

Konzept Social Media

1.1 Begründung

Geplant sind zwei Social Media Plattformen für die Schul- und Stadtbücherei Osthofen nach dem „Handlungsrahmen für die Nutzung von „Sozialen Medien“ durch öffentliche Stellen“ des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz vom 30.08.2016. Zum einen ein Facebook-Auftritt, da diese Plattform eine größtmögliche Streuung in den angestrebten Zielgruppen bietet und Interaktionen mit Kunden in einem festgelegten, zeitlichen Rahmen ermöglicht. Zum anderen soll ein Instagram-Account eingerichtet werden, der seinen Schwerpunkt auf visuellen und audiovisuellen Präsentationen legt und nach neuesten Studien eine deutlich jüngere Zielgruppe anspricht.

Beide Plattformen stellen nicht nur ein zeitgemäßes Mittel des Selbst-Marketing und der Bewerbung auch und gerade von Bibliotheken bzw. Büchereien dar, sie ermöglichen es über Veranstaltungen und kurzfristige Änderungen zu informieren und über deren Durchführung zu rekapitulieren. Gerade in einer Bücherei ist dies absolut notwendig, da der normale Besuchs-Turnus bei regulären 4 Wochen liegt. Über die bisher zur Verfügung stehenden Kanäle ist bisher nur eine rein faktische Ankündigung von Veranstaltungen möglich. Zusätzliches Bildmaterial von Veranstaltungsorten, Anfahrtsmöglichkeiten oder den der Veranstaltung zu Grunde liegenden Medien etc. kann auf ihnen nicht veröffentlicht werden. Zudem erschließen die Social Media Plattformen die Zielgruppen der 30-50-Jährigen ohne Kleinkinder und die Zielgruppe der Jugendlichen, die nicht die standortgleiche Schule besuchen und die mit sporadischen Zeitungsartikeln nicht erreicht werden können. Eine Zielgruppe, die die Bücherei bisher nicht erreichen konnte, aber dennoch den Großteil der Stadtbevölkerung ausmacht und daher dringend zu adressieren ist. Die Plattformen sollen als Zielgruppe aber auch nicht nur den Kundenstamm ausdehnen, sondern auch gegenüber der Zielgruppe von Vorgesetzten, Politikern und Fachinternen Kräften transparente Einblicke zur Bücherei und der dort geleisteten Arbeit bieten. Denn auch hier gilt, dass sich die Bibliothek/Bücherei immer im zeitgenössischen Wandel befindet und dies transportiert werden muss, da sich der gesellschaftliche Auftrag an die Bücherei ändert und einem Wandel unterliegt, dem die Mitarbeiter und die Institution gerecht werden müssen.

1.2 Konzept

Über beide Social Media Plattformen soll über Veranstaltungen vorab und nachbereitend informiert werden, aber auch über kurzfristige Änderungen der Öffnungszeiten zum Beispiel im Krankheitsfall.

Die Bücherei soll als schwellenniedriger Aufenthaltsort, Lernort und Treffpunkt präsentiert werden. Gleichzeitig sollen veraltete Auffassungen von und über Bibliotheken ausgeräumt werden.

Über die Plattformen sollen zudem Informationen über die Bibliothek zum Download bereit stehen, wie zum Beispiel die Anmeldeunterlagen, die in mehreren Sprachen angeboten werden könnten. Herkömmliche Kontaktdaten und Informationswege werden beibehalten und über die neuen Kanäle mitbeworben und veröffentlicht.

Über verschiedene Rubriken soll in festgelegten Turnussen über Neuerwerbungen informiert werden und Medien mit Erlaubnis des jeweiligen Verlages näher vorgestellt werden.

In beiden Plattformen soll der Adressat gesiezt werden. Die Plattformen werden während der Öffnungszeiten von Frau Lenz betreut und dies auch eindeutig kommuniziert.

Bei den Zugriffsregelungen wird zwischen „Nutzerinnen und Nutzer, die Mitglied der Social-Media-Plattform sind“ und „Nutzerinnen und Nutzer, die nicht Mitglied der Social-Media-Plattform sind“ unterschieden. Die Datenübermittlung wird aufgrund des Handlungsrahmen für die Nutzung von „Social Media“ durch öffentliche Stellen (überarbeitet vom Landesbeauftragte für den Datenschutz mit Datum vom 06.03.2020) nur auf bereits angemeldete Mitglieder beschränkt.

2.1 Facebook

Über Facebook sollen die Anmeldeunterlagen in verschiedenen Sprachen und in einfacher Sprache zum Download, sowie die Hausordnung und die geltenden Richtlinien zum Datenschutz bereitgestellt werden.

Um mehr Transparenz und Resonanz zu erreichen, sollen auch alle Jahresberichte zum Download veröffentlicht werden.

Über Facebook soll ein Austausch stattfinden können, der an die Öffnungszeiten gebunden ist.

Jede Informationsrubrik soll von einem Bild begleitet werden, dass ein eindeutiges Zuordnen und Wiedererkennen ermöglichen soll und von einer eigenen Überschrift bzw. Bezeichnung. Unter anderem ist hier das Maskottchen Flip für den Kinderbereich zu nennen. Eine Rubrik die Kinderbücher vorstellt, könnte zum Beispiel „Flip empfiehlt“ oder „Flip stellt vor“ lauten und von einem Bild von Flip begleitet werden.

2.2 Instagram

Als visuelles und audiovisuelles Medium soll über Instagram hauptsächlich auch mit selbstgeschossenen Bildern aus der Bücherei, selbstverständlich ohne Kunden, geworben werden.

Die Inhalte werden zeitgleich zusätzlich auf Facebook veröffentlicht.

- Dazu gehören Bilder von Neuerwerbungen und Einzelpräsentationen mit Absprache der Verlage.
- Im wöchentlichen Turnus sollen so auch Medien für verschiedene Zielgruppen besprochen werden. Bilderbücher für Kleinkinder, Bücher für Teenies und Erwachsenen-Medien.
- Ebenfalls wöchentlich soll eine Mediengruppe vorgestellt werden, wie zum Beispiel die Gruppe für Liederbücher, Nachhaltigkeit oder Handapparate für Lerninhalte.
- Es sollen Kurzvideos in Stop-Motion-Umsetzung erstellt werden, um Arbeitsweisen in der Bücherei näher zu beleuchten, wie zum Beispiel, den Weg eines Mediums von der Bestellung bis ins Regal. Eventuell ist hier eine Kooperation mit der schulinternen Bücherei-AG möglich. Auch Erklärvideos zur automatischen Ausleihe oder Rückgabe am Automaten, zur Recherche oder zur Aufstellung der Medien in der Bücherei sind angedacht.
- Wöchentlich sollen je ein Bild zum Thema Bücherei-Yoga und Bücherei-Fitness (scherzhafte Yogaübungen und Fitnessübungen mit Büchern) veröffentlicht werden.