



## Was will ich damit erreichen?

Bevor losgepostet wird, sollte man sich gemeinsam die Frage stellen: Was und wen will ich erreichen? Im Vorhinein muss abgestimmt werden, welche Informationen vermittelt werden sollen, an wen sie gerichtet sind und wen sie überhaupt erreichen können. Auch wenn Social Media vor allem von Jugendlichen genutzt werden, sind diese nicht unbedingt auf Bibliotheksseiten unterwegs. Sie vernetzen sich im Web vor allem mit Freundinnen und Freunden. Es sind eher die älteren NutzerInnen, die Informationen über soziale Netzwerke einholen. Die Erwartungen sollte man nicht allzu hoch stecken: Nicht immer setzt der Erfolg sofort und augenscheinlich ein.

## Welcher Kanal passt zu mir?

Facebook ist derzeit das verbreitetste soziale Netzwerk, und auch Bibliotheken finden hier die größte Reichweite. Google+ hat erst kürzlich Unternehmensseiten erlaubt, einige österreichische Bibliotheken haben hier bereits Einzug gehalten. Twitter eignet sich – nachdem dieser Mikroblogger-Dienst noch nicht so etabliert ist – derzeit eher für große Bibliotheken. Hier finden auch Web 2.0-begeisterte BibliothekarInnen Anschluss. Plattformen wie YouTube und Flickr sind sinnvoll für Bibliotheken, die Fotos und Videos posten wollen; ein standortbezogener Dienst wie Foursquare für solche, die NutzerInnen auch via Smartphone bedienen wollen. Blogs können zum Beispiel Projekte begleiten. All diese Kanäle (siehe auch Factbox auf S. 5) lassen sich leicht in die eigene Website einbetten. Ersatz dafür sind sie nicht: Mit Social Media erreichen Sie nur die NutzerInnen der jeweiligen Plattform.

## Was soll ich posten?

Veranstaltungstipps, Infos zu neuen Medien, Berichterstattung über Aktivitäten der Bibliothek haben ebenso Platz wie lustige Anekdoten aus dem bibliothekarischen Alltag, Fotos und Videos oder Umfragen. Information ist wünschenswert, aber auf den Unterhaltungswert sollte nicht vergessen werden.

Wichtig ist es, die Möglichkeiten des Mediums zu nutzen und den NutzerInnen des Netzwerks einen Mehrwert zu bieten: vom Gewinnspiel bis zur Einbettung des Bibliothekskatalogs in die soziale Plattform ist vieles möglich. Halten Sie den Kommunikationsfluss am Laufen!

## Linktipp

► Die Kommission für One-Person-Librarians des deutschen Berufsverbandes Information Bibliothek bietet die **Checkliste Nr. 33: Eine Facebook-Seite für die One-Person Library anlegen** zum Download unter: [www.bib-info.de/kommissionen/kopl/publikationen/checklisten.html](http://www.bib-info.de/kommissionen/kopl/publikationen/checklisten.html)

## To do and not to do

### > Sprache und Kommunikation

In sozialen Netzwerken herrscht ein lockerer Umgangston. Pressemeldungs-Stil bringt Ihnen keine Fans. Vergessen Sie nicht, dass es im Web 2.0 vor allem um eines geht: Austausch. Hier wird nicht in eine Richtung kommuniziert, idealerweise entsteht ein Dialog mit den NutzerInnen. Betreuen Sie ihre Fans daher gut. Dazu gehört es auch, Kritik Platz zu geben und auf Beschwerden einzugehen.

### > Achtung, Rechte!

Bevor Sie Texte, Musik, Videos oder Fotos posten, klären Sie die Urheberrechte ab. Fotos, die im Internet zu finden sind, sind keineswegs automatisch frei zu verwenden! Fragen Sie beim Urheber um Erlaubnis oder suchen Sie auf Fotoplattformen (wie z. B. [www.flickr.com/creativecommons](http://www.flickr.com/creativecommons)) nach Bildern mit sogenannten Creative-Commons-Lizenzen, die unter bestimmten Bedingungen wie Namensnennung frei verwendet werden können.

### > Datenschutz und Privatsphäre

Einige soziale Netzwerke stehen in Kritik, die Daten der NutzerInnen nicht entsprechend zu schützen. Doch auch die NutzerInnen gehen oft sorglos mit ihren Daten um. Denken Sie daran, die Privatsphäre Ihrer MitarbeiterInnen, Kundinnen und Kunden zu wahren. Posten Sie nichts, was andere bloßstellen könnte. Fragen Sie am besten immer nach, bevor Sie Fotos mit erkennbaren Personen darauf ins Netz stellen. Bei Kindern müssen die Eltern ihre Einwilligung geben.

### > Bleiben Sie dran!

„Wir sind jetzt auch auf Facebook“ reicht nicht aus – wer hier tatsächlich mitspielen will, muss dranbleiben: regelmäßig News posten, Kommentare und Anfragen betreuen und Monitoring betreiben, um den Auftritt weiter zu optimieren. Wenn Sie Social Media ausprobieren wollen, machen Sie einen Versuch und bleiben Sie am Ball, aber lassen Sie Ihre Seite nicht dahindümpeln, denn damit ist den Fans und der Bibliothek nicht gedient.