

o-bib goes Twitter – erste Erfahrungen

Zugleich ein Blick auf bibliothekarische und informationswissenschaftliche Fachzeitschriften in der Twittersphäre

Hintergrund

Am 1. Februar 2020 wurden auf dem brandneuen Twitter-Account von o-bib die ersten Tweets abgesetzt. Der Hintergrund dafür war die im Herbst 2019 getroffene Entscheidung für eine veränderte Erscheinungsweise der Zeitschrift.¹ Gab es in den ersten Jahren ihres Bestehens nur vier Veröffentlichungstermine pro Jahr (jeweils zum Quartalsende), so erscheinen die Beiträge seit Anfang 2020 weitgehend kontinuierlich. Immer am Anfang des zweiten Monats im Quartal gehen die bis dahin fertig bearbeiteten Texte als Grundstock für das jeweilige Quartalsheft online. Bis zum Ende des Quartals werden dann – typischerweise im Wochenrhythmus – weitere Beiträge freigeschaltet.

In diesem Zusammenhang kam im o-bib-Team die Frage auf, wie die Leser*innen künftig über die Veröffentlichung neuer Artikel informiert werden sollten, zumal das zugrunde liegende Open Journal Systems (OJS) originär keine Möglichkeit dafür vorsieht, Beiträge absteigend nach Erscheinungsdatum anzuzeigen. Zwar werden beim Abschluss eines o-bib-Heftes Informationen per E-Mail verschickt (über die Mailingliste Inetbib, für registrierte Nutzer*innen über OJS sowie für VDB-Mitglieder über den Verbandsverteiler), aber zur Information über einzelne Artikel wäre dies nicht sinnvoll. Bereits vorhanden waren jedoch RSS- bzw. Atom-Feeds, die man abonnieren kann. Seit der Umstellung erhält man bei jedem neu veröffentlichten Beitrag eine Nachricht im FeedReader.

Als eine weitere Push-Informationsmöglichkeit kam das Posten der neuen Artikel über einen Twitter-Account in Frage, zumal OJS die Option bietet, Tweets eines beliebigen Accounts auf der Zeitschriften-Homepage einzubinden. Die Idee war also, dass Twitter in zweifacher Weise genutzt werden könnte: Zum einen von den aktiven Twitter-Nutzer*innen in der Leserschaft (dies sind nicht wenige, da Bibliothekar*innen auf diesem Kanal recht gut vertreten sind), zum anderen von Personen, die selbst gar nicht auf Twitter sind – denn zum bloßen Lesen von Tweets braucht man keine Registrierung. Seit Bestehen des Twitter-Accounts werden auf der o-bib-Website jeweils dessen vier neueste Tweets angezeigt (Abb. 1); weitere kann man über das verlinkte Twitter-Profil abrufen. Die zeitliche Abfolge der Tweets dient damit nicht zuletzt als Historie für die in o-bib veröffentlichten Beiträge. Seit einiger Zeit sind sie auch auf der VDB-Website eingebunden.

1 Vgl. Wiesenmüller, Heidrun; Obwald, Achim: Das Warten hat ein Ende – o-bib-Beiträge gehen früher online, in: o-bib 7 (1), 2020, S. 1-2, <<https://doi.org/10.5282/o-bib/5582>>.

The screenshot shows the website for 'o-bib. Das offene Bibliotheksjournal'. The header includes the logo, navigation links (Home, Aktuelle Ausgabe, Archiv, Über uns, vdBlog), and a search bar. The main content area features the title 'o-bib. Das offene Bibliotheksjournal', the subtitle 'Herausgegeben vom VDB – Verein Deutscher Bibliothekarinnen und Bibliothekare e.V.', and several paragraphs of text explaining the journal's mission and submission process. A sidebar on the right contains a 'Beitrag einreichen' button and a 'Tweets' section with three embedded tweets from @obibJournal. The tweets discuss webinars, journal content, and a report on COVID-19 measures in Bavaria.

Abb. 1: Website von o-bib mit eingebundenen Tweets

o-bib auf Twitter

Der Twitter-Einstieg von o-bib wurde mit Hilfe Twitter-erfahrener VDB-Kolleg*innen sorgfältig vorbereitet. Insbesondere muss man sich im Vorfeld gut überlegen, unter welchem „Handle“ (Kurznamen) man sich präsentieren möchte. Es gibt dabei gewisse Einschränkungen (begrenzte Zeichenzahl, nicht erlaubte Zeichen wie z.B. Bindestrich) und man sollte an gute Lesbarkeit und Interpretierbarkeit (auch für Screenreader, wie sie von Sehbehinderten verwendet werden) denken. Zwar legt man auch einen Anzeigenamen fest, den man freier gestalten kann, aber wenn man von jemand anderem in einem Tweet referenziert oder adressiert wird, sieht man stets nur den Handle. Mit @obibJournal wurde ein eingängiger, auch international verständlicher Handle gefunden. Als Profilbild wurde das Logo gewählt, das einen hohen Wiedererkennungswert besitzt. Abb. 2 zeigt, wie sich das Profil für Twitter-Nutzer*innen im Desktop-Browser darstellt. Die Betreuung des Accounts liegt in der Verantwortung der Autorin dieses Beitrags, einer der beiden geschäftsführenden Herausgeber*innen. Sozusagen „zum Üben“ wurde von der Autorin kurz zuvor ein individueller Account eingerichtet (@HWiesenmueller).

Dass es sich bei @obibJournal um einen recht untypischen Twitter-Account handelt, zeigt schon der Blick auf die „Follower“ (Abonnent*innen): Zwischen dem 1. Februar und dem 11. August 2020 (Zeitpunkt des Screenshots) haben immerhin 362 Personen und Institutionen auf den „Folgen“-Knopf gedrückt, sodass sie alle Tweets von @obibJournal in ihrer „Timeline“ erhalten – also in dem Strom von Tweets, den man als Nutzer*in laufend empfängt.

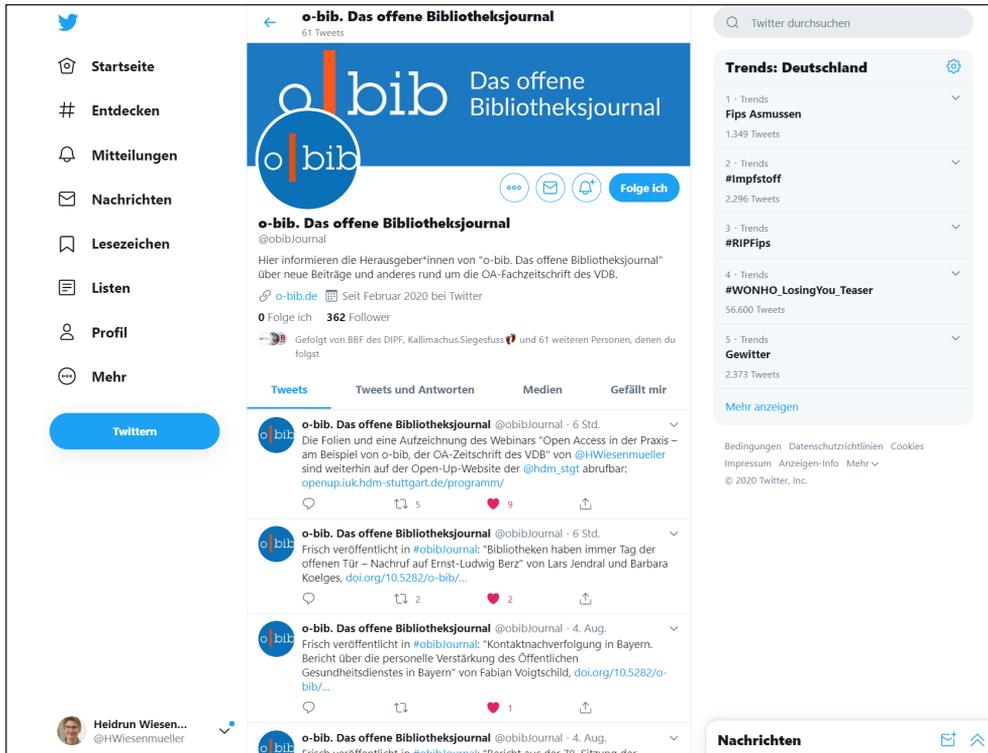


Abb. 2: Das Twitter-Profil von @obibJournal

Umgekehrt ist das anders: @obibJournal selbst folgt niemand anderem, weil es sich um einen reinen Service-Account mit einer klar definierten Funktion handelt – hier werden ausschließlich Tweets mit einem sehr engen Bezug zu o-bib gepostet. Anders als bei den meisten Twitter-Präsenzen geht es also nicht darum, auch Content aus einem weiteren Umfeld zu verbreiten (so werden z.B. keine allgemeinen Nachrichten zum VDB gepostet, obwohl dieser o-bib herausgibt). Auch ist es nicht das Ziel, fremde Inhalte zu teilen (z.B. allerlei Interessantes aus der Bibliothekswelt) oder sich mit anderen Twitter-Nutzer*innen über aktuelle Entwicklungen zu unterhalten. Letzteres wäre auch schwierig, da o-bib sich primär als neutrale Publikationsplattform versteht. Die Interaktionen von @obibJournal beschränken sich deshalb auf „Likes“ sowie bei Bedarf auf Antworten zu Fragen mit o-bib-Bezug. Für inhaltliche Diskussionen verwendet die Autorin ausschließlich ihren individuellen Account.

Das Gros der Tweets machen Hinweise auf neu erschienene Beiträge aus, die bewusst immer nach demselben Schema gepostet werden: Auf ein „Frisch veröffentlicht in #obibJournal“ folgen Titel und Autor*innen sowie der direkte Link auf den Artikel (mit eingebettetem DOI, sodass die dauerhafte Zugänglichkeit gesichert ist). Dies kann man gut in den von Twitter vorgesehenen 280 Zeichen pro Tweet unterbringen. Das Twittern ist in den allgemeinen Workflow eingebunden: An einem Veröffentlichungstag (i.d.R. dienstags) werden die neu erschienenen Beiträge zunächst einer kurzen Endkontrolle unterzogen und unmittelbar danach getwittert; zusätzlich werden die Autor*innen separat über das Erscheinen ihres Texts informiert. Eine Automatisierung der Tweets zu den einzelnen Beiträgen wäre wahrscheinlich möglich, wurde aber bislang nicht als notwendig empfunden.

Das Twittern jedes einzelnen Artikels – anstatt eines summarischen Tweets à la „Heute wurden drei neue Beiträge veröffentlicht“ – hat den Vorteil, dass dieser dann auch spezifisch kommentiert oder weiter verbreitet werden kann. Neben dem einfachen „Like“ kann man auf einen Tweet auch antworten oder ihn weiter teilen („Retweet“, mit oder ohne Kommentar) – dann erscheint er in der Timeline der eigenen Follower. Abb. 3 zeigt zwei Beispiele für Retweets mit Kommentaren – einmal von einer Autorin und einmal von einem Leser.

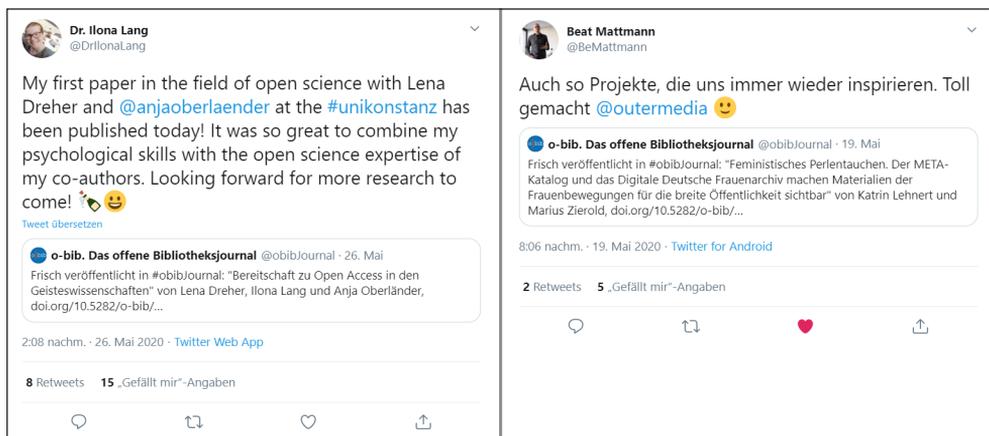


Abb. 3: Beispiele für Retweets mit Kommentaren von o-bib-Tweets²

Das Echo fällt natürlich unterschiedlich groß aus. Manchmal gibt es nur wenige Likes und Retweets, manchmal deutlich mehr. Abb. 4 zeigt die in Twitter abrufbare Statistik für den Tweet zu einem Aufsatz zum Thema Open Access, der auf Twitter besonderes Interesse fand. Eine solche Statistik zeigt aber nie das Gesamtbild, da Retweets mit Kommentaren wiederum ebenfalls weiterverbreitet werden können, wie man im linken Teil von Abb. 3 sieht. Solche Retweets (und womöglich deren Retweets) sind in der Statistik nicht mehr erfasst.

2 Tweet von Ilona Lang (@DrIlonaLang), 26.05.2020, <<https://twitter.com/DrIlonaLang/status/126525347686453248?s=20>>; Tweet von Beat Mattmann (@BeMattmann), 19.05.2020, <<https://twitter.com/BeMattmann/status/1262806947545452546?s=20>>, Stand: 11.08.2020.



Abb. 4: Statistiken eines Beispiel-Tweets

Neben den Tweets zu einzelnen Beiträgen wird auch darüber informiert, wenn ein Heft beginnt und wenn es abgeschlossen ist. Ebenso gibt es Hinweise auf Calls for papers u.Ä. Damit ist das Potenzial des Accounts allerdings sicher noch nicht ausgeschöpft: So wurde vor kurzem erstmals der Weg über Twitter gewählt, um nach einem Autorenteam für die Berichterstattung zu den (virtuellen) Open-Access-Tagen 2020 zu suchen – mit großem Erfolg. Die sich anschließende Twitter-Diskussion unter den Interessierten führte die Autorin allerdings über ihren individuellen Account, um die Tweets von @obibJournal mit Blick auf die Einbindung auf der Website nicht „aufzuschwemmen“.

Aufgrund der beschriebenen Vorgaben ist die Zahl der Tweets von @obibJournal bisher überschaubar – zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Beitrags liegt sie bei 61 Tweets, die in einem guten halben Jahr zusammengekommen sind. Entsprechend hält sich der Arbeitsaufwand in Grenzen und ist ohne Weiteres zu leisten. Aus Sicht der Follower dürfte die vergleichsweise geringe Zahl von Tweets ebenfalls kein Problem darstellen, da der Charakter des Accounts klar erkennbar ist und deshalb nicht zu falschen Erwartungen führen sollte. Da die Tweets an die in einem festen Takt erfolgenden Freischaltungen gebunden sind, ist zumindest eine gewisse Kontinuität sichergestellt: Während der Veröffentlichungsphasen erscheinen (fast) jede Woche Tweets, was die Wahrnehmung der Zeitschrift in der Twitter-Community erhöhen dürfte.

Deutschsprachige bibliotheks- und informationswissenschaftliche Fachzeitschriften ohne Twitter-Präsenz

Bei dieser Gelegenheit ist ein Blick auf andere bibliothekarische und informationswissenschaftliche Fachzeitschriften im deutschsprachigen Raum und ihr „Twitter-Verhalten“ von Interesse. Die folgenden Ausführungen haben allerdings keinen Anspruch auf Vollständigkeit und beruhen auch nicht auf einer umfassenden Datenanalyse und -auswertung. Eine solche, vielleicht auch über den deutschsprachigen Raum hinausgehende Untersuchung wäre jedoch sicher ein lohnendes Thema beispielsweise für eine Bachelor- oder Masterarbeit.³

Zunächst wurden die großen „Player“ im deutschsprachigen Raum geprüft. Bei den folgenden sechs Zeitschriften ist derzeit keine oder zumindest keine eigenständige Twitter-Präsenz aufzufinden:

- ABI Technik
- Bibliothek – Forschung und Praxis (BFP)
- Bibliotheksdienst
- Information – Wissenschaft und Praxis (IWP)
- Mitteilungen der Vereinigung Österreichischer Bibliothekarinnen & Bibliothekare (VÖB-Mitteilungen)
- Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie (ZfBB)

Bei IWP wird aber teilweise vom Account der Deutschen Gesellschaft für Information und Wissen (@DGIInfo) per Tweet darauf hingewiesen, wenn ein neues Heft erschienen ist. Und neue Beiträge in den VÖB-Mitteilungen werden (neben vielen anderen Dingen) einzeln im VÖBBLOG gepostet und erscheinen dann unter dem Account dieses Blogs (@VOEBBLOG) auch auf Twitter.

Es ist sicher kein Zufall, dass es sich bei den verbleibenden vier Zeitschriften um solche handelt, die entweder überhaupt kein Open-Access-Angebot haben (ABI Technik) oder die ihre Inhalte erst nach einer Embargo-Frist frei zugänglich stellen (BFP, Bibliotheksdienst⁴, ZfBB). Für das Posten auf Twitter bieten sich in erster Linie Inhalte an, die nicht hinter einer Paywall liegen – denn das Bedürfnis, sofort auf eine verlinkte Quelle zugreifen zu können, ist bei der Twitter-Nutzung immanent. Selbst wenn man z.B. über eine Bibliothek Zugriff auf das betreffende E-Journal hat, so stellt doch alleine die Tatsache, dass man sich erst einloggen muss, eine Hürde dar, die das „Twitter-Erlebnis“ deutlich einschränkt.

Eine mögliche Begründung könnte sein, dass Closed-Access-Zeitschriften weniger Notwendigkeit im aktiven Bewerben ihrer Inhalte in den Sozialen Medien sehen als Open-Access-Zeitschriften, die ja nicht auf dem Abonnement-Prinzip basieren. Dies müsste freilich genauer untersucht werden. Auch

3 Beispiele sind Analysen von Twitter-Netzwerken im bibliothekarischen Bereich wie z.B. Schneider, Sophie: Bibliotheks- und InformationswissenschaftlerInnen in der Twittersphäre, in: Informationspraxis 6 (1), 2020, S. 1-26, <<https://doi.org/10.11588/ip.2020.1.63052>>. Als Beispiel aus der angloamerikanischen Welt kann genannt werden: Shulman, Jason; Yep, Jewelry; Tomé, Daniel: Leveraging the power of a Twitter network for library promotion, in: Journal of academic librarianship 41 (2), 2015, S. 178-185, <<https://doi.org/10.1016/j.acalib.2014.12.004>>.

4 Zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Berichts sind aktuelle Hefte des Bibliotheksdienst frei zugänglich geschaltet, was aber vermutlich Teil der besonderen Regelungen des Verlags De Gruyter während der Corona-Pandemie ist.

gibt es durchaus Beispiele für Closed-Access-Zeitschriften aus dem Bibliotheksbereich, die sogar jeden erschienenen Beitrag twittern, z.B. die im Verlag Taylor & Francis erscheinende englischsprachige Zeitschrift *Cataloging & Classification Quarterly* (CCQ, @CCQjournal). In diesem Fall spielt es sicher eine Rolle, dass auch die Aufsätze in CCQ seit einiger Zeit kontinuierlich erscheinen.

Deutschsprachige bibliothekarische und informationswissenschaftliche Fachzeitschriften mit Twitter-Präsenz

Näher betrachtet werden im Folgenden neun Twitter-Accounts von deutschsprachigen Fachzeitschriften aus dem Bereich Bibliothek und Information. Bei sieben davon handelt es sich um reine Open-Access-Zeitschriften. Dies bestätigt die Vermutung, dass zumindest eine gewisse Korrelation zwischen Twitter-Präsenz und dem Open-Access-Gedanken besteht. Auch Sophie Schneider ermittelte in ihrer Netzwerkanalyse zu „Bibliotheks- und InformationswissenschaftlerInnen in der Twittersphäre“ Open Science als eines der besonders stark vertretenen Themen⁵ und bemerkte: „Auch die wenigen informationswissenschaftlichen Zeitschriften auf Twitter publizieren primär Open Access.“⁶

Die beiden Ausnahmen sind b.i.t. online und BuB – beide bieten aber zumindest Teile ihres Contents sofort im Open Access an: Bei b.i.t. online ist ein Teil der Beiträge eines Hefts von vornherein frei zugänglich.⁷ Bei BuB setzt sich der freie Content auf der Website im Bereich „Nachrichten“ aus ausgewählten vollständigen Artikeln aus dem Heft, aus gekürzten Artikeln sowie aus aktuellen Meldungen zusammen, die nicht (oder noch nicht) mit einem Heft-Artikel korrespondieren.⁸

Zu den betrachteten Twitter-Präsenzen gehören auch die Zeitschrift der Münchener Bibliotheksreferendar*innen (Perspektive Bibliothek), sowie eine von Studierenden der HAW Hamburg betriebene Zeitschrift (API Magazin). Ebenfalls mit einbezogen wurde die Zeitschrift für digitale Geisteswissenschaften (ZfdG). Diese Zeitschrift gehört zwar nicht in die Bibliotheks- und Informationswissenschaft, ist aber an einer Bibliothek – der Herzogin Anna Amalia Bibliothek in Weimar – angesiedelt.

Seit wann die neun Accounts tatsächlich auf Twitter aktiv sind und für die Zeitschrift twittern, ist mitunter nur mit zusätzlichen Recherchen herauszufinden. So ist der Account der Informationspraxis als „seit Oktober 2009 auf Twitter“ gelistet, obwohl die Zeitschrift erst seit 2014 existiert – dann aber offenbar sogleich auch titterte. Im Jahr 2014 stieg auch 027.7 ein. Der Pionier war jedoch LIBREAS im Jahr 2008. Relativ lange dabei sind außerdem b.i.t. online und Perspektive Bibliothek (beide 2012). ZfdG tittert seit ihrer Gründung (2016), BuB seit 2018. Die jüngsten Zugänge sind o-bib (Februar 2020) und das API Magazin (April 2020).

5 Schneider: Bibliotheks- und InformationswissenschaftlerInnen in der Twittersphäre, S. 20f.: „Neben den Bibliotheks- und Informationswissenschaften waren die Bereiche Open Science sowie Bildung und Kommunikation besonders stark vertreten. Dies könnte darauf schließen lassen, dass viele InformationswissenschaftlerInnen twittern, die für eine offene und nach außen kommunizierte Wissenschaft eintreten.“

6 Ebd., S. 21.

7 Zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Berichts kann sogar auf alle Artikel der aktuellen Hefte zugegriffen werden, was aber vermutlich eine Sonderregelung während der Corona-Pandemie darstellt.

8 Nach drei Monaten folgt die OA-Stellung der Gesamtheft als PDF und das Veröffentlichen der einzelnen Beiträge auf dem OPUS-Server des BIB.

Die folgende Tabelle zeigt für die neun betrachteten Zeitschriften zunächst die Zahl der Accounts, denen gefolgt wird, sowie die Zahl der Follower (mit Stand 11. August 2020). o-bib hebt sich deutlich dadurch ab, dass – wie oben erläutert – niemandem gefolgt wird. Das API-Magazin scheint eine ähnliche Strategie zu betreiben und folgt nur 3 anderen Accounts. Bei den anderen Zeitschriften liegt diese Zahl meist zwischen etwa 150 und knapp 400, ist aber in jedem Fall deutlich geringer als die Zahl der Follower. Eine Ausnahme bildet die Informationspraxis, die selbst 2.134 Accounts folgt – das ist etwas mehr, als sie selbst Follower hat (2.109). Dies ist die höchste Zahl an Followern in der Liste; an zweiter Stelle liegt LIBREAS mit 1.911, an dritter BuB mit 1.118. Die derzeit 362 Follower von o-bib nehmen sich dagegen noch recht bescheiden aus.

Tabelle: Überblick über Twitter-Accounts von Fachzeitschriften

Zeitschrift	Handle	folgt	Follower	Tweets Februar bis Juli 2020			
				gesamt	davon originär	davon Retweet	davon Antwort
API Magazin	@api_magazin	3	67	25	10	10	5
b.i.t. online	@onlinebit	163	624	3	1	2	0
BuB	@bub_magazin	359	1.118	95	57	18	20
Informationspraxis	@infoprax	2.134	2.109	30	15	12	3
LIBREAS	@LIBREAS	266	1.911	66	4	62	0
Perspektive Bibliothek	@PerspektiveBib	82	489	2	1	1	0
o-bib	@obibJournal	0	362	54	48	0	6
Zeitschrift für digitale Geisteswissenschaften	@ZfdG_MWW	152	821	5	3	0	2
027.7	@027_7	383	613	8	8	0	0

Die Zahl der Follower ist von vielen Faktoren abhängig. Dazu gehört sicher der Zeitraum, seit dem ein Account existiert (je länger, desto mehr Gelegenheit gibt es, ihn zu entdecken), vermutlich auch das eigene Folge-Verhalten (z.B. löst Folgen oft ein „Gegen-Folgen“ aus). Auch die Zahl der Tweets kann eine Rolle spielen; so ist es gut möglich, dass man einem gar nicht mehr oder kaum noch aktiven Account wieder „entfolgt“. Unter Umständen passiert dies aber auch nicht, da das Fehlen von Tweets in der Timeline von den Nutzer*innen überhaupt nicht wahrgenommen wird – wie etwa die Twitter-„Leiche“ des irischen OALIS Journal (@OALISJ) mit noch immer über 700 Followern anschaulich beweist.⁹ Der wichtigste Aspekt ist aber sicher die Frage, ob die getwitterten Inhalte als interessant und nützlich empfunden werden.

9 Der Account war nur zwischen April und November 2013 aktiv und setzte in diesem Zeitraum 577 Tweets ab. Während die Zeitschriften-Website nicht mehr existiert, ist der Twitter-Account noch vorhanden und weist

In der Tabelle ist auch die Zahl der Tweets für einen Zeitraum von sechs Monaten – von Februar bis einschließlich Juli 2020 – angegeben (beim API Magazin nur für April bis Juli). Zu bedenken ist beim Blick auf die Zahlen, dass dies nur eine relativ kleine Stichprobe ist, die zudem noch die Phase des Corona-Lockdowns enthält. Neben der Gesamtzahl der Tweets ist auch dargestellt, wieviele davon originäre Tweets, reine Retweets (d.h. solche ohne Kommentar) oder Antworten auf andere Tweets waren.¹⁰

Bei vier Zeitschriften (b.i.t. online, Perspektive Bibliothek, ZfdG und O27.7) liegt die Gesamtzahl der Tweets im betrachteten Zeitraum nur im einstelligen Bereich. Die höchsten Werte haben BuB (95), LIBREAS (66) und o-bib (54). Es genügt aber nicht, nur die Gesamtzahl der Tweets zu vergleichen. Die durchaus unterschiedlichen Herangehensweisen der Zeitschriften werden erst deutlich, wenn man sich die Verteilung der Tweets auf die drei Typen ansieht – insbesondere das Verhältnis zwischen originären Tweets und reinen Retweets. Unter den Zeitschriften mit zweistelligen Tweet-Zahlen stehen LIBREAS und o-bib dabei für zwei Extreme: LIBREAS hat 6 % originäre Tweets und 94 % Retweets. Bei o-bib liegt der Anteil an originären Tweets hingegen bei 89 % und es gab keinen einzigen Retweet. Auch bei BuB überwiegen die originären Tweets merklich gegenüber den Retweets (60 % vs. 19 %). Relativ gleichmäßig verteilt sind die beiden Typen bei der Informationspraxis (50 % vs. 40 %) und dem API Magazin (40 % vs. 40 %).

Angesichts ihrer Vielfalt ist es nicht ganz einfach, die Tweets inhaltlich zu beschreiben; dennoch seien einige Beobachtungen mitgeteilt. Sieht man sich zunächst die originären Tweets an, so stößt man erwartungsgemäß auf Hinweise zu neu erschienenen Ausgaben – beim API-Magazin, bei BuB und bei der Perspektive Bibliothek. Bei b.i.t. online wurde über eine Serie von aktuellen Corona-Situationsberichten getwittert. Passend zu ihrer kontinuierlichen Erscheinungsweise konzentrieren sich andere Zeitschriften stattdessen auf die Ebene der einzelnen Beiträge: Neu erschienene Artikel werden außer von o-bib auch von der Informationspraxis, von O27.7 und ZfdG getwittert. Gemäß ihrem Review-Konzept weist die Informationspraxis außerdem regelmäßig auf Beiträge hin, die für den Open Peer Review bereitstehen. BuB nimmt aufgrund des eigenständigen Nachrichten-Bereichs auf seiner Website (zusätzlich zur eigentlichen Zeitschrift) eine gewisse Sonderstellung ein; die meisten der originären Tweets beinhalten einen Link darauf. Tweets mit Verweisen auf den OPUS-Server des Berufsverbandes Information Bibliothek (BIB), wo alle BuB-Beiträge nach drei Monaten online gestellt und auch mit einer URN versehen sind, waren hingegen nicht zu finden (allerdings gelegentlich Hinweise per Retweet auf frei gestellte Ausgaben im PDF-Archiv). Typischerweise werden außerdem Calls for papers per Tweet bekannt gegeben (im Betrachtungszeitraum zu finden bei O27.7, LIBREAS und o-bib).

Weitere originäre Tweets beschäftigen sich meist mit Themen rund um die Zeitschrift, z.B. beim API Magazin mit der Verleihung des TIP-Awards an die Zeitschrift oder bei LIBREAS mit einem Auftritt

beeindruckende 726 Follower auf.

¹⁰ Die Tweets wurden händisch ausgezählt (mit entsprechendem Fehlerisiko) und die Einordnung erfolgte rein formal. Als „originär“ wurden auch alle Retweets mit einem Kommentar gewertet. Unter „Retweet“ fallen auch Retweets eines eigenen Tweets und unter „Antwort“ fallen auch Antworten auf einen eigenen Tweet im Rahmen eines Threads.

von Teilen der Redaktion bei der Online-Tagung vBIB20. Teilweise geht es auch um ganz praktische Aspekte, z.B. einen Ausfall der BuB-Website. Bei der Informationspraxis gab es zudem einen Aufruf zum Folgen, um die magische Zahl von 2.000 Followern zu erreichen.¹¹ Schließlich zeigen sich die Zeitschriften-Accounts von allgemeinen Twitter-Trends beeinflusst: So lief vor einiger Zeit unter dem Hashtag #PhotosOfMyLife eine Art Kettenbrief über die Plattform, bei der an sieben Tagen hintereinander je ein Foto gepostet werden sollte. BuB beteiligte sich daran mit sieben Tweets, das API Magazin mit zweien.

Bei den Retweets ist in den meisten Fällen ein erkennbarer Bezug zur jeweiligen Zeitschrift gegeben. Besonders häufig handelt es sich um Tweets aus anderer Quelle, in denen die jeweilige Zeitschrift erwähnt wird – z.B. in Form von Hinweisen oder Kommentaren zu Aufsätzen. Manchmal werden aber auch Tweets weiter geteilt, die sich auf andere Open-Access-Zeitschriften beziehen. Beispielsweise retweetete die Informationspraxis einen Call for Papers von LIBREAS, eine neue Ausgabe der Perspektive Bibliothek und einen Aufsatz aus o-bib. Auch bei LIBREAS waren mehrere Retweets dieses Typs zu beobachten. Insgesamt fallen die Retweets von LIBREAS aber deutlich aus dem Rahmen, da sie nur zu einem recht kleinen Teil einen ersichtlichen Bezug zur Zeitschrift haben. Stattdessen wird vielfach Bibliothekarisches von allgemeinem Interesse gepostet (z.B. Veranstaltungshinweise, Blog- oder Zeitungsartikel); häufig werden auch Tweets von Kolleg*innen retweetet, die bei LIBREAS aktiv sind. Dadurch ergeben sich in den Retweets von LIBREAS zwar einige inhaltliche Schwerpunkte (z.B. Bibliotheksgeschichte), die aber scheinbar eher an Personen als an der Zeitschrift festzumachen sind.

Der dritte Typ von Tweets, die Antworten, werden in erster Linie von anderen Twitter-Nutzer*innen gesteuert. Meist handelt es sich um konkrete Fragen zur Zeitschrift, die beantwortet werden. Öfter anzutreffen sind auch Antworten in Form eines „Dankeschön“ oder eines „Gern geschehen“.

Entwicklungsmöglichkeiten für den Twitter-Account von o-bib

Für Twitter-Nutzende erfüllt der o-bib-Account bisher zwei Funktionen: Zum einen informiert er über neu erschienene Beiträge, Calls for papers u.Ä. Die meisten dieser Informationen können auch auf anderen Wegen bezogen werden – die frisch veröffentlichten Beiträge per Feed, andere Informationen über den Blog des VDB (ebenfalls mit Feed) oder E-Mail (z.B. Inetbib). Ein Beispiel für eine Information, die nur über Twitter lief, war der Aufruf an potenzielle Autor*innen für einen Tagungsbericht über die Open-Access-Tage.

Zum anderen stellen die Tweets zu den einzelnen Artikeln eine Art Anker dar, um diese gut weiterverbreiten und/oder kommentieren zu können. Sie enthalten neben Angaben zu Autor*innen und Titel eine dauerhafte URL und können über das o-bib-Logo leicht in ihren Kontext eingeordnet werden. Diese Tweets sind auch deshalb nützlich, weil die o-bib-Website selbst bislang keine Buttons zum gezielten Teilen von Beiträgen auf Social-Media-Plattformen anbietet.

11 Solche Aufrufe haben durchaus Erfolgspotenzial. Während des Verfassens dieses Artikels twitterte die Autorin über ihren individuellen Account darüber und erwähnte auch, dass das Follower-Potenzial von @obibJournal sicher noch nicht ausgeschöpft sei – dies führte zu einem Anstieg um über 20 Follower binnen drei Tagen.

Mit Blick auf die Rolle, die die Tweets auf der o-bib-Website spielen, wurde bisher bewusst eher restriktiv getwittert. Voraussichtlich gibt es aber in absehbarer Zeit eine technische Lösung, um die Artikel absteigend nach Erscheinungsdatum anzuzeigen. Denn während des vergangenen Sommersemesters haben sich Studierende der Hochschule der Medien in Stuttgart in einem Lehrprojekt mit der OJS-Implementierung von o-bib beschäftigt und dabei verschiedene Optimierungen entwickelt. Dies würde dann auch einen freieren Umgang mit dem Twitter-Account ermöglichen. In jedem Fall erscheint es sinnvoll, künftig auch Retweets einzusetzen – wobei dies aber in Maßen geschehen und stets ein klarer Bezug zu o-bib erkennbar sein sollte.

In einer über ihren individuellen Account geführten Diskussion bat die Autorin um weitere Ideen der Twitter-Community für die Weiterentwicklung von @obibJournal. Konkret kamen zwei Vorschläge: „Was ich spannend fände, wären kleine Zusatzinfos über oder besser noch von den Autor:innen, welche es exklusiv nur auf Twitter gäbe (Kurzvita, ein (un)passendes Zitat, Bild oder Video zum eigenen Beitrag, weitere Lektüretipps zum Thema o.ä.).“¹² Auch Gelegenheit für direkte Kommunikation wurde vorgeschlagen: „Oder die Chance zum weiterführenden Gespräch mit Autor:innen in lockerer Runde! Das fände ich toll.“¹³ Letzteres stößt allerdings auf Schwierigkeiten, wenn die Autor*innen selbst keinen Twitter-Account haben. Nichtsdestoweniger wird sich das o-bib-Team mit beiden Ideen beschäftigen.

Nach einem guten halben Jahr Erfahrungen mit Twitter ist jedenfalls klar: Der Schritt auf die Microblogging-Plattform hat sich für o-bib gelohnt und wird ein dauerhaftes Element der Online-Präsenz unserer Open-Access-Zeitschrift bleiben!

Heidrun Wiesenmüller, Hochschule der Medien Stuttgart

Zitierfähiger Link (DOI): <https://doi.org/10.5282/o-bib/5627>

Dieses Werk steht unter der [Lizenz Creative Commons Namensnennung 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

12 Tweet von Carmen Krause (@Bibliothecarmen), 08.08.2020, <<https://twitter.com/Bibliothecarmen/status/1292027283188981761?s=20>>, Stand: 10.08.2020.

13 Tweet von Beat Mattmann (@BeMattmann), 08.08.2020, <<https://twitter.com/BeMattmann/status/1292027690317484033?s=20>>, Stand: 10.08.2020.