Praxisbeispiele

Dass die Praxisbeispiele aus der New York Public Library stammen, die sich eigentlich der Vergleichbarkeit mit hiesigen Verhältnissen entzieht, ist gut gewählt, begegnet doch selbst die NYPL Budgetkürzungen, Personalabbau und Reduzierung von Öffnungszeiten. Die Bibliothek betreibt Marketing als Führungsaufgabe und ist in den wesentlichen im Handbuch beschriebenen Feldern präsent. Entsprechend werden die meisten Strategien und Instrumente mit Praxisbeispielen aus der NYPL unterlegt; von der Advocacy-Kampagne »Invest in Libraries, Invest in the New Yorkers«, der Präsenz in den sozialen Netzwerken bis zur täglichen Pressearbeit und der Beratung und dem Training vor Ort.

Vermarktung und Evaluation

»Damit die Markenkommunikation erfolgreich zur Positionierung und Vermarktung von Bibliotheken und (digitalen) Bibliotheksdienstleistungen beitragen kann, muss sie systematisch, zielorientiert, kontinuierlich und im Dialog mit Zielgruppen geleistet werden.« (S. 126) In der Kombination von Grundlagenwissen und Praxisbeispielen können Bibliotheken dieses Praxishandbuch (auch) nutzen, um ihre Marketingstrategie und ihre Markenkommunikation einer Befragung zu unterziehen.

Sabine Homilius

Neue Fachliteratur

Alker, Stefan; Bauer, Bruno; Stumpf, Markus: NS-Provenienzforschung und Restitution an Bibliotheken. Berlin: De Gruyter Saur, 2017. VIII, 133 Seiten. (Praxiswissen) ISBN 978-3-11-031858-6 – Broschiert, 49,95 Euro. Auch als E-Book erhältlich.

Gabel, Gernot U.: Bibliotheken in den USA: Beiträge zur Bibliotheksgeschichte; Festgabe zum 75. Geburtstag / überreicht durch Gisela Gabel-Jahns. Hürth: Edition Gemini, 2016. 239 Seiten. ISBN 978-3-922331-55-1– Hardcover, 22, – Euro. Auch als E-Book erhältlich.

Reckling-Freitag, Kathrin: Bibliothekspädagogische Arbeit: Grundlagen für MitarbeiterInnen in (Schul-)Bibliotheken. Bad Schwalbach: Debus, 2017. 128 Seiten. (Debus Pädagogik) 978-3-95414-086-2 – Broschiert, 13,50 Euro. Auch als E-Book erhältlich.

Schuldt, Karsten: Armut und Bibliotheken: Anmerkungen zu einer notwendigen Diskussion. Berlin: epubli, 2017. 198 Seiten. 9783745048162 – Broschiert, 12,50 Euro. Online abrufbar unter http://eprints.rclis.org/31084/

Strategien für die Bibliothek als Ort: Festschrift für Petra Hauke / Herausgegeben von Konrad Umlauf; Klaus Ulrich Werner; Andrea Kaufmann. Berlin: De Gruyter Saur, 2016. XII, 491 Seiten: Illustrationen. ISBN 978-3-11-047843-3 – Gebunden, 99,95 Euro. Auch als E-Book erhältlich.

Suffner, Chantal Vanessa: Wissenschaftsverlage und Open Access: Eine vergleichende Darstellung ausgewählter Strategien und Geschäftsmodelle im Zeitschriftenbereich. 85 Seiten. Stuttgart, Hochschule der Medien, FB 3: Information und Kommunikation, Bachelor-Arbeit, 2016. Online verfügbar unter: https://hdms.bsz-bw.de/frontdoor/index/index/docId/6178

Voss, Aat: How to create a relevant public space : Third places for all. S.l.: NAI10 Publishers, 2017. 240 Seiten: Illustrationen. ISBN 978-94-6208-351-6 – Hardcover, 44,95 Euro. Auch als E-Book erhältlich.

Weisburg, Hilda K.: Leading for School Librarians: There Is No Other Option. Chicago: ALA Neal-Schuman, 2017. 176 Seiten. ISBN 978-0-8389-1510-3 – Broschiert, USD 45, –

ANZEIGE