

Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für die Schulbibliothek

Autor: Wolfgang Lanzinger

„Wozu brauchen wir denn Werbung in der Schulbibliothek?“, „Das haben wir eigentlich hier nicht notwendig!“, „Wir sind ohnehin schon so werbeverseucht, also verschonen wir uns damit!“

Solche oder ähnliche Aussagen höre ich oft von LehrerInnen, die ich bei der Bibliothekarsausbildung mit diesem Thema konfrontiere. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sind ein wichtiges Modul in der Ausbildung, denn auch die Schule muss mit ihren „Produkten“ Werbung betreiben. Das wird in unserer heutigen Informationsgesellschaft einfach verlangt. Die Schulbibliothek bietet dafür gute Möglichkeiten.



Gezielt werben

Wenn man sich nach den Möglichkeiten oder Zielvorstellungen der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit in der Schule fragt, so muss man hier eine erste Unterscheidung treffen:

1. Werbung innerhalb der Schule
2. Werbung nach außen

Bei der Werbung innerhalb der Schule ist es sicher eine der wichtigsten Aufgaben, mehr Aufmerksamkeit unter den SchülerInnen und LehrerInnen zu erreichen, sodass die Schulbibliothek als kulturelles Zentrum der Schule, als Ort zur Informationsbeschaffung, als Lernort, aber auch als Ort zur Freizeitbeschäftigung angenommen wird.

Ein weiteres Ziel könnte die Erhöhung der Ausleihfrequenz sein. Die Präsentation aktueller, neuer Literatur in der Schulbibliothek vor SchülerInnen und Schülern oder auch bei Konferenzen vor LehrerInnen und Lehrern steigert das Interesse, was sich auch in der Ausleihfrequenz niederschlägt.

Auch eine bessere Nutzung der Arbeitsmöglichkeiten in der Schulbibliothek, z.B. die Steigerung des Nutzungsgrads der Neuen Medien, könnte das Ziel von Werbung innerhalb der Schule sein. Bei der Werbung nach außen werden andere Ziele verfolgt. Hier geht es in erster Linie darum, den Bekanntheitsgrad der Schulbibliothek in der Öffentlichkeit zu erhöhen und damit die Möglichkeiten und zukünftigen Bedürfnisse herauszustreichen. Man könnte die Schulbibliothek in der Wahrnehmung der Bevölkerung durch Projekte und Arbeiten von Schülerinnen und Schülern durch Ausstellungen, Aktionen oder Lesungen zugänglich machen. Gute Werbung nach außen kann dann oft auch dafür genutzt werden, zusätzliche Mittel zum Ankauf von Medien oder zum Ausbau der Infrastruktur zu lukrieren.

Gewusst wie

Grundsätzlich sind bei jeglicher Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung vier Punkte zu beachten:

- ▶ Professionalität: Wir sind Spitzenprodukte aus den Printmedien gewohnt. Daher ist es wichtig, auch im schulischen Werbereich eine gewisse Qualität der Produkte zu erreichen. Eine Auseinandersetzung mit den wesentlichsten Merkmalen von Grafik (Schriftgrößen, sparsame Verwendung von Schriftvarianten, Farbgestaltung u.v.m.) und Bildgestaltung sind unbedingt notwendig.

- ▶ Zielgruppe: Oft werden Aktionen liebevoll und ausführlich geplant, das Ergebnis (z.B. Anzahl der BesucherInnen oder TeilnehmerInnen) fällt bescheiden aus. Es wurde schlichtweg auf eine genaue Zielgruppenanalyse im Vorfeld der Planung vergessen.
- ▶ Zielvorstellung: Die gute Idee nimmt alle weiteren Überlegungen vorweg. Dabei ist eine genaue Aufstellung der Ziele von eminenter Bedeutung. Die Frage „Was will ich mit meiner Aktion oder meinem Projekt erreichen“ muss vor allen weiteren Überlegungen stehen.

Werbung muss ver-rückt sein. Lassen Sie Ihre Kreativität und die Ihres Teams spielen und verlassen Sie ausgetretene Werbepfade. Lieber weniger, das dafür ein bisschen spektakulärer.

Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit?

Wesentlich erscheint die Unterscheidung zwischen den Begriffen Öffentlichkeitsarbeit und Werbung. Beide sind für Schulbibliotheken enorm wichtig. Sie sollten aber richtig eingesetzt werden.

Öffentlichkeitsarbeit:

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet eine permanente, fortlaufende Information für verschiedene Zielgruppen, welche in irgendeiner Weise mit der Schule zu tun haben (sollten).

Dafür eignen sich vor allem diverse Periodika z.B. Bibliotheksnachrichten, die einen hohen Wiedererkennungswert aufweisen. Immer beliebter, weil auch sehr kostengünstig, ist die eigene Homepage der Schulbibliothek, die bei ständiger Aktualisierung sehr bewusst für die Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt werden kann. Auch hier spielt vor allem die Zielgruppe, welche erreicht werden soll, eine große Rolle. Soll es eine Zeitung oder Homepage für die SchülerInnen sein, so ist der Inhalt an die Bedürfnisse der Jugendlichen anzupassen. Es kann aber auch eine Zeitung bzw. Homepage für die breite Öffentlichkeit sein. Dies wird vor allem dort zum Tragen kommen, wo es sich um eine Kombination von Schul- und Öffentlicher Bibliothek handelt.

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet auch einen durchgehenden Kontakt mit der örtlichen Presse. Dazu gehören regelmäßige Presseaussendungen, Pressegespräche und von Fall zu Fall (bei größeren Projekten) eigene Pressekonferenzen mit mehreren Pressevertretern. Diese Kontakte bedürfen einer sorgfältigen Planung:

Presseaussendung:

- ▶ nur wesentliche Informationen mit zentralen Kernaussagen
- ▶ sachlich bleiben
- ▶ Rückfragekontakte anführen (Adresse, Ansprechpartner, Tele-

fonnummern, Mailadressen)

- ▶ genaue zeitliche Abstimmung d.h. Redaktionsschluss beachten

Pressegespräche oder Pressekonferenzen:

- ▶ gut gestaltete Einladung (genaue Orts- und Zeitangaben)
- ▶ Erstellung von Presseunterlagen (Mappe mit Unterlagen, Fotos auf CD usw.)
- ▶ gut vorbereitete Präsentation (Technikerunterstützung!)
- ▶ Ablaufplanung (mit Briefing für Kollegen)

Werbung:

Neben der Öffentlichkeitsarbeit muss die spezielle Werbung für die Schulbibliothek genau durchdacht und durchgeführt werden. Werbung bedeutet ein riesiges Aktionsfeld. In der Schule sollte es jährlich mindestens 2–4 wiederkehrende Schwerpunktkaktionen geben:

- ▶ Schulstartaktion: z.B. Wettbewerbe, spielerische Einführung in die Schulbibliothek, Lesemarathon, Buchausstellung, etc.
- ▶ Lesemonat April: z.B. Fabulierwettbewerb, Leseolympiade, Malwettbewerb (Plakataktion für die Schulbibliothek, Bibliotheksfolder, Homepageseite gestalten), Bewerbung von Lesungen, etc.
- ▶ Tag der Schulbibliothek: Bücherfest zu einem bestimmten Thema, Herstellen von Büchern (kreatives Schreiben), Lesefest organisieren, etc.
- ▶ Schulschlussaktion: Lesenacht, Bücherflohmarkt, Eltern-Lesetag (Großeltern und Eltern lesen vor), multikultureller Bibliothekstag, etc.

Checklisten für diese Aktionen müssen sehr detailliert erstellt werden. Für alle Aktionen muss Werbematerial der Schulbibliothek vorbereitet werden z.B. Lesezeichen, Plakate oder Bibliotheksfolder. Dabei sollte wieder die Attraktivität und Professionalität im Vordergrund stehen.

Werbung und Öffentlichkeitsarbeit müssen ein dauernder Bestandteil der Schulbibliotheksarbeit sein. Selbstverständlich sind die Aktivitäten, die man in diesem Zusammenhang setzt, auch immer auf die besonderen örtlichen Gegebenheiten abzustimmen. Die Tipps und Anregungen sollen das Thema auch in Ihrer Bibliothek wieder etwas mehr in den Mittelpunkt stellen. Richtig angewendet verschaffen Werbung und Öffentlichkeitsarbeit der Bibliothekarin und dem Bibliothekar das positive Image, das sie/er für die Arbeit benötigt und die Schulbibliothek wird zum kulturellen Mittelpunkt und „Aushängeschild“ für eine Schule.



▶ **Wolfgang Lanzinger** ist Mitarbeiter bei Buch.Zeit Wels.