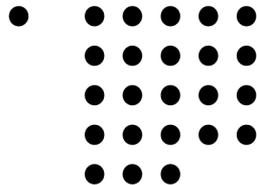


Marketingbaukasten und Selbstcheck auf dem Bibliotheksportal

5. Kongress für Bibliothek und Information, 13. März 2013
Ursula Georgy, Andrea Osterode, Frauke Schade



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Marketingbaukasten und Selbstcheck auf dem Bibliotheksportal

Relevanz des Marketings für Bibliotheken

Desiderate des Marketings von Bibliotheken

Marketing auf dem Bibliotheksportal

Zielsetzung

Konzept und Struktur

Beispiele auf dem Bibliotheksportal

Relevanz von Marketing für Bibliotheken

Schnelle technologische Entwicklung

→ neue Medien, Medienkonvergenz, neue Vertriebswege, steigende Mobilität ...

Steigender Wettbewerb für Bibliotheken mit kommerziellen Anbietern

→ amazon, Skoobe, I-Tunes setzen Standards, die auch von Bibliotheken erwartet werden.

Individualisierung in der postmodernen Gesellschaft

→ Ein heterogenes Bibliothekspublikum mit differenzierten Kundenwünschen ist kaum noch zu beschreiben.

Information overkill

→ Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Image in der Finanzierungskonkurrenz mit anderen öffentlich finanzierten Einrichtungen.

Bibliotheken sind Dienstleistungsunternehmen

→ Wie kommuniziert man den Mehrwert von Bibliotheken, wenn Qualität und Nutzen von Bibliotheksdienstleistungen von Kunden kaum eingeschätzt werden können.

Bibliotheken sind Non-Profit-Organisationen

→ Angebot und Nachfrage kommen nicht ausschließlich auf der Grundlage marktlicher Überlegungen zustande, sondern auf der Grundlage von sozialen Aspekten.

→ Begrenzte Marketingbudgets von öffentlich finanzierten Einrichtungen; begrenztes Marketing Know-How.

Relevanz von Marketing für Bibliotheken

→ Bibliotheken, die ihr Wettbewerbsumfeld, ihre Zielgruppen und ihre eigenen Stärken kennen und gesellschaftspolitische oder technologische Trends orten und darauf reagieren können, sind deutlich im Vorteil, wenn es darum geht, sich aktuellen Herausforderungen zu stellen, Ressourcen effizient einzusetzen und sich profilbildend zu positionieren.

Bibliotheken und Marketing

Desiderate des Marketings in Bibliotheken

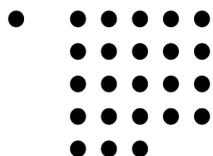
- Methoden der Marktanalyse und der strategischen Marketing-Planung werden in der Praxis bisher kaum in Bibliotheken angewendet.
- Die hohe Heterogenität des Bibliothekspublikums und die Komplexität von Bibliothekszielen erschwert die Umsetzung der Bibliotheksstrategie und die Bewertung des Bibliothekserfolges.
- Eine strategische Marketingplanung, die sich in der Operationalisierung von Zielen und einer Profilierung über strategische Geschäftsfelder ausdrückt, findet in Bibliotheken selten statt.

Ziele des Marketing-Baukastens auf dem Bibliotheksportal

Stärkung der Marketingkompetenz von Bibliotheken

- Einführung in aktuelle und praxisrelevante Themen des Marketing-Managements,
- Praxisnahe Anleitung zum Einsatz von Konzepten, Methoden und Instrumenten des Marketings,
- Checklisten, Praxisbeispiele, weiterführende Literatur und Link,.
- Selbstcheck zum Test der eigenen Marketingkompetenz in verschiedenen Marketing-Themen.

Partner des Marketingbaukastens auf dem Bibliotheksportal



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Hamburg University of Applied Sciences



Kooperatives, studentisches Projekt

→ Konzept des Marketingbaukastens

Themen & Struktur

→ Umsetzung der Themen in Einführungen Anleitungen, Checklisten, Selbstcheck, Beigaben ...



Deutscher
Bibliotheksverband e.V.

Bibliotheksportal.de

→ Umsetzung und Bereitstellung der Inhalte auf www.bibliotheksportal.de.

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal



Wer sind unsere Kunden und welchen Bedarf haben Sie?



Primärforschung Entwicklung einer Befragung

- Kurze Einführung in das Thema,
- Einordnung in das Marketing
- Anleitung/Leitfaden/Anwendung
- Best Practice
- Checkliste/Leitfaden

Welche Sekundärquellen sind geeignet ? Wie ermittele ich wichtige Quellen?

- Kurze Einführung in das Thema,
- Einordnung in das Marketing
- Übersicht
- Best Practice
- Checkliste, Leitfaden

<http://falcon-creek.de/impressions/wordpress/wp-content/uploads/2010/06/Menschenmasse.jpg> (4.3.2013)

Wie ticken unsere Kunden?

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

| MARKTANALYSE | | | |
|------------------|---------------------------|--------------------|-------------------|
| Primärforschung | | Sekundärforschung | |
| Nachfrageanalyse | Potenzialanalyse | Wettbewerbsanalyse | Umfeldanalyse |
| Befragung | Stärken-Schwächen-Analyse | Benchmarking | Szenariotechniken |
| Beobachtung | Portfolio-Analyse | Ansoff-Matrix | SWOT |
| ... | | | ... |
| Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck |

Warum ist Qualität wichtig?



Qualitätsmanagement ist mehr als Beschwerdemanagement!

- Kurze Einführung in das Thema
- Einordnung in das Marketing
- Methoden und Techniken
- Leitfäden & Checklisten
- Best Practice
- Checkliste/Leitfaden



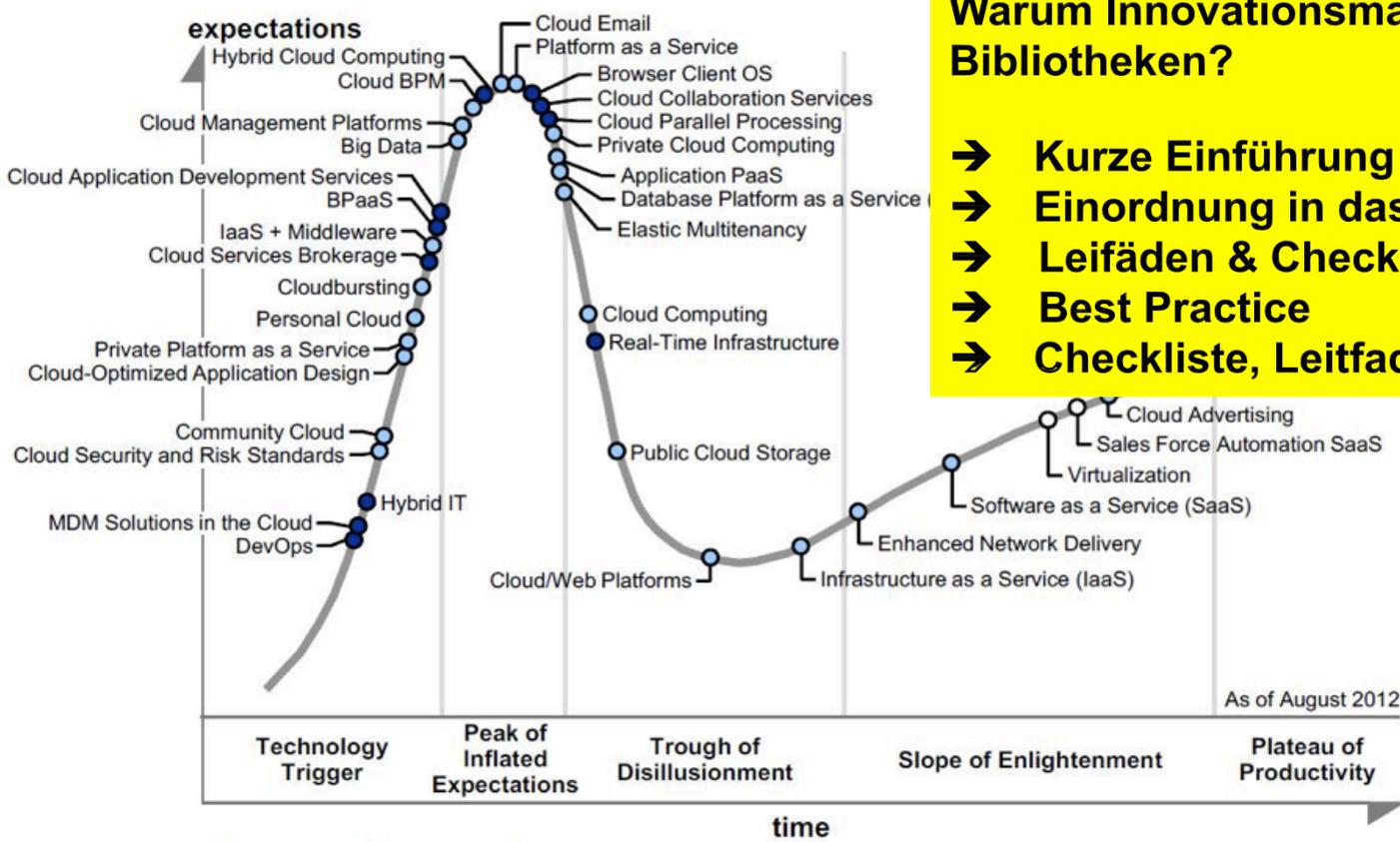
Selbstcheck!

http://www.tillygourmet.de/cms/shop/images/dbimages/cms/image/Qualität%20Logo,%20Fotolia_13838273_M.jpg (4.3.2013)

Warum ist Qualität wichtig?

| STRATEGISCHES MARKETING | | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------|---|--|
| Ziele & Strategien des Marketings | Marken & Marken-kommunikation | Qualitäts-management | Innovations-management | Projekt-management |
| Ziele | Marken | Qualitäts-management | Innovation | Wissensgebiete des Projekt-managements |
| Strategien | Markenmodelle | Dienstleistungs-qualität | Innovations-strategien | Projekt-organisation |
| Operationalisierung | Branding | Qualitätskriterien | Innovations-prozess | Projektphasen |
| Methoden | Marken-positionierung | Qualitäts-techniken | Kreativitäts-techniken Open Innovation | Personal- und Zeitmanagement |
| Implementierung | Marken-architektur | Qualitäts-messung | Innovations-kommunikation | Projektpläne: GANTT... |
| Evaluation | Marken-kommunikation | Fehleranalyse | Trendberichte Technologieradar | Projekt-kommunikation |
| Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck |

Was sind die Herausforderungen von morgen?



Warum Innovationsmanagement in Bibliotheken?

- ➔ Kurze Einführung in das Thema
- ➔ Einordnung in das Marketing
- ➔ Leifäden & Checklisten
- ➔ Best Practice
- ➔ Checkliste, Leitfaden

Plateau will be reached in:

○ less than 2 years ● 2 to 5 years ● 5 to 10 years ▲ more than 10 years ● obsolete ● before plateau

Cycle 2012; <http://speck-informatik.ch/2/gartners-hype-cycle-trends-fur-2013/> (4.3.2013) Quelle: Gartner Hype



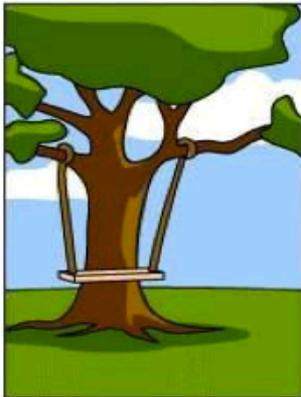
Was sind die Herausforderungen von morgen? Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

| STRATEGISCHES MARKETING | | | | |
|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------|--|---------------------------------------|
| Ziele & Strategien des Marketings | Marken & Markenkommunikation | Qualitätsmanagement | Innovationsmanagement | Projektmanagement |
| Ziele | Marken | Qualitätsmanagement | Innovation | Wissensgebiete des Projektmanagements |
| Strategien | Markenmodelle | Dienstleistungsqualität | Innovationsstrategien | Projektorganisation |
| Operationalisierung | Branding | Qualitätskriterien | Innovationsprozess | Projektphasen |
| Methoden | Markenpositionierung | Qualitätstechniken | Kreativitätstechniken Open Innovation | Personal- und Zeitmanagement |
| Implementierung | Markenarchitektur | Qualitätsmessung | Innovationskommunikation | Projektpläne GANTT... |
| Evaluation | Markenkommunikation | Fehleranalyse | Trendberichte Technologieradar | Projektkommunikation |
| Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck |

Wie setze ich neue Ideen erfolgreich um?



Was der Kunde erklärte



Was der Projektleiter verstand



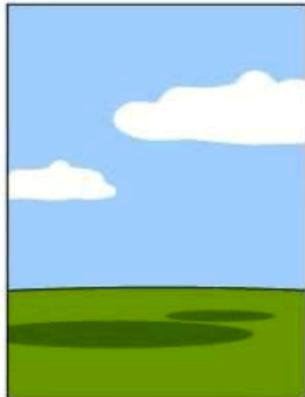
Wie es der Analytiker entwarf



Was prog

Wie lassen sich Projekte erfolgreich gestalten?

- Kurze Einführung in das Thema
- Einordnung in das Marketing
- Leitfäden & Checklisten für Klein- und Großprojekte
- Best Practice
- Checkliste, Leitfaden



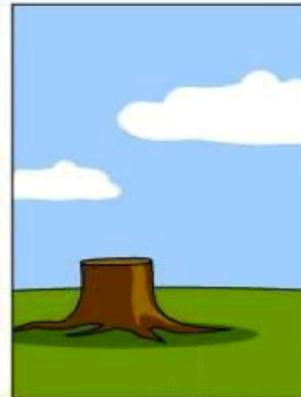
Wie das Projekt dokumentiert wurde



Was installiert wurde



Was dem Kunden in Rechnung gestellt wurde



Wie es erwartet wurde



Was der Kunde wirklich gebraucht hätte



Wie setze ich Ideen erfolgreich um?

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

| STRATEGISCHES MARKETING | | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------|--|---------------------------------------|
| Ziele & Strategien des Marketings | Marken & Marken-Kommunikation | Qualitätsmanagement | Innovationsmanagement | Projektmanagement |
| Ziele | Marken | Qualitätsmanagement | Innovation | Wissensgebiete des Projektmanagements |
| Strategien | Markenmodelle | Dienstleistungsqualität | Innovationsstrategien | Projektorganisation |
| Operationalisierung | Branding | Qualitätskriterien | Innovationsprozess | Projektphasen |
| Methoden | Markenpositionierung | Qualitätstechniken | Kreativitätstechniken Open Innovation | Personal- und Zeitmanagement |
| Implementierung | Markenarchitektur | Qualitätsmessung | Innovationskommunikation | Projektpläne |
| Evaluation | Markenkommunikation | Feherlanalyse | Trendberichte Technologieradar | Projektkommunikation |
| Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck |

Wann steht die Bibliothek mal in der Zeitung?



(Bild: aboutpixel.de / Lesestoff © Rainer Sturm)

Wie gelingt Pressearbeit?

- ➔ Kurze Einführung in das Thema
- ➔ Einordnung in das Marketing
- ➔ Leitfäden & Checklisten
- ➔ Best Practice
- ➔ Checkliste/Leitfaden



Selbstcheck!

Wann steht die Bibliothek mal in der Zeitung?

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

| OPERATIVES MARKETING | | | |
|----------------------|-----------------------------------|--|--|
| Pressearbeit | Themenmanagement | Krisenkommunikation | Social-Media-Kommunikation |
| Pressemitteilung | Themenmonitoring | Einführung & Begriffe | Facebook |
| Pressegespräch | Themenentwicklung | Krisenphasen | Twitter |
| Pressemappe | Themen- & Kommunikationsstrategie | Präventive Maßnahmen | YouTube |
| Interview | Umsetzung | Akute Maßnahmen | Flickr |
| Pressereise | Evaluation | Integration in die Kommunikationsstrategie | Blogs |
| Monitoring | | | Integration in die Kommunikationsstrategie |
| Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck |

Wann steht die Bibliothek mal in der Zeitung?

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

Beispiele aus dem Bibliotheksportal



The screenshot shows the top navigation bar with links: HOME, THEMEN, BIBLIOTHEKEN, SERVICE, WIR ÜBER UNS, BRANCHENBUCH. Below the navigation is a breadcrumb trail: Service / Interne Arbeitsbereiche / Öffentlichkeitsarbeit / Pressearbeit / Pressemitteilung.

The main content area is titled "Pressemitteilung" and contains a paragraph: „Ein bewährtes und häufig eingesetztes Instrument der Public Relations ist die Pressemitteilung. Hierin unterrichten Unternehmen die Medien über Neuigkeiten in eigener Sache. (...). Pressemitteilungen müssen so formuliert werden, dass sie zwei Zielgruppen ansprechen: erstens den Journalisten, der die Entscheidung über die Veröffentlichung fällt, und zweitens dem Leser. Denn dieser soll im Sinne der Organisation, die die Pressemitteilung initiiert, beeinflusst werden.“ [1]

Below this paragraph is another paragraph: Gelegentlich werden als Synonyme für die Pressemitteilung die Begriffe „Pressenotiz“, „Presseinfo“ oder „Presseerklärung“ verwendet. [2]

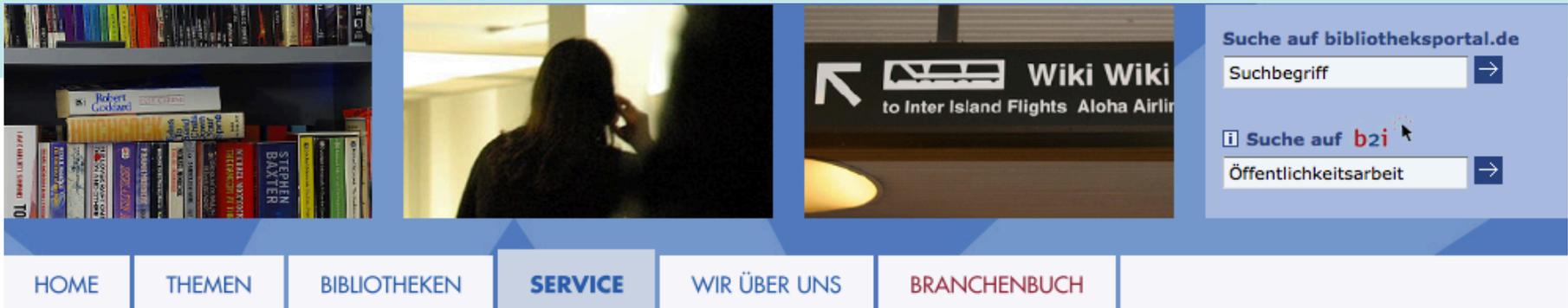
On the right side, there are two boxes: "Redaktion und Kontakt" with a link to "Redaktion Bibportal" and "Bildnachweis", and "Text" with the text: "Britta Steffen und Redaktion Bibliotheksportal in Kooperation mit Prof. Frauke Schade (HAW Hamburg)".

On the left side, there is a sidebar menu with the following items: Nachrichten, Termine, RSS-Newsfeed, Suchen Sie Medien?, FAQ, Glossar, Kalkulator, and a section for "Interne Arbeitsbereiche" which is expanded to show: VOEBB-intern, Marketingbaukasten, Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit, and Darstellungsformen.

Wann steht die Bibliothek mal in der Zeitung?

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

Beispiele aus dem Bibliotheksportal



Service / Interne Arbeitsbereiche / Öffentlichkeitsarbeit / Themenmanagement

▸ Nachrichten

▸ Termine

▸ RSS-Newsfeed

▸ Suchen Sie Medien?

▸ FAQ

▸ Glossar

▸ Kalkulator

▼ Interne Arbeitsbereiche

▸ VOEBB-intern

▸ Marketingbaukasten

▼ Öffentlichkeitsarbeit

▸ Pressearbeit

Themenmanagement und Storytelling

- ✦ Themenmanagement
- ✦ Hintergrund und Einflussfaktoren
- ✦ Handlungsempfehlungen zur Implementierung von Themen- und Issuemanagement
- ✦ Beispiele / Best Practice
- ✦ Storytelling
- ✦ Wirkung und Aufbau von Geschichten und Methoden
- ✦ Handlungsempfehlungen zur Implementierung von Storytelling

Themenmanagement

Themenmanagement ist ein Konzept aus der Kommunikationswissenschaft und Medienwirkungsforschung, das besagt, dass Massenmedien Konsumenten gezielt beeinflussen, indem sie über bestimmte Themen berichten und somit hervorheben oder andere Themen unberücksichtigt lassen. [1]

Themenmanagement nutzt dieses Konzept, um Themen der eigenen Organisation oder des Unternehmens auf die öffentliche Agenda zu bringen.

Redaktion und Kontakt

☑ Redaktion Bibportal

☑ Bildnachweis

Text

Milena Franck
in Kooperation mit Prof. Frauke Schade (HAW Hamburg)

Woher kommt das Geld von morgen?



Wie wird Fundraising erfolgreich?

- Kurze Einführung in das Thema
- Einordnung in das Marketing
- Leitfäden & Checklisten für verschiedene Formen des Fundraisings
- Best Practice
- Checkliste, Leitfaden



http://p4.focus.de/img/gen/P/HBPz9ioa_50c491001258_Pxgen_f_Ax541.jpg (4.3.2013)

Woher kommt das Geld von morgen?

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

| OPERATIVES MARKETING | | | |
|-----------------------|-------------------------------|--------------------------|--|
| Eventmanagement | Fundraising | Kommunikationsgestaltung | Guerillia-Marketing |
| Eventtypen | Organisation des Fundraisings | Flyer | <p>Integration von vorhandenen Inhalten des Bibliotheksportals in den Marketingbaukasten</p> |
| Konzeption | Spenden | Broschüren | |
| Ressourcenplanung | Sponsoring | Werbemittel | |
| Organisation | Stiftungen | Imagefilme | |
| Rechtliche Aspekte | Recht und Steuern | Newsletter | |
| Veranstaltungstechnik | Vorgehensweise: Sponsoring | | |
| Selbstcheck | Selbstcheck | | |

Integration von vorhandenen Inhalten des Bibliotheksportals in den Marketingbaukasten

Wie bewerte ich den Bibliothekserfolg?



http://www.limetrees.de/images/product_images/popup_images/wertmarke-erfolg-1635-0.jpg (4.3.2013)

**Keine Angst vor Controlling.
Controlling bedeutet nicht
Kontrolle sondern Steuern!**

- Kurze Einführung in das Thema
- Einordnung in das Marketing
- Leitfaden
- Best Practice
- Checkliste/Leitfaden



Wie bewerte ich den Bibliothekserfolg?

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal

| MARKETINGCONTROLLING | | | |
|----------------------------|--------------------------|-------------|-------------|
| Gap-Analyse | Marketing-Audit | | |
| Bedeutung der Gap-Analyse | Ansatz und Anspruch | | |
| Strategische Lücken | Status und Zielsetzung | | |
| Operative Lücken | Erfolgsfaktoren | | |
| Differenzierte Gap-Analyse | Kennzahlen und Benchmark | | |
| Produkt-Markt-Matrix | Vorgehensweise / Nutzen | | |
| Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck | Selbstcheck |

Marketingbaukasten auf dem Bibliotheksportal



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

