

**Peter Borchardt
Charlotta Flodell
Michael Milz
Klaus Reinhardt
Gerhard Reiter**

**Eine Marketingkonzeption
für
Öffentliche Bibliotheken**

**Berlin 1987
Deutsches Bibliotheksinstitut**

Inhalt

| | |
|---|----|
| Vorwort | 9 |
| 1. Ausgangslage | 13 |
| 1.1. Bevölkerungsentwicklung | 15 |
| 1.2. Veränderter Kulturbegriff und Wertewandel | 18 |
| 1.3. Veränderungen in der Informations- und Medienlandschaft | 18 |
| 2. Folgerungen | 20 |
| 3. Die Aufgaben und Ziele der Öffentlichen Bibliothek | 21 |
| 4. Marktorientierung vß. Produktorientierung | 24 |
| 5. Bisherige Ansätze, die Nutzung Öffentlicher Bibliotheken zu intensivieren | 26 |
| 5.1. Ausland | 29 |
| 6. Was ist Marketing? | 31 |
| 6.1. Was ist nicht-kommerzielles Marketing? | 33 |
| 6.2. Was ist Bibliotheksmarketing? | 36 |
| 7. Ablauflogisches Marketing-Konzept für Öffentliche Bibliotheken | 41 |
| 8. Die einzelnen Schritte eines Marketingkonzepts für Öffentliche Bibliotheken | 45 |
| 8.1. Voraussetzungen | 45 |
| 8.2. Die Durchführung | 47 |
| 8.2.1. <u>Aufgaben- und Funktionsbestimmung der Bibliothek</u> | 47 |
| 8.2.2. <u>Einverständnis der politisch Verantwortlichen und der Bibliotheks-Mitarbeiter</u> | 55 |
| 8.2.3. <u>Einsetzen einer Arbeitsgruppe, Festlegung der Vorgehensweise</u> | 58 |

| | | |
|-------------------|---|------------|
| 8.2.4. | <u>Sammlung und Aufbereitung bibliotheksinterner und externer Daten - Marketing-Information -</u> | 61 |
| 8.2.4.1. | Bibliotheksinterne Informationen | 61 |
| 8.2.4.2. | Bibliotheksexterne Informationen | 63 |
| 8.2.4.2.1. | Möglichkeiten der Informationsbeschaffung | 66 |
| | a) Sekundärforschung | 66 |
| | b) Primärforschung | 67 |
| | ba) Gruppendiskussion | 68 |
| | bb) Die Nutzerbefragung | 69 |
| | bc) Die Gemeindebefragung | 70 |
| | bd) Die Mitarbeiterbefragung | 70 |
| 8.2.4.2.2. | Aufbereitung, Nutzung und Speicherung von Informationen | 73 |
| 8.2.5. | <u>Gemeinwesenanalyse</u> | 90 |
| 8.2.5.1. | Bezugsrahmen | 90 |
| 8.2.5.2. | Einordnung von Gemeinwesenanalyse in diesen Bezugsrahmen | 90 |
| 8.2.5.3. | Differenzierung von Gemeinwesenanalyse unter offenem Versorgungsauftrag | 91 |
| 8.2.5.3.1. | Wohnortbestimmtes Versorgungsgebiet | 91 |
| 8.2.5.3.2. | Arbeitsortbestimmtes Versorgungsgebiet | 92 |
| 8.2.5.3.3. | Versorgungsgebiet unter Berücksichtigung zentralörtlicher Bedeutung | 92 |
| 8.2.5.4. | Stufen der Gemeinwesenanalyse | 92 |
| 8.2.5.4.1. | Versorgungsgebiet und Einzugsbereich | 93 |
| 8.2.5.4.2. | Karten | 94 |
| 8.2.5.4.3. | Beschreibung des Einzugsbereiches | 95 |
| 8.2.5.4.4. | Bevölkerungsdaten | 96 |
| 8.2.5.4.5. | Gewerbliche Struktur * | 98 |
| 8.2.5.4.6. | Ergänzende öffentliche Infrastrukturversorgung | 102 |
| 8.2.5.4.7. | Ergänzende private Infrastruktur im soziokulturellen Bereich | 103 |
| 8.2.5.4.8. | Gemeindeverwaltung | 106 |
| | Anhang 1: Bevölkerungsdaten | 108 |
| | Anhang 2: Ergänzende öffentliche Infrastruktur | 121 |
| 8.2.6. | <u>Analyse der eigenen Stärken und Schwächen, Feststellung von Konkurrenten und möglichen Kooperationspartnern</u> | 126 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 8.2.6.1. | Basisstrategie der Kooperation | 132 |
| 8.2.7. | <u>Basisstrategie der Segmentation</u> | 140 |
| 8.2.7.1. | Bedeutung der Segmentation | 140 |
| 8.2.7.2. | Bisheriges Segmentationsverhalten und Problemgruppen Öffentlicher Bibliotheken | 141 |
| 8.2.7.3. | Probleme der Segmentbestimmung | 143 |
| 8.2.8. | <u>Festlegung von Marketingzielen</u> | 148 |
| 8.2.9. | <u>Kontaktaufnahme mit Zielgruppen, Planung der Angebote</u> | 152 |
| 8.2.9.1. | Das Marketing-Instrumentarium | 156 |
| | a) Angebotsgestaltung | 156 |
| | b) Gegenleistungsgestaltung | 161 |
| 8.2.10. | <u>Durchführung / Werbung und Öffentlichkeitsarbeit</u> | 164 |
| 8.2.10.1. | Distributionsgestaltung | 165 |
| 8.2.10.2. | Kommunikationsgestaltung | 168 |
| 8.2.11. | <u>Bewertung und Kontrolle / Leistungsmessung</u> | 174 |
| 8.2.11.1. | Bedeutung der Marketingkontrolle | 174 |
| 8.2.11.2. | Qualitative Indikatoren zur Leistungsmessung | 176 |
| | (1) Die Nutzerzufriedenheit | 176 |
| | (2) Der Bekanntheitsgrad der Bibliothek | 177 |
| 8.2.11.3. | Quantitative Indikatoren zur Leistungsmessung | 178 |
| | (a) Ausleihe pro Einwohner | 178 |
| | (b) Umsatz des Bestandes | 179 |
| | (c) Registrierte Nutzer in Prozent der Bevölkerung | 179 |
| | (d) Bibliotheks-Besuche pro Einwohner | 180 |
| | (e) Veranstaltungsbesuche pro Einwohner | 180 |
| | (f) Angebots-Nutzung innerhalb der Bibliothek pro Einwohner | 181 |
| | (g) Anfragen pro Einwohner | 182 |
| | (h) Bestands-Verfügbarkeit | 183 |
| | Formular Output-Messung | 185 |
| | Formular Angebots-Nutzung | 186 |
| | Formular Bestands-Verfügbarkeit | 187 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| 9. | Einführung und Umsetzung des Marketing in Bibliotheken | 189 |
| 9.1. | Problembereiche des Umsetzungsprozesses | 189 |
| 9.1.1. | Widerstände | 190 |
| 9.1.2. | Kreativität | 191 |
| 9.2. | Das Planungsteam | 193 |
| | Anmerkungen | 195 |
| | | |
| 10. | Nutzer und potentielle Nutzer Öffentlicher Bibliotheken: Eine empirische Analyse | 201 |
| 10.1. | Einleitung | 201 |
| 10.2. | Empirische Unterlagen und Untersuchungen der Leseforschung | 203 |
| 10.3. | Die Nutzer Öffentlicher Bibliotheken | 205 |
| 10.3.1. | Die Bedeutung des Bevölkerungsrückgangs | 208 |
| 10.3.2. | Bildungsexpansion und Bildungsmüdigkeit | 210 |
| 10.3.3. | Die Entwicklung der Freizeit und der Mediennutzungsgewohnheiten | 213 |
| 10.4. | Sind Jugendliche mit niedrigerer Bildung potentielle Nutzer der Öffentlichen Bibliothek? | 220 |
| 10.4.1. | Bildungsfaktoren | 220 |
| 10.4.2. | Freizeitaktivitäten und Mediennutzungsgewohnheiten von Jugendlichen mit niedrigerer Bildung | 220 |
| 10.4.3. | Werte und Freizeit- bzw. Medienpräferenzen bei Jugendlichen mit niedrigerer Bildung | 224 |
| 10.4.4. | Das Verhältnis zum Buch und zum Lesen bei Jugendlichen mit niedrigerer Bildung | 226 |
| 10.5. | Ältere potentielle Nutzer der Öffentlichen Bibliothek | 231 |
| 10.5.1. | Die Mediengewohnheiten von älteren Menschen | 232 |
| 10.5.2. | Die Beziehung zum Buch | 234 |
| 10.5.3. | Können ältere Bürger Bibliotheksbenutzer werden? | 235 |

| | | |
|-------|-------------|-----|
| 10.6. | Ausblick | 236 |
| | Anmerkungen | 237 |
| | Anhänge | 241 |
| | Literatur | 249 |