



DIE BÜCHEREI



Im Gespräch bleiben

Öffentlichkeitsarbeit in der KÖB

Die Katholische Öffentliche Bücherei (KÖB) ist und bleibt ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt der (Kirchen-)Gemeinde: als Begegnungs- und Bildungsstätte für Jung und Alt, als kultureller Veranstaltungsraum und natürlich als Ort der Bücher. Das Lesen steht hier im Mittelpunkt und doch ist es auch das Rahmenprogramm, das die KÖB so beliebt macht. Um dieses Rahmenprogramm bekannt zu machen, ist es unerlässlich Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und stetig über die Veranstaltungen und Angebote der Bücherei zu informieren.

Zielgruppen

Die Bücherei bereichert also das lokale Leben in vielerlei Hinsicht. Umso wichtiger ist es, dass alle davon wissen. Eine zentrale Frage der Öffentlichkeitsarbeit lautet: **Wen möchte ich über unsere Angebote und Veranstaltungen informieren?**



Abb. 1

Da sind zum einen die Kunden und zwar nicht nur jene, die bereits in der Kartei stehen, sondern auch alle anderen, die es noch zu gewinnen gilt. Junge Familien mit Kleinkindern, Schulkinder, Auszubildende, Studierende und

Erwachsene mit ihren unterschiedlichen Hobbies und Interessen. Die Menschen, die in die Bücherei kommen (könnten), stellen eine riesige bunte Zielgruppe dar.

Daneben sind es Personen, Institutionen und Organisationen, die die Bücherei am Laufen halten. Innerkirchlich das Büchereiteam, der Träger, die Kirchengemeinde mit ihren haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitern, dem Kirchenvorstand, dem Pfarrgemeinderat, den Ausschüssen, Kreisen und Gremien bis hin zu Dekanat und Bistum. Zudem die große Gruppe an Förderern und Multiplikatoren außerhalb des kirchlichen Raums: der Bürgerverein, das Kulturamt, der Stadtrat oder überregionale Verbände und Stiftungen rund ums Buch.

Und schließlich die vielen Menschen und Einrichtungen, mit denen die Bücherei vor Ort zusammenarbeitet: Krippen, Kitas und Familienzentren, Schulen und Bildungsstätten, Büchereien und Buchhandlungen vor Ort. Vereine und Freizeitgruppen. Soziale Einrichtungen, Krankenhäuser, Altenheime. Kulturelle Institutionen, wie Museen, Theater, Kunstateliers, Lesezirkel, Chöre und Orchester. Dienstleister, Geschäfte und Gastronomie am Ort.

Die Arbeit macht sich nicht allein

Das wichtigste Instrument der Öffentlichkeitsarbeit sind Sie, als Büchereimitarbeitende. Die Zuständigen, die die Fäden in der Hand halten, den Verteiler im Blick und das Team auf Trapp. Sie halten Augen und Ohren offen, erkennen Gelegenheiten zur Zusammenarbeit und stielen diese ein. Sie kommunizieren mit der Presse und pflegen das Netzwerk. Sie kümmern sich um Werbemittel und arbeiten mit Grafikern zusammen, oder layouten gar selbst. Sie planen und führen Veranstaltungen durch und stimmen sich dazu

mit sämtlichen Beteiligten ab. Die Liste lässt sich je nach Zeit, Motivation und Gegebenheiten endlos fortsetzen.

Wie geboren für die Öffentlichkeitsarbeit sind kreative, kontakt- und verhandlungsfreudige Organisationstalente, die gerne Verantwortung übernehmen, sich mündlich und schriftlich ausdrücken können sowie strukturiert und sorgfältig arbeiten. Ein dickes Fell, Geduld, Hartnäckigkeit und die Fähigkeit andere zu motivieren helfen enorm, wenn nur drei Leute zur Veranstaltung kommen, Abmachungen nicht eingehalten werden oder es mit der Finanzierung hapert. Aber was nicht ist, kann ja noch werden und so wachsen Sie sicherlich mit Ihren Aufgaben. Trotzdem ganz schön viel für eine Person? Bilden Sie mit anderen ein Team!

Mittel der Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit

So mannigfaltig die Zielgruppen, so vielseitig sind auch die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit. Die Öffentlichkeit, also die breite Masse an Lesern und Nichtlesern, die potentiell einen Fuß in die Bücherei setzen könnten, erreichen wir am besten über die Medien. Über die Gemeinde direkt haben Sie häufig Zugriff auf Pfarrbriefe, die Kirchenzeitung oder schlicht den Schaukasten am Kirchplatz. Außerdem sollte man dem Lokalradio, Anzeigenblättern, der Tageszeitung oder Kultur- und Veranstaltungsseiten im Internet Informationen zukommen lassen.

Tipp: Presseverteiler gibt es im Rathaus. Viele regionale Internetportale stellen Nutzern einen persönlichen Account zur Verfügung, über den sie Veranstaltungshinweise selbständig eintragen können. Geht es um größere

Events, Feste, Kampagnen, Ausstellungen und dergleichen bietet sich eine Pressemitteilung an. Dazu sollten wir wissen, was die Redaktion von uns benötigt und welche Fristen wir einhalten müssen, damit unsere Information im Medium landen kann.



Abb. 3



Abb. 2

Nutzen wir unsere Expertise, wenn es um Bücher und Lesen geht. Wer sich einmal als zuverlässiger, informierter und medienaffiner Interviewpartner erwiesen hat, wird gerne angefragt und kann in diesem Zuge seine Bücherei ins Gespräch bringen. Scheuen Sie sich nicht, eigene Ideen und Themen vorzuschlagen, etwa wenn gerade die Buchmesse läuft oder der Welttag des Buches vor der Tür steht.

Öffentlichkeitsarbeit in der Gemeinde

Vom Pfarrer, über den ehrenamtlichen Büchereimitarbeiter bis zum Ministranten haben alle Mitglieder der Kirchengemeinde das Recht auf regelmäßige Informationen der Bücherei. Deshalb sollten wir Öffentlichkeitsarbeit nicht nur nach außen, sondern auch nach innen betreiben. Je transparenter wir über unsere Arbeit, Konzepte, Neuerungen und Pläne berichten, desto deutlicher sind wir als aktiver Teil der Gemeinde wahrnehmbar.

Artikel im Pfarrbrief platzieren, Jahresberichte für den Kirchenvorstand schreiben, an Gottesdiensten oder Festen mitwirken, Gruppen und Gremien einladen, ihre Sitzungen in der Bücherei abzuhalten... All das ist Öffentlichkeitsarbeit nach innen.

Plakate, Flyer und Co.

Informationen gewinnen dann Aufmerksamkeit, wenn sie innerhalb von drei Sekunden wahrgenommen und verarbeitet werden können. Banner, Plakate, Aufsteller oder Handzettel sind daher ein beliebtes Werbemittel. Und wie sieht ein gutes Plakat aus? Klar strukturiert, gut lesbar, Infos auf dem Punkt, ansprechende Farbgestaltung, Fotos und Illustrationen passend zum Text. Achten Sie auf ein **Corporate Design**, also Layout, Logo und Schriftzüge, an denen man Ihre Bücherei erkennt.

Ein guter Flyer beantwortet W-Fragen, also „Was? Wann? Wo? Wer? Wie? Warum?“ In den allgemeinen Bücherei-Flyer gehören demnach aktuelle Angaben zu Ausleihe, Öffnungszeiten und Bestand. Außerdem die Adresse, Ansprechpartner und Hinweise auf regelmäßig stattfindende Veranstaltungen. Gerne auch ein Satz zur Philosophie der Bücherei. Wie beim Plakat gilt: Ein Flyer sollte gut lesbar, ansprechend gestaltet und klar

strukturiert sein. Einen schönen Mehrwert bietet der Flyer in Form eines Lesezeichens.

Mein Plakatdesign - Worauf muss ich achten?

Eine Checkliste für Ihr Plakatdesign

Mach's kurz und einfach!

- Drücken Sie sich in Ihrer Werbesprache so verständlich wie möglich aus. Meiden Sie Fachausdrücke und Fremdwörter

Aufmerksamkeit erregen!

- Durch ein Bild oder eine auffallende Schrift.

Interesse wecken!

- Was wird geboten auf der Veranstaltung?

Wunsch wecken!

- Welcher Mehrwert wird bei dem Besuch der Veranstaltung in Aussicht gestellt?

Handlung provozieren!

- Konkrete Anweisung, wie Anmeldung, Vorbeikommen, Infos zum Ticketkauf

Corporate Design

- Für den Wiedererkennungswert der KÖB sorgen.
- Durch wiederholende Designelemente wie Farbe, Schriftart, Aufbau des Plakats, Hintergrund
- Logo immer und sichtbar platzieren

Blickverlauf des Betrachters lenken

- Es gilt: Bilder sind auffälliger als Text
- Durch unterschiedliche Proportionen der einzelnen Wirkelemente des Plakats können Leserichtungen beeinflusst werden.

Farbgestaltung beachten!

- Von harmonisch bis kontrastreich ist alles möglich
- Das Plakat sollte aus der Menge herausstechen, zugleich aber nicht überladen an Farben sein.

Emotionen transportieren!

- Spielende Kinder, bunte Frühlingsblumen...Eine berührende Bildauswahl nimmt den Betrachter gefangen und verschafft wertvolle Sekunden zum Studieren des Plakats.

Borromäusverein

Tipp: Das kostenlose Grafikprogramm „catShop“ des Borromäusverein e.V. bietet vorgefertigte Layouts und Bilder zu verschiedensten Büchereithemen. Kostenfreie Bilder finden Sie außerdem beim Pfarrbriefservice. Mit der Nutzung von catShop bei der Erstellung von Werbemitteln gewährleisten Sie die Einheitlichkeit Ihrer Materialien und schaffen eine sog. Corporate Identity für die Bücherei. Das breite Spektrum der Vorlagen reicht von Postkarten und Plakaten, bis hin zu Nutzausweisen und Türschildern. Mit dem Logogenerator können Sie Ihr eigenes Büchereilogo erstellen und für Werbung rund um die Bücherei verwenden.

In jeder Bücherei sollte es einen Bereich für Flyer, Plakate und Handzettel geben. Übrigens nicht nur für die eigenen. Eine Hand wäscht die andere und wer die Einladung zum Kinderflohmarkt auslegt, kann davon ausgehen, dass der Hinweis auf den Vorlesenachmittag auch am Schwarzen Brett der Kita landet. Grundsätzlich macht es Sinn, eine Liste mit Ablageplätzen anzulegen und Plakate oder Handzettel der Zielgruppe und dem Thema entsprechend zu verteilen.

Persönliche Zielgruppenansprache

Wenn es um persönliche Formen der Kontaktaufnahme geht, kommen wir am Kürzel DSGVO bzw. KDG („Gesetz über den kirchlichen Datenschutz“, das als Rechtsgrundlage für KÖBs dient) nicht vorbei. Es steht für die europäische Datenschutzgrundverordnung, die im Mai 2018 endgültig in Kraft getreten ist und betrifft die Homepage, die Kundenkartei, sämtliche Verteiler, einfach alle Bereiche, in denen persönliche Daten vom Vornamen bis zur IP-Adresse gespeichert und verarbeitet werden. Mit wem auch immer die Bücherei in direkten Kontakt treten will: Es braucht eine schriftliche Einwilligung.

Auch, wenn es aufwändig klingt, ignorieren sollten Sie die neuen Richtlinien nicht. Informieren Sie sich auf www.borromaeusverein.de, was sich durch die DSGVO bzw. KDG für die Katholische öffentliche Bücherei als kirchliche Einrichtung ändert und wie Sie damit umgehen müssen. Sie können sich auch an den Datenschutzbeauftragten oder den Kirchenvorstand Ihrer Gemeinde wenden.

Sobald wir in Sachen Datenschutz auf der sicheren Seite sind, können wir Newsletter oder Mailings nutzen, um über Neues aus der Bücherei zu informieren. Vielleicht können wir unsere Angebote auch über Mailverteiler anderer Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten verbreiten lassen. Denken wir auch an kleine vielversprechende Zielgruppen, wie Erstkommunionkinder, Firmlinge und Katecheten.

Internetpräsenz und Social Media

Nun zu Internetseiten und Social-Media-Kanälen, die ein nahezu unverzichtbares Mittel der Öffentlichkeitsarbeit sind: Die Webseite der Bücherei ist ein wichtiges Aushängeschild. Sie sollte ansprechend, übersichtlich und nach DSGVO-Richtlinien bzw. KDG-Richtlinien gestaltet sein. Allgemeine Daten rund um die Bücherei gehören übrigens auch auf die Webseiten des Trägers und der Fachstellen des Bistums. Fragen Sie bei der Fachstelle für Büchereiarbeit Ihres Bistums nach, ob sie Ihnen Hilfestellung bei der Gestaltung und Pflege einer Webseite leisten können.

Besonders wichtig ist die regelmäßige Pflege der Internetseite(n). Wenn ein User im Februar noch den Hinweis auf den Weihnachtsbasar vorfindet, kommt das Gefühl auf: Hier tut sich nichts. Nicht jede Bücherei hat wöchentlich eine neue Veranstaltung zu bieten, es finden sich aber genug andere Inhalte rund um's Buch. Zum Beispiel einen Blog über Lieblingsbücher, den Sie noch nicht

mal selbst bestücken müssen. Lassen Sie doch einfach Ihre Kunden rezensieren.

Aktuell muss es natürlich auch auf der Facebookseite zugehen. Verlinken Sie Inhalte der Webseite, teilen Sie Posts, die zu einer Bücherei passen, weisen Sie auf Veranstaltungen hin und nicht nur auf die eigenen. Denn auch hier gilt es, Synergien zu nutzen. Wer die Sozialen Medien mag, kann sich natürlich auch bei Twitter, Instagram oder Youtube austoben und dort die Bücherei, Veranstaltungen, Aktionen, Projekte oder Kampagnen ins Bild setzen und die vielfältigen Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Akteuren nutzen.



Abb. 4

Apropos Bild: Egal, ob wir Fotos oder Videos online, in der Zeitung oder auf Werbemitteln veröffentlichen wollen - der Urheber muss seine schriftliche Einwilligung geben.

Name des Bildautors und Quelle gehören immer unter das Foto. Sind wir selbst mit der Kamera unterwegs und fotografieren Menschen, müssen diese das vorher erlauben und auch die Veröffentlichung autorisieren. Bei Kindern brauchen wir die Einwilligung der Erziehungsberechtigten. Das alles muss ebenfalls schriftlich vorliegen.

Social Media - Was macht Sinn für die Bücherei?

Eine Checkliste für Social Networking

Facebook

- Eine eigene Facebook-Fanpage der Bücherei bietet sich bei einem gut gefüllten Veranstaltungskalender durchaus an. „Befreunden“ Sie sich mit Ihren Kooperationspartnern, um so Ihre Reichweite zu verbessern. Für die FB-Seite gilt, wie für die Webseite auch, sie muss regelmäßig mit Posts gefüllt werden. Wer selbst gerade nichts zu berichten hat, „teilt“ Sehens- und Lesenswertes von anderen. Im besten Fall werden Ihre Posts dann auch geteilt!

Für die Datenschutzrichtlinien bezüglich Facebook-Fanpages informieren Sie sich bitte auf unserer Homepage, um mit Ihren eigenen und geteilten Posts auf der sicheren Seite zu sein.

Instagram

- 300 Millionen aktive Nutzer zählt Instagram weltweit (Stand: März 2019). Um Arbeit und Engagement in die Fläche zu tragen, also das ideale Tool. Doch auch für diesen Onlinedienst gilt, wer Fotos und Videos teilen will, braucht Follower, die sich für den Content interessieren, ihn „likern“ und teilen. Auch Instagram arbeitet mit Hashtags. Unter dem #books finden Sie beispielsweise 35 Millionen Einträge rund ums Thema „Buch“. Es stellt sich dennoch die Frage, ob Instagram für Ihre Büchereiarbeit das richtige digitale Vernetzungstool ist, da die Pflege des Accounts mitunter sehr aufwendig sein kann. Grundsätzlich gilt, wer sich aus den Reihen des Büchereiteams bereit erklärt, den Instagram-Account zu pflegen, sollte für gute Lichtbedingungen beim Fotografieren sorgen. Das kann auch mit einem Smartphone geschehen, so lange man nicht im dunklen Raum fotografieren möchte. Außerdem sollten regelmäßig Eindrücke gepostet werden und auch Ankündigungen im Vorhinein.

Youtube

- Bei Youtube hat sich, ähnlich wie bei Instagram, in den vergangenen Jahren unwahrscheinlich viel getan. Die Plattform hat sich zu einem mehr businessorientierten Dienst gewandelt, auf dem bei großer Reichweite (Anzahl der Abonnenten des Youtube-Kanals) entsprechend viel Umsatz zu erzielen ist. Auch Büchereien können sich problemlos einen „Channel“ einrichten und Videos posten, auch wenn es dabei weniger um wirtschaftliche Aspekte geht, als um Imagepflege und gute PR. Die Beiträge werden dann jedem Abonnenten bei Neuerscheinen angezeigt und sind außerdem auch für alle sichtbar, müssen jedoch dann über die Suchleiste zunächst gefunden werden. Gerne können Sie den Anspruch an Ihren Youtube-Kanal hoch hängen und regelmäßig kurze Imagefilme, Veranstaltungsmitschnitte, sowie Zusammenfassungen in Bewegtbild mit musikalischer Untermalung posten. Kurze Clips als Recap einer Veranstaltung funktionieren auch wunderbar ohne Ton. Vergnügt lachende Kinder bei einem Vorlesenachmittag hinterlassen mehr Eindruck in Bewegtbild als auf einem Foto. Der Ausstattung sind dabei keine Grenzen gesetzt, doch ebenso wie bei der Verwendung für Fotoplattformen gilt: mit einem Smartphone können Sie zunächst Ihren Youtube-Channel starten und sich ausprobieren. Finden Sie Gefallen an den kurzen atmosphärischen Beiträgen, macht die Anschaffung eines Ansteckmikrofons Sinn. Vielleicht finden Sie im Umkreis der Bücherei und der Gemeinde Freiwillige, die auf dem Gebiet bereits bewandert sind und über adäquates Equipment verfügen.

Twitter

- Der Nachrichtendienst eignet sich nur bedingt für die Öffentlichkeitsarbeit in der Bücherei. Bei Twitter kommt es darauf an, schnell und aktuell zu sein. Interessant sind „Tweets“, die die Community bewegen und mit entsprechenden Hashtags versehen werden können. Unter einem Hashtag findet man dann alle Tweets zum Thema.

Borromäusverein

Veranstaltungen und Aktionen

Wer Öffentlichkeitsarbeit betreiben will, muss auch etwas zu berichten haben. Umso besser, dass sich in der KÖB eine Menge tut.

Wie plane ich eine Veranstaltung?

Am besten im Team, denn meist ist einiges zu organisieren. „Wer? Was? Wann? Wo?“ sind die ersten Fragen, die beantwortet werden müssen, bevor es ins Detail geht. Legen Sie Checklisten an und klären Sie Dinge wie Terminplanung, Finanzierung, Ausstattung, Catering, Ansprechpartner, Aufgabenverteilung, Werbung oder rechtliche Fragen. Am Tag des Events helfen To Do-Listen. Bei einer Nachbesprechung im Team wird zudem schnell klar, was gut gelaufen ist und was sich verbessern lässt.

Welche Events bieten sich für eine Bücherei an?

Lesenächte oder -olympiaden, Vorlese-Events und Bilderbuchkinos, Wettbewerbe und Preisverleihungen, Aktionen rund um Bibfit und Lese-Kompass, ein arabischer Abend, Ferienprogramme... Einem kreativen Team werden die Ideen kaum ausgehen. Dabei gilt: (welt-)offen sein, um die Ecke denken und auch mal aus den eigenen vier Wänden rauskommen - zum Beispiel mit einer Lesewerkstatt beim nächsten Sommerfest.

Gerade mit Schulklassen lassen sich spannende Projekte umsetzen. Etwa mit der beliebten Reihe „Das magische Baumhaus“, in der ein Geschwisterpaar durch Zeit und Raum reist und viele Abenteuer besteht. Themen, die Kinder gestalterisch oder medial aufgreifen und später in der Bücherei präsentieren können. Im Stadttheater wird „Die unendliche Geschichte“ aufgeführt? Sicher wissen Sie schon, wie Sie das Thema weiterspinnen können.

Wenn Ihre Räumlichkeiten es hergeben, bieten Sie Autoren, Künstlern, Musikern, Heimatkundlern, Weltreisenden ein Forum. Die Kunst- und Kulturstiftungen der Länder, aber auch die Fachstellen des jeweiligen Bistums können bei der Suche nach Referenten behilflich sein. Inspiration bietet auch der Blick ins Veranstaltungsprogramm anderer Bildungs- und Kultureinrichtungen der Stadt.

Alles rechtens?

Bei der Eventplanung gilt es einiges zu beachten. Wer mehr als drei selbstständige Künstler oder Publizisten im Jahr zu Gast hat, muss eine Künstlersozialabgabe zahlen. Informationen dazu finden Sie auf der Homepage der Künstlersozialkasse (KSK). Bei Bilderbuchkinos und Lesungen müssen Sie Genehmigungen der Verlage einholen. Eventuell werden auch Gebühren fällig.

Sie planen einen Filmabend? Die Medienstellen der Bistümer bieten Filme, mit dem „Recht der öffentlichen Vorführung“. Diese Filme dürfen Sie zeigen, jedoch keinen Eintritt dafür nehmen und nicht mit dem Filmtitel werben. Wenn Sie auf Veranstaltungen urheberrechtlich geschützte Musik spielen, muss jeder Titel bei der GEMA angemeldet und bezahlt werden.

Hilfreiche Informationen finden Sie auf der Webseite des Borromäusverein unter dem Menüpunkt *Büchereiarbeit*. Auch Auf der Webseite der GEMA finden Sie Formulare und Merkblätter der katholischen Kirche und viele weitere Informationen.

Gute Mundpropaganda

Öffentlichkeitsarbeit beginnt mit der Bücherei selbst, denn gute Mundpropaganda ist eines der wichtigsten Werkzeuge der Imagebildung. Wenn mir ein vertrauenswürdiger Nachbar von der Bücherei am Ort

vorschwärmt, zählt das mehr als jede Anzeige in der Zeitung. Und selbst wenn ich nicht hingehere, werde ich seinen positiven Eindruck vielleicht bei passender Gelegenheit weiterverbreiten.

Im Idealfall schwärmt mein Nachbar also vom freundlichen und fachkundigen Büchereiteam. Er wird sich positiv über die Räume, das durchdachte Konzept und die technische Ausstattung auslassen. Besonders hervorheben wird er die ansprechende Einrichtung, das angenehme Licht und die Lesecken. Er wird auf den gut sortierten Bestand sowie die große Auswahl unterschiedlicher Medien eingehen. Dann wird ihm noch einfallen, dass just nächste Woche ein Bilderbuchkino stattfindet: Genau das Richtige für unsere Jüngste und ihre beste Freundin.

Fazit

Die katholische Bücherei vermittelt Freude am Lesen, am Zusammensein und am Austausch. Sie ist ein fester Bestandteil der Gemeinde und sollte sich genauso präsentieren. Informieren wir über unsere Arbeit und unser Engagement, setzen wir Ideen um, bauen wir Netzwerke auf, gewinnen wir Förderer und Leser und machen wir unsere Bücherei zu einem lebendigen Ort. Ja, Öffentlichkeitsarbeit ist in der Tat Arbeit, aber sie lohnt sich.

Beachten Sie zum Thema PR auch unsere Reihe „Öffentlichkeitsarbeit“ in der vierteljährlich erscheinenden **BiblioTheke – Zeitschrift für katholische Bücherei- und Medienarbeit.**



Abb. 5

Text

Janina Mogendorf

Redaktion

Christine Tapé

Stand: Juni 2019

Abbildungsverzeichnis

1)©Heinrich Wullhorst 2) ©Frank Hermann 3) Kreisplakat erstellt mit catShop
4)©Heinrich Wullhorst 5) ©Frank Hermann