σύνηθες λογισμικό (επεξεργασία κειμένου, παρουσιάσεις, γραφικά, Scanner) και βάσεις δεδομένων (μόνο το αρχείο Munzinger)
- 2 PC με ηλεκτρονικά παιχνίδια

- 1 PC για τη χρήση CD-ROM/DVD-ROM της βιβλιοθήκης
- Δυνατότητες να κατεβάζει κανείς από το Internet κείμενα, εικόνες, ήχους, E-Mail, αποτελέσματα αναζητήσεων από βάσεις δεδομένων, και να τα μεταφέρει σε δισκέτες τα αρχεία που δημιουργήσε.
- Δυνατότητες εκτύπωσης από όλες τις θέσεις εργασίας (και σε πολυχρωμία)

Από τον Οκτώβριο του 2001 υπάρχει δυνατότητα επικοινωνίας με χρήστες μέσω της ηλεκτρονικής διεύθυνσης E-Mail και μέσω SMS. Οι υπηρεσίες που παρέχονται μέσω SMS περιλαμβάνουν την προσημείωση μέσω των οποίων μπορεί κανείς να δανειστεί για να τα χρησιμοποιήσει εκτός βιβλιοθήκης καθώς και την υπενθύμιση για την επιστροφή τους δύο ημέρες πριν τη λήξη της προθεσμίας. Μέσω E-Mail οι ενδιαφερόμενοι χρήστες πληροφορούνται για νέες εκδόσεις σε επιλεγμένα πεδία (Newsletter).

Από τις 31/03/2003 λειτουργεί και η ειδική ιστοσελίδα, www.medienetage-dresden.de, η οποία ενημερώνεται σε τακτά διαστήματα. Από κοινού με την Υπηρεσία Ενημέρωσης της Νεολαίας (JugendInfoService) εκδίδεται και το online περιοδικό JoMag.

Άλλες προσφερόμενες υπηρεσίες

Συλλογή

Σε αντίθεση με άλλες βιβλιοθήκες η συλλογή της Νεανικής Βιβλιοθήκης αποτελείται κατά 50% από έντυπο υλικό και κατά 50% από υλικό μη έντυπου χαρακτήρα (Nonbook). Στόχος μας είναι ο αριθμός των μονάδων του διατιθέμενου υλικού τόσο σε έντυπη όσο και σε μη έντυπη μορφή να ανέλθει στις 30.000 και οι συνδρομές σε περιοδικά σε 60. Αυτή τη στιγμή, η βιβλιοθήκη διαθέτει 22.000 μονάδες.

Η medien@age προσφέρει τις εξής υπηρεσίες:

- Δανεισμός CD, βιβλίων, κόμικ, Video, ακουστικών βιβλίων, DVD, CD-ROM, περιοδικών και παιχνιδιών για χρήση εκτός βιβλιοθήκης
- Ηλεκτρονικές υπηρεσίες (Internet) λογισμικό για χρήστες,
- Ηλεκτρονικά μέσα και θέσεις εργασίας για τους χρήστες εντός της βιβλιοθήκης
- Εγκυκλοπαίδειες, βιβλία αναφοράς, βοηθήματα, συμπληρωματικά μέσα για τα σχολικά μαθήματα, πληροφορίες για την πόλη της Δρέσδης
- Δυνατότητες χρήσης όλων των προσφερόμενων μέσων
- Παροχή παιδαγωγικών συμβουλών από την Υπηρεσία Ενημέρωσης της Νεολαίας (JugendInfoService) που χρηματοδοτείται από την αρμόδια Υπηρεσία Ανηλίκων του Δήμου
- Εκδηλώσεις
- Καφετέρια
- Υπηρεσίες (Πληροφόρηση και συμβουλευτική)
- Μηχάνημα για φωτοτυπίες

Παρουσία των νέων αποκτημάτων

Σε συνεργασία με μια ομάδα στόχο (μαθητές) αναπτύχθηκαν οι εξής θεματικές ομάδες:

Fundg Σχολικά βοηθήματα:

Βιβλιογραφία για το σχολείο και τα σχολικά μαθήματα, ταξινομημένα ανά μάθημα

Εργασία και σταδιοδρομία

Ψηφιακός κόσμος

Ταξίδια & οδοιπορικές εκδρομές
Ελεύθερος χρόνος & σπορ
Lifestyle & πάρτυ
Ό,τι θέλετε να μάθετε για το σεξ
V.I.P.
Σε αμηχανία
Ακατανόητα ζητήματα
Σχετικά με τη Δρέσδη

Το υλικό έχει ταξινομηθεί σύμφωνα με θεματικές ενότητες και όχι σύμφωνα με το είδος τους π.χ. τα ακουστικά βιβλία βρίσκονται στην ενότητα «Λογοτεχνία» και όχι στα CD. Υπάρχει και η δυνατότητα μετωπικής παρουσίασης.

Εκδηλώσεις

Το προφίλ των εκδηλώσεων της medien@age προσανατολίζεται αυστηρά στην ομάδα στόχο που είναι νέοι ηλικίας από δεκατριών έως εικοσιπέντε ετών. Το ευρύ φάσμα των εκδηλώσεων που είχε διαμορφωθεί στο παρελθόν θα διατηρηθεί και στη Νεανική Βιβλιοθήκη. Ενδεικτικά πρόκειται για τις εξής θεματικές:

- Εκδηλώσεις γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τους νέους
- Πρεμιέρες βιβλίων και ανάγνωση έργων από τους συγγραφείς τους
- Συμμετοχή σε ημερίδες προγραμμάτων που διοργανώνονται στο πλαίσιο σχολείων ή άλλων θεσμών του δήμου (διαπολιτισμικές ημερίδες, SEBIT, έκθεση για με θέμα την επαγγελματική σταδιοδρομία)
- Σεμινάρια και εργαστήρια για την εκμάθηση του Internet
- Ξεναγήσεις στη βιβλιοθήκη και παρουσίαση του E-Book
- Πειράματα με εικονικές εκδηλώσεις στο Internet (Chat με διάσημες προσωπικότητες)
- Ημέρα παρουσίασης της βιβλιοθήκης στο το ευρύ κοινό

Παραδείγματα:

Girlie-Party, συναυλίες Rock, συγγραφείς δίνουν αυτόγραφα, νεαροί συγγραφείς διαβάζουν από τα έργα τους, κοριτσίστικη νύχτα διαβάσματος κλπ.

Νέοι εταίροι

Υπηρεσία Ενημέρωσης της Νεολαίας (JugendInfoService) - μοναδική σε ολόκληρη την Γερμανία)

Έχει εγκαινιαστεί η επίσημη συνεργασία της medien@age με την Υπηρεσία Ενημέρωσης της Νεολαίας, το Jugendinfoservice της Υπηρεσίας Ανηλίκων του Δήμου της Δρέσδης, το οποίο συνεργάζεται με τους νέους σε κοινωνικά και σχολικά ζητήματα καθώς και σε ζητήματα που αφορούν τον ελεύθερο χρόνο. Εδώ το σύνθημα είναι : Σε κάθε σας ερώτηση θα έχετε την απάντηση μέσα σε τρεις εργάσιμες ημέρες. Άλλες παρεχόμενες υπηρεσίες είναι η ενημέρωση και παροχή συμβουλών, η δημιουργία δικτύων, η πληροφόρηση και πρόληψη καθώς και οι παιδαγωγικής υφής εργασίες σε σχέση με τα μέσα ενημέρωσης (πολύ σημαντικές για τη βιβλιοθήκη). Το Jugendinfoservice προσφέρει τις υπηρεσίες του μέσα στη βιβλιοθήκη και έχει αναλάβει την παρακολούθηση των θέσεων για το Internet.

Συνεργασία με χορηγούς

Ένας νέος και πολύ ενεργός χορηγός, ο οποίος απευθύνεται επίσης στην ίδια ομάδα στόχο είναι το BKK Zollern-Alb, ένας οργανισμός ιατροφαρμακευτικής κάλυψης ο οποίος στεγάζεται στο ίδιο κτήριο με τη βιβλιοθήκη. Ο οργανισμός αυτός δεν παρέχει μόνο οικονομική υποστήριξη. Η συνεργασία των δύο φορέων αφορά και περιεχόμενα όπως ήταν πρόσφατα η διοργάνωση ημερίδας «Ανοικτές πόρτες» για το ευρύ κοινό. Άλλος ένας ενοικιαστής εντός του κτηρίου, η αλυσίδα καταστημάτων „Footlocker“, η οποία προσέφερε στη βιβλιοθήκη τη δυνατότητα να χρησιμοποιεί για διαφημιστικούς σκοπούς μια βιτρίνα στο ισόγειο, ακριβώς δίπλα στην είσοδο της βιβλιοθήκης.

Συνεργασία με εταίρους

Με τις δημοτικές αρχές της πόλης της Δρέσδης υπάρχει συνεργασία για διάφορες δράσεις στο κέντρο της πόλης, π.χ. η συμμετοχή στην έκθεση των φοιτητών του πανεπιστημίου Δρέσδης με θέμα «Η γέφυρα» και «Περάστε & περπατήστε – όλοι οι δρόμοι οδηγούν στην πόλη». Έχει επίσης συναφθεί μια σύμβαση συνεργασίας μεταξύ των δημοτικών βιβλιοθηκών της Δρέσδης (medien@age) και μιας τεχνικής σχολής για design (Mediencollege GmbH). Η medien@age προσφέρεται στους εκπαιδευόμενους για πειραματικούς σκοπούς και έτσι οι νέοι σπουδαστές της σχολής αναπτύσσουν και δοκιμάζουν διάφορες μοντέρνες στρατηγικές για τη διαφήμιση της βιβλιοθήκης. Διαμορφώνουν την εικόνα της medien@age, για να ενισχύσουν την απήχησή της στη νεολαία, προτείνουν ειδικά σημεία για την προβολή της, σχεδιάζουν διαφημιστικά φυλλάδια, διαφημίσεις φέιγ βολάν και διαφημιστικές καμπάνιες με εισιτήρια κινηματογράφου καθώς και χάρτες προσανατολισμού για τους ενδιαφερόμενους χρήστες της. Από τη δική της πλευρά, η medien@age προσφέρει στους εκπαιδευόμενους της σχολής τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν τον τεχνολογικό εξοπλισμό της (π.χ. Internet).

Νέες στρατηγικές για το Marketing

Τα εγκαίνια της βιβλιοθήκης medien@age τον Μάιο του 2000 δεν σήμαιναν πως είχαν τελειώσει τα καθήκοντά μας, αφού από εκεί και πέρα άρχιζε το δύσκολο κομμάτι της προβολής της και της γνωστοποίησης των νέων χώρων της στο ευρύ κοινό. Στόχος ήταν η medien@age να γίνει όσο το δυνατό πιο γνωστή. Με διαφημιστικές εξορμήσεις όπως είναι π.χ. η εκτύπωση καρτ-ποστάλ με μοτίβο την medien@age (κάρτες που βρίσκονταν εκτεθειμένες σε μπαρ και σε εστιατόρια και μπορούσε κανείς να τις χρησιμοποιήσει δωρεάν) τα δίπτυχα με πληροφορίες για τις παρεχόμενες υπηρεσίες της medien@age ή τα φέιγ βολάν σε επίκαιρες περιπτώσεις π.χ. στο διάστημα των διαγωνισμών (τα οποία μοιράζονταν μπροστά σε όλα τα σχολεία του Δήμου της Δρέσδης), η medien@age φροντίζει να κρατά ενεργό το ενδιαφέρον του κόσμου. Από τον Μάιο του 2003, ένα από τα οχήματα του τραμ, διακοσμημένο με το έμβλημα της medien@age, θα κυκλοφορεί στην πόλη για δύο ολόκληρα χρόνια. Για τη διαφήμιση της βιβλιοθήκης τοποθετήθηκε δίπλα στην είσοδό της ένα πάνελ με διαφημιστικό υλικό, ειδικά σχεδιασμένο για νέους. Η αλυσίδα καταστημάτων „Footlocker“ έθεσε, ως χορηγός, στη διάθεση της βιβλιοθήκης μία βιτρίνα επίσης δίπλα στην είσοδο της βιβλιοθήκης. Στόχος της βιτρίνας αυτής είναι να προσελκύει από μακριά το βλέμμα των περαστικών και να τους κινεί την περιέργεια. Δύο κοντάρια με λάβαρα που απεικονίζουν τα ίδια μοτίβα όπως και το πάνελ είναι πολύ ελκυστικά διαφημίζοντας εκθέσεις.

Φέτος θα παραγγείλουμε ένα ενημερωτικό φυλλάδιο που θα απευθύνεται σε δυνητικούς χορηγούς, σε προσκεκλημένους και σε επισκέπτες που προέρχονται από τον κλάδο της βιβλιοθηκονομίας. Προς το παρόν αναζητούμε τον κατάλληλο χορηγό για την έκδοσή του. Στην ειδική ιστοσελίδα, www.medienetage-dresden.de μπορεί κανείς να βρει σχετικές ειδήσεις, πληροφορίες, λίστες των Bestseller, και προγράμματα εκδηλώσεων. Οι θεματικές προσαρμόζονται τακτικά στις νέες εξελίξεις της τεχνολογίας και στις νέες τάσεις που επικρατούν στη νεολαία.

Τον Απρίλιο του 2001 τοποθετήθηκε στο δίκτυο το online περιοδικό JoMag στη διεύθυνση, www.jomag-dresden.de, αλλά μπορεί κανείς να το αναζητήσει και μέσω της ιστοσελίδας της medien@age

Από τον Οκτώβριο του 2001, οι χρήστες της medien@age μπορούν να ενημερώνονται για τις νέες αγορές που πραγματοποιεί η βιβλιοθήκη, λαμβάνοντας το Newsletter της βιβλιοθήκης μέσω E-Mail. (μέχρι τώρα περίπου 200 συνδρομητές)

Η νέα υπηρεσία SMS (επίσης από τον Οκτώβριο του 2001) είχε μέχρι τώρα πολύ θετικό αντίκτυπο. Ενημερώνει επίσης τους χρήστες μας για διάφορες εκδηλώσεις της βιβλιοθήκης μας και για τις ημέρες που η βιβλιοθήκη παραμένει κλειστή.

Katrin Doll