

# Marketing und Öffentlichkeitsarbeit: Was können Sie tun, damit Ihre Bibliothek attraktiver wird

von Heike Jecht

## Wie präsentieren sich die Bibliothek und das Bibliothekspersonal?

Überprüfen Sie folgende Faktoren: wie präsentiert sich die Bibliothek durch ihre Räume und ihre Ausstattung? Wie ist ihre räumliche Lage innerhalb des Hauses? Ist sie im Keller untergebracht oder liegt sie zentral, so dass sie jeder erreichen kann? Können Sie eventuell diese Faktoren positiv beeinflussen?

Überprüfen Sie die Öffnungszeiten der Bibliothek: sind diese auch wirklich bedarfsgerecht? Können Sie diese umgestalten oder eventuell erweitern? Ist es möglich, den Kunden den Zugang zur Bibliothek einzurichten, ohne dass ein Bibliothekar anwesend ist (z. B. durch Abgabe des Schlüssels)?

Wie ist die bisherige Arbeitsweise der Bibliothek? Ist die Bibliothek während der Öffnungszeiten auch wirklich durchgehend erreichbar (durch E-Mail, Anrufbeantworter oder sogar Mobiltelefon)? Sind die Mitarbeiter hilfsbereit und gehen sofort auf Kunden in der Bibliothek zu?

Ist das Bibliothekspersonal innerhalb des Hauses bekannt? Kann man den Mitarbeitern der Bibliothek auch außerhalb der Bibliothek, z. B. auf dem Flur einen konkreten Wunsch schildern und eine freundliche Antwort erwarten?

## Wie ist die Stellung der Bibliothek innerhalb der Trägereinrichtung?

Wo ist Ihre Bibliothek im Geschäftsverteilungsplan oder Organigramm der Trägereinrichtung angesiedelt? Denn dieser Faktor zeigt, welche Stellung die Bibliothek in der Trägerinstitution innehat.

Gehört sie zu einer bestimmten Abteilung, z. B. zu der Abteilung "Forschung und Entwicklung"? Optimal ist es, wenn sie eine selbständige Abteilung wäre! Gehört sie zu den "Zentralen Einrichtungen" oder "Internen Diensten" (also auf der Ebene von Pförtner-, Hausmeisterbüro, Kantine und Fuhrpark)? Es würde den Status der Bibliothek sehr erhöhen, wenn sie den Bereichen "Service", "Information" oder einen ähnlichen Aufgabenfeld zugeordnet würde. Sehr gut für das Image der Bibliothek wäre es auch, wenn sie direkt bei der Leitung angesiedelt wäre. Ist es möglich, die Stellung Ihrer Bibliothek innerhalb der Trägereinrichtung zum Besseren zu verändern?

Lernen Sie auch die anderen Einrichtungen kennen, die die Vermittlung von Informationen in ihrer Trägereinrichtung zur Aufgabe haben, wie z. B. das Archiv, die Dokumentationsstelle, die Publikationsstelle oder die Abteilung "Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations". Wenn Sie wissen, welche Aufgaben diese Einrichtungen haben, können Sie optimal mit ihnen zusammenarbeiten und wissen, bei welchen Fragestellungen Sie Ihre Kunden an diese Einrichtungen verweisen können. Zugleich sollten Sie aber auch eine deutliche Abgrenzung zu den Aufgaben der Bibliothek

deutlich machen, so dass auch die Mitarbeiter der anderen Informationseinrichtungen wissen, wann die Bibliothek die kompetente Ansprechpartnerin ist. Ideal - besonders für die Kunden - wäre es natürlich, wenn auf ein Zusammenlegen von allen Einrichtungen, die sich auf Informationsbeschaffung und -vermittlung spezialisiert haben, hingewirkt wird.

### **Welche Ziele hat die Trägerinstitution und wer sind ihre Beschäftigten oder Mitglieder?**

Informieren Sie sich über die Trägereinrichtung anhand von Jahres- oder Geschäftsberichten und anderen Publikationen. Welches Ziel hat die Einrichtung und welche Aufgaben? Welcher Branche, welchem Fachgebiet gehört sie an? Woran arbeitet oder forscht sie zurzeit? Wie viele Mitarbeiter bzw. Mitglieder hat sie und welchen fachlichen und beruflichen "Hintergrund" haben sie? Nur, wenn die Bibliotheksmitarbeiter die Ziele der Organisation genau kennen, kann die Bibliothek diese durch ihre Arbeit unterstützen.

Finden Sie heraus, wer die Kunden der Bibliothek sind und vor allem welche Mitarbeiter bzw. Mitglieder die Bibliothek nicht nutzen! Welchen Informationsbedarf und welche Wünsche haben sie an die Bibliothek? Welche Gruppen bzw. Abteilungen haben welchen Bedarf?

Zu diesem Zweck würde sich eine Umfrage sehr gut anbieten. Eine schriftliche und zugleich anonyme Befragung hätte den Vorteil, dass die Antworten offener und präziser sind und eine Auswertung leichter fällt. Bei überschaubarer Anzahl der Mitarbeiter, kann aber auch eine mündliche Befragung in Erwägung gezogen werden. Interviews hätten den Vorteil, dass die Befragten spontaner reagieren und sie zugleich die Leistungen der Bibliothek und Sie als Bibliothekar kennen lernen könnten. So kann sich ein Dialog zwischen dem Bibliothekar und seinen potentiellen Kunden entwickeln.

### **Wie gewinnt die Bibliothek Kunden?**

Wie können Sie die Menschen, die die Bibliothek noch nie genutzt haben dazu bringen, die Bibliothek in Anspruch zu nehmen? Möglichkeiten, den Bekanntheitsgrad Ihrer Bibliothek innerhalb der Trägerinstitution zu fördern, wären folgende:

- § Der Gang durch das Haus und eine persönliche Vorstellung in allen Abteilungen
- § Die Präsentation der Bibliothek, ihrer Serviceleistungen, ihrer Mitarbeiter und ihrer Geschichte am Schwarzen Brett, im Intranet oder in regelmäßig erscheinenden Newslettern
- § Vorstellung der Bibliothek in den Publikationen des Hauses
- § Gestaltung von eigenen Publikationen, also Faltblätter, Jahresberichten, eines Leitbildes für die Bibliothek, etc.

- § Pflegen Sie Kontakte zu den Mitarbeitern des Hauses, damit Sie als Bibliothekar nicht isolieren. Bedenken Sie, dass die Mitarbeiter der Trägereinrichtung zwischen Ihnen und der Bibliothek nicht trennen. Sie repräsentieren die Bibliothek. Wenn man Sie kennen lernt, wird die Hemmschwelle sinken, die Bibliothek in Anspruch zu nehmen.
- § Nutzen Sie für die Pflege von Kontakten z. B. Ihre Pausen oder die Mitarbeit an Projekten und Arbeitskreisen (auch an solchen, die nicht unbedingt die Bibliothek betreffen, wie z. B. Arbeitskreise "Innerbetriebliche Kommunikation" oder "Öffentlichkeitsarbeit").
- § Durch diese Kontakte erhalten sie auch die sehr wichtigen Informationen, woran zum gegebenen Zeitpunkt gerade gearbeitet oder geforscht wird oder welche Projekte gerade angelaufen sind. Auf solche Faktoren können Sie als Bibliothekar aktiv reagieren und entsprechende Dienstleistungen anbieten.
- § "Locken" Sie die Kunden: bieten Sie in Ihrer Bibliothek populäre Tageszeitungen oder Nachrichtenmagazine an, gestalten Sie Vitrinen mit neu erworbenen Büchern, bieten Sie Dubletten zum Geschenk an, gestalten Sie Plakate und Hinweisschilder für die Bibliothek
- § Führen Sie Veranstaltungen in der Bibliothek durch, wie z. B. Benutzerschulungen und -führungen, Datenbank- oder Internet-Schulungen, Vorführungen der Bibliotheksprodukten
- § Initiieren Sie Ausstellungen und bereiten Sie auch - wenn vorhanden - die "Schätze" der Bibliothek für Ihre Kunden auf, wie z. B. Nachlässe oder das Archiv der Firmengeschichte, etc.

### **Wie behält die Bibliothek Kunden?**

Überzeugen Sie durch profilierte Dienstleistungen; der wichtigste Faktor der gesamten Bibliothek! Ihre Kunden, die alle keine Bibliothekare sind, interessiert es nicht, nach welchen Regeln Sie katalogisieren oder über wie viele Medien Sie insgesamt verfügen. Für sie ist es wichtig, dass sie die Informationen - im richtigen Format und zur richtigen Zeit - erhalten, die sie für ihre Arbeit brauchen. Setzen Sie deshalb Prioritäten: vereinfachen Sie bibliothekarisch-dokumentarische Tätigkeiten, um eine hohe Kundenorientierung und ein hohes Dienstleistungsniveau für Ihre Kunden sicherzustellen.

Propagieren Sie diese Dienstleistungen, denn es ist wichtig, dass die Mitarbeiter des Hauses diese Dienstleistungen kennen, um sie in Bedarfsfall in Anspruch nehmen zu können.

Beschreiben Sie die verschiedenen Serviceleistungen, z. B. anhand von Faltblättern. Stellen Sie die Vorteile der Serviceleistungen dar, aber auch die Dauer bis zur Lieferung und die eventuell anfallenden Kosten für den einzelnen Kunden.

Überprüfen Sie in regelmäßigen Abständen den Informationsbedarf der Kunden. Überlegen Sie, welche zusätzlichen Dienstleistungen - neben den traditionellen wie Beschaffung, Erschließung und Ausleihe von Medien, Dokumentenbeschaffung,

Bereitstellung von Datenbanken und Internetzugang - diesen Bedarf am besten decken können. Das können z. B. folgende Leistungen sein:

- § Zeitschriften-Umläufe
- § Zeitschrifteninhaltsverzeichnis-Umläufe
- § Neuerwerbungslisten mit Abstracts zu den Neuerwerbungen
- § Erstellung von Bibliographien (aktiv zu aktuellen Themen und konkrete Anfrage von Kunden)
- § Profildienste
- § Informationsberatung für Einzelkunden oder Projektgruppen
- § Recherchen in Datenbanken
- § Recherchen im Internet; Erstellung von Bookmarklisten
- § Benutzerschulungen und -führungen
- § Erfinden Sie im Bedarfsfall völlig neuartige Dienstleistungen!

### **Wie können die Leistungen der Bibliothek gegenüber der Trägereinrichtung dargestellt werden?**

Dokumentieren und formulieren Sie für sich selbst den Auftrag der Bibliothek und anhand welcher Leistungen sie diesem Auftrag zurzeit gerecht wird ("Ist-Zustand"). Entwickeln Sie daraus ein prägnantes und verständliches Leitbild für die Bibliothek, das sich zugleich als Werbemittel an die Kunden und an Außenstehende richten kann.

Wenn Sie oder Ihre Kunden mit dem bisher Erreichten nicht zufrieden sind, formulieren Sie auch den "Soll-Zustand" Ihrer Bibliothek. Veröffentlichen Sie auch diese "Vision" und machen Sie klare Aussagen, was Sie in bestimmten Zeitparametern für die Bibliothek erreichen möchten. Bedenken Sie, dass man das Erreichte aber stets in regelmäßigen Abständen überprüfen sollte, denn Verbesserungsbedarf gibt es immer! Führen Sie Statistiken, wie z. B. Ausleih-, Beschaffungs- oder Nutzerstatistiken, um die Nutzung und den Erfolg der einzelnen Dienstleistungen zu dokumentieren. Nutzen Sie diese Dokumente als ein wertvolles Hilfsmittel bei den Verhandlungen um Etat erhöhungen für die Bibliothek zu plädieren. Präsentieren Sie den Verantwortlichen in einem professionellen Rahmen, welche Leistungen von der Bibliothek bisher erbracht wurden und welche Aufgaben bei einem höheren Etat zusätzlich erfüllt werden könnten.

Verweisen Sie darauf, wie Sie die Bibliothek in der Bibliothekswelt repräsentieren, d. h. dokumentieren Sie Ihre Mitarbeit und Mitgliedschaft an bibliothekarischen

Arbeitsgemeinschaften und Arbeitskreisen und inwieweit die Bibliothek und die Trägereinrichtung davon profitiert.

Weisen Sie auch auf Ihre Kooperationen und Netzwerke mit anderen Informationseinrichtungen hin. Zeigen Sie auf, dass Sie und die anderen Mitarbeiter der Bibliothek sich konstant fortbilden und an Tagungen und Kongressen teilnehmen. Stellen Sie auch Ihr Engagement für die Trägereinrichtung durch Mitarbeit an Arbeitskreisen, etc.) und die Öffentlichkeitsarbeit und die Publikationstätigkeit für die Bibliothek dar.

Streichen Sie besonders den konkreten Nutzen der Bibliothek und ihrer Dienstleistungen für die Trägerorganisation heraus, wenn Sie der Bibliothek einen höheren Etat oder weitere Personalstellen aushandeln möchten.

Ideal wäre es natürlich, wenn Sie in Ihrer Trägerinstitution eine Bibliothekskommission, einen Arbeitskreis für die Bibliothek oder eine ähnliche Institution, die eine Lobby für die Bibliothek darstellt würde, initiieren würden.

Bedenken Sie folgendes: die Verantwortlichen für den Etat, der der Bibliothek zugebilligt wird, sind oft auch Kunden der Bibliothek oder hören zumindest von ihren Mitarbeitern, wie zufrieden diese mit der Bibliothek sind! Wenn also den Kunden der Bibliothek der bestmögliche Service geboten wird, werden Sie auch bei Etatverhandlungen erfolgreich sein.