

Marketing - (hauptsächlich) für BehördenbibliothekarInnen

<i>Termin :</i>	12. und 13. September 2002
<i>Ort :</i>	Berlin
<i>Veranstalter :</i>	Initiative Fortbildung für wissenschaftliche Spezial-Bibliotheken und verwandte Einrichtungen e.V. / Arbeitsgemeinschaft der Parlaments- und Behördenbibliotheken (APBB)

Wenn Spezial-/Behördenbibliotheken ihre Existenz langfristig sichern wollen, können sie nicht umhin, Marketing zu betreiben.

Um Marketing *richtig* betreiben zu können, müssen in den Bibliotheken die dafür notwendigen Voraussetzungen geschaffen werden: wichtiger noch als ein gut funktionierendes Marketing-Instrumentarium dürfte die positive Einstellung aller Bibliotheksangehöriger einer Marktorientierung gegenüber sein – diese gilt es zu bewirken.

Dank Marketing können – beispielhaft – Kundenbedürfnisse ermittelt werden, lässt sich das Bild von Bibliotheken und ihre Rolle als Vermittler von Information besser in der Gesellschaft verankern, erkennen wir, wo betriebsinterne Abläufe optimiert werden sollten.

Marketing will gelernt sein ...

Programm :

Donnerstag, 12. September 2002

- 9:00 Uhr Begrüßung, Organisatorisches :
Programm-/Teilnehmerinnen-Vorstellung
in „presseüblichen“ 1:30 Minuten.
Sammlung der Erwartungen und der mitgebrachten Projekte
der TeilnehmerInnen.
Das „**Bullshit**“-Spiel : Wie können wir verhindern, zu viele
Fremdwörter zu gebrauchen ?
- 9:45 Uhr Immer diese Anglizismen ... : **Begriffserklärungen aus der
Welt des Marketing :**
- Public Relations (PR) und Öffentlichkeitsarbeit
- Marketing im Non Profit-Sektor
- Werbung
- Corporate Identity/Corporate Design
- usw.
- 10:30 Uhr Kurzpause

- 10:45 Uhr **Marketing als Instrument der Zukunftssicherung von Spezial-/Behördenbibliotheken :**
- Wer ist Kunde ?
- Wer ist Auftraggeber ?
- Was sind die Produkte ?
Kernelemente und Struktur einer integrierten Marketingabteilung und ihre Bedeutung in der Gesamtorganisation : Was hindert uns in Spezial-/Behördenbibliotheken an einer marktorientierten Arbeitsweise ?
- 11:30 Uhr : KundInnen, KollegInnen, Behördenchefs – was die wohl von uns halten ? **Das Image einer Spezial-/Behördenbibliothek, innen und außen :**
Begriffserklärung und Erhebungsmethode
- das **Image innen** : anhand eines praktischen Beispiels einer Internbefragung werden Problembereiche beim Image innen gesammelt und Erhebungsmethoden zur Imagemessung vorgestellt
- das **Image außen** : was externe Kunden von uns denken sollen, und was sie tatsächlich denken. Das Instrumentarium zur Internbefragung wird hinsichtlich seiner Eignung auch für externe Befragungen geprüft.
- 13:00 Uhr : Mittagspause
- 14:00 Uhr : Und nichts ist, wie es einmal war : **Zielgruppen und ihre Erreichbarkeit :**
Die Entwicklung der sozialen Milieus in Deutschland in den letzten 10 Jahren - die Anforderungen externer und interner KundInnen an Spezial-/Behördenbibliotheken verändern sich. Worauf müssen wir uns entsprechend dieser veränderten Gewohnheiten und Leitorientierungen einstellen ?
- 15:30 Uhr Kaffeepause
- 16:00 Uhr : Was für wen ? **Arbeits- und Medienplanung praktisch.**
Eine Methode der Jahresplanung (Medien- und Zielgruppenmatrix) wird vorgestellt.
- 16:30 Uhr : Zum Ausprobieren : **Vorstellung und Bewertung der mitgebrachten mitgebrachten Projekte und Beispiele vor dem Hintergrund der neuen Informationen in Kleingruppen.** Diskussion erster Verbesserungsvorschläge. Was taugt die Maxtrix „Was für wen ?“
- 18:00 Uhr : Ende des 1. Veranstaltungstages
- 19:30 Uhr : Gemeinsames Abendessen

Freitag, 13. September 2002

9:00 Uhr : Was wir verbessern sollten : **Berichte der Kleingruppen und Diskussion im Plenum** : Was kann bei den konkreten Projekten der Bibliotheken verbessert werden, wenn es um Marktorientierung und Image gehen soll ? Was sind „Marketing-Kernelemente“ in diesen konkreten Projekten ? Welche Erfahrungen können aus der Sicht einer Behörden-/Spezialbibliothek eingebracht werden ?

10:30 Uhr : Kurzpause

10:45 Uhr : **Selbsttest : Welcher LeserInnen-Typ bin ich ?**

11:15 Uhr : Nachrichtenfaktoren : **Was RedakteurInnen wissen wollen** :
- Produktionsbedingungen in den Medien : Selektion, Konkurrenz, Binnenorganisation
- die Nachrichtenfaktoren im Überblick
- journalistisches Handwerkszeug : die „W“s“

12:00 Uhr : Übung : **Einladung oder kurzen Presstext schreiben**

13:00 Uhr : Mittagspause

14:00 Uhr : „Redaktionskonferenz“ : **Vorstellung und Diskussion der Texte im Plenum** : „Kommt sowas in unser Blatt ?“

15:00 Uhr : Kaffeepause

15:30 Uhr : **Schlussrunde** : Rückmeldungen, offengebliebene Fragen, Verabredung konkreter gemeinsamer Projekte und gegenseitiger Hilfestellungen

16:00 Uhr : Ende der Veranstaltung

Bitte zum **Seminar mitbringen** :

- Veröffentlichungen aus den Bibliotheken (Presseartikel, Handzettel, Plakate, Broschüren, Selbstdarstellungen usw.)
- geplante Vorhaben

Referent : **Meinhard Motzko**, PraxisInstitut Bremen

Teilnehmer : max. 20 Personen

Teilnahmegebühr : EUR 190,--; early-bird-Tarif (bis 17. Juli 2002) : EUR 160,--;
für ausgewiesene APPB-Mitglieder : EUR 145,--

Anmeldung : bitte ausschließlich schriftlich bei *Evelin Morgenstern – Initiative Fortbildung für wiss. Spezialbibliotheken und verwandte Einrichtungen e.V. – c/o Zentral- u. Landesbibliothek Berlin; Breite Straße 30/31, 10178 Berlin – Fax : (0 30) 8 33 44 78 – E-Mail : morgenstern@initiativefortbildung.de*

!! Die Bestätigung des Teilnehmerplatzes erfolgt ab 10. Juni 2002 !!

Bei Bedarf wird in einem zweiten Baustein (Beginn 2003) die Gelegenheit gegeben, einzelne öffentlichkeitswirksame Aktivitäten konzeptionell und praxisorientiert vorzubereiten.