

Service vor Ort – Die Bibliothek geht zum Nutzer

On-site service – The library goes to the user

Abstract

Among the core activities of libraries are user orientated services which nowadays imply the reflection about the services and their permanent enhancement. In a medical university library different user groups with special needs can be identified: students, physicians, researchers, nursing and laboratory staff, as well as administration staff. While students continuously make use of the library services on-site, researchers and physicians use or would like to use the electronic resources predominantly from their workplace.

The article deals with the problematization, needs assessment and conceptual design of a service model for reaching all potential user groups that can be found in the Library for the Medical Faculty of Mannheim.

Keywords: service, communication strategy

Zusammenfassung

Zum Kern jeder Bibliotheksarbeit gehört die Ausrichtung ihrer Services auf die zumeist heterogenen Nutzergruppen. Dies schließt die Reflexion über die Dienste und eine ständige Weiterentwicklung mit ein. In einer medizinischen Hochschulbibliothek lassen sich als Zielgruppen mit spezifischen Bedürfnissen in der Regel Studierende, Ärzte, wissenschaftliche Mitarbeiter, Klinikpersonal aus Pflege und Labor sowie Mitarbeiter der Verwaltung identifizieren. Studierende nutzen die Angebote der Bibliothek regelmäßig und überwiegend vor Ort, während wissenschaftliche Mitarbeiter und Ärzte vor allem auf die elektronischen Ressourcen von ihrem Arbeitsplatz aus zugreifen (möchten). Der Beitrag umfasst eine Problematisierung, Bedarfsanalyse und schließlich die Konzeption einer Dienstleistung, mit der alle potentiellen Nutzergruppen der Bibliothek der Medizinischen Fakultät Mannheim der Universität Heidelberg erreicht werden (können).

Schlüsselwörter: Service, Kommunikationsstrategie

Dimensionen einer Dienstleistung

Ausgangspunkt der Entwicklung einer neuen Dienstleistung ist das Erkennen von Problemen, Lücken oder offenen Fragen im Informationsprozess bzw. die Kenntnis veränderter Nutzerbedürfnisse. Dabei spielen stets die Dimensionen Qualität der Dienstleistung, die Nutzerorientierung sowie die Kommunikation der Dienstleistung eine entscheidende Rolle. Von den Bedürfnissen zum Produkt ist es kein so weiter Weg, wenn diese Dimensionen bei der Konzeption und Umsetzung beachtet werden. Beschäftigt man sich mit Dienstleistungen im Bibliotheksumfeld, so handelt es sich überwiegend konkret um Informationsdienstleistungen: was wird wie vermittelt und für wen ist es relevant?

Bei der **Dimension Qualität** kommt es nicht nur auf das Produkt an sich an, sondern vielmehr auf den Prozess der Informationsvermittlung und den Verwendungszusammenhang des jeweiligen Nutzers. Die Qualität einer Informationsdienstleistung ist generell schwer objektivierbar, wichtig ist die Vertrauensbasis zwischen Anbieter und Nutzer, sodass man Information an sich als ein „Vertrauensgut“ betrachten kann. Qualität hat also vor allem mit ihrer Wahrnehmung zu tun und prägt dadurch auch das Image einer Bibliothek ([1], Bd. 1, 3.5.3:1).

Die **Dimension Nutzerorientierung** gehört zum Kern jeder Bibliotheksarbeit, was die ständige Reflexion über die Dienste und ihre beständige Weiterentwicklung oder Neuentwicklungen mit einschließt. Mittlerweile gibt es zahlreiche Handbücher und Checklisten für Strategien der Nutzerorientierung bzw. -bindung, in denen der Fokus

Manuela Schulz¹

¹ Bibliothek, Medizinische Fakultät Mannheim der Universität Heidelberg, Mannheim, Deutschland

auf der Art der Kommunikation sowie der Produktivität und Effektivität der Dienstleistungen liegt ([1], Bd. 1, 3.5.10:1ff.). Um die Nutzung der Dienstleistung durch die jeweilige Zielgruppe genau verstehen zu können, bedarf es genauer Kenntnisse über die Informationsbedürfnisse. Dazu gehört auch die Beobachtung als Datensammlung zum Informationsbedarf ([1], Bd. 3, 8.2.1:7). Außerdem kann jeder (Informations-)Prozess dazu genutzt werden, durch Rückkopplung noch besser die Wünsche und Bedürfnisse der Nutzer kennenzulernen. Hilfreich ist dabei stets, die Prinzipien der ständigen Verbesserung und Nutzerorientierung im Blick zu behalten.

Die **Kommunikation** würde ich als weitere Dimension für Dienstleistungen festmachen. Hierbei sind vor allem die Strategie der Öffentlichkeitsarbeit und die Effektivität der Information relevant: mit welchen Mitteln erreiche ich den entsprechenden Nutzer, damit er meine Botschaft versteht? Zur Strategie gehören zahlreiche Faktoren, wie bspw. Auswahl des Zeitpunkts und Kommunikationskanals.

Die Erhebung der Dimensionen Qualität, Nutzerorientierung und Kommunikation sind also notwendig, um über die jeweiligen Umweltbedingungen reflektieren und relevante Dienstleistungen anbieten zu können. Nur wenn der „Nutzer“ einen „Nutzen“ einer Informationsdienstleistung – und sei es nur eine Auskunft – hat und dabei mit einem positiven Gefühl geht, ist er ein zufriedener Nutzer, der sich vertrauensvoll wieder an die Institution wenden und die Zufriedenheit auch an andere weitergeben wird. In der Literatur wird häufig der Anstoß gegeben, eine Dienstleistung weniger als Informationsbereitstellung, sondern als Wissenstransfer, also als einen Prozess, zu verstehen und auszuüben. Dabei wird vermehrt auf den Wert von weichen Faktoren, wie Höflichkeit, Entgegenkommen, „Aufgeschlossenheit, Kommunikationsfähigkeit, Serviceorientierung und Ansprechbarkeit“ für Informationsdienstleistungen hingewiesen ([1], Bd. 3, 8.2.1.3:11). Der Nutzer soll mit der für ihn relevanten Information und einem positiven Gefühl, das er mit der Bibliothek verbindet, versorgt werden.

Erkennen von Defiziten bei der Dienstleistung

In einer medizinischen Hochschulbibliothek lassen sich als Zielgruppen mit spezifischen Bedürfnissen in der Regel Studierende, Ärzte, wissenschaftliche Mitarbeiter, Klinikpersonal aus Pflege und Labor sowie Mitarbeiter der Verwaltung identifizieren. Die Praxis zeigt, dass die überwiegende Zahl der Studierenden die Angebote der Bibliothek regelmäßig und vor allem vor Ort nutzt, während wissenschaftliche Mitarbeiter und Ärzte überwiegend auf die elektronischen Ressourcen von ihrem Arbeitsplatz aus zugreifen und andere Mitarbeiter im Bedarfsfall, kaum oder gar nicht die Dienstleistungen der Bibliothek nutzen. Generell stellen wir immer wieder fest, dass offenbar die verschiedenen Zielgruppen nur eingeschränkt

über die Dienstleistungsangebote der Bibliothek informiert sind. Um den Aufgaben der Bibliothek gerecht werden zu können, ergibt sich hieraus die Notwendigkeit festzustellen, warum dies so ist und was wir anders machen müssen (Tabelle 1).

Über dem Erkennen von Defiziten steht als Ziel, eine optimale Versorgung mit relevanten Informationen der Mitarbeiter der Universitätsmedizin Mannheim, zu der die Bibliothek der Medizinischen Fakultät Mannheim gehört, zu schaffen. Nebenziele sind einerseits die Erhöhung der Vertrauensbasis und damit Verbesserung der Nutzerbindung und andererseits ein positiver Einfluss auf das Image der Bibliothek.

Hält man sich den Charakter einer modernen wissenschaftlichen Bibliothek vor Augen, nämlich „Schnittstelle zur Information, fachliches Kompetenzzentrum und sozialer Raum“ gleichzeitig zu sein (wie es jüngst Michaela Rossini und Nikolaus Berger in ihrem Artikel im BIX schrieben) und dabei zeitgemäße Informationstechnologien und eine zeit- und ortsunabhängige Benutzernähe anzuvisieren, kristallisiert sich als Haupttätigkeitsfeld die Erwerbung und Vermittlung relevanter Informationsressourcen für den Benutzerkreis heraus [2]. Beeinflusst wird dies vor allem durch erhöhte Mobilität, Flexibilität und Vernetzung im Arbeitsalltag des Klinikpersonals; dieselben Einflüsse finden wir auch in der Kommunikation. Die knappe Ressource, in die diese drei Merkmale eingepasst werden müssen, ist die Zeit: Der Weg in die Räume der Bibliothek und die Recherche vor Ort ist mit einem Aufwand verbunden, der oft gescheut wird bzw. im klinischen Arbeitsalltag nicht machbar ist. Unter Umständen führt dies, sofern keine Alternativangebote der Informationsversorgung bestehen, zu einer Informationslücke [2]. Daher sind Medizinbibliothekare stets mit der Herausforderung konfrontiert, dauerhafte und nachhaltige Servicestrategien zu entwickeln, die zugleich den Aufwand für die Nutzer reduzieren und mögliche Informationslücken minimieren. Die daraus resultierenden Dienstleistungen sind den Nutzern verständlich zu vermitteln.

An dieser Stelle greift unser Ansatz. Für uns galt bzw. gilt es in Zukunft, die Informationsstrategie der Bibliothek auszubauen und den Zielgruppen der Universitätsmedizin eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene und nutzbare Informationsversorgung anzubieten. Die bisherigen Strategien, per Website und Druckmaterialien zu informieren, reichten nicht aus. Wir entschieden uns daher, einen Service anzubieten, bei dem wir zum Nutzer gehen und starteten im März dieses Jahres das Projekt „Hausbesuche“, das von zwei Mitarbeiterinnen in Rücksprache mit der Leitung konzipiert wurde. Als Projektplan sahen wir die Ist-Analyse und die Bedarfsanalyse sowie die darauf aufbauende Entwicklung eines neuen Services vor. Zunächst skizzierten wir die Ist-Situation in Mannheim: Ein Klinikum in städtischer Hand, mit Status Universitätsklinikum, an das die Medizinische Fakultät Mannheim der Universität Heidelberg angegliedert ist. Wir finden – vereinfacht gesagt – zwei sich stark unterscheidende Nutzerkreise vor, nämlich Studierende und Nicht-Studierende, innerhalb derer zusätzlich zu differenzieren ist.

Tabelle 1: Eigene Darstellung der Kernfragen

Betriebsorganisation	Wo gibt es Schwachstellen?
Nutzeransprüche	Welche Bedürfnisse haben unsere Benutzer?
Außenwirkung	Liegt ein Kommunikationsproblem seitens der Bibliothek vor? Wie wird die Bibliothek von den verschiedenen Nutzergruppen wahrgenommen?
Äußere Einflüsse	In welcher Arbeitsumgebung befindet sich die Bibliothek und welchen Rahmenbedingungen steht sie gegenüber? Von welchen gesellschaftlichen Einflüssen wird die bibliothekarische Vermittlungsarbeit tangiert?
Selbstbild	Welchen Anspruch verfolgt die Bibliothek und ist dieser zeitgemäß?

Zunächst erfolgte die Auflistung der Services der Bibliothek, wobei keine detaillierte Bewertung wie etwa in Form eines Produktportfolios vorgenommen wurde, was in Zukunft jedoch geplant ist. Das Serviceprofil unserer Einrichtung kann mit der Versorgung der Mitarbeiter mit wissenschaftlicher und praxisrelevanter Information auf den Punkt gebracht werden, die ebenso gedruckte wie elektronische Medien umfasst. Die sich daraus ableitenden Serviceleistungen wie die Dokumentlieferung, das Kursangebot oder der Einsatz eines Linkresolvers wurden nach Nutzung und den jeweiligen Servicebedingungen analysiert. Die Services werden, soweit sie den Nutzern bekannt sind, positiv bewertet und gerne genutzt. Die Dienstleistungen an sich waren also nicht unzureichend, sondern vielmehr die Kenntnis der Services. Dies bedeutet für uns, die Dimension Kommunikation muss stärker ausgebaut werden.

Im nächsten Schritt wurde die von uns als Best Practice-Beispiel für Vor-Ort-Services identifizierte Zweigbibliothek Medizin in Münster, die bereits seit zwei Jahren erfolgreich eine solche Dienstleistung für ihre Nutzer anbietet, zu Erfahrungen, Strategien, Vor- und Nachteilen befragt. Zudem entschieden wir uns für eine qualitative Bedarfsanalyse, um unsere Fragen und Vermutungen beantworten bzw. auch bestätigt zu finden und führten daher im Sommer dieses Jahres stichprobenartig mit Vertretern der verschiedenen Berufsgruppen der Universitätsmedizin Mannheim (UMM) Leitfaden-gestützte Interviews. Die verschiedenen Berufsgruppen der UMM unterteilen wir in Ärzte mit Lehrbeteiligung, Ärzte ohne Lehrbeteiligung, Wissenschaftler/Doktoranden, Pfleger, Laboranten, Apotheker und Sekretärinnen. Die Fragen wurden in verschiedene Fragenkomplexe, wie Informationsstrategien, technische Voraussetzungen am Arbeitsplatz, Supportleistungen, Services der Bibliothek und Weiterbildung, eingeteilt und im Einverständnis mit den Befragten auf Tonband aufgenommen, um nach dem Gespräch die Antworten für Auswertungszwecke zu dokumentieren. Die aus den jeweils etwa 60 Minuten dauernden Gesprächen gewonnenen wichtigsten Erkenntnisse werden im Folgenden zusammengefasst:

In Bezug auf das Nutzungsverhalten:

- Nicht alle Personen kontaktieren bei Zugriffsproblemen die Bibliothek, sondern es bleiben relevante Quellen u.a. aus Zeitmangel ungenutzt;
- mobile Endgeräte werden nur auf privater Basis und nicht flächendeckend verwendet;

- oft wird zusätzlich von zu Hause wissenschaftlich gearbeitet, weil im Klinikalltag keine Zeit und Ruhe vorhanden bzw. technische Voraussetzungen zu umständlich sind.

In Bezug auf die Informationskompetenz:

- Es bestehen (weiterhin) große Unterschiede in der Kompetenz im Umgang mit Computern und Internet;
- hauptsächlich erfolgt die Recherche (mit der Methode „quick and dirty“) im Internet und in PubMed, weitere elektronische Ressourcen sind oft nicht bekannt oder werden nicht genutzt.
- der persönliche Informationsbedarf wird unterschiedlich eingeschätzt;
- Suchstrategien sind fast immer selbst angeeignet;
- grundsätzlich besteht Interesse an Fortbildung und Vertiefung hinsichtlich der Informationskompetenz. Oftmals besteht jedoch Zeitmangel.

In Bezug auf die Bibliothek:

- Die Angebote der Bibliothek sind nur vage bekannt, die Bibliothek wird vor allem mit der Dienstleistung Dokumentlieferung und der Nutzergruppe Studierende assoziiert;
- der persönliche Kontakt wird bei Fragen und Problemen als wichtig empfunden.

Aufhebung von Defiziten durch eine neue Dienstleistung

Die Ergebnisse der Ist-Analyse, des Erfahrungsaustausches mit Münsteraner Kollegen und der direkten Bedarfsanalyse bei den Vertretern verschiedener Berufsgruppen an der UMM haben uns in der Konzeption der „schon Jahrzehnte lang bekannten Idee“, die Bibliothek geht zu ihren Nutzern, bestärkt. Dass sich diese Dienstleistung in anderen Bibliotheken bewährt, wurde beim Treffpunkt „Public Relations“ während der AGMB-Tagung 2010 mehrfach bestätigt. Mit den Ergebnissen der Analysen kann die neue Dienstleistung optimal auf die verschiedenen Berufsgruppen abgestimmt werden.

Ziel

Ziel war die Schaffung eines individuellen und proaktiven Beratungsservices für Mitarbeiter der Fakultät und des Klinikums in Bezug auf die Informationsdienstleistungen

der Bibliothek, um relevante Informationen für den Nutzer bereitzustellen und das Serviceangebot der Bibliothek verständlich zu kommunizieren. Damit möchten wir nicht nur unser Netzwerk ausbauen, sondern auch eine stärkere Nutzerbindung durch Zufriedenheit und eine stärkere Identitätsbildung der Nutzer mit unserer Institution erreichen. Zudem erhoffen wir uns als Nebeneffekt, die Hausbesuche als Plattform für Servicewünsche zu etablieren, um so flexibel auf Nutzerbedürfnisse reagieren zu können. Wir gehen davon aus, dass sich dadurch einerseits die Servicequalität erhöht und andererseits auch darauf aufbauend neue Services entwickelt werden können. Der Vor-Ort-Service hat sich bei der Konzeption im Prinzip als eine Kombination aus den bereits existierenden Tätigkeitsbereichen Auskunft, Schulungen und Öffentlichkeitsarbeit herausgebildet: Je nach Bedarf des Instituts/der Klinik hat der jeweilige Hausbesuch einen individuellen Charakter. Unsere Angebote reichen von einem allgemeinen Überblick über die Vorstellung von Datenbanken bis hin zu individuellen Trainings bei der Recherche. Geplant ist, die Hausbesuche regelmäßig in 1–2 Jahresabständen in den einzelnen Kliniken und Instituten sowie nach Bedarf durchzuführen. Für die Sekretariate soll eine eigenständige Veranstaltung angeboten werden, da diese am Klinikum eine Gruppe mit besonderen Eigenschaften bilden.

Durchführung

Nach erster Information zum neuen Service durch persönliche Anschreiben an Direktoren, Oberärzte und leitende Mitarbeiter soll als weitere Kontaktstelle die (telefonische) Auskunft und die Webseite <http://www.umm.uni-heidelberg.de/bibl/hausbesuche/> mit Formular dienen. Für den Service sind zwei Mitarbeiterinnen der Bibliothek verantwortlich, die beide im Auskunfts- und Schulungsteam sowie an der Öffentlichkeitsarbeit beteiligt sind.

Der jeweilige Hausbesuch wird von den Verantwortlichen konzipiert, die Kontakt mit dem Ansprechpartner aus der Klinik/dem Institut aufnehmen, Inhalte, technische und weitere Bedingungen abklären und somit eine individuelle „Informationsveranstaltung“ nach Bedarf der Gruppe erstellen. Diese Informationen werden im bibliotheksinternen Wiki dokumentiert. Wichtig ist dabei, dass sich die Durchführenden mit dem Anforderungsprofil des zu besuchenden Instituts eingehend beschäftigen, um selbst aktiv Themen ansprechen zu können, die als relevant eingeschätzt werden, von den Mitarbeitern aber noch nicht als solche erkannt wurden.

Zwei dezidierte Personen, voraussichtlich die Verantwortlichen selbst, führen die Hausbesuche durch. Sollte sich ein Themengebiet ergeben, mit dem die verantwortlichen Mitarbeiter nicht vertraut sind, wird die entsprechend sich mit dem Thema beschäftigende Person eine der zwei verantwortlichen „Hausbesucherinnen“ ersetzen. Die Hausbesuche sollen nach der Durchführung durch direkte Rückkopplung mit den Teilnehmern und einer entspre-

chenden Nachbereitung abgeschlossen und evaluiert werden.

Die Inhalte, die wir in den Hausbesuchen vermitteln wollen, decken das Spektrum unserer bisherigen Dienstleistungen ab: Elektronische Zeitschriften und E-Books (EZB, Online-Katalog, Verlagsplattformen, Weg zum Volltext, Check Full Text Service), Alertingdienste und RSS, (Alertingdienste: Google Scholar, PubMed, Datenbanken, Nachrichtenfeeds und RSS-Reader, persönliche Startseiten), Dokumentlieferung, EBM mit der Cochrane Library), Übersicht wichtiger medizinischer Datenbanken (PubMed, MedPilot, Google Scholar, Internet, Cochrane Library, WoS, DBIS), Journal Citation Reports und Impact Factor (JCR, Impact Factor, WoS, Publikationslisten, Zitationsraten, H-Index), Wikis und Weblogs (Funktion und Verwendungsmöglichkeiten), Überblick über Services der Bibliothek (Benutzung, Beratung, Dokumentlieferung, Erwerbungsanfragen, Kurse, Drucken, Bestand, Literaturverwaltung, externer Zugriff, Check Full Text Service, Website, Institutsbetreuung), Zugriff auf Volltexte (Fokus auf Zugriffsmöglichkeiten, Nutzung des Linkresolvers), Recherchetraining in ausgewählten Datenbanken (Boolesche Operatoren, erw. Suche in PubMed, Cochrane, Internet, MedPilot, WoS), Literaturverwaltung (vor allem EndNote). Die Laufzeit des Projektes ist für ein Jahr angesetzt, wovon wir uns mittlerweile in der zweiten Phase befinden (Tabelle 2). Zur ersten Phase gehörte neben der Analyse und Konzeption auch die Rückkopplung mit der Bibliotheksleitung und Kollegen in regelmäßigen Gesprächen. Außerdem ergab sich aus den Überlegungen eine weitere Maßnahme für die gezielte Information potentieller Nutzer: Aushändigung relevanter Informationen für neue Mitarbeiter bei Neueinstellung durch die Personalabteilung.

Tabelle 2: Projektphasen des Projekts „Hausbesuche“

Phase I	März – August 2010 Konzeption
Phase II	Oktober 2010 – März 2011 Erste Umsetzung
Phase III	April 2011 Evaluation und endgültige Umsetzung

Der Arbeitsaufwand für die beiden verantwortlichen Mitarbeiterinnen ist bisher kaum abzuschätzen. Fest steht, dass die Arbeitszeiten der beiden Mitarbeiterinnen flexibler werden müssen, um auf die zeitlichen Vorgaben der zu besuchenden Gruppen eingehen zu können (dies variiert bei den Zielgruppen stark).

Wir versprechen uns von dem neuen Service „Hausbesuche“ eine bessere Wahrnehmung unserer Dienstleistungen und dadurch eine stärkere Verankerung der Bibliothek als Informationszentrum innerhalb der Universitätsmedizin Mannheim, dem Vertrauen entgegengebracht wird. In Bezug auf die Dienstleistungsdimensionen erhoffen wir, dass die Qualität der einzelnen Services durch die Hausbesuche, in denen eine aktive Rückkopplung stattfindet, evaluiert und auf diese Weise auch erhöht

werden kann. Bei der Dimension Nutzerorientierung wird es durch die Hausbesuche eine zusätzliche Option geben, die Bedürfnisse zu evaluieren und zu verstehen. In Bezug auf die dritte Dimension Kommunikation ist der Hausbesuch eine von mehreren Maßnahmen, die wir für die Bekanntmachung unserer Services nutzen. Nach wie vor sind Website, Newsblog, Newsletter, Facebook, Veröffentlichungen im Klinikumsmagazin, Information bei Mitarbeiterintroduktionen, das Gespräch am Telefon und der Kontakt per E-Mail wichtig.

Die Einflüsse auf die Bibliothek, die oben in Bezug auf den Charakter einer Bibliothek genannt wurden, werden somit hoffentlich auf den Service übertragen: er ist mobil, flexibel und vernetzt.

Anmerkungen

Interessenkonflikte

Die Autorin erklärt, dass sie keine Interessenkonflikte in Zusammenhang mit diesem Artikel hat.

Verwendung von generischen Maskulina

Bei den im Text verwendeten maskulinen Formen für Personenbezeichnungen handelt es sich um generische Maskulina, die die weibliche Form mit einbeziehen.

Literatur

1. Hobohm HC, Umlauf K, Hrsg. Erfolgreiches Management von Bibliotheken und Informationseinrichtungen: Fachratgeber für die Bibliotheksleitung und Bibliothekare. Hamburg: Dashöfer; 2002ff
2. Rossini M, Berger N. Ein Neubau ist eine Chance für den Neubau des Serviceportfolios: BIX Der Bibliotheksindex. 2010(Juni):10-12.

Korrespondenzadresse:

Manuela Schulz

Bibliothek, Medizinische Fakultät Mannheim der Universität Heidelberg, Theodor-Kutzer-Ufer 1-3, 68167 Mannheim, +49 (0) 621/383 3711, Deutschland
manuela.schulz@medma.uni-heidelberg.de

Bitte zitieren als

Schulz M. Service vor Ort – Die Bibliothek geht zum Nutzer. *GMS Med Bibl Inf.* 2010;10(3):Doc32.

DOI: 10.3205/mbi000215, URN: urn:nbn:de:0183-mbi000215

Artikel online frei zugänglich unter

<http://www.egms.de/en/journals/mbi/2010-10/mbi000215.shtml>

Veröffentlicht: 21.12.2010

Copyright

©2010 Schulz. Dieser Artikel ist ein Open Access-Artikel und steht unter den Creative Commons Lizenzbedingungen (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>). Er darf vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zugänglich gemacht werden, vorausgesetzt dass Autor und Quelle genannt werden.