

## **Profil bilden: Mit Strategie Kunst- und Museumsbibliotheken positionieren**

- Termin :** 09. (10:30 – 18:30 Uhr) und 10. (09:00 – 13:00 Uhr) **März 2015**
- Ort :** Deutsches Historisches Museum, **Bibliothek**, Zugang:  
Verwaltungsgebäude, Hinter dem Gießhaus, 10117 Berlin  
und  
Zentral- und Landesbibliothek, Ribbeck-Haus, Breite Straße 35,  
10178 Berlin-Mitte, **Säulensaal**, EG
- Veranstalter :** Initiative Fortbildung für wissenschaftliche Spezialbibliotheken und  
verwandte Einrichtungen e.V.

Kunst- und Museumsbibliotheken liefern Informationsdienstleistungen von höchster Qualität - in zielgruppengerechter Ansprache an eine heterogene Kundschaft, angefangen von den Angehörigen ihrer eigenen Einrichtungen über Studierende und deren Professoren, Forscher, Kunsthistoriker, Lehrer, Kinder und deren Familien, Schulklassen, Künstler, Designer, Kuratoren bis hin zu kunsthistorisch interessierten Bürgerinnen und Bürgern.

Sie stiften gesellschaftlichen Nutzen, indem sie durch ihre professionellen Dienstleistungen Produktivität und Kreativität fördern, zur Verkürzung von Forschungs- und Entwicklungszeiten beitragen, Doppelarbeit vermeiden helfen und für eine Leistungsfähigkeit von Forschung und Entwicklung, Lehre und Ausbildung, sowie eine Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Bürger durch Chancengleichheit sorgen.

Die Bibliotheken im Kunst- und Kulturbetrieb sind jedoch keine Orte der Selbstverständlichkeit. Meist stehen die Sammlungen mit ihren Exponaten und Ausstellungen im Vordergrund und geben der Institution ein Gesicht. Ihre Bibliotheken sind angehalten, Profil zu bilden und sich zu positionieren: entweder sie definieren sich als Teil der Sammlung und tragen mit eigenen Leistungen zu deren Aktivitäten bei, oder sie agieren als Serviceeinrichtungen im Sinne von Shared Service Abteilungen. Natürlich sind auch Mischformen denkbar. Wie auch immer: Wichtig sind klare Statements zur Ausrichtung, denn im Kampf um die knapper werdenden Budgets gehen üblicherweise die leer aus, die nicht sichtbar sind, nicht auffallen und über keine klare Strategie verfügen.

Im Workshop werden wir uns mit der Bedeutung von Image und dem Auftreten von Kunst- und Museumsbibliotheken auseinandersetzen und gemeinsam die Technik der Profilentwicklung erarbeiten. Konkretes Ziel ist, beispielhaft eine Positionierung für mittelgroße bis kleine Informationseinrichtungen im Kunst- und Kulturbetrieb zu entwickeln, die Basis für die Generierung eines individuellen Markenkerns und einer Kommunikationsstrategie mit operativen Kommunikationskonzepten sein kann.

Eine Teilnahme an diesem Workshop dürfte auch für Interessierte außerhalb der angesprochenen Zielgruppe gewinnbringend sein.

### **Workshop Design**

#### Montag, 09. März 2015

- 10:30 Uhr Museumsbibliothek zum Anfassen: über das Management der Bibliothek  
(DHM) des DHM (**Dr. Matthias Miller**, Leiter der Bibliothek, Stiftung DHM)
- 12:00 Uhr *Mittagspause* (Café im Deutschen Historischen Museum)

- 12:45 Standortwechsel:
- 13:00 Uhr (ZLB) Vorstellung, Klärung der Zielerwartungen an den Workshop
- 13:45 Uhr Keynote: Der Alte Fritz und ein neues Image: zur Bedeutung von Image- und Profilbildung als nachhaltiger Prozess (**Rita Kamm-Schuberth**, Bildungscampus, Stadt Nürnberg),  
anschließend: Diskussion im Plenum
- 15:00 Uhr *Kaffeepause*
- 15:30 Uhr **Panel 1: Über Ziele und Sichtweisen**  
Definition der Zielsetzung und Festlegung der quantitativen und qualitativen Ziele im Smart Format. Priorisierung der Ziele. Analyse der Ausgangssituation und Rahmendaten. Erstellung von Imageprofilen aus subjektiver Sichtweise.
- 17:00 Uhr **Panel 2 : Die Einzigartigkeit herausarbeiten**  
Erarbeitung des Nutzenversprechens (USP = Unique Selling Proposition) heute und morgen. Definition des Nutzenversprechens für einzelne Zielgruppen in Form einer SWOT Analyse.  
Nutzenformulierung
- 18:30 Uhr Ende des ersten Veranstaltungstages
- 19:30 Uhr Auf Wunsch: gemeinsames *Abendessen*

#### Dienstag, 10. März 2015

- 09:00 Uhr **Panel 3: Der rote Faden der Profilierung: Markenkern, Claim und Co.**  
Woher kommen und, und wohin wollen wir? Wie werden wir heute gesehen? Welche Vorstellungen haben wir für die Zukunft?
- 10:30 Uhr *Kaffeepause*
- 11:00 Uhr **Panel 4: Mit dem Steuerrad die Kommunikationsstrategie in Schwung bringen**  
Markensteyerrad mit Kommunikationsstrategie und Kommunikationsplanung im Kommunikationsmix.
- 12:30 Uhr *Mittagspause*
- 13:30 Uhr **Panel 5: Mit Kommunikationsmix reale Dinge gestalten**  
Von der Kommunikationsplanung zum Kommunikationsmix mit Masterplan
- 15:00 Uhr Abschlussdiskussion und Dokumentation

Referenten: **Rita Kamm-Schuberth**, Dipl. Volkswirt  
Leitung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit  
Stadt Nürnberg / Bildungscampus  
Bildungszentrum und Stadtbibliothek  
Gewerbemuseumsplatz 1  
90403 Nürnberg  
Tel. : (09 11) 2 31-58 50  
[rita.kamm-schuberth@stadt.nuernberg.de](mailto:rita.kamm-schuberth@stadt.nuernberg.de)  
[www.bz.nuernberg.de](http://www.bz.nuernberg.de)

**Dr. Matthias Miller**

Stiftung Deutsches Historisches Museum  
Leiter der Bibliothek / Sammlungsleiter Handschriften / Alte und wertvolle  
Drucke / Leiter des Hausarchivs / Sammlungsleiter Historische Dokumente  
bis 1914 (kommissarisch)  
Unter den Linden 2  
10117 Berlin  
Tel. : (0 30) 2 03 04 – 3 20  
[miller@dhm.de](mailto:miller@dhm.de)  
[www.dhm.de](http://www.dhm.de)

**Kostenbeitrag:** EURO 140,-- (early bird-Tarif bei **Anmeldung bis 06. Februar 2015**);  
danach: EURO 165,--

**Teilnehmerzahl:** begrenzt auf 20 Personen

**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)

**Anmelde-  
schluss:** 23. Februar 2015

**Unterkunft:** Fußläufig zum Tagungsort gelegen sind das Hotel Motel One Berlin-  
Spittelmarkt [berlin-spittelmarkt@motel-one.com](mailto:berlin-spittelmarkt@motel-one.com) wie auch das  
Hotel Motel One Berlin-Alexanderplatz [berlin-alexanderplatz@motel-one.de](mailto:berlin-alexanderplatz@motel-one.de)  
**Wir bitten um Selbstbuchung!**

**Rita Kamm-Schuberth** leitet seit dem 1. Februar 2012 den Bereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit am Bildungscampus der Stadt Nürnberg. Dieser ist das gemeinsame Dach von Stadtbibliothek und Bildungszentrum. Die 55jährige Diplom Volkswirtin verantwortet die marketing- und kommunikationsstrategische Ausrichtung der Bildungsinstitutionen, arbeitet freiberuflich in der Kommunikationsberatung und ist in verschiedenen Kommunikationsgremien (IHK und Metropolregion Nürnberg) tätig. Zuvor leitete sie mehr als 20 Jahre die Unternehmenskommunikation der N-ERGIE Aktiengesellschaft und seit 2007 zusätzlich in Personalunion die Unternehmenskommunikation der Verkehrsaktien-Gesellschaft VAG und der Städtischen Werke Nürnberg GmbH und war in der Markenführung eines Unternehmens der Textilbranche und der Hausgeräte-Industrie tätig.

**Dr. Matthias Miller** leitet seit 2008 die Bibliothek des Deutschen Historischen Museums. Die Bibliothek zählt zu den zehn größten Museumsbibliotheken Deutschlands und ist gleichzeitig mit der Sammlung Handschriften / Alte und wertvolle Drucke einer der zwölf Sammlungsbereiche des DHM. Matthias Miller studierte Musikwissenschaft, Romanistik, Mittelalterliche Geschichte, Geschichtliche Landeskunde und Historische Hilfswissenschaften an der Universität Tübingen. Von 2000–2008 war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universitätsbibliothek Heidelberg mit der Katalogisierung der deutschsprachigen Handschriften der Bibliotheca Palatina betraut. Seit der Übernahme 2008 baut Matthias Miller die DHM-Bibliothek Schritt für Schritt zu einer modernen Spezialbibliothek für interne und externe Nutzerinnen und Nutzer um.

