



Öffentlichkeitsarbeit

Öffnung nach innen und außen

Elke Kapper, Kurs 159/2, März 2024

Öffentlichkeitsarbeit

Informiert über die Arbeit der Bibliothek

Sämtliche Tätigkeiten in der und für die gesamte Öffentlichkeit

Ziel: bestehende Kund:innen binden und neue Nutzer:innen gewinnen

Öffentlichkeitsarbeit

An wen wenden wir uns?

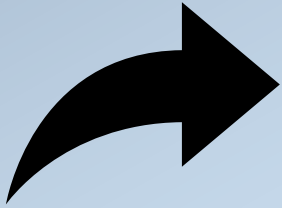
- Nutzer:innen, aber auch NICHT-Nutzer:innen
- Träger:innen
- Medien/Presse
- Kinder
- Erwachsene
- ...

Öffentlichkeitsarbeit

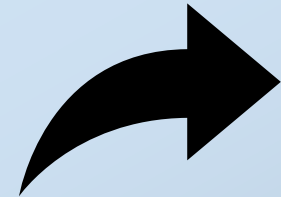
Umfasst daher:

- Kommunikation nach AUSSEN
- Kommunikation nach INNEN

Kommunikation



nach INNEN:
- Team
- Träger:innen



nach AUSSEN:
- Kund:innen
- Partner:innen
- Kooperationen
- Medien und
- Presse

Wichtigster Faktor

Bibliothekar:innen und die Mitarbeiter:innen
selbst

Alles, was wir tun oder nicht tun
ist Öffentlichkeitsarbeit!

Innerbetriebliches KLIMA muss stimmen, dann ist
es stimmig!

Kommunikation nach INNEN

- Mitarbeiter:innen = wichtigsten Werbeträger
- Wie wird die Bibliothek wahrgenommen?
- Sympathisch, empathisch, kompetent...
- Bibliothek als „Dritter Raum“
- Freundliche und gut gelaunte Mitarbeiter:innen sind die beste UNBEZAHLBARE Werbung, die es gibt

Kommunikation nach INNEN

Zufriedene Mitarbeiter:innen durch:

- Informationsweitergabe z.B. regelmäßige Teambesprechungen
- Einbindung in Entscheidungen – Partizipation
- Möglichkeiten zur Reflexion und zum Feedback
- Gemeinsame Aktivitäten außerhalb der Dienste
- Kleine Aufmerksamkeiten im Team
- Ermöglichen von Aus- und Weiterbildung

Kommunikation nach INNEN

TRÄGER:

- Berichte zu Tätigkeiten (mündlich und schriftlich)
- schriftlich = Jahresbericht
- Einladungen zu Veranstaltungen
- Aktives Zugehen
- Regelmäßige Treffen
- Information über Aus- und Weiterbildungen

Kommunikation nach AUSSEN

Nutzer:innen und NICHTNutzer:innen:

- Kontakte - Kooperationen
- Medien - Pressearbeit
- Veranstaltungen
- Erscheinungsbild und Öffnungszeiten
- Medienbestand und Präsentation der Medien
- Werbemittel: Folder, Flyer, Plakate, Lesezeichen,...
- Homepage, Newsletter, Social Media

Kommunikation nach AUSSEN

Kontaktarbeit ist entscheidend:

Kooperationen pflegen

- Gibt es eine Kontaktperson im Team, die speziell für eine Kooperation zuständig ist?
- Kooperationen mit Bildungseinrichtungen wie Schulen und Kindergärten und für Erwachsenenbildung, Vereinen,...

Kontaktarbeit ist aber auch:

- Gespräche mit den Nutzer:innen

Kommunikation nach AUSSEN

Pressearbeit:

- Welche Medien möchten wir ansprechen?
- Ansprechpartner ermitteln – Pressemitteilung schicken
- Netzwerkliste für die Bibliothek erstellen

KISS Grundsatz bei Presseaussendungen beachten:

- **KEEP IT SHORT AND SIMPLE**

Kommunikation nach AUSSEN

Pressearbeit:

- Die sieben W's beachten:
WER – WAS – WANN – WO – WIE – WARUM/WOZU ?
- Datum und Uhrzeit überprüfen
- Aussendung 2-4 Wochen davor
- Genauen Namen der Bibliothek, Kontaktperson, Adresse, Telefon, E-Mail
- Eventuell Journalisten nachrufen

Kommunikation nach AUSSEN

Pressearbeit:

- Fakten-Pyramide = Höhepunkt, Umstände, dann Details
- Interessante Formulierungen
- Das Wichtigste zuerst!!!
- Einfache Sätze, max. 30 Silben pro Satz
- Bild, Bildtext und Copyright-Angabe nicht vergessen
- Redaktionsschluss beachten

Kommunikation nach AUSSEN

Veranstaltungen:

- Planung ist das Um und Auf
- Auch hier gilt:
Mitarbeiter:innen sind die beste Werbung
- Gleich im Anschluss:
Eigene UE zu „Veranstaltungen“ mit Verena

Kommunikation nach AUSSEN

Positives Erscheinungsbild:

- Bibliothek als **Dritter Raum**:
Raumgestaltung, Einrichtung, Atmosphäre
„Fühlen sich unsere Nutzer:innen wohl?“
- Öffnungszeiten:
Erreichbarkeit für Nutzer:innen
- Medienbestand:
Präsentation der Medien, Zusammensetzung im Bestand (Schwerpunkte), Vermittlung

Kommunikation nach AUSSEN

Positives Erscheinungsbild:

- Schaukasten, Auslage:
aktuell halten!
- Homepage, Newsletter
- Einsatz von Werbemitteln:
Flyer, Folder, Plakate, Handzettel und Einladungen,
Lesezeichen,...

Corporate Identity

Was ist CI?

- Außenwirkung eines Unternehmens
- Gesamtbild der Merkmale
- Kommunikationskonzept

Komplexes System aus verschiedenen Bausteinen
– beeinflussen sich gegenseitig und wirken nach innen und außen

Corporate Identity

Was gehört dazu?

- Aussendungen
- Schilder
- Homepage
- Werbemittel

Wenn mit dem Erblicken des Logos sofort ein Gefühl der Verbundenheit/Identifikation entsteht

Corporate Identity



SOLARSTADT
GLEISDORF



Buchstart Österreich : mit Büchern wachsen

Buchstart
Steiermark
: mit Büchern wachsen



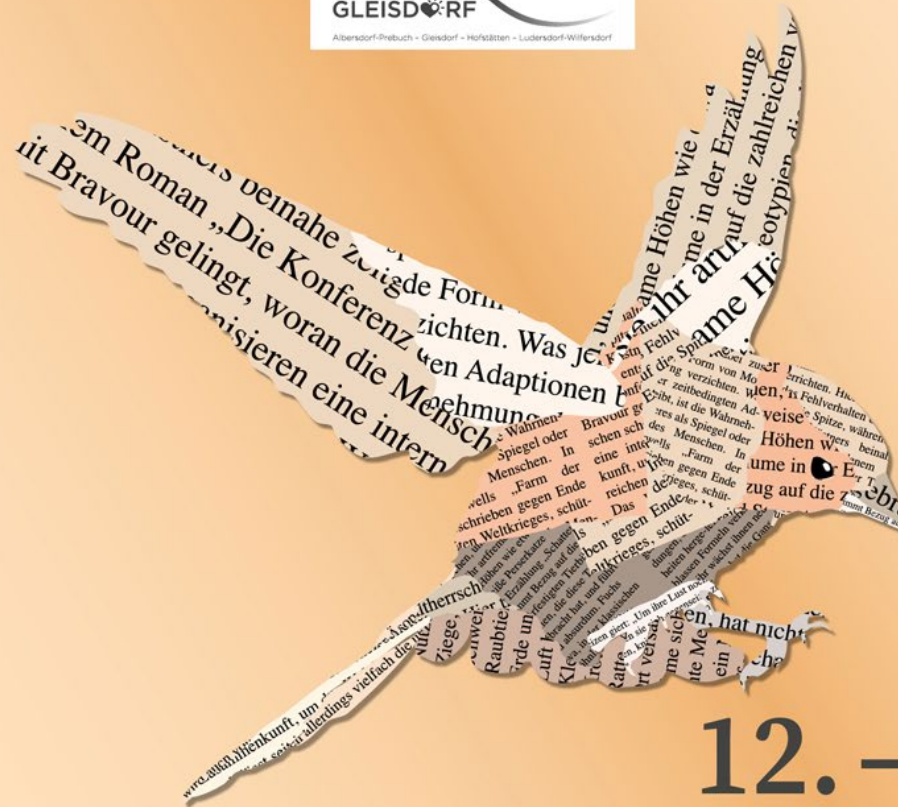
Büchereien



Corporate Identity



Corporate Identity



REGION
GLEISDORF
Albersdorf-Pretsch - Gleisdorf - Hofstätten - Ludersdorf-Willersdorf

Buchfink
Lesefestival
REGION GLEISDORF

12. – 17. Mai 2024

www.gleisdorf.at

SOLARSTADT
GLEISDORF

Plantz
mit Energie
Bücher und Geschenke

Stadtbücherei
Gleisdorf

Bücherei
Nitscha
Öffentliche

Corporate Identity

Buchfink - Lesefestival der Region
Gleisdorf

REGION
GLEISDORF
Albersdorf-Pretsch - Gleisdorf - Hofstätten - Ludersdorf-Willersdorf

Buchfink
Lesefestival
REGION GLEISDORF

12. - 17. Mai 2024

www.gleisdorf.at

SOLARSTADT
GLEISDORF

Plautz
Bücher und Geschenke

Stadtbücherei
Gleisdorf

Bücherei
Nitscha



Buchfink Lesefestival

REGION GLEISDORF

12.–17. Mai 2024