

## Bibliotheksmarketing 2.0 Schritt für Schritt – ein Workshop

**Termin :** 22. (12:30-18:30 Uhr) und 23. Oktober (09:30-14:30 Uhr) 2012

**Ort :** Zentral- und Landesbibliothek Berlin, Breite Straße 35, 10178 Berlin, **Berlin-Saal**

**Veranstalter :** Initiative Fortbildung für wissenschaftliche Spezialbibliotheken und verwandte Einrichtungen e.V.

Mit dem Aufkommen Sozialer Netzwerke wie etwa Facebook oder Twitter und dem damit einhergehenden veränderten Kommunikationsverhalten hat eine neue Ära begonnen: Aufmerksamkeit und Reichweite zu generieren, war noch nie so leicht wie heute. Wenn BITKOM am 12.02.2012 die Ergebnisse einer repräsentativen Erhebung mit „Internetnutzer verbringen die meiste (Online-)Zeit (23 %) in Sozialen Netzwerken“ zusammenfasst ([http://www.bitkom.org/de/presse/8477\\_71209.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_71209.aspx)), wird schnell klar: Auch Bibliotheken müssen sich diese neuen interaktiven Informationskanäle erschließen, um mit ihrem bestehenden Kundenstamm zu kommunizieren, vor allem aber, um ihre Sammlungen und Dienstleistungen einem neuen Nutzerkreis zugänglich zu machen - digitale Kundenservices sind inzwischen das Gebot der Stunde.

Auch unser Workshop setzt auf Interaktion. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen schrittweise, wie sie eine Social Media Strategie für ihre eigene Einrichtung entwickeln können. Sie sind aufgerufen, bereits im Vorfeld einige Fragen zu ihrem individuellen Arbeitsumfeld zu beantworten. Ziel ist, gemeinsam möglichst „maßgeschneiderte“ Lösungen zu erarbeiten.

### Montag, 22.10.2012

12:30 Uhr Begrüßung, Einstimmung auf das Thema

#### **Ziele definieren**

##### **Aufgabe** (im Vorfeld der Veranstaltung zu bearbeiten):

- Wie lautet die Mission meiner Bibliothek?
- Wie leiten sich daraus die Ziele für Marketing in sozialen Netzwerken ab?
- Wie kann ich konkret messen, ob die Ziele erreicht wurden?

Diskussion der Ergebnisse im Plenum

13:30 Uhr **Die eigene Organisation auf Soziale Netzwerke vorbereiten**

##### *Bedingungen und Fallstricke*

- Unterstützung durch die Leitungsebene erwirken
- Verantwortlichkeiten bei der Einführung von sozialen Netzwerken festlegen
- Richtlinien/Rahmenbedingungen für den Umgang mit sozialen Netzwerken definieren
- einen internen Arbeitskreis für soziale Medien schaffen (wo möglich)
- Mitarbeiter auswählen und ausbilden

- klären, wer im Haus zur Avantgarde in Sachen Soziale Netzwerke gehört
    - Mitarbeitertraining
    - kontinuierlichen Erfahrungsaustausch sicherstellen
  - Verschiedene Organisationsmodelle
  - Definition des Arbeitsablaufs für die Redaktion von Inhalten
- Aufgabe:** Wie bereite ich meine eigene Bibliothek auf Soziale Netzwerke vor?
- 15:00 Uhr *Kaffeepause*
- 15:30 Uhr **Die „richtigen“ Netzwerke auswählen**
- Was eignet sich wofür – und für wen? Ein Überblick (mit Praxisbeispielen)*
- Twitter
  - Facebook
  - Google+
  - Blogs
  - E-Mail Newsletter
- Aufgabe** (im Vorfeld der Veranstaltung zu bearbeiten): die Teilnehmerinnen und Teilnehmer skizzieren positive wie negative Erfahrungen, die sie mit einzelnen Netzwerken gemacht haben
- 17:00 Uhr **Nutzerbefragung:** Welche sozialen Netzwerke bevorzugen die Kunden *meiner* Bibliothek?
- 17:30 Uhr **Webseiten für Soziale Netzwerke vorbereiten**
- Blogs
  - Tools für „Social Sharing“
- 18:00 Uhr Ende des ersten Veranstaltungstages
- 19:00 Uhr ff auf Wunsch: *gemeinsames Abendessen*

## Dienstag, 23. Oktober 2012

- 09:30 Uhr **Eine Redaktionsstrategie entwickeln**
- Aufgabe:**
- Wodurch unterscheidet sich meine Bibliothek von anderen?
  - Welche Inhalte sollen mit welchem Ziel kommuniziert werden?
  - Welche Art von Inhalten sind für meine Netzwerke besonders geeignet?
  - Wer entwickelt und produziert regelmäßig Inhalte?
- 10:30 Uhr **Inhaltserstellung/Zusammenarbeit**
- Tools und Hilfsmittel
  - Teamarbeit
  - Redaktionskalender
- Aufgabe:** einen Redaktionskalender für die eigene Bibliothek entwickeln
- 11:30 Uhr *Kaffeepause*

- 12:15 Uhr      **Wachstum durch Vermarktung in Sozialen Netzwerken**
- Marketing online und offline betreiben
  - den Netzwerkeffekt nutzen
- 12:45 Uhr      **Erfolgsmessung und Optimierung**
- Tools zum Sammeln von Daten über Netzwerkwachstum, Interaktionen und Webseitenbesuche
  - Interpretation der Daten zur Messung von Erfolg und eventueller Optimierung der eigenen Strategie
- Aufgabe:** Erstellen eines Executive Summary – mit Entscheidung, wer diesen Bericht erhalten soll und warum
- 14:00 Uhr      **Zusammenfassung und Ausblick**
- 14:30 Uhr      Ende der Veranstaltung
- Referent :*      **Johannes Neuer**, Associate Director of Marketing, The New York Public Library
- Kostenbeitrag :*      EURO 85,-- (early bird-Tarif, bei Anmeldung bis 31. August d.J.), danach: EURO 125,--
- Anmeldung:*      **mit Angabe der Rechnungsadresse** bei Evelin Morgenstern – Initiative Fortbildung ... e.V. – [morgenstern@initiativefortbildung.de](mailto:morgenstern@initiativefortbildung.de)  
**[www.initiativefortbildung.de](http://www.initiativefortbildung.de)**

**Johannes Neuer ist gebürtiger Deutscher – er kommt aus dem Odenwald – und hat in den USA mehr als zehn Jahre lang Erfahrungen im Bereich des Online Marketing sammeln können. In seiner Tätigkeit an der New York Public Library hat er maßgeblich dazu beigetragen, diese Öffentliche Bibliothek als eine der größten der Welt in den Sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Foursquare zu etablieren. Seine Arbeit an der NYPL wurde mehrfach ausgezeichnet, und er ist ein gern gesehener Gastredner auf Konferenzen.**