

ALTBESTAND 2.0: MÖGLICHKEITEN UND BEDINGUNGEN DES EINSATZES VON SOCIAL MEDIA ZUR KOMMUNIKATION ÜBER HISTORISCHE BESTÄNDE

Almut Breitenbach

Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen /

Bibliotheksakademie Bayern

a-breitenbach@web.de

1. „... ther ys a worlde ther, yet to be founde“

„Why traine specialistes to reade ancient papyrus or dustye bookes? By cause ther ys a worlde ther, yet to be founde“¹, so twitterte „Chaucer“ alias @LeVostreGC am 2. Februar 2014. Während diese noch zu entdeckende „worlde“ des Alten Buchs bis vor einigen Jahren im Wesentlichen spezialisierten Fachwissenschaftlern, Bibliothekaren und Bibliophilen² bekannt war, die sich auf Tagungen, Ausstellungen und mittels wissenschaftlicher – zumeist gedruckter – Publikationen darüber austauschten, entfaltet sie sich mittlerweile auf Social-Media-Plattformen rasant und zudem auf eine Art und Weise, die sie auch für Laien zugänglich macht. In Blogs, Posts und Tweets³ wird nicht nur wissenschaftlicher Content unter Spezialisten ausgetauscht, sondern Buch-, Schrift- und Bibliotheksgeschichte werden einem breiten Publikum vermittelt und es werden auch Gedanken und Eindrücke mitgeteilt, die in der früheren Wissenschaftsöffentlichkeit eher im kleinen Kreis und am Rande geäußert wor-

¹ Chaucer Doth Tweet@LeVostreGC, 2. Februar 2014

² Bezeichnungen von Personen oder Personengruppen werden in diesem Beitrag in der maskulinen Form verwendet, wobei ausdrücklich beide Geschlechter gemeint sind. Auf die zusätzliche Nennung der weiblichen Form wurde zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

³ Da die Social-Media-Szene stark von der englischen Sprache geprägt ist, sind inzwischen auf diesem Sektor zahlreiche englische Begriffe eingedeutscht worden, mit mehr oder weniger schönem Ergebnis. Ich habe mich in diesem Beitrag für die Verwendung der eingedeutschten Formen entschieden, da sie im allgemeinen Sprachgebrauch momentan gängig sind.

den wären. Die Social-Media-Communities zeigen sich dabei besonders angetan von der Begeisterung und dem Humor, mit denen Wissenschaftler und Bibliothekare über ihre Handschriften, Inkunabeln und Alten Drucke twittern, bloggen und posten und wie sie es schaffen, ihr nicht eben eingängiges Thema zu vermitteln und breites Interesse zu wecken. Die Welt des Alten Buchs, die, wie @LeVostreGC einem Publikum von 25.388 Followern auf Mittelenglisch zutweetete, noch zu entdecken ist, erscheint so alles andere als verstaubt. Vielmehr wird vor den Augen der interessierten Communities ein wahres buchhistorisches Feuerwerk abgebrannt, wobei gerade die kleinen Details, die ungewöhnlichen Funde, die vielleicht außerhalb der Buchgeschichte keine besonders hohe wissenschaftliche Relevanz haben oder manchem außerhalb einer Handschriftenbeschreibung kaum der Erwähnung wert erscheinen, in einem Tweet mit Bild oder einem kurzen Blogbeitrag die Lebendigkeit der Welt des Alten Buchs zu vermitteln imstande sind.

Zugleich birgt die Vernetzung über Social Media auch für diejenigen, die professionell mit Buchgeschichte und verwandten Themen beschäftigt sind, einen großen Reichtum an Informationen über die bereits erwähnten hinaus: Man erfährt von einschlägigen wissenschaftlichen und bibliothekarischen Veranstaltungen, Ausstellungen und Projekten in aller Welt, frisch digitalisierten Beständen, Büchern, die für die eigene Arbeit relevant sein können, erhält Nachrichten aus in- und ausländischen Bibliotheken und Archiven, von denen man vielleicht noch nie etwas gehört hat, trifft auf Personen oder Institutionen, die interessant für einen Austausch oder die Zusammenarbeit wären, – kurzum, man sitzt an einem Quell der Information und Inspiration. Wenn man zudem bedenkt, dass ein vielleicht spielerisch auf Mittelenglisch verfasstes, ob seiner Aussage allerdings überaus unterstützenswertes Tweet wie das zitierte von @LeVostreGC an 25.388 Follower ging, 77 Mal weiterverschickt und 57 Mal als Favourite markiert wurde, wobei ein durchschnittlicher Twitterer vielleicht zwischen 300 und 1000 Follower hat, drängt sich doch der Gedanke auf, ob es nicht auch für Altbestandsabteilungen hierzulande, die sich momentan noch nicht auf Social-Media-Plattformen tummeln bzw. bestenfalls über die Social-Media-Aktivitäten ihres Hauses eingebunden sind,⁴ lohnenswert wäre, ein eigenes Social-

⁴ Hier wäre von den Bibliotheken mit Handschriftenzentren die SBB-PK Berlin zu nennen, die BSB München und die UB Leipzig, in deren Twitter-Accounts ab und zu Content gepostet wird, der die

Media-Konzept mit eigenen Accounts zu entwickeln und zu starten, um neues Publikum, neue Nutzer zu gewinnen, Interesse für die eigene Arbeit zu wecken, über ihre Projekte zu informieren, auf wenig beforschte Bestände aufmerksam zu machen, um besser über die Arbeit der Kollegen und Wissenschaftler informiert zu sein, die Chancen für Zusammenarbeit zu erhöhen und vieles mehr – nicht zuletzt auch, um die eigene Sichtbarkeit für ein breites nicht-wissenschaftliches und nicht-bibliothekarisches Publikum zu verbessern und die Bedeutung buchgeschichtlicher Forschung verstärkt an die Öffentlichkeit zu tragen.

Dieses so überaus attraktiv wirkende Szenario hat jedoch auch seine Haken, angefangen von der nicht zu unterschätzenden Arbeit, die die Kommunikation mit Social Media macht, über mögliche Datenschutz- und Urheberrechtsprobleme bis hin zu bibliotheks-, kommunikations- und gesellschaftspolitischen Aspekten, die vorab diskutiert werden sollten und zu denen eine Abteilung, besser die Bibliothek insgesamt, Stellung beziehen sollte, bevor sie sich in die Welt der Kommunikation mit Social Media stürzt. Hinzu kommt die Schwierigkeit, den Erfolg von Social-Media-Auftritten nach einiger Zeit zu evaluieren – welchen messbaren, wenn vielleicht auch nicht bezifferbaren, aber immerhin wahrnehmbaren Nutzen bringen sie der Abteilung bzw. dem Haus tatsächlich ein? Wirken sich Re-Tweets und Favourites auf Twitter, Shares und Likes auf Facebook oder Tumblr, Gefällt-mir-Herzchen auf Pinterest usw. tatsächlich in Gestalt von mehr Nutzern oder immerhin Besuchern der analogen und digitalen Angebote aus oder stellen sie nur jeweils ein, wenn auch sicher nicht zu unterschätzendes, systemimmanentes symbolisches Kapital dar?

Der Rahmen des vorliegenden Beitrags ist freilich zu eng gesteckt, um all die angerissenen Aspekte umfassend zu diskutieren. Sein Ziel ist daher, erste Eindrücke der Kommunikation von Bibliotheken, Wissenschaftlern und Nicht-Wissenschaftlern über das Alte Buch auf Social-Media-Plattformen zu beschreiben, kritisch zu diskutieren und Möglichkeiten der Kommunikation mit Social Media über historische Sammlungen zu skizzieren.

Spezialsammlungen betrifft. Die UB Frankfurt, die WLB Stuttgart und die HAB Wolfenbüttel haben keine Social-Media-Auftritte.

2. Social-Media-Auftritte im Bereich Altes Buch

Wissenschaftliche Bibliotheken im deutschsprachigen Raum sind derzeit (noch?) vergleichsweise zurückhaltend bei der Kommunikation über Social Media und mit ihnen folglich auch ihre Spezialabteilungen. Die Suche nach Auftritten von Altbestandsabteilungen führt also ins Ausland, vor allem zu Häusern in Großbritannien und den USA, da Social Media hier recht intensiv genutzt werden. Im Folgenden werden einige Social-Media-Auftritte vorgestellt, um exemplarisch auf das Spektrum an Möglichkeiten der Kommunikation über das Alte Buch hinzuweisen.

Besonders vielfältig präsentieren sich etwa die Special Collections and University Archives der University of Iowa Libraries,⁵ die sowohl einen eigenen Facebook-Auftritt, einen Twitter-Account und einen Tumblr-Blog führen.⁶ Besonders beliebt und „nerdy“ sind zudem die ‚Staxpeditions‘ der Abteilung auf YouTube:⁷ Nutzer können den Bibliothekaren ihre Lieblings-LoC-Signaturengruppen schicken. Aus den eingegangenen Vorschlägen wird einer ausgelost, worauf die Bibliothekare mit Kamerabegleitung ins Magazin gehen, aus dem ausgelosten Signaturenabschnitt ein beliebiges Buch ausheben und es dann spontan gemeinsam vorstellen. Außerdem führt die Abteilung gleich mehrere Crowdsourcing-Transkriptions-Projekte durch, z. B. von historischen Kochbüchern von 1600–1930 oder von Tagebüchern aus dem Bürgerkrieg.⁸ Diese Abteilung hat die Idee der Social Media als Kommunikationsmittel, als Austausch mit den Nutzern sehr konsequent umgesetzt. Besonders fällt das ‚menschliche Gesicht‘ der Special Collections auf, da die Bibliothekare in den Videos selbst auftreten, die Nutzer ansprechen und sie einmal hinter die Kulissen blicken lassen. Zudem werden die Nutzer auf ganz verschiedenen Ebenen einbezogen: Vom Facebook-Kommentar bis hin zum Transkriptionsbeitrag ist alles willkommen, was den Eindruck der echten Wertschätzung von Nutzerbeteiligung vermittelt. Da hier die Social-Media-Auftritte offenbar sehr ernst genommen und mit Begeisterung gepflegt werden, wundert es nicht, dass Special Collections Librarian Colleen Theisen mit ihren zahlreichen Beiträgen zu den acht Buchhistorikern, Kuratoren, Spezialisten

⁵ <http://www.lib.uiowa.edu/sc/>

⁶ <https://www.facebook.com/uiowaspecialcollections>, <https://twitter.com/uispeccoll>, <http://uispeccoll.tumblr.com/>.

⁷ <http://www.youtube.com/user/uispeccoll>

⁸ <http://diyhistory.lib.uiowa.edu/>

und Bibliothekaren gekürt wurde „Who are Killing It Online“.⁹ Ihre besondere Social-Media-Serie ist der ‚Miniature Monday‘ auf Tumblr, wo sie winzigste Bücher aus den Beständen vorstellt.¹⁰

Ebenfalls sehr erfolgreich ist der Medieval Manuscript Blog der British Library,¹¹ der sogar zu den Gewinnern des National UK Blog Awards (Arts & Culture category) zählt¹² und sich ‚UK Arts and Culture Blog of the Year 2014‘ nennen darf.¹³ In der British Library bloggen verschiedene Abteilungen, wobei die Blogs auf Typepad geschrieben werden, aber nahtlos in den Webauftritt des Hauses eingebunden sind.¹⁴ Zudem haben die Abteilungen jeweils einen Twitter-Account, mit dem u. a. auf die Blogbeiträge verwiesen wird. Während der Tumblr-Blog der University of Iowa Special Collections eher eine Sammlung von Fotos interessanter Bestände mit kurzen Kommentaren ist, wird auf dem Medieval Manuscript Blog der British Library substantiellerer Content gepostet: Sarah J. Biggs, ihre Kolleginnen und Kollegen schreiben kompetent, unterhaltsam und geistreich zu einzelnen Themenschwerpunkten mit zumeist illustrierten Beispielen aus den digitalisierten Beständen des Hauses. Dabei treffen sie einen Ton, der sowohl Laien als auch Fachpublikum anspricht. Der Medieval Manuscript Blog präsentiert auf diese Weise die Bestände des Hauses und stellt sie zugleich verständlich und ansprechend in ihren historischen Kontext. Kommentare zu den Blogbeiträgen sind nur bei Typepad registrierten Nutzern möglich, werden moderiert und erst dann ggf. veröffentlicht. Es zeigt sich dabei, dass fast niemand die Blogs kommentiert, sondern die Beiträge über Share this, Twitter, Facebook und E-Mail weiterverbreitet werden – dies aber sehr oft.¹⁵ Insgesamt scheint

⁹ Vgl. Coe (2014)

¹⁰ <http://uispeccoll.tumblr.com/tagged/miniature%20mondays>, #miniaturemondays

¹¹ <http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/>

¹² <http://www.blogawardsuk.co.uk/winners-and-hc/winners/>

¹³ <http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/2014/04/index.html>

¹⁴ Ähnlich ist auch der Blog der SLUB Dresden auf der Homepage eingebunden, vgl. <http://blog.slub-dresden.de/>. Kommentieren kann man über ein Onlineformular, wobei man sich nicht eigens registrieren muss. Ansonsten hat die SLUB einen Youtube-Auftritt (<http://www.youtube.com/user/SLUBDresden>), ist auf Twitter (<https://twitter.com/slubdresden>) und Flickr vertreten (<http://www.flickr.com/photos/slubdresden>), jedoch bemerkenswerterweise nicht auf Facebook.

¹⁵ So erreicht schon ein kurzer Post, wie etwa ‚A Calendar Page for March 2014‘ vom 1. März 2014 (Biggs [2014a]) mit wenig Text und zwei schönen Bildern nach nur ein paar Tagen eine recht hohe Verbreitung: 286 Mal über Share This, 8 Mal über Facebook, 241 Mal über Twitter und 5 Mal per E-Mail (Daten aufgenommen am 4.3.2014), während der recht lange und sehr witzige Blogpost zum Valentinstag 2014, ‚An Illustrated Guide to Medieval Love‘ (Freeman [2014]), 7018 Mal über Share

beim British Library Medieval Manuscript Blog im Vergleich zu den Special Collections der University of Iowa Libraries weniger der Austausch im Vordergrund zu stehen als vielmehr die Nutzung der vielfältigen Publikationsformate, die Social Media bieten, für eine sehr gekonnte, beeindruckende Bestandsvermittlung an ein breites Publikum in aller Welt. Der Twitter-Account (17.404 Follower) zeigt dabei, dass die Abteilung rege mit anderen Twitterern interagiert und immerhin auch 197 Personen folgt, also keineswegs nur one-way kommuniziert.¹⁶ Neben diversen anderen Social-Media-Auftritten¹⁷ pflegt die British Library auch einen Facebook-Auftritt für das Haus insgesamt, auf dem der Content aus der Handschriftenabteilung unter anderem erscheint.¹⁸ Bemerkenswert ist zudem die Pinnwand ‚Manuscript Monday‘ auf dem Pinterest-Auftritt der British Library, auf der jede Woche Aspekte der Buchmalerei an Beispielen erläutert werden.¹⁹

Diese beiden Beispiele mögen illustrieren, wie unterschiedlich Ziele und Konzepte der Nutzung von Social Media durch Spezialsammlungen sein können:²⁰ Von einer ‚Bibliothek zum Mitmachen‘ über Wissens- und Bestandsvermittlung, Dialog mit den Nutzern bis hin zum reinen Publikations- bzw. Informationsmedium. Es sollen nun noch exemplarisch ein Wissenschaftler und ein Projekt vorgestellt werden, die zu den Aktivsten und vielleicht auch Erfolgreichsten der buchhistorischen Online-Community gezählt werden können.

This, 5374 Mal über Facebook, 1424 Mal über Twitter und 9 Mal über E-Mail weiterverbreitet wurde (Daten aufgenommen am 4.3.2014).

¹⁶ <https://twitter.com/BLMedieval>, @BLMedieval, Daten aufgenommen am 13.10.2014. Ganz anders etwa der Twitter-Account der SB-PK Berlin (https://twitter.com/sbb_news, @sbb_news): Die Staatsbibliothek hat zwar 1503 Follower (Daten aufgenommen am 13.10.2014), folgt selbst aber niemandem, was wirkt, als sei das Haus an seiner Community nicht interessiert.

¹⁷ YouTube <http://www.youtube.com/user/britishlibrary>, Google+ <https://plus.google.com/+britishlibrary/posts>, Pinterest <http://www.pinterest.com/britishlibrary/>, TripAdvisor http://www.tripadvisor.co.uk/Attraction_Review-g186338-d187728-Reviews-British_Library-London_England.html.

¹⁸ <https://www.facebook.com/britishlibrary>.

¹⁹ <http://www.pinterest.com/britishlibrary/manuscript-monday/> Erläuterung dazu ebd.: „What is ‘Burnishing’? What does a ‘Zoomorphic Initial’ look like? Follow us as we delve into our Illuminated Manuscripts collection on a weekly basis to bring you illustrated examples of terms, definitions and styles associated with medieval and #Renaissance manuscripts. #ManuscriptMonday“

²⁰ Weitere Handschriften- und Spezialabteilungen mit Social-Media-Auftritten in Auswahl: Oxford, Bodleian Libraries Rare Books (nur Twitter: @RareBooksOfBod); Bradford, University Library Special Collections <http://www.bradford.ac.uk/library/special-collections/>; Melbourne, University Library Special Collections <http://www.lib.unimelb.edu.au/collections/special/>, und noch ein Museum, das zu mittelalterlichen Handschriften postet: Baltimore, Walters Museum <http://thewalters.org/>.

Dr. Erik Kwakkel, der in einem Blogbeitrag auch als „Bibliotheld“ bezeichnet wurde,²¹ ist Buchhistoriker an der Universität Leiden und führt einen Tumblr-Blog,²² einen weiteren Blog auf Wordpress²³ und einen Twitter-Account.²⁴ Sein Konzept des Tumblr-Blogs ist: „I post images of medieval books“,²⁵ das Ziel seiner Posts auf seinem Wordpress-Blog „[...] show you what is so special and attractive about medieval books.“²⁶ Dies tut er in einer Weise, die für Altbestandsabteilungen nicht uninteressant ist. Alexis Coe bloggt über ihn:

This medieval book historian from the Netherlands ‚gets‘ the Internet, often bridging the divide between collecting institutions and the communities they hope to engage. [...] He manages to please dilettantes and professionals alike by consistently posting important materials alongside diverting, informative commentary [...].²⁷

Zudem führt er einen weiteren Blog auf Wordpress, der zu einem Forschungsprojekt gehört.²⁸ Charakteristisch für Erik Kwakkels Posts und Tweets ist, dass er aus der intensiven buchhistorischen Arbeit heraus schreibt, seine Funde kontextualisiert vermittelt und zudem Fachliches so erklärt, dass es allgemein verständlich ist. Zudem blendet er oft eine witzige, skurrile Wahrnehmungsebene ein und hebt zum Teil winzige Details an seinen Objekten hervor, so dass auch Aspekte ins Spiel kommen, die zwar vielleicht nicht unbedingt forschungsrelevant sind, aber die Objekte auch für Laien interessant und lebendig werden lassen. Dabei findet er Anknüpfungspunkte an die heutige Welt des Lesens, ohne die mittelalterlichen Objekte zu trivialisieren. Zugleich schärft er den Blick auf das Alte Buch und zeigt, wie sehr sich das genaue Hinschauen lohnt, und sei es auch nur, um auf eine skurrile Idee zu kommen. Auf diese Weise gewinnen seine wissenschaftlichen Themen eine sehr anziehende Leichtigkeit. Dieser Tage hat Erik Kwakkel in Zusammenarbeit mit Giulio Menna außerdem eine sehr ansprechende und gut konzipierte Website zur Materialität der mittel-

²¹ Mijsbergen (2014), eine weitere Reaktion auf Kwakkels Aktivitäten: Farrier (2014).

²² <http://erikkwakkel.tumblr.com/>

²³ <http://medievalbooks.nl/about-me/>

²⁴ https://twitter.com/erik_kwakkel, @erik_kwakkel, 7349 Follower

²⁵ <http://erikkwakkel.tumblr.com/>

²⁶ <http://medievalbooks.nl/about-me/>

²⁷ Coe (2014).

²⁸ <http://medievalfragments.wordpress.com/>, Projekt: ‚Turning over a New Leaf: Manuscript Innovation in the Twelfth-Century Renaissance‘, <http://www.hum.leiden.edu/lucas/turning-over-a-new-leaf/project-manuscript-innovation/manuscript-innovation.html>

alterlichen Handschrift aufgesetzt, die den Herstellungsprozess eines Codex detailliert mit vielen Beispielen auch für Laien verständlich erklärt.²⁹

Ein unabhängiges Projekt, das ähnlich wie die Special Collections der Iowa University Libraries auf nahezu allen Social-Media-Kanälen präsent ist, ist die ‚Sexy Codicology‘. Neben ihrer eigenen Webseite mit einem Blog sind sie auch auf Facebook, Google+, Tumblr, Twitter und Pinterest vertreten.³⁰ Getragen wird das Projekt von Giulio Menna und Marjolein de Vos, beide Buchhistoriker und Digital Humanists, Graduierte der Universität Leiden. Ziel ist es, ein breites Publikum für illuminierte mittelalterliche Handschriften zu begeistern, wobei das Buchhistoriker-Duo sein Material aus digitalisierten Handschriftenbeständen bezieht. Neben dem Posten von einzelnen Illuminationen vermittelt das Projekt auch paläographisches Wissen³¹ und bloggt zu einem breiten Spektrum ernsthafter ebenso wie unterhaltsamer buchhistorischer Themen, wie etwa den ‚Adventures of Medieval Bunny‘.³² Der Ton der Posts insgesamt ist subjektiv gehalten und das Publikum wird häufig angesprochen, so dass der Eindruck eines unmittelbaren Dialogs entsteht. Dennoch ist auch hier zu sehen, dass Kommentare zu den Blogbeiträgen sehr rar sind, während die Blogs jedoch häufig reblogged und geliked werden. Auf diese Weise wird zwar von Sexy Codicology auf allen Kanälen publiziert, eine echte Kommunikation mit den Lesern bzw. Betrachtern über die Posts findet jedoch nicht oder nur punktuell statt.

3. Grundsätzliche Überlegungen zur Nutzung von Social Media durch Bibliotheken bzw. Spezialsammlungen

Aus den vorgestellten Social-Media-Auftritten wird bereits ein Teil ihres Potentials für die Kommunikation über historische Buchbestände deutlich: Buchgeschichte kann über Social Media an ein gemischtes, sehr breites Publikum vermittelt werden, wobei sich fachliche Information gut mit Unterhaltung verbinden lässt. Da insbesondere die Geisteswissenschaften oftmals große Schwierigkeiten haben, sich und

²⁹ <http://www.bookandbyte.org/quill/index.php>

³⁰ Website: <http://sexcodicology.net/>, Facebook: <https://www.facebook.com/SexyCodicology?ref=profile>, Google+: <https://plus.google.com/+SexycodicologyNet/posts>, Tumblr: <http://sexcodicology.tumblr.com/>, Twitter: [@SexyCodicology](https://twitter.com/SexyCodicology), Pinterest: <http://www.pinterest.com/SexyCodicology/>

³¹ Z.B. <http://sexcodicology.net/blog/codicology/medieval-scripts/beneventan-script/>

³² <http://sexcodicology.net/blog/medieval-killer-bunny/>

ihren Beitrag zu Wissenschaft und Kultur öffentlich gut zu vermitteln, ebenso wie Bibliotheken oft noch das Image einer eher traditionellen Institution anhaftet, sind die Möglichkeiten von Social Media nicht zu unterschätzen.³³ Zudem kann sich eine Spezialabteilung zeitnah darüber informieren, was in anderen Bibliotheken geschieht, was die Wissenschaftler bewegt, erfährt von einschlägigen Veranstaltungen und Projekten, von interessanten Beständen und dies weltweit; kurz, sie kann sich sehr gut mit der Fachcommunity vernetzen. Was kann der Einsatz von Social Media zur Kommunikation über historische Bestände einer Spezialabteilung sonst noch bringen?

3.1 Potentiale

Schon der erste Schritt zu einem Social-Media-Konzept kann für eine Abteilung oder Projektgruppe sehr wichtig sein: Die Reflexion über das Selbstverständnis; darüber, was man mitzuteilen hat, was man von den Nutzern zu wissen wünscht, was die Bestände jeweils für Wissenschaftler und ein breiteres Publikum interessant macht, was aus der Abteilung die Außenwelt sonst noch interessierten könnte und wie man sich insgesamt darstellen möchte. Dieser Schritt ist entscheidend, um ein klares Profil beschreiben und entsprechend wahrgenommen werden zu können. Zugleich bewirkt diese Selbstreflexion einen neuen Blick auf die Bestände: Was ist mitteilenswert, und in welchem Format? Besonders das Beispiel von Erik Kwakkel zeigt, dass keineswegs nur Spektakuläres eine Meldung lohnt. Warum sollten ungewöhnliche Details und wissenschaftliche Erkenntnisse, die z. B. den Handschriftenbearbeiter beim Katalogisieren begeistern, nicht auch andere begeistern, wenn sie entsprechend vermittelt werden? Auf diese Weise könnte z. B. die für Außenstehende oft unvorstellbare Tätigkeit der Handschriftenerschließung für die Öffentlichkeit ein wenig zugänglicher gemacht werden. Die Reaktion auf buchhistorische Posts zeigt, dass durchaus Interesse daran besteht.³⁴ Außerdem könnte die Fachcommunity über Social Media bei der Handschriftenerschließung behilflich sein, z. B. wenn ein Text nicht identifiziert werden kann, oder es könnten Hinweise auf Parallelüberlieferung eingehen, auf die

³³ Da Spezialsammlungen zumeist im Vergleich zur wissenschaftlichen Universalbibliothek eine sehr spezielle Nutzerschaft haben, scheinen hier Überlegungen, die Archive zu den Möglichkeiten des Web 2.0 gegenwärtig anstellen, eher anregend und nachnutzbar zu sein als die vielfältige Literatur, die bereits zu Web 2.0 in Bibliotheken veröffentlicht wurde. Zu Web 2.0 in Archiven vgl. Gutsch (2010).

³⁴ Vgl. Coe (2014).

man selbst zunächst nicht stoßen würde, usw.; d. h., man könnte Elemente des Crowdsourcing für die Handschriftenerschließung nutzen.³⁵

Social Media bieten zudem die Möglichkeit, weniger bekannte und wenig beforschte Bestände des Hauses in kürzester Zeit einem sehr breiten (Fach-)Publikum in ansprechender Weise bekannt zu machen. Dies könnte Forschung darüber anregen und mehr Leben gerade in wenig benutzte Bestandsgruppen bringen. Bibliothekare und Handschriftenbearbeiter könnten zudem ein großes Privileg gegenüber den Wissenschaftlern nutzen: Dadurch, dass sie einen viel offeneren Zugang zum Altbestand haben, haben sie ganz andere Forschungsmöglichkeiten als diese. So können sie sogar am Regal bzw. im Magazin browsen – ein Zugriff mit Erkenntnismöglichkeiten, der durch die inzwischen zahlreichen Digitalisate nicht ersetzt wird –, die Ergebnisse zeitnah über Social Media publizieren und so einen Dialog mit den Wissenschaftlern darüber initiieren, der wiederum weiterführende Forschung zu den betreffenden Beständen und darüber hinaus anregen kann. Social-Media-Instrumente haben gegenüber gedruckten Publikationen den Vorteil, dass sie Beiträge viel schneller an die Öffentlichkeit bringen und die Möglichkeit bieten, immer wieder auch kleinere Informationshäppchen zu verbreiten und so die Aufmerksamkeit der Nutzer auf das Geschehen in der Bibliothek aufrechterhalten bzw. dieses häufig überhaupt erst wahrnehmbar machen, was die Arbeit hinter den Kulissen betrifft.

Ein weiterer Vorteil von Social Media ist die im Vergleich zu gedruckten Publikationen niedrigere Hemmschwelle, etwas zu publizieren. So würden vielleicht auch Mitarbeiter etwas posten, die sehr viel Wissen und Erfahrung in ihrem Bereich haben, sich jedoch scheuen, etwa in einer wissenschaftlichen oder bibliothekarischen Zeitschrift zu publizieren. Über Social Media könnten sie ihr Wissen in einem etwas informelleren Format auch über die Abteilung hinaus für andere fruchtbar machen. Insgesamt steht zu vermuten, dass die Möglichkeiten von Social Media und die Reflexion darüber, was man als Abteilung zu sagen und zu bieten hat, einen frischen Blick auf den Bestand bewirkt und neue Ideen und Handlungsmöglichkeiten für alle

³⁵ Dabei sind jedoch auch die bei Gutsch (2010) neben den Potentialen auf S. 60–69 erwähnten Grenzen und Probleme des Crowdsourcing zu beachten, vgl. etwa das Beispiel S. 80–86. Grundsätzlich fällt in der Publikation von Gutsch auf, dass die Potentiale der Web 2.0-Anwendungen zwar deutlich werden, jedoch immer wieder anklingt, dass es in der Praxis nicht wie erhofft funktioniert bzw. der konkrete, langfristige Nutzen unklar ist; ein weiteres Beispiel neben dem bereits erwähnten findet sich etwa auf S. 95–100. Zum Crowdsourcing zur Erschließung historischer Bestände vgl. außerdem Waidmann (2014).

interessierten Mitarbeiter eröffnet, was die Motivation erhöhen und die Bestandsvermittlung enorm befördern kann.

Ein weiterer Punkt, bei dem Social Media eine Rolle spielen könnten, wäre die Vermittlung paläographischer und kodikologischer Kenntnisse. Da dies an den Universitäten eher abnimmt und bereits einige Lehrstühle für Historische Hilfswissenschaften geschlossen wurden, wäre zu fragen, ob etwa Handschriftenzentren sich noch intensiver an der Vermittlung dieser Kenntnisse beteiligen sollten.³⁶ Ansonsten könnte irgendwann entsprechend ausgebildetes Personal fehlen und nicht zuletzt auch Nutzer, die mit Beständen und Digitalisaten arbeiten können. Freilich wäre hier der institutionelle, organisatorische und finanzielle Rahmen zuerst zu klären. Schon jetzt werden jedoch paläographische und kodikologische Kenntnisse online³⁷ und hier und da mit Hilfe von Social Media vermittelt,³⁸ so dass es durchaus denkbar ist, dass dies auch für Altbestandsabteilungen eine, evtl. andere Formen der Lehre unterstützende Option sein könnte. Neben den genannten Potentialen birgt die Nutzung von Social Media jedoch auch Schwierigkeiten.

3.2 Probleme

Ein grundsätzliches Problem bei der Nutzung von Social Media lässt sich vielleicht als ‚Schein-Demokratisierung‘ bezeichnen: In der Literatur wird herausgestellt, dass durch die Nutzung von Web 2.0-Tools eine Demokratisierung stattfindet, indem die Nutzer mehr an Prozessen in der Bibliothek beteiligt werden.³⁹ Dem ist grundsätzlich zuzustimmen. Jedoch konnten die Nutzer in der Ära davor auch schon mit der Bibliothek kommunizieren – jeder kann schon seit langem persönlich, per E-Mail, schriftlich oder per Telefon jede Art von Anliegen mitteilen, Fragen, Wünsche, Lob oder

³⁶ Sie engagieren sich etwa bereits im Programm SCRIPTO http://www.mittellatein.phil.uni-erlangen.de/scripto/scripto_de_aktuell.html ebenso wie mit Summer Schools und ähnlichen Veranstaltungen, z. B. mit dem Alfred-Krupp-Sommerkurs für Handschriftenkultur, vgl. etwa hier den 3. Sommerkurs an der UB Leipzig http://www.zv.uni-leipzig.de/service/presse/nachrichten.html?ifab_modus=detail&ifab_id=5124.

³⁷ Vgl. etwa http://www.mmdc.nl/static/site/research_and_education/palaeography/index.html, http://www.gsta.spk-berlin.de/schriftbeispiele_555.html, <http://apps.nationalarchives.gov.uk/latinpalaeography/how-to-use.htm> oder auch <http://www.palaeographie-online.de>.

³⁸ Vgl. etwa den Blogbeitrag zur Beneventana von der ‚Sexy Codicology‘ <http://sexcodicology.net/blog/codicology/medieval-scripts/beneventan-script/>. Zudem werden etwa auf Twitter immer wieder Hinweise auf besonders geeignete digitalisierte Quellen als Lehrmaterial für Paläographie gepostet.

³⁹ Vgl. etwa Schuldt (2010, S. 21-35).

Kritik äußern. Zwar ist die Mitsprache durch Social Media sicherlich quantitativ gesteigert und vereinfacht worden, was zunächst positiv zu werten ist. Problematisch ist dabei jedoch, dass zugleich eine Ent-Demokratisierung von Kommunikation stattfindet, sofern proprietäre Social-Media-Plattformen eingesetzt werden: Wenn man etwa auf Facebook, Twitter, Google+ oder Tumblr nicht nur lesen, sondern Personen oder Institutionen folgen oder etwas posten will – also den Strom der Meldungen nach den eigenen Interessen zuschneiden und Austausch pflegen, der ja das Charakteristikum von Social Media ist – muss man dort jeweils einen Account haben. Dies bedeutet, dass man gezwungen ist, zumindest einige seiner persönlichen Daten dort anzugeben. Auf diese Weise hält eine Bibliothek, die proprietäre Social-Media-Plattformen nutzt, nicht nur die Personen dort, die ohnehin schon einen Account haben, sondern regt auch immer mehr Personen dazu an, sich auf diesen Plattformen zu registrieren. Dies ist vor allem ein Problem, wenn sie nicht allen geposteten Content parallel auch frei zugänglich auf ihrer Homepage publiziert. So arbeitet sie den Betreibern der Plattformen zu – Konzernen, die mit den Daten der Nutzer und der Bibliothek Gewinn machen.⁴⁰ Weiter macht sie ihre Kommunikationsprozesse von den jeweiligen Konzernen abhängig und verfestigt damit zugleich deren Herrschaft über einen inzwischen beträchtlichen Teil privater und professioneller Kommunikation sowie über immense Datenmengen.⁴¹

⁴⁰ Es ist empfehlenswert, die AGBs bzw. Terms of Service (ToS) von Plattformen wie Facebook (<https://www.facebook.com/legal/terms>, hier sind auch die diversen Unterseiten zu beachten), Twitter (<https://twitter.com/tos>, dito) etc. gründlich zu lesen, in denen expliziert wird, welche Daten der Kunden gesammelt und wie sie genutzt werden. Mit der Nutzung der Dienste überträgt man den Konzernen weitreichende Rechte, diese zu verwerten. Im Prinzip ist es möglich, detaillierte Profile und Verhaltensmuster der Kunden aufgrund dieser Daten zu erstellen, was auch geschieht, da aufgrund der verwendeten Daten sog. tailored ads an die Kunden gepostet werden. Facebook postet zudem auch Werbung, die nicht als solche gekennzeichnet ist (vgl. die ToS, Punkt 10.3.). Ein weiterer Kritikpunkt an Facebook ist, dass die Nutzer bei der Einrichtung eines Accounts in einer Art Befehlstone dazu aufgefordert werden, eine Vielzahl persönlichen Daten bis hin zum Beziehungsstatus anzugeben und suggeriert wird, dass dies zur vollständigen Einrichtung des Accounts notwendig ist, was aber tatsächlich nicht der Fall ist. Zudem ist all diesen Plattformen eigen, dass sie mit allen Mitteln versuchen, die Nutzer im Netzwerk zu halten bzw. hineinzuziehen, um den Strom der Nutzerdaten so selten wie möglich zu unterbrechen. So kann man etwa, wenn man auf Pinterest eine Pinnwand zu einem bestimmten Thema oder den Auftritt einer Institution sucht, diese sofort finden, wenn man „Pinterest“ und ein thematisches Stichwort in eine Suchmaschine eingibt, auch ohne ein eigenes Benutzerkonto bei Pinterest zu haben. Geht man jedoch zuerst auf die Startseite von Pinterest (<https://www.pinterest.com/>), gibt es keine Suchmöglichkeit, sondern man wird aufgefordert, sich zunächst einzuloggen bzw. zu registrieren, um einsteigen zu können. So werden die Nutzer zwar nicht direkt getäuscht, aber es werden ihnen an sehr vielen Stellen Notwendigkeiten suggeriert, die tatsächlich nicht bestehen, aber den Interessen der Betreiber entsprechen.

⁴¹ Für Anregungen und Hinweise zur Problematik von Social Media sei Boris Kraut und Markus Schnalke herzlich gedankt. – Zur Wechselwirkung zwischen Social Media, gesellschaftlichen Prozes-

Als Bibliothek proprietäre Social-Media-Plattformen zu nutzen kostet zwar kein Geld und es ist scheinbar so einfach, dass es jeder Mitarbeiter machen könnte. Kostenlos, einfach und schnell, so die Vorteile, die immer wieder genannt werden. Jedoch zahlt eine Bibliothek auf den zweiten Blick einen hohen Preis, nur in einer anderen Währung: Sie zahlt mit Daten, mit Unabhängigkeit, mit dem freiem Zugang ihrer Nutzer zu Kommunikationskanälen, und letztlich vielleicht auch mit Glaubwürdigkeit: Als öffentliche, unabhängige Informationsdienstleister wäre zu erwarten, dass Bibliotheken mit ihren Daten und den Daten ihrer Nutzer verantwortlich und nachhaltig umgehen und zudem eine reflektierte Informationskompetenz vermitteln – gerade, indem sie einen verantwortlichen, unabhängigen, wirklich demokratischen Umgang mit Daten, Information und Kommunikation vermitteln und vor allem selber pflegen. Man mag daher zu Recht fragen, ob es eine gute Entscheidung ist, wenn Bibliotheken wichtige kommunikative Schnittstellen zu den Nutzern aus der Hand geben und sie Konzernen übertragen.

Nun wird zumeist für den Einsatz von Social Media ins Feld geführt, dass man dahin gehen solle, wo die Nutzer sind. Es ist eine unbestreitbare Tatsache, dass sich sehr viele Nutzer in sozialen Netzwerken tummeln, zumeist bei Facebook, so dass sie folglich dort gut erreichbar sind. Dennoch mag man dagegenhalten und fragen, ob man dem um jeden Preis entgegenkommen muss. Kostet es so viel mehr Klicks, die Bibliothek z. B. auf ihrer Homepage zu besuchen, dort ein Post zu lesen und einen Kommentar zu senden, als auf Facebook? Schaut man sich überdies die Kommentare an, die Nutzer zu Blogbeiträgen oder zu Posts von Bibliotheken auf Facebook senden, so sind davon sicherlich 95 % inhaltlich entbehrlich. Natürlich ist es sehr erfreulich, wenn ein Post mehrfach „amazing“ o. ä. gefunden wird, aber ist das der Dialog, den sich Bibliotheken wünschen? Hinzu kommt, wie bereits anklang, dass in sehr vielen Fällen Blogs von Bibliotheken gar nicht oder nur sehr sparsam kommentiert werden. Inhaltliche Diskussion scheint am ehesten bei wissenschaftspolitischen und verwandten Themen auf Hypothèses-Blogs⁴² oder in Mikroform auf Twitter stattzufinden.

sen und Wertesystemen ist lesenswert van Dijck (2013), hier finden sich auch Kapitel zu einzelnen Plattformen wie Facebook, Twitter, Flickr, Youtube usw.

⁴² Vgl. etwa den Blogpost Landes (2013) mit dreizehn ausführlichen Antworten auf dem Hypothèses-Blog ‚Rezensieren – Kommentieren – Bloggen. Wie kommunizieren Geisteswissenschaftler in der digitalen Zukunft‘ <http://rkb.hypotheses.org/498>.

Somit stellt sich die Frage nach den Zielen, die eine Bibliothek, bzw. im hier diskutierten Fall, eine Spezialabteilung mit einem Social-Media-Auftritt verfolgt, und ob sich diese Ziele nicht auch auf andere Art und Weise erreichen ließen, ohne die erwähnten Kompromisse einzugehen und eine Pseudo-Kommunikation zu beginnen, die viel Arbeit macht, aber weder für die Nutzer noch für die Bibliothek gewinnbringend ist.⁴³ Es gälte also, zielführende Alternativen zu proprietären Plattformen in den Blick zu nehmen, wobei verschiedene Modelle denkbar wären, vgl. dazu Kap. 4. Natürlich wäre die Abteilung dann nicht in den gängigen Netzwerken vertreten, „wo die Nutzer sind“. Sie könnte aber ein attraktives, gut ansteuerbares Alternativangebot machen und zudem die Nutzer motivieren, sich einmal aus den proprietären Plattformen herauszuklicken. Immerhin gibt es auch alternative soziale Netzwerke⁴⁴ und Blogplattformen wie z. B. Hypothèses⁴⁵, auf denen nicht zuletzt bereits Wissenschaftler präsent sind, die gerade für Spezialabteilungen die sicherlich wichtigste Nutzergruppe darstellen.⁴⁶

Zudem wäre zu beachten, dass die Posts einer Bibliotheksabteilung nicht zur allgemeinen Informationsverschmutzung beitragen sollten, indem sie von substantiellen Meldungen ablenken oder diese gar verdecken. So ist es etwa nicht sehr sinnvoll, ganze Illustrationszyklen in Einzelbildern zu twittern, nur um auf sich aufmerksam zu machen, obwohl man gerade eigentlich nichts von Belang mitzuteilen hat. Ebenso problematisch sind Posts mit falschen oder irreführenden Angaben, weil es vielleicht schnell gehen musste und keine Zeit für eine saubere Recherche blieb. Damit untergräbt man die eigene Glaubwürdigkeit massiv. In diesem Zusammenhang sei ein Satz aus der Twitter-AGB zitiert: „You are what you tweet!“⁴⁷ Dies verweist auf die Notwendigkeit, dass eine Abteilung ein klares, stimmiges Selbstverständnis und eine entsprechende Social-Media-Strategie mit Qualitätskriterien hat.

⁴³ Ein nützliches Hilfsmittel, um sich über Studien zu und Erfahrungen mit Social Media in Bibliotheken zu informieren, bietet etwa Eswara Reddy (2012). Diese Bibliographie enthält zahlreiche einschlägige Arbeiten mit kurzen Zusammenfassungen der Inhalte.

⁴⁴ Vgl. dazu etwa den Text über Alternativen zu Social Media von Boris Kraut (Aktivist im ‚Chaos macht Schule‘-Projekt des Chaos Computer Club) unter <http://krt.marmaro.de/msg/2014-01-11T01:26:45.00Z.msg>, in dem u. a. alternative Social-Media-Plattformen vorgestellt werden.

⁴⁵ http://hypotheses.org/?lang=de_DE

⁴⁶ Hier sind zahlreiche Blogs aus den Geschichtswissenschaften ebenso wie dem Archivwesen angesiedelt, vgl. z. B. Aktenkunde <http://aktenkunde.hypotheses.org/>, Archive 2.0 <http://archive20.hypotheses.org/>, Mittelalter <http://mittelalter.hypotheses.org/>, Ordensgeschichte <http://ordensgeschichte.hypotheses.org/> und viele mehr. Eine Liste der Blogs findet sich hier: <http://www.openedition.org/catalogue-notebooks?page=catalogue&pubtype=carnet&lang=en>.

⁴⁷ <https://twitter.com/tos>

Was also als großer Vorteil der Kommunikation mit Social Media hervorgehoben wird, kann auch zum großen Nachteil werden: Schnell und einfach ist letztlich nur das Klicken. Nützlichen, zuverlässig recherchierten und ansprechenden Content zusammenzustellen braucht Fach- und Kommunikationskompetenz, Zeit und vor allem Freude am Tun, ist also weder einfach noch geht es schnell, noch kann es von jedem erledigt werden. Auch die Abwesenheit von Gatekeepern des traditionellen Publizierens wie Redakteuren, Herausgebern usw. ist zwar einerseits ein Vorteil, andererseits fordert sie eine hohe Selbstdisziplin bzw. -reflexion des Verantwortlichen und der Mitstreiter eines Social-Media-Auftritts und kann, sofern diese nicht in ausreichendem Maße vorhanden ist, zu Posts führen, die die öffentliche Wahrnehmung der eigenen Abteilung nachhaltig schädigen.

Allgemein hat die Nutzung von Social Media zu einer ungeheuren Vermehrung an öffentlich zugänglichen Informationen geführt und man hat bei einigen Akteuren auch im Bereich Altes Buch den Eindruck, dass sie extrem viel und auf allen Kanälen posten, um in dem allgemeinen virtuellen ‚Tosen‘ überhaupt wahrgenommen zu werden, was aber zum Teil auf Kosten der Qualität geht. Es wäre daher sinnvoller, sich aus der Masse durch ein klares Profil, hohe Qualität und Konzentration der Inhalte herauszuheben, denn im virtuellen Tosen, das auch bereits im Bereich Altes Buch, Geschichtswissenschaften und Bibliothek ganz enorm ist, der oder die Lauteste zu sein, wird man ohnehin nicht schaffen. Es wäre dagegen wünschenswert, wenn alle relevanten Informationen und Diskussionen zentral ansteuerbar wären und nicht aus vielen Kanälen und Publikationsformaten zusammengesucht werden müssten. Zudem ist es unsicher, wie lange Social Media in dieser Form noch en vogue sein werden. Daher wäre es erstrebenswert, Content zu produzieren, der auf lange Sicht auch unabhängig von schnelllebigen medialen Formaten relevant und nachnutzbar ist.

Zuletzt sind Zeit und Personalkosten ein nicht zu unterschätzender Faktor. Ein Social-Media-Konzept will erst einmal entworfen sein. Dann müssen regelmäßig Aktivitäten auf den gewählten Kanälen stattfinden, was bedeutet, dass man bereits beim Start gut vorbereitet sein muss und möglichst schon einige Beiträge im Voraus parat haben sollte. Vor allem müssen neben dem Hauptverantwortlichen genug Mitarbeiter da sein, die den Social-Media-Auftritt pflegen. Diesen muss ausreichend Zeit

dafür eingeräumt werden, was bedeutet, dass andere Aufgaben entweder umgeschichtet werden müssen oder schlicht aufgegeben, oder zusätzliches Personal engagiert werden muss. Ohne genügend Personal, das eine gute Kenntnis des Bestands und Freude am Austausch über Social Media hat, sollte man sich lieber nicht auf einen solchen Auftritt einlassen.

4. Kommunikation über das Alte Buch mit Social Media: Ideen und Vorschläge

Wie aus dem Vorhergehenden deutlich wurde, lassen sich sowohl zahlreiche Vor- als auch Nachteile der Kommunikation mit Social Media benennen. Eine Altbestandsabteilung (bzw. zuerst ihre Bibliothek) wird für sich abwägen müssen, ob und wenn ja, aus welchen Gründen und in welcher Form ein oder mehrere Social-Media-Auftritte für sie in Frage kommen. Dabei ist zu bedenken, dass es für eine Spezialabteilung ungünstig ist, wenn ihre Meldungen nur über die Kanäle der gesamten Bibliothek fließen. Je homogener das inhaltliche Profil eines Auftritts ist, desto besser für eine effektive Vernetzung. Kein Wissenschaftler, der z. B. zu mittelalterlichen Handschriften arbeitet, mag die Posts etwa einer großen Universalbibliothek abonnieren oder regelmäßig durchkämmen, um möglicherweise nur alle 50 Meldungen einmal eine für ihn relevante Information aus der Handschriftenabteilung zu entdecken.

Im Sinne der Konzentration von Information wäre es eine Überlegung wert, einen Gemeinschaftsblog ‚Handschriften‘ oder ‚Altes Buch‘ zu eröffnen, der z.B. von den Handschriftenzentren getragen werden könnte, aber auf dem auch kleinere Spezialsammlungen posten könnten. Auf diese Weise hätte man wesentlich mehr Beiträge und zudem den Vorteil, dass der Blog eine zentrale Anlauf- und Sammelstelle für Aktuelles in diesem Bereich wäre. In diesem Zusammenhang wäre es sinnvoll, zuerst die zahlreichen bereits vorhandenen Angebote, auch international, erst einmal zu sichten und ggf. auch für die Nutzer zusammenzustellen, bevor man selbst einen neuen Auftritt konzipiert und aufsetzt. Thematisch einschlägige Blogs könnten etwa über einen Blog-Aggregator⁴⁸ oder eine Blogroll gesammelt präsentiert werden. Auch eine Variante wie z. B. die Einstiegsseite von Hypothèses wäre denkbar, wo die aktu-

⁴⁸ Vgl. etwa die Aggregator-Software ‚Planet‘, http://de.wikipedia.org/wiki/Planet_%28Software%29.

ellsten Beiträge der Blogs dieser Plattform erscheinen.⁴⁹ Vielleicht könnte ein solcher Auftritt an Manuscripta mediaevalia angebunden werden, wo etwa bereits über Aktuelles und Projekte informiert wird,⁵⁰ allerdings ohne Feed- und Sharing-Möglichkeiten. Auch zahlreiche einschlägige Online-Materialien und Hilfsmittel sind dort bereits verlinkt bzw. es wird auf weitere Online-Angebote verwiesen,⁵¹ die auch über die momentan als Hauptzielgruppe anvisierten Handschriftenbearbeiter hinaus wichtig und hilfreich sind. Dass Manuscripta mediaevalia im Zuge der Pilotphase zur Digitalisierung mittelalterlicher Handschriften zu einem zentralen Zugriffspunkt für Digitalisate und die zugehörigen Meta- und wissenschaftliche Beschreibungsdaten weiterentwickelt wird,⁵² könnte ein Anlass bzw. Ansatzpunkt für eine Flankierung durch einen Blog und ggf. weitere interaktive Angebote sein.

Sofern man sich als Spezialabteilung Altes Buch jedoch für einen eigenen Social-Media-Auftritt entscheidet, sollen im Folgenden als Synthese aus den bisherigen Ausführungen einige praktische Überlegungen angestellt werden, die für das Konzipieren eines solchen Auftritts für eine Altbestandsabteilung nützlich sein können.

Als erster Schritt ist zu klären, was man sich von diesem Auftritt erhofft. Dabei scheint es mir sehr fraglich, ob sich der Aufwand lohnt, nur um „nicht verstaubt“ zu erscheinen.⁵³ Wenn es jedoch um gezielte Bestandsvermittlung geht, ist zunächst zu fragen, an wen? Sollen die Bestände und buchhistorischen Themen der breiten Öffentlichkeit vermittelt werden, einem wissenschaftlichen Fachpublikum oder beidem? Oder will man sich hauptsächlich mit Fachkollegen, Altbestandsabteilungen etc. vernetzen und auf dem Laufenden sein? Für Letzteres wäre evtl. auch ein privater Twitter-Account ausreichend, in dessen Profil man den beruflichen Status verdeutlicht. In einem zweiten Schritt wäre zu eruieren, ob die anvisierten Zielgruppen aktiv oder passiv auf Social-Media-Kanälen anzutreffen sind und, wenn ja, auf wel-

⁴⁹ Vgl. <http://de.hypotheses.org/>. Hypothèses basiert auf Wordpress, einer freien Blogsoftware <http://wpde.org/>.

⁵⁰ Vgl. die Reiter ‚Aktuelles‘ und ‚Projekte‘: <http://www.manuscripta-mediaevalia.de>.

⁵¹ Vgl. ‚Materialien‘ auf <http://www.manuscripta-mediaevalia.de>.

⁵² <http://www.bsb-muenchen.de/die-bayerische-staatsbibliothek/projekte/digitalisierung/pilotphase-handschriftendigitalisierung/>.

⁵³ Gutsch (2010, S. 123-124) meint, dass es für jedes Archiv sinnvoll sei, sich erst einmal eine Seite in einem sozialen Netzwerk anzulegen, nur um präsent zu sein, wobei sie zu Facebook rät. Meiner Meinung nach ist es jedoch besser, als Institution erst dann einen Auftritt zu beginnen, wenn man genau weiß, warum und mit welchem Ziel. Denn als Institution profil- und ziellos zu posten macht meines Erachtens einen schlechteren Eindruck, als gar nicht präsent zu sein.

chen.⁵⁴ Dann ist zu überlegen, welche Social-Media-Kanäle für die Kommunikation der Abteilung geeignet, verantwortbar und vor allem nachhaltig genug sind, damit der mit Sachverstand und Hingabe produzierte Content suchbar, dauerhaft referenzierbar und archivierbar ist.

Die vorgestellten Beispiele zeigen, dass sich buchgeschichtliche Themen gut in Form von illustrierten Blogbeiträgen vermitteln lassen, sofern man nicht nur schöne Bilder zeigen will. Schöne Bilder zu posten ist zwar keineswegs falsch, ohne jedoch in irgendeiner Weise kontextualisiert oder anderweitig sinnvoll eingebunden zu werden, wie es etwa auf der Pinterest-Pinnwand ‚Manuscript Monday‘ der British Library sehr gekonnt geschieht oder wie man es in einer virtuellen Ausstellung machen könnte,⁵⁵ sind sie kaum in der Lage, zu einer nachhaltigen Bestandsvermittlung beizutragen. Zudem ist ein Blog meiner Meinung nach einem Facebook-Auftritt, trotz der sicherlich zahlreich vertretenen Nutzerschaft auf dieser Plattform, auch abgesehen von den oben genannten Gründen bei weitem vorzuziehen: Während man einen Blog recht individuell gestalten bzw. gestalten lassen kann, ist man auf Facebook an die dortigen, für das Auffassen von Informationen ungünstigen Strukturen gebunden und hat nur minimale eigene Gestaltungsmöglichkeiten. Zudem können zwar Daten aus Facebook exportiert werden,⁵⁶ je nachdem aber, wie sie weiterverarbeitet sollen, ist das html-Format der Exportdateien ungünstig. Daher ist es fraglich, ob es sich lohnt, Arbeit in einen Facebook-Auftritt zu stecken, auch wenn man sieht, wie selten und wenig qualifiziert die Posts von Bibliotheken dort kommentiert oder geliked werden. Hier stellt sich auch die Frage, ob man tatsächlich auf Nutzerkommentare setzt. Die Beispiele zeigen, dass selbst ein wirklich guter Blogpost, der sich wie der Wind verbreitet, keineswegs automatisch Diskussion auslöst, sondern inhaltliche Interaktion nur in sehr wenigen Fällen stattfindet. Wünscht man

⁵⁴ Vgl. hier auch Schadt, Euler & Eichel (2010), bes. S. 181; die Autoren geben zu bedenken: „Es ist zu beachten, dass durch SocialMedia vor allem eine Zielgruppe erreicht wird, der es zum großen Teil um Spaß und Selbstdarstellung geht“. Dieser Verdacht liegt zwar nahe, ob sich dies jedoch tatsächlich so verhält, bliebe für die Zielgruppen von Spezi alsammlungen noch zu untersuchen.

⁵⁵ Zu virtuellen Ausstellungen vgl. ausführlich Selmikeit (2014).

⁵⁶ Vgl. die Anweisungen zum Datenexport aus Facebook unter <https://www.facebook.com/help/212802592074644#How-can-I-download-my-information-from-Facebook?> Heruntergeladen werden können folgende Daten: „[...] a lot of the same information available to you in your account and activity log, including your Timeline info, posts you have shared, messages, photos and more. Additionally, it includes information that is not available simply by logging into your account, like the ads you have clicked on, data like the IP addresses that are logged when you log into or out of Facebook, and more.“

(<https://www.facebook.com/help/www/405183566203254?rdrhc>).

sich von den Nutzern Reaktionen, muss man die Posts also gezielt so gestalten. Liest man z. B. die Blogposts der British Library Medieval Manuscripts, sind diese sehr gut geschriebene, schön gestaltete und in sich geschlossene Essays oder gar kleine Studien. Die Nutzer werden zwar als Adressaten angesprochen, so dass man das Gefühl hat, dass jemand mit einem in Dialog tritt. Dennoch *erfordern* diese Texte keine Reaktion der Nutzer, außer vielleicht zu sagen, ob es ihnen gefällt oder nicht, oder ggf. eine Korrektur anzubringen. Um in eine inhaltliche Diskussion einsteigen zu wollen, muss man jedoch spüren, dass dies gewünscht ist, indem etwa konkrete Fragen gestellt werden, man zu etwas Erfolg oder Spaß Versprechendem aufgefordert wird, indem eine These aufgestellt wird, die die Nutzer – evtl. eine bestimmte Zielgruppe – bewegt, oder indem ein tatsächlich bestehendes Problem, eine echte offene Frage dargelegt wird. Mithin, man muss merken, dass die eigene Reaktion nicht nur Selbstzweck ist, weil etwa Kommunizieren via Social Media angesagt ist, sondern dass man tatsächlich etwas Ernstzunehmendes oder auch Spaßbringendes *beitragen* kann. Keinesfalls sollten Social Media Auftritte durch allzu simple oder ganz offensichtlich überflüssige Aktionen den Eindruck erwecken, die Nutzer nur irgendwie beschäftigen zu wollen. Hinzu kommt, dass ja Bibliotheken nicht die einzigen sind, die um die Aufmerksamkeit und Reaktion der Nutzer werben – Privatpersonen, Firmen, Veranstalter etc. treten schließlich auch mit Posts und Aktionen über Social Media an ihre Communities heran, und nicht zuletzt auch die proprietären Plattformen selbst, die die Kunden ständig zu diesem oder jenem auffordern. Daher wäre zu überlegen, ob man die Social-Media-Präsenz nicht tatsächlich, zumindest vorwiegend, als zusätzlichen Publikationskanal im Dienste der Bestandsvermittlung konzipiert.⁵⁷ Sehr positiv wäre es zudem, den Blog ähnlich wie bei der British Library oder auch der SLUB Dresden⁵⁸ nahtlos in den Webauftritt des Hauses einzubinden, um diesen als Hauptquelle der Informationen zu stärken. Zudem wäre die Überprüfung einer ggf. länger nicht aktualisierten Homepage auf ihre Usability und sprachliche Gestaltung hin sinnvoll, um etwaige Brüche in der Wahrnehmung der Abteilung zwischen Homepa-

⁵⁷ Darüber, ob es tatsächlich falsch ist, Social Media auf diese Art und Weise zu benutzen, wie Eric Siu in einem Blogpost schreibt, mag man trefflich streiten. Dies zeigt auch einer der Nutzerkommentare, vgl. Siu (2014), Kommentar von Andy Donaldson: „If you ‚broadcast‘ rather than engaging, and you're getting your message to the right audience, in what sense are you ‚using social media wrong‘? Social media can be used in many different ways to achieve different things, and I don't agree that there is a single right and wrong way to use it.“

⁵⁸ <http://blog.slub-dresden.de/>

ge und Social-Media-Auftritt zu vermeiden. Wie immer man zu Social Media stehen mag – sie geben den wichtigen Impuls, über das Selbstverständnis der Bibliothek in ihrer Beziehung zu den Nutzern nachzudenken und ggf. stärker auf diese zuzugehen, sie einzuladen und diese Haltung auch in der Kommunikation nach außen konsequent umzusetzen.

Da die unmittelbarste Interaktion zudem – zumindest momentan – auf Twitter stattzufinden scheint und hier Nachrichten extrem schnell Verbreitung finden, wäre es sinnvoll, über Twitter auf den Blog hinzuweisen und auf Twitter zu beginnen, eine Community aufzubauen. Auf diese Weise könnte Twitter als Hinweis auf andere, idealerweise auf der Abteilungs-Homepage befindlichen Angebote wie etwa einem integrierten Blog, genutzt werden, wobei letzterer, um dauerhaft und eindeutig referenzierbar zu sein, am besten mit einem Persistent Identifier versehen würde. Auch aktuelle Meldungen, Empfehlungen, Videos etc. könnten über Twitter beworben und auf dem Blog gepostet werden. Neben Twitter wäre es sinnvoll, den Blog auch auf den weithin bekannten fachlich einschlägigen Foren und Mailinglisten wie H-Soz-u-Kult, H-Germanistik, Mediaevum.de, Inetbib etc. anzukündigen. Auf diese Weise würde er wahrscheinlich ohnehin auch auf proprietäre Social-Media-Plattformen ‚durchsickern‘ und dort bekanntgemacht werden.

Weiter ist die Wahl der Sprache zu bedenken. Während für die Nutzer hierzulande das Deutsche logischerweise am Angenehmsten wäre, wäre jedoch für die internationale Vernetzung das Englische vorzuziehen. Wählt man die salomonische Lösung, zweisprachig zu posten, entscheidet man sich zugleich für die doppelte Arbeit, benötigt Mitarbeiter mit exzellenten Englischkenntnissen und muss sich überlegen, wie man mit den einlaufenden Kommentaren in beiden Sprachen verfahren will.

Zuletzt sollen, anknüpfend an die oben vorgestellten Beispiele, noch einige Ideen für Inhalte zusammengestellt werden, die sich für einen Blog oder das Twittern eignen würden. Dabei wird an ein gemischtes Publikum aus Wissenschaftlern und interessierten Laien gedacht. Zum einen könnten bibliothekarische Informationen gepostet werden, wie etwa die altbestandsspezifischen Nachweisinstrumente des Hauses, ebenso wie einschlägige Datenbanken vorgestellt werden könnte, deren unterschiedliche Zielsetzungen und Leistungen den Nutzern häufig nicht klar sind. Wichtig wäre zum andern die Bekanntmachung neu digitalisierter Handschriften-

bzw. Signaturengruppen mit entsprechender Verlinkung. Auch neue Katalogisate wären eine Meldung mit Link wert, sobald sie auf Manuscripta mediaevalia erschienen sind. Ebenso könnte aus Projekten berichtet werden, so dass die Nutzer nicht nur das Ergebnis bekommen, sondern auch am Fortgang der Arbeiten teilhaben. Häufig verschwinden Projekte hinter den Kulissen der Bibliothek oder werden nur einem sehr kleinen Kreis bekannt, so dass die Wissenschaftler von für sie wichtigen Fortschritten oder Entwicklungen nichts oder nur zufällig etwas mitbekommen. So könnte man über Blog und Twitter, die offener sind als viele Mailinglisten und in denen der Nachrichtentakt etwas schneller geht als bei anderen Formen der Publikation, eine stärkere Vernetzung zwischen Bibliotheksprojekten und Forschung erreichen, was höchst wünschenswert wäre.

Weiter ist ein breites Spektrum buchhistorischer Themen für die Vermittlung über Blog und Twitter geeignet – von Details wie ungewöhnlichen Lesezeichen bis hin zur Vorstellung von Handschriften desselben Typs, einer bestimmten Textgattung usw., Illustrationen, ikonographische Themen, besondere Einbände, außergewöhnliches Layout – man möge sich von den Posts der buchhistorischen Community inspirieren lassen. Anlässe für kultur- und buchhistorisch interessante Posts sind zudem auch Heiligentage, Kirchenfeste oder der Jahreskreis, Lebensdaten bedeutender Personen, historische Ereignisse usw. Anknüpfungspunkte gerade auch für interessierte Laien bieten zudem ‚lebensnahe‘ Handschriften wie Medizin-, Kräuter- oder Kochbücher, auch spätmittelalterliche Hausbücher, die auf die Alltagsgeschichte verweisen und somit an den Lebenserfahrungen der Nutzer zumindest locker anknüpfen bzw. einen Kontrast dazu bilden. Ebenso würden sich z. B. Rätsel oder Sprüche wie etwa von Freidank, die oft in nur einem Reimpaar grundlegende menschliche Erfahrungen und Empfindungen in nachdenkenswerter Weise formulieren, perfekt für ein Tweet eignen, dem etwa die entsprechende digitalisierte Handschriftenseite mit Signatur beigefügt wäre. Auch digitalisierte und entsprechend mit Strukturdaten versehene Losbücher würden sich hervorragend für die Interaktion eignen, sofern sie entsprechend vorgestellt würden. Neben dem Spaß, den die Beschäftigung mit solchen Themen den Nutzern zumeist macht, hätte dies den Vorteil, dass diese Bestände mehr in den Blick der Forschung gerückt würden, die sich zumeist weniger mit Handschriften dieser Art beschäftigt. Ähnlich verhält es sich etwa

auch mit bestimmten Gattungen geistlicher Literatur, Astronomie und Astrologie, Rechnungsbüchern usw. Auch bestimmte Provenienzen, z. B. eine ehemalige Klosterbibliothek, könnten in einem Blogbeitrag vorgestellt werden. Überdies wäre es möglich, auf dem Blog auch Gäste zum Schreiben einzuladen, die z. B. zu einer Handschrift oder einem Teilbestand des Hauses arbeiten oder gearbeitet haben. Beliebte sind zudem Serien wie etwa ‚Guess the Manuscript‘⁵⁹ oder der bereits erwähnte ‚Manuscript Monday‘ der British Library Medieval Manuscripts, nicht zuletzt, weil sie eine thematische Kohärenz der Meldungen bieten und durch Hashtags gut erfassbar sind. Wie wäre es z. B. mit #FreidankFreitag?⁶⁰ Kurzum, sobald man sich für ein bestimmtes Social-Media-Konzept entschieden hat, seinen Bestand kennt und liebt und beginnt, ihn unter dem Aspekt „Bestandsvermittlung durch Social Media“ zu betrachten, dauert es nicht lange, bis Ideen fließen.

Die Beispiele mögen verdeutlicht haben, dass sich für Spezialsammlungen gute Möglichkeiten bieten, über ihre Bestände mit Social Media nachhaltig zu kommunizieren, sofern ein tragfähiges, klares Konzept erarbeitet wurde und die wichtigsten Grundbedingungen erfüllt sind: Kompetentes Personal, das Freude am Bestand hat und diesen gut kennt, und vor allem, genug Zeit für eine kreative Kommunikation darüber, die die Welt des Alten Buchs der Fachcommunity und einer breiten Öffentlichkeit in vielgestaltiger Weise erschließen kann.

⁵⁹ Vgl. etwa Biggs (2014b).

⁶⁰ Auf Twitter gibt es bereits die Hashtags #WoodcutWednesday und #fragmentfriday, die sich einiger Beliebtheit erfreuen.

Literatur

- Biggs, S. J. (2014a). A Calendar Page for March. <http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/2014/03/a-calendar-page-for-march-2014.html> (abgerufen am 15.10.2014).
- Biggs, S. J. (2014b). Guess the Manuscript XII. <http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/2014/03/guess-the-manuscript-xii.html> (abgerufen am 15.10.2014).
- Coe, A. (2014). 8 Book Historians, Curators, Specialists, And Librarians Who Are Killing It Online: You love books. These experts love books harder. <http://www.buzzfeed.com/alexiscoe/book-historians-curators-specialists> (abgerufen am 15.10.2014).
- Eswara Reddy, Deva B. (2012). *Social networking and the libraries in the new millennium: An annotated bibliography* (Social issues, justice and status series). New York: Nova Science Publishers.
- Farrier, J. (2014). Exclusive Interview: Erik Kwakkel, Medieval Book Historian. <http://www.neatorama.com/2014/02/05/Exclusive-Interview-Erik-Kwakkel-Medieval-Book-Historian/#lwRrgK> (abgerufen am 23.2.2014).
- Freeman, J. (2014). An Illustrated Guide to Medieval Love. <http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/2014/02/an-illustrated-guide-to-medieval-love.html> (abgerufen am 15.10.2014).
- Gutsch, S. (2010). *Web 2.0 in Archiven: Hinweise für die Praxis* (Veröffentlichungen der Landesfachstelle für Archive und öffentliche Bibliotheken im Brandenburgischen Landeshauptarchiv 8). Potsdam: [s.n.].
- Kraut, Boris: <http://krt.marmaro.de/msg/2014-01-11T01:26:45.00Z.msg> (abgerufen am 20.10.2014).
- Landes, L. (2013). Wie hältst Du's mit der Qualität?: Gretchen online. <http://rkb.hypotheses.org/498>.
- Mijnsbergen, E. (2014). Erik Kwakkel: Bibliotheld. http://www.edwinmijnsbergen.nl/2014/02/bibliotheld-erik-kwakkel.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed:+blogspot/kkJF+%28Mijns+Inziens%29&utm=1 (abgerufen am 23.2.2014).
- Schadt, A., Euler, J. & Eichel, D. (2010). Raus in die Öffentlichkeit mit Facebook & Co. In J. Bergmann & P. Danowski (Hrsg.), *Bibliothekspraxis: Bd. 41. Handbuch Bibliothek 2.0* (S. 168–183). Berlin, New York: De Gruyter Saur.
- Schuldt, K. (2010). Openness: Die Bibliothek als demokratische und demokratiefördernde Einrichtung im Internetzeitalter. In J. Bergmann & P. Danowski (Hrsg.), *Bibliothekspraxis: Bd. 41. Handbuch Bibliothek 2.0* (S. 21–35). Berlin, New York: De Gruyter Saur.
- Selmkeit, K. (2014). Virtuelle Ausstellungen von Bibliotheken: Konzepte, Präsentationsverfahren und Nutzungsaspekte. *Perspektive Bibliothek*, 3(1), 163–186. doi:10.11588/pb.2014.1.14025
- Siu, E. (2014). 10 Signs You're Using Social Media Wrong. <http://www.entrepreneur.com/article/231912> (abgerufen am 6.3.2014).
- van Dijck. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Waidmann, S. (2014). Erschließung historischer Bestände mittels Crowdsourcing: Eine Analyse ausgewählter aktueller Projekte. *Perspektive Bibliothek*, 3(1), 33–58. doi:10.11588/pb.2014.1.14020

Websites

<http://aktenkunde.hypotheses.org/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://apps.nationalarchives.gov.uk/latinpalaeography/how-to-use.htm> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://archive20.hypotheses.org/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://blog.slub-dresden.de/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://britishlibrary.typepad.co.uk/digitisedmanuscripts/2014/04/index.html> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://www.bsb-muenchen.de/die-bayerische-staatsbibliothek/projekte/digitalisierung/pilotphase-handschriftendigitalisierung/> (abgerufen am 16.10.2014)

<http://de.hypotheses.org/> (abgerufen am 15.10.2014).

http://de.wikipedia.org/wiki/Planet_%28Software%29 (abgerufen am 15.10.2014).

<http://diyhistory.lib.uiowa.edu/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://erikkwakkel.tumblr.com/> (abgerufen am 15.10.2014).

http://hypotheses.org/?lang=de_DE (abgerufen am 15.10.2014).

<http://medievalbooks.nl/about-me/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://medievalfragments.wordpress.com/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://mittelalter.hypotheses.org/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://ordensgeschichte.hypotheses.org/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://sexycodicology.net/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://sexycodicology.net/blog/codicology/medieval-scripts/beneventan-script/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://sexycodicology.net/blog/medieval-killer-bunny/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://sexycodicology.tumblr.com/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://thewalters.org/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://uispeccoll.tumblr.com/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://uispeccoll.tumblr.com/tagged/miniature%20mondays> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://wpde.org/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://www.blogawardsuk.co.uk/winners-and-hc/winners/> (abgerufen am 15.10.2014).

<http://www.bookandbyte.org/quill/index.php> (abgerufen am 20.10.2014).

- <http://www.bradford.ac.uk/library/special-collections/> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.flickr.com/photos/slubdresden> (abgerufen am 15.10.2014).
- http://www.gsta.spk-berlin.de/schriftbeispiele_555.html (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.hum.leiden.edu/lucas/turning-over-a-new-leaf/project-manuscript-innovation/manuscript-innovation.html> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.lib.uiowa.edu/sc/> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.lib.unimelb.edu.au/collections/special/> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.manuscripta-mediaevalia.de> (abgerufen am 15.10.2014).
- http://www.mittellatein.phil.uni-erlangen.de/scripto/scripto_de_aktuell.html (abgerufen am 15.10.2014).
- http://www.mmdc.nl/static/site/research_and_education/palaeography/index.html (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.openedition.org/catalogue-notebooks?page=catalogue&pubtype=carnet&lang=en> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.palaeographic-online.de> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.pinterest.com/britishlibrary/> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.pinterest.com/britishlibrary/manuscript-monday/> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.pinterest.com/SexyCodicology/> (abgerufen am 15.10.2014).
- http://www.tripadvisor.co.uk/Attraction_Review-g186338-d187728-Reviews-British_Library-London_England.html (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.youtube.com/user/SLUBDresden> (abgerufen am 15.10.2014).
- <http://www.youtube.com/user/uispeccoll> (abgerufen am 15.10.2014).
- http://www.zv.uni-leipzig.de/service/presse/nachrichten.html?ifab_modus=detail&ifab_id=5124 (abgerufen am 15.10.2014).
- <https://plus.google.com/+britishlibrary/posts> (abgerufen am 15.10.2014).
- <https://plus.google.com/+SexycodicologyNet/posts> (abgerufen am 15.10.2014).
- <https://twitter.com/BLMedieval> (abgerufen am 15.10.2014).
- https://twitter.com/erik_kwakkel (abgerufen am 15.10.2014).
- https://twitter.com/sbb_news (abgerufen am 15.10.2014).
- <https://twitter.com/SexyCodicology> (abgerufen am 15.10.2014).
- <https://twitter.com/slubdresden> (abgerufen am 15.10.2014).
- <https://twitter.com/tos> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://twitter.com/uispeccoll> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://www.facebook.com/britishlibrary> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://www.facebook.com/help/212802592074644#How-can-I-download-my-information-from-Facebook?> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://www.facebook.com/help/www/405183566203254?rdrhc> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://www.facebook.com/legal/terms> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://www.facebook.com/SexyCodicology?ref=profile> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://www.facebook.com/uiowaspecialcollections> (abgerufen am 15.10.2014).

<https://www.pinterest.com/> (abgerufen am 15.10.2014).