

Öffentlichkeitsarbeit von Büchereien



Bischöfliches Generalvikariat Münster
Hauptabteilung Seelsorge – Referat Büchereien

Arbeitshilfe



Öffentlichkeitsarbeit von Büchereien

Mit kleinen Kniffen zum großen Erfolg	3
Öffentlichkeitsarbeit ist ein eigener Arbeitsbereich	3
Eine gute Öffentlichkeitsarbeit öffnet Türen	4
Interne und externe Öffentlichkeitsarbeit	4
Einsatz von Werbemitteln	4
Möglichkeiten einer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	5
Den Büchereiraum sichtbar machen	5
Publikationen	6
• Presse	6
• Plakate	7
• Flyer	7
• CatShop	7
• Visitenkarten	8
• Postkarten	8
Internet	8
• Homepage	8
• Social Media, web 2.0, Facebook	9
Radio und Fernsehen	9
Rechtliche Aspekte	10
Praxisberichte	11
Facebook? Das auch noch?	
Ja, sagt die KÖB St. Ludgerus in Rheine-Elte	11
Eine eigene Homepage? Klar, warum nicht!	
KÖB St. Mauritius in Nordkirchen: www.buecherei-nordkirchen.de	12

Impressum **Arbeitshilfe!** – Öffentlichkeitsarbeit von Büchereien

„Öffentlichkeitsarbeit von Büchereien“ ist eine Arbeitshilfe, die in der Reihe **Unsere Seelsorge** mit dem Titel „(Noch) mehr aus Büchereien machen“ erschienen ist. Einzelexemplare können beim Sekretariat angefordert werden.

Herausgeber Bischöfliches Generalvikariat, Hauptabteilung Seelsorge, Pater Manfred Kollig SSCC
Referat Büchereien Marion Hartmann, Claudia Herbstmann, Karola Siebers, Birgit Stenert (Leitung)
Autoren Gundis Jansen-Garz, Matthias Jünemann, Andrea Pohlmeier
Sekretariat Bischöfliches Generalvikariat Münster, Hauptabteilung Seelsorge, Susanne Bärens,
 Rosenstraße 16, 48143 Münster, Telefon 0251 495-6062, E-Mail buechereien@bistum-muenster.de
www.bistum-muenster.de/buechereien
Layout dialogverlag Münster **Druck** Joh. Burlage Münster
Titelbild © Alterfalter – Fotolia.com

Mit kleinen Kniffen zum großen Erfolg

Wie für jedes erfolgreiche, moderne Unternehmen sind auch für gemeinnützige Institutionen wie die Katholischen Öffentlichen Büchereien Imagepflege und mediale Präsenz von großer Bedeutung. Mit wenig Einsatz lässt sich viel erreichen, denn eine bessere Werbung als die erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit gibt es nicht!

Definition:

Öffentlichkeitsarbeit ist die wechselseitige Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Im Englischen heißt es Publik Relations (PR) = wörtlich: öffentliche Beziehungen/Verbindungen

Im Gegensatz zur Werbung verfolgt PR vorrangig das Ziel, Verständnis und Vertrauen zu erlangen und damit das Image der betreffenden Organisation (Bücherei) zu stärken. PR konzentriert sich nicht allein auf den Absatz von Produkten, da sie im Vergleich zur Werbung mit der Absicht einer langfristigen Wirkung auf die Öffentlichkeit ausgerichtet ist.

Bei der Öffentlichkeitsarbeit geht es um Imagepflege. Das Bild der Organisation soll positiv besetzt werden. Wie wird eine Institution, ein Verband oder ein Verein von der Öffentlichkeit wahrgenommen? Wie bekannt und beliebt ist die Institution? Mit einer guten Öffentlichkeitsarbeit kann man sich schnell und leicht „ins rechte Licht rücken“. Dabei bedient sich PR-Arbeit klassischer Werbeinstrumente wie beispielsweise Plakate, Handzettel, Zeitungsartikel, Vorträge, newsletter, web 2.0 oder Kundenzeitschriften.

Öffentlichkeitsarbeit ist ein eigener Arbeitsbereich

Öffentliche Einrichtungen wie die Bücherei sind so genannte Non-Profit-Einrichtungen. Sie wollen keine

finanziellen Gewinne erzielen, sondern verfolgen ideelle, meist gemeinnützige Ziele. Besonders deshalb ist es von zentraler Bedeutung, dass die Öffentlichkeitsarbeit in der Bücherei eine entsprechende Wertschätzung erhält. Für sie ist es wichtig, den Weg in die Öffentlichkeit durch PR und Pressearbeit zu erlangen. Grundlegende Voraussetzungen dafür sind ein eigener Haushaltsposten und zuständige Mitarbeiter/innen. Öffentlichkeitsarbeit in der Bücherei ist kein „Gedöns“, sondern ein eigenständiger Arbeitsbereich.

» Gelungene Pressearbeit ist idealerweise auf das Konzept der Bücherei abgestimmt.



Regelmäßige Pressearbeit führt zu großer Wirkung und dient dazu, die Bücherei in der Öffentlichkeit in positiver Aufmerksamkeit zu halten und diese als moderne und zeitgemäße Einrichtung darzustellen. Gelungene Pressearbeit ist idealerweise auf das Konzept der Bücherei abgestimmt. So erlangt die Bücherei einen Bekanntheitsgrad über die interne Öffentlichkeit der Pfarreien hinaus. Schließlich sollen nicht nur Gemeindemitglieder und Kirchgänger von den Angeboten der Bücherei Gebrauch machen.

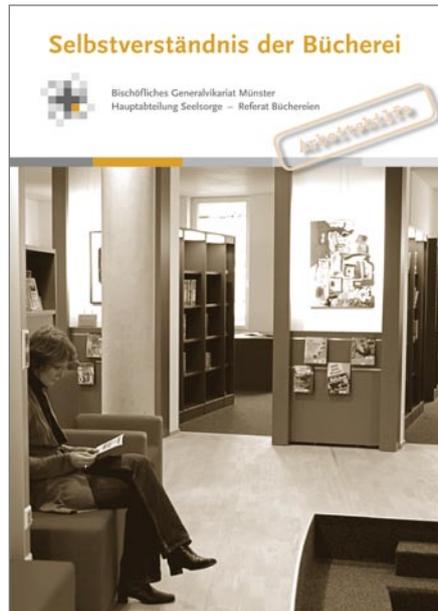
Heute schon getwittert? Braucht eine Bücherei einen Facebook-Auftritt? Wie umfangreich sollte ein Internetauftritt sein? Auch die Frage nach Social-Media und web 2.0 betrifft die Arbeit in den Büchereien zunehmend. Es ist wichtig, zeitgemäß aufgestellt zu sein. Ein informativer Internetauftritt gehört für jede Bücherei inzwischen dazu. Auch Veranstaltungen wie Lesungen, Ausstellungen, Lesenächte oder Buchvorstellungen, über die im Vorfeld und im Nachklang berichtet wird, sind Öffentlichkeitsarbeit.

Eine gute Öffentlichkeitsarbeit öffnet Türen

Eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit zieht natürlich mehr Leserinnen und Leser in die Bücherei und noch weitere positive Effekte nach sich. Kooperationen mit anderen öffentlichen Organisationen sind möglich, wenn die gute Arbeit der Bücherei bekannt ist. Dadurch sind Entscheidungsträger der Bücherei wohl gesonnen und diese positive Akzeptanz führt zur (finanziellen) Unterstützung von Aktionen und Projekten. Auch für potenzielle Sponsoren ist die Hemmschwelle oftmals geringer, wenn die Bücherei ein Gesicht hat und ihre Arbeit für gut befunden wird. Das kann dazu führen, dass die Beantragung von Zuschüssen und Genehmigungen leichter gelingt. Wenn dies alles erreicht ist, dann erkennt man: Öffentlichkeitsarbeit macht Spaß und Sinn!

Interne und externe Öffentlichkeitsarbeit

Im Gegensatz zur internen Öffentlichkeit (Pfarrei, Kirchenvorstand und Pfarrerrat, Pfarrer und Kirchenbesucher), die durch interne Medien und Aushänge ansprechbar sind, ist die externe Öffentlichkeit über gezielte Pressearbeit erreichbar. Wer sich nicht im Umfeld der Kirchengemeinde aufhält, erfährt nur über externe Medien von der (guten) Arbeit der Bücherei. Somit gehören die interne und externe Öffentlichkeitsarbeit eng zusammen. Ob Pfarrbrief oder Gemeinde-Website – die Bücherei darf nicht fehlen. Oft ist die Bücherei die erste Kontaktstelle für neue Gemeindemitglieder oder auch für Menschen, die der Kirche eher fern stehen und die dennoch am Angebot der Bücherei interessiert sind.



Die Arbeitshilfe des Referats Büchereien aus dem Jahr 2012 hat sich intensiv mit dem Selbstverständnis von Büchereien und der praktischen Umsetzung der internen Öffentlichkeitsarbeit in (Groß-)Pfarreien beschäftigt. Dazu gehört das Verfassen von Jahresberichten, die an Entscheidungsträger innerhalb der Gemeinde, an Kooperationspartner und auch an die Presse gegeben werden können. Außerdem sollte die Bücherei in Pfarrbriefen oder bei Bibliotheken im Krankenhaus in den Hauszeitungen und auf der jeweiligen Internetseite der Einrichtung vertreten sein. Es können Gruppen und Gremien in die Bücherei eingeladen und das Portfolio vorgestellt werden. Eine Führung durch die Bibliothek im Krankenhaus kann helfen, diese zu präsentieren. Ein Bücherflohmarkt während des Pfarrfestes gehört ebenfalls zur Öffentlichkeitsarbeit.

Einsatz von Werbemitteln

Wichtig bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit ist es, ein einheitliches Bild zu vermitteln. Der Wiedererkennungseffekt wird durch ein so genanntes Corporate Design (CD) gestärkt. Dabei helfen die vielen Werbemittel, die die borro medien gmbh anbietet. Bekannt sind der Marabu oder das Bücher-Logo, die immer wieder auf neuen Werbeträgern wie Lesezeichen oder anderen Streuartikeln auftauchen und so die Bücherei in Erinnerung halten. Ein eigenes Logo mit ortsspezifischen Merkmalen ist ebenfalls wichtig und kann individuell auf der Homepage des Borromäusvereins erstellt werden. (www.borro.de). Diese Elemente sollten immer verwendet werden, wenn die Bücherei unterwegs ist – ob in der Zeitung, im Pfarrbrief, im Internet oder beim Pfarrfest.



»Wichtig bei allen Formen der Öffentlichkeitsarbeit ist es, ein einheitliches Bild zu vermitteln.



Möglichkeiten einer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Es gibt verschiedene Möglichkeiten und Formen der Öffentlichkeitsarbeit. Welche für Ihre Bücherei wichtig sind, hängt von verschiedenen Faktoren ab und sollte im Vorfeld der Planung einer Veranstaltung geklärt werden. Dazu kommt die ständige Präsenz in der Öffentlichkeit. Eine Kombination aus unterschiedlichen Formen ist ideal.



Den Büchereiraum sichtbar machen

Ein grundlegendes Element der ständigen Öffentlichkeitsarbeit ist es, den Büchereiraum so zu gestalten, dass er nach außen auffällt. Das kann durch eine attraktive Schaufenstergestaltung oder eine Aufmerksamkeit erregende Beschriftung des Gebäudes geschehen. Auch ein ansprechender und stets aktualisierter Schaukasten trägt dazu bei, die Bücherei sichtbar zu machen.

Die Bücherei muss präsent sein, darf sich nicht im Hinterhof verstecken. Auch wenn sie nicht direkt an der Kirche oder im Pfarrheim, sondern im Keller oder Seitenbereich angesiedelt ist. Durch eine entsprechende Markierung, durch Pfeile, Hinweisschilder oder Beschriftungen lässt sich der Weg in die Bücherei leicht finden. Die Schaufenster sind die Einladungskarte der Bücherei, sie sollten ansprechend gestaltet, einladend und vor allem regelmäßig neu dekoriert sein. Das Gleiche gilt für den

Schaukasten – vielerorts ist er ein eher verstaubtes Relikt früherer Zeiten, aber richtig genutzt, kann er noch immer ein öffentlichkeitswirksamer Hingucker sein. Eine kurze Selbstdarstellung (siehe unten), Büchervorschläge, Bestsellern Listen, Veranstaltungshinweise – den Ideen sind keine Grenzen gesetzt! Nur: vergilbt dürfen die Exponate nicht sein!



Publikationen

Unter diesem Sammelbegriff werden alle auf Papier gedruckten Medien zusammengefasst. Meist werden Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse (wie beispielsweise Beilagen, Kataloge, Prospekte und Anzeigenblätter) unterschieden. Für die Öffentlichkeitsarbeit von Büchereien können verschiedene Arten von Printmedien genutzt werden.

Presse

Die klassische Pressearbeit mit Informationen über die Bücherei in der Tageszeitung, im Monatsmagazin oder in lokalen Anzeigenmagazinen ist auf jeden Fall unverzichtbar. Anlässe, sich an die Presse zu wenden, gibt es ausreichend – man muss sie nur erkennen! Sei es eine Lesenacht, die Urkundenverleihung an die Kindergartenkinder als Abschluss der Bibfit-Aktion, der Hinweis auf neue Bücher, die Verabschiedung einer langjährigen Mitarbeiterin oder die bevorstehende Buchausstellung: Alles ist eine Nachricht wert. Der persönliche Kontakt zum Zeitungsredakteur ist von Vorteil. Über eine Einladung zum Kennenlernen ist jeder Redakteur sicher dankbar. Dabei kann die Bücherei vorgestellt werden. Mit der Bücherei verbindet der Redakteur ein Gesicht und freut sich über die Informationen.

Selbst verfasste Pressemeldungen werden von den Redakteuren gerne genutzt, sie müssen aber einige wichtige Regeln beachten:

3. Keine „Romane“ abliefern – gestrichen ist schnell und manchmal auch das Falsche!
4. Eine Pressemitteilung mit allen Informationen sollte stets zeitnah abgegeben werden. Nichts ist älter als die Meldung von gestern.
5. Vollständige Namen schreiben (Vor- und Zunamen), keine Herr oder Frau XY.

Die berühmt–berühmten „W’s“ einer jeden Nachricht

Was?

Meint die genaue Beschreibung der Aktion, Veranstaltung oder des Themas, um das es geht. Der erste Satz ist der wichtigste. Er soll neugierig machen und das Thema in das rechte Licht rücken – doch Vorsicht: Nicht zu dick auftragen!

Wo?

Geben Sie eine präzise Ortsangabe, wo die Veranstaltung stattfindet.

Wann?

Wochentag, Uhrzeit und Dauer der Veranstaltung sind wichtig!

Wer?

„Wer“ ist Veranstalter und zum anderen ... „Wer“ ist Hauptperson (eventuell ein Autor) der Veranstaltung.

Warum?

Hintergrundinfos zum Thema – diese Infos sind jedoch nicht immer nötig, das hängt von der Gewichtung der Veranstaltung/des Themas ab (beispielsweise bei einer Spendenaktion).

Wie?

Wie funktioniert die Veranstaltung? Besondere Rahmenbedingungen, Eintritt, Anmeldung ...

→ **Tipp:** Inhalt und Text einer Pressemeldung sind wichtig. Genauso bedeutend ist allerdings auch die Gestaltung. Je weniger ein Redakteur ändern und überarbeiten muss, desto größer ist die Chance, dass der Text erscheint.

Bei Pressemeldungen über eine bevorstehende Veranstaltung, wie beispielsweise Buchausstellung oder Flohmarkt, wird die Zeitung in der Regel eine so genannte „Vorankündigung“ schreiben. Achten Sie darauf, ob die Ankündigung auch wirklich erschienen ist. Wenn nicht, sollte telefonisch noch einmal nachgehakt werden. Neben der Vorankündigung wird ein Hinweis auf die Veranstaltung möglicherweise noch einmal im Tageskalender der Zeitung auftauchen. Außerdem ist es sinnvoll, kurz die Redaktion nocheinmal vor der Veranstaltung zu dem Termin einzuladen, um eine gute Nachberichterstattung zu erhalten.

→ **Fazit:** Ein Artikel, der aktuell, präzise und unterhaltsam geschrieben ist, hat gute Chancen, abgedruckt zu werden.

1. Ist die Information oder Veranstaltung wirklich für eine breite Öffentlichkeit interessant?
2. Die Leser sind keine Büchereimitarbeiter. Daher grundsätzlich allgemein verständlich schreiben!

→ **Tipp:** Die W's gelten auch für weitere Printmedien wie Plakate und Flyer!

Plakate

Die Werbung für eine Veranstaltung durch Plakate, die in Geschäften, Kirchen, dem Pfarrheim, Kindergärten, Schulen und Arztpraxen ausgehängt werden, ist ebenso wichtig wie eine Pressemeldung. Plakate, die nur als Selbstdarstellung der Bücherei genutzt werden ohne einen konkreten Anlass zu bewerben, sind nicht sinnvoll. Hierfür sind Flyer besser, weil sie mit nach Hause genommen werden können. Achten Sie beim Einsatz von Plakaten darauf, dass Sie diese nicht mit Informationen überfrachten. Das Ziel von Plakaten, die eingesetzt werden, um auf Veranstaltungen hinzuweisen, ist es einzuladen, zu motivieren und anzukündigen. Die Zeitung kann man zuschlagen, das Radio ausschalten – von einem Plakat kann man höchstens die Augen abwenden. Damit das nicht passiert, muss das Plakat so sehr ins Auge springen, dass es den Betrachter fesselt. Es soll Aufmerksamkeit wecken und Informationen kurz und prägnant auf den Punkt bringen. Ein Plakat zur Buchausstellung zum Beispiel wird mit dem Logo der Bücherei und einem Foto (vielleicht gibt es noch ein schönes vom vergangenen Jahr) versehen. Das Datum und die Uhrzeit sind herausragendes Motiv. Die meisten Geschäfte bevorzugen DIN A3 Plakate – größere nehmen zu viel Platz weg. Litfasssäulen können DIN A1 vertragen, bei besonderen Veranstaltungen oder Aktionen kann sich das lohnen. Interessant ist auch, wenn große Werbetafeln genutzt werden. Bei der Stadtverwaltung gibt es oftmals kostengünstig die Möglichkeit, diese großflächigen Tafeln zu nutzen.

Flyer

Ein **Infozettel** wirbt gezielt für eine Veranstaltung. Er ist einfach herzustellen, hat DIN A4 oder DIN A5 Format und ist meistens einseitig bedruckt. Es werden keine aufwendigen Layoutmaterialien eingesetzt, aber der Inhalt muss übersichtlich und plakativ dargestellt sein. Beim Einsatz eines Infozettels sollte jedoch unbedingt bedacht werden, ob für die Bücherei diese Form sinnvoll ist. Es ist auch schnell ein Wegwerfprodukt. Die Kombination mit anderen Presseformen (Zeitung, Homepage) ist daher bei der Werbung für eine Veranstaltung unverzichtbar.

Ein **Flyer** ist ein aufwändiger gestaltetes Falblatt, das als Selbstdarstellung der Bücherei nahezu unverzichtbar ist. Flyer sollten in den Kindergärten und Schulen ausliegen, bei Bibliotheken

im Krankenhaus im Foyer und in den Wartezonen. Es gibt Flyer in verschiedenen Formen. Gängig ist der Leporello – ein DIN A4 Blatt, zweifach gefaltet. Aber auch andere Formate können die Aufmerksamkeit wecken. Ein quadratisches CD-Format oder längs gefaltete Flyer sind nicht wesentlich aufwändiger in der Gestaltung und heben sich von den gängigen Formaten ab. Auch bei Flyern ist auf die Einhaltung der Form zu achten. Ein Eyecatcher sollte „ins Auge springen“, es folgen wesentliche Informationen über die Bücherei – Ort und Öffnungszeiten, Ausleihbedingungen, Kontaktdaten, Hinweise auf die auszuleihenden Medien. Aussagekräftige Überschriften, ein klar gegliederter Text und möglichst ein Bildelement (oder Graphik), das Logo der Bücherei – schon ist der Flyer fertig.



Beispiel für einen mit CatShop gestalteten Flyer.

CatShop

Vorlagen für Handzettel und Plakate gibt es im CatShop zu finden. CatShop ist eine Software zur Erstellung von Druckunterlagen im „web-to-print“ Verfahren, die der Borromäusverein für Mitglieder zur Verfügung stellt. Die Nutzung ist kostenlos und exklusiv für alle Katholischen Öffentlichen Büchereien in den Mitgliedsdiözesen, die sich am Projekt beteiligen. Mit Hilfe von CatShop lassen sich mit wenigen Klicks im Internet Druckvorlagen für ansprechende Flyer, Plakate und andere Drucksachen erstellen. Im Baukastensystem werden einfach und schnell fertige Layouts, Bilder und Texte zu druckfähigen PDF-Dateien. Melden Sie sich an: www.buechereiarbeit.catshop.net

Visitenkarten

Um auf die Bücherei oder auf eine bestimmte Veranstaltung aufmerksam zu machen, eignen sich auch Visitenkarten. Sie sind einfach und günstig in großer Stückzahl herzustellen und finden aufgrund ihres Formates in jeder Tasche oder jedem Portemonnaie Platz. Sie sind so etwas wie „der Knoten im Taschentuch“, Erinnerungshilfen mit Aha-Effekt: „Genau, da war doch noch etwas.“ Sie sollten übersichtlich gestaltet sein und nur die notwendigen Informationen wie die Adresse der Homepage oder die Öffnungszeiten und eine Telefonnummer enthalten. Visitenkarten haben den Zweck, daran zu erinnern, wo es weitere Informationen gibt.

Postkarten

Immer beliebter als Werbeträger werden so genannte „City-Cards“, die an öffentlichen Orten wie Gaststätten oder Cafés, aber auch in Bürgerinformationsbüros kostenlos ausliegen. Postkarten in kleinen Auflagen lassen sich für wenig Geld in jedem guten Copyshop selbst herstellen. Entscheidend ist, dass die Vorder- oder Bildseite der Postkarte Aufmerksamkeit erregt. Das gewählte Motiv sollte zum Schmunzeln anregen und den Impuls zum Mitnehmen auslösen. Auf der Rückseite können dann alle wichtigen Informationen Platz finden, die man transportieren möchte. Dazu gehören dann etwa auch das Logo der Bücherei und die Kontaktdaten oder auch ein schematischer Lageplan, damit man die Bücherei leichter findet.

Internet

Für viele Menschen ist das Internet heutzutage ein ständiger Begleiter. Andere hingegen tun sich schwer damit oder nutzen es gar nicht. Eine katholische Bücherei mit einer breiten Zielgruppe sollte mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit diesen unterschiedlichen Personenkreis bedienen. Sowohl die klassische Pressearbeit, wie auch das Internet sind Bestandteil einer gelungenen Öffentlichkeitsarbeit. Das Internet bietet schnelle und unkomplizierte Möglichkeiten, sich als Bücherei zu präsentieren. Das kann über eine eigene Homepage, einen Facebook-Auftritt oder einen so genannten Blog geschehen.

Homepage

Dass eine informative Internetseite wichtig ist, daran besteht kein Zweifel mehr. Das Internet ist zu einem etablierten Medium gewachsen, in dem alle wichtigen Einrichtungen vertreten sind. Dabei sollte die Bücherei nicht fehlen. Wie oft ist es schon vorgekommen, dass jemand durch einen Hinweis auf die Bücherei aufmerksam geworden ist, aber vergebens nach detaillierten Infos sucht. Der Weg führt ins Internet und dort sollte die gewünschte Information zu finden sein. Für Leser sind genaue Öffnungszeiten, Ferientermine, die Telefonnummer für die Verlängerung von Ausleihen oder Ankündigungen von Veranstaltungen von Interesse. Ob der Internetauftritt als eigenständige Website eingerichtet wird oder als Unterseite der Pfarrei oder des Kranken-

hauses bzw. Seniorenheimes, ist dabei nicht entscheidend. Leider sind viele Seiten noch immer langweilig, altbacken und vor allem mit nicht mehr aktuellen Informationen versehen. Dabei ist die Einrichtung und Pflege eines Internetauftrittes einfach und unkompliziert. Wer sich einmal daran getraut hat, wird sehen, dass mit wenigen Handgriffen eine gute Seite erstellt. Vielleicht ist jemand im Team oder kennt jemanden, die oder der sich mit so etwas auskennt.

→ Tipp: Informationen, die eine Internetseite beinhalten sollte:

- Adresse
- Öffnungszeiten
- Ausleihfristen und Preise
- Kurze Informationen über die Bücherei
- Veranstaltungen, Termine
- Medienbestand
- Kontakt – mit E-Mail Adresse, die regelmäßig abgerufen wird

Wichtig ist die Aktualität der Seite – wenn es nichts Neues gibt, werden ältere Informationen von der Seite genommen und durch einen Füller (ein Foto, ein Cover, einen kurzen Text) ersetzt, bis es wieder etwas Spannendes zu berichten gibt!

Die Katholische Öffentliche Bücherei St. Mauritius in Nordkirchen hat eine gute Internetseite und berichtet über ihre Erfahrungen damit auf Seite 12.



- Bücherei
- Aktuell
- Öffnungszeiten/
Kontakt
- Medienkatalog
- Medienneuzugänge
- Service
- Buchtipp
- Aktionen
- Büchereiteam
- Bilder
- Benutzungsordnung
- Links
- Impressum

Herzlich willkommen in Ihrer Nordkirchener Bücherei

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte Lesestimmen und Leser,
herzlich willkommen auf der Internetpräsenz
der katholischen öffentlichen Bücherei St. Mauritius
Nordkirchen.

Die Bücherei befindet sich in der Trägerschaft der katholischen
Kirchengemeinde St. Mauritius Nordkirchen.
Mit dem Namenszusatz „**öffentlich**“ wird jedoch ausdrücklich
darauf hingewiesen, dass Sie für jedermann zugänglich ist.
Jeder ist bei uns willkommen!



In einem Medienbestand von derzeit ca. 3.400 Medien finden Sie
unter anderem:

- Belletristik (Romane, Krimis, Thriller, Historisches)
- Sachbücher und Biografien für Erwachsene
- Hörbuch-CDs für Erwachsene
- Fantasy-Bücher für Erwachsene und Jugendliche (All-Age)
- Jugendbücher
- Kinder- und Bilderbücher
- Sachbücher für Kinder
- Hörspiel-CDs für Kinder
- Film-DVDs für Kinder



Auf dieser Homepage können Sie sich über Aktuelles,
Öffnungszeiten, Kontaktmöglichkeiten, die Ausleihbedingungen,
Buchtipp etc. informieren.

Social Media, web 2.0, Facebook

Social Media ist in aller Munde und Facebook mittlerweile eine Plattform für Millionen. Web 2.0 ist der Obergriff für alle Möglichkeiten, das Internet interaktiv zu nutzen. Die Internetnutzer stellen Informationen ins Netz, die sie selbst geschaffen haben – zuvor wurde das Internet meist zur Informationsabfrage genutzt. Der Austausch mit Gleichgesinnten ist dabei eine wichtige Funktion. Auch Organisationen wie die Büchereien stehen vor der Frage, wie sie diese Kommunikationskanäle für sich nutzen können. Eine Facebook-Präsenz ist sicherlich interessant, dort lassen sich aktuelle Informationen schnell und unkompliziert einer breiten Zielgruppe zugänglich machen. Vernetzungen mit anderen Büchereien lassen Ideen sprudeln, schließlich muss nicht immer alles neu erfunden werden! Facebook ist kein reines Jugendmedium mehr. Studien zeigen, dass mittlerweile der Großteil der Facebook-Nutzer älter als 30 Jahre ist. „Mal eben auf Facebook schauen, was los ist“, lautet hierbei die Devise. Wenn das Bücherei-Team diese schnelle Form der Kommunikation befürwortet, können dadurch neue Leser akquiriert und die Bücherei als modern wahrgenommen werden. Für die Einrichtung eines Facebook-Profiles ist es notwendig, dass sich eine Person privat dort anmeldet. Dann können so genannte Fan-Seiten, zu denen die Seite einer Bücherei gehören würde, eingerichtet werden. Die Betreuung kann der Einrichtende selbst übernehmen oder auch an andere abgeben (Administrator). Per Facebook können auch Hinweise auf neue Bücher oder Termine der Bücherei gegeben werden, entscheidender ist aber der Austausch darüber und damit der direkte Kontakt mit den Leserinnen und Lesern. Wichtig bei

einem Facebook-Auftritt ist es, dass regelmäßig und zeitnah gepostet werden sollte. Nicht zu viel, das überfrachtet die Fans, aber zwei bis dreimal die Woche sollte auf jeden Fall etwas Neues mitgeteilt werden. Das bedeutet, dass für die Betreuung der Facebook-Seite entsprechende Zeit eingeplant werden muss!

Die Katholische Öffentliche Bücherei St. Ludgerus in Rheine-Elte hat bereits seit längerem einen Facebook-Auftritt und berichtet auf Seite 11 von ihren Erfahrungen.

Auch youtube oder Flickr sind soziale Netzwerke, die jedoch keine so weite Verbreitung haben und damit für eine Bücherei eher unwichtig sind. Das gleiche gilt für twitter – auch hier ist der Informationsfluss zu häufig, als dass die Bücherei davon Nutzen haben wird.

Blog

Ein Blog ist ein öffentliches Tagebuch im Internet. Blogger schreiben über ihr Leben, ihre Erfahrungen mit aktuellen Ereignissen oder über Themen, die sie wichtig finden. Vereine richten oftmals Blogs ein, um eine Aktion oder Veranstaltung zu kommentieren. Für die meisten Büchereien ist diese Art der Kommunikation wohl eher unnötig. Wer jedoch gerne schreibt, berichtet und kommentiert, kann auch auf einen Blog als Form der Öffentlichkeitsarbeit zurückgreifen.

So könnte etwa ein Blog über die Erlebnisse, Gedanken und Gefühle beim Lesen unter Umständen eine bestimmte Gruppe Gleichgesinnter finden. Voraussetzung dafür ist aber, dass die Bloggerin und der Blogger richtig Spaß daran hat.

Radio und Fernsehen

Auch das Radio und das Fernsehen bieten Möglichkeiten, die Bücherei in die Öffentlichkeit zu bringen. Ob es das Lokalfernsehen ist, das zu einer Veranstaltung eingeladen wird oder ob im Lokalfunk eine Sendung übernommen wird - das Team der Bücherei sollte diese Möglichkeiten nicht außer Acht lassen und sich gegebenenfalls darüber informieren. Die Redakteure des Lokalfunks könnten mit in den Presseverteiler aufgenommen werden. Sie entscheiden dann selbst, ob ein Bericht über die Bücherei für das Radio von Interesse sein könnte – auch hier gilt: Wenn die Redaktion nichts über die Bücherei weiß, kann sie auch nicht darüber berichten!

→ Tipps:

Filmbericht über die Buchausstellung 2012 der KÖB St. Dionysius in Nordwalde vom 5. November 2012
<http://www.vois.tv/?channel=7>

Filmbericht über den Umzug der KÖB St. Georg in Heiden vom 24. August 2010
<http://www.borio.tv/?vid=1255>

→ Fazit:

Welche Form der Öffentlichkeitsarbeit Sie für Ihre Bücherei nutzen, hängt vom Anlass, der Zielgruppe und Ihren personellen Möglichkeiten und „Begabungen“ im Team ab!

Rechtliche Aspekte

Das Thema „Recht“ ist in den Printmedien oder den Social Media ein nicht zu unterschätzendes Thema, es darf aber auch nicht überbewertet werden. Jeder, der ehrenamtlich tätig ist und Veranstaltungen durchführt, weiß über dieses Problem, seien es die Kuchen, die nicht offen im Pfarrheim stehen dürfen, oder die GEMA Gebühren bei einem Fest mit Musik. Für Pressearbeit, insbesondere bei Fotos, gilt es, sich an ein paar Regeln zu halten.

Bildrechte

Auf Fotos abgebildete Personen müssen, von einigen Ausnahmen abgesehen, ihr Einverständnis zur Veröffentlichung geben. Ausnahmen sind beispielsweise „Personen öffentlichen Interesses“. Je bekannter die Person, desto weniger schutzwürdig ist sie. Menschen, die beim Gemeindenachmittag fotografiert werden und deren Foto für einen Image-Flyer verwendet werden soll, müssen ihr Einverständnis geben. Bei Kindern müssen die Eltern gefragt werden. Daher: In der Regel die Personen auf dem Foto fragen, ob das Bild veröffentlicht werden darf.

Wenn Bilder, die bereits einmal veröffentlicht wurden (in Printmedien oder im Internet) verwendet werden sollen, muss man unbedingt beim Verlag nachfragen, wer das Urheberrecht besitzt und ob man für den eigenen Zweck ein Nutzungsrecht (Lizenz) erwerben kann. Oft sind die Abdruckgenehmigungen honorarfrei, nur die Quelle muss genannt werden.

Jedoch sollte man sich diese Genehmigung immer vor der Veröffentlichung schriftlich bestätigen lassen, um spätere Streitigkeiten zu vermeiden. Daher: Nie ein Bild veröffentlichen, ohne die Rechte vorher abgeklärt zu haben!

Presseverantwortliche der Bücherei sollten sich konkret über die Regeln informieren und sich absichern.

Beispiele:

- www.rechtambild.de
- www.bildrechte.com
- www.heise.de/ct/artikel/fotofallen
- www.borromaeusverein.de

➔ **Hinweis:** Fotomaterial, das für Büchereien interessant ist, gibt es im CatShop! Es ist jedoch nicht frei verfügbar. Die Fotos dürfen nur in Verbindung mit der Erstellung von Materialien über CatShop genutzt werden.

Tipps für gute eigene Fotos

Wer selbst Fotos für die Öffentlichkeitsarbeit machen möchten, sollte einige Dinge beachten: Für Zeitungsberichte können Fotos von Veranstaltungen zur Verfügung gestellt werden, falls kein Redakteur oder Fotograf der Presse gekommen ist. Aber auch für Plakate, Handzettel und Internet sind gute Fotos auch gute Öffentlichkeitsarbeit.

Gruppenfotos

- große Personen nach hinten, kleine nach vorne
- sehr eng zusammen stehen, damit keine Lücken entstehen
- „siehst du die Kamera, sieht sie dich“ – alle müssen in die Kamera schauen
- Kreativität ist gefragt – es gibt andere Formen als die „Mannschaftsaufstellung“ in drei Reihen ... vielleicht liegen alle auf dem Boden, stehen im Kreis, hocken sich hin oder, oder, oder...

Fotos von Veranstaltungen

- keine Rücken fotografieren, sondern immer Menschen, die in die Kamera schauen oder im Gespräch miteinander sind

Facebook? Das auch noch?

Ja, sagt die KÖB St. Ludgerus Elte

(eine der kleinsten Büchereien im Bistum mit einem Bestand von 1 200 Medien!)

Im November 2012 startete die Bücherei St. Ludgerus Elte ihren eigenen Facebook-Auftritt. Unsere Bücherei sollte im Internet auffindbar sein. Zunächst hatten wir auf eine eigene Homepage gehofft. Leider bekamen wir die aber nicht genehmigt, da eine Gemeinde-Homepage mit Unterseite für die Büchereien geplant ist. Weil diese aber immer noch nicht freigeschaltet ist, sahen wir in einer Facebook-Seite eine kostenlose Alternative. Außerdem besteht hier die Möglichkeit, mit unseren Benutzern in direkten - auch wechselseitigen - Kontakt zu treten. Es kann also ständige Kommunikation stattfinden, was vor allem den Jugendlichen entgegenkommt.

Ich habe mir zunächst ein persönliches Facebook-Profil und dann die Fanseite für die Bücherei angelegt, deren Administratorin ich bin. Es können jederzeit weitere Administratoren hinzugefügt werden, die persönlich bei Facebook registriert sind. Auf der „Info-Seite“ haben wir unser Motto „Klein aber fein ... Die Bücherei in Eurer Nähe“ sowie Adresse und Öffnungszeiten eingetragen. Wichtig ist das Einbinden eines Impressums. Dafür findet man im Internet Muster. Als nächstes habe ich von der Bücherei-Seite aus andere Büchereien gelickt, um von ihnen Anregungen für Posts zu bekommen. Von meinem persönlichen Profil aus habe ich Freundschaftsanfragen verschickt. Wenn ich jetzt die Meldungen der Bücherei like oder teile,

erreiche ich über meine „Freunde“ mittlerweile mehr als 100 Personen. Und ich kann meine Freunde auch einladen, die Bücherei-Seite zu liken.

Beiträge sollten kurz und bündig sein, möglichst mit Fotos oder Links. Man sollte „ganz normal“ reden, nicht zwanghaft jugendlich und auch nicht abgehoben. Themen sind zum Beispiel Neuanschaffungen in der Bücherei, unsere Veranstaltungen (Ankündigungen und anschließende Berichte), Interessantes zum Thema Lesen und Medienkompetenz, aber auch Meldungen, die unseren Ort betreffen (zum Beispiel die drohende Schließung unserer Grundschule). Man sollte regelmäßig etwas posten, am besten mehrmals pro Woche. Anregungen hole ich mir von den Posts der verlinkten Seiten und aus Zeitung oder Zeitschriften. Der Zeitaufwand liegt bei fünf bis zehn Minuten pro Tag.



Die stärkste „Fan-Gruppe“ sind übrigens nicht die Jugendlichen, sondern Erwachsene zwischen 35 und 54 Jahren. Zwei Drittel sind weiblich. Von der Möglichkeit, Kommentare zu unseren Beiträgen abzugeben, wird so gut wie gar nicht Gebrauch gemacht. Wir hatten gehofft, dass wir hier Tipps und auch Kritik bekommen. Das ist leider nicht der Fall.

Hat sich der Facebook-Auftritt gelohnt?

Wir sind für jeden im Internet auffindbar. Das war unser Hauptanliegen. Ob wir neue Leser gefunden haben, kann ich nicht beurteilen. Auf jeden Fall zeigen wir durch unser Facebook-Profil, dass wir nicht alt und verstaubt, sondern modern und weltoffen sind.

Andrea Pohlmeier
Leiterin der KÖB St. Ludgerus Elte

Eine eigene Homepage? Klar, warum nicht!

KÖB St. Mauritius Nordkirchen: www.buecherei-nordkirchen.de

Wie wir auf die Idee kamen

Der Autor dieses Artikels ärgerte sich, dass Kontaktmöglichkeiten und Öffnungszeiten einiger Geschäfte und Institutionen nicht online abrufbar waren und somit nicht schnell ermittelt werden konnten. Um diesen Frust bei Lesern unserer Bücherei und Interessierten im Hinblick auf unsere Bücherei zu vermeiden, wurde dem Büchereiteam der Vorschlag unterbreitet, eine Homepage ins Leben zu rufen. Dieser Vorschlag wurde vom Büchereiteam interessiert aufgenommen und der Autor, der bereits durch eine private Homepage Erfahrung in der Webprogrammierung hatte, mit der Umsetzung beauftragt. Die Homepage www.buecherei-nordkirchen.de entstand in Eigenregie durch das Büchereiteam.

Historie

- Im Sommer 2009 wurde der notwendige Webspaces gemietet und die Domain www.buecherei-nordkirchen.de gesichert.
- Am Anfang sollte die Homepage nur als eine Art „digitale Visitenkarte“ dienen, um den Programmier- und Pflegeaufwand gering zu halten. Außerdem bestand die Idee den OnlineOpac, den wir bei der Firma Fuchs abonniert hatten, auf der eigenen Homepage zu verlinken, da wahrscheinlich sonst kaum ein Leser den Weg dorthin fand.
- Ideen für die Umsetzung wurden auch bei den Webauftritten anderer Büchereien gesammelt.

- Es wurde ein Konzept erdacht, das sowohl in der Web-Ansicht als auch auf Programmierenebene einem strukturierten Aufbau folgt.
- Es entstanden die Startseite, die Rubriken „Aktuelles“, „Öffnungszeiten/Kontakt“, „Büchereiteam“, „Benutzungsordnung“, „Links“ und „Impressum“ sowie die Verlinkung zum OnlineOpac.
- Wenig später begannen wir im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit, einen monatlichen „Buchtipps“ in zwei Gratiszeitungen zu veröffentlichen, so dass dieser Buchtipps bis heute monatlich zur Verfügung steht und ebenfalls auf der Homepage online gestellt wird.
- Später kamen die Rubriken „Medienneuzugänge“ und „Service“ dazu.
- Im Sommer 2011 stand die Gemeindefusion bevor. Gemeinsam mit der Südkirchener Bücherei wurde die Gestaltung eines Logos (corporate design) in Auftrag gegeben, das für

beide Büchereien gleich aufgebaut ist und sich lediglich in der Kontur des enthaltenen Kirchturms sowie dem Inhalt der Schrift unterscheidet. Dieses Logo wurde auf die Homepage übernommen.

- Die Rubrik „Aktionen“ wurde kürzlich implementiert und berichtet über Aktivitäten der Bücherei und des Büchereiteams, zum Beispiel: „Bib-fit“, Kirchencafe, Krimiführung des Büchereiteams in Münster.

Betrieb und Pflege

- Da Programmierung und Pflege der Homepage ehrenamtlich geleistet wird, entsteht nur ein finanzieller Aufwand für Webhosting, rund 22 Euro im Jahr.
- Zeitaufwand für Aktualisierungen im Monat, ca. 2 Stunden.
- Statistik: Die steigenden Besucherzahlen rechtfertigen den Betrieb der Homepage.

Jahr	Unterschiedliche Besucher	Anzahl der Besuche
2009	108	119
2010	463	559
2011	692	730
2012	881	1159

Matthias Jünemann
KÖB Nordkirchen, ehrenamtlicher Mitarbeiter

Tipps für die Gestaltung der Homepage einer KÖB

Warum eine KÖB eine Homepage braucht

- Für Interessierte:
Jemand ist auf Ihre Bücherei aufmerksam geworden und möchte wissen: Was machen die? Was können die? Was hab ich davon? Zumindest bei den „digital natives“ (mit Computern groß geworden) führt der erste Weg zur Information ins Internet. Wenn man die Bücherei dort nicht findet, gibt es sie nicht!
- Für Leser:
Ich muss ein Buch zurück bringen. Hatten die nicht in den Ferien zu? Eigentlich habe ich das Buch noch nicht ausgelesen; wie erreiche ich die Bücherei, um es verlängern zu lassen? Was gibt es Neues? Sofern die Homepage stets aktuell ist, ist sie ein toller Service für Ihre Leser!

Konzeption

- Programmierung in Eigenregie
Das ist nicht in jeder KÖB möglich. Sie sind möglicherweise auf einen Programmierer angewiesen.
- Was wollen Sie der Welt zeigen?
Themen und Kategorien sollten als erstes festgelegt werden.
- Einfacher und strukturierter Aufbau sowohl in der Web-Ansicht als auch auf Programmiererebene.
- „Wertiges“ Erscheinungsbild ist wichtig, denn falls Ihre Homepage „billig“ aussieht, traut man den Informationen im Bezug auf Aktualität und Sachverhalt nicht. Oft ist weniger mehr.
- Skalierbarkeit (Expansionsfähigkeit) sollte gegeben sein, falls Sie neue Kategorien aufnehmen wollen.
- Sie und Ihr Team müssen Ihre Homepage selbst pflegen können. Wenn Sie für jede Kleinigkeit auf einen Programmierer angewiesen sind, wird Ihre Homepage am Anfang monatlich, später quartalsweise und nach einem Jahr gar nicht mehr aktualisiert. Deshalb: Diesen Punkt als erstes mit dem Programmierer klären!
- Sie brauchen eine einprägsame Domain. www.buechereistmauritiuskirchendirektnebenkirche.billighosting.de kann sich niemand merken.
www.buecherei-nordkirchen.de dagegen schon. Dafür darf die Domain auch etwas kosten!
- Lassen Sie Ihre Seite verlinken, wo es nur geht, sei es auf den Internetseiten der Stadt/Gemeinde, der Kirchengemeinde oder des Verkehrsvereins.

Themen / Kategorien

- Startseite
- Aktuelles
- Öffnungszeiten / Kontakt
- Medienkatalog (Link zum OnlineOpac)
- Medienneuzugänge (Liste der neuen Bücher)
- Service (Informationen über Vorbestellung, telefonische Verlängerung, Buchwunsch)
- Buchtipp (erscheint bei uns monatlich in Gratiszeitungen und wird auf der Homepage „recycelt“)
- Aktionen (Berichte von besonderen Aktivitäten der Bücherei)
- Vorstellung Büchereiteam
- Bilder
- Benutzungsordnung
- Links („Kirche und Gemeinde“, „Büchereien im Umkreis“)
- Impressum

Fazit

Die Resonanz unserer Leser auf die Homepage ist durchweg positiv!

Matthias Jünemann
KÖB Nordkirchen, ehrenamtlicher Mitarbeiter

Internet

Beispiele für Flyer, Presseberichte u.a:
www.bistum-muenster.de/buechereien

Tipps zur Pressearbeit:
www.newsaktuell.de

Öffentlichkeitsarbeit von Vereinen:
www.bootsexperten.de

Öffentlichkeitsarbeit im Sportverein:
www.ehrenamt-im-sport.de

Öffentlichkeitsarbeit von Büchereien:
www.borromaeusverein.de

Lektüre

Norbert Franck: Praxiswissen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Verlag für Sozialwissenschaften, 19,95 Euro

Wolf Schneider: Deutsch für Profis, Wege zu Gutem Stil,
Wilhelm Goldmann Verlag, 8,95 Euro

Ulrich Brömmling: Nonprofit-PR (Praxis PR)
UVK Verlagsgesellschaft, 29,99 Euro

Renée Hansen, Stephanie Schmid: Konzeptionspraxis: Eine Einführung für PR- und Kommunikationsfachleute. Mit einleuchtenden Betrachtungen über den Gartenzwerg
Frankfurter Allgemeine Buch, 25,90 Euro

Michael Rohrlich: Social Media – Rechte und Pflichten für User
entwickler.press, 12,90 Euro

Kooperation Werbedienst: Visitenkarte hinter Glas: Schaukästen kreativ gestalten
Luther-Verlag, 15,90 Euro

Bischöfliches Generalvikariat Münster
Hauptabteilung Seelsorge
Referat Büchereien
Rosenstraße 16
48143 Münster

Telefon 0251 495-6062
Telefax 0251 495-6081
buechereien@bistum-muenster.de
www.bistum-muenster.de/buechereien