

Marketing als Herausforderung für Öffentliche Bibliotheken

Hausarbeit im Rahmen der Praxisorientierung (Modul 3) des BA Studiengangs Kulturwissenschaften an der FemUniversität Hagen

vorgelegt von

Sascha Papke

SoSe 2009

Abgabetermin: 01.09.2009

Lehrgebiet Soziologie III
Bereich Stadt- und Regionalsoziologie

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	3
2.	Sozio-kultureller Wandel und dessen Auswirkungen auf die Bibliothekswelt.....	4
2.1	Veränderter Kulturbegriff und Wertewandel.....	4
2.2	Veränderungen im bibliothekarischen Selbstverständnis.....	8
3.	Marketing im „Kulturbetrieb Bibliothek“.....	11
3.1	Grundzüge des Kulturmarketings.....	11
3.2	Der Nutzen von Bibliotheksmarketing.....	15
4.	Stärken-Schwächen-Analyse aus marketingstrategischer Perspektive am Beispiel der Stadtbibliothek Erlenbach a. Main.....	16
4.1	Die Stadtbibliothek Erlenbach a. Main.....	16
4.2	Die Freunde und Förderer der Stadtbibliothek Erlenbach a. Main e.V.....	18
4.3	Mission Statement und Leitbild.....	19
4.4	Stärken-Schwächen-Analyse anhand der „vier P“.....	20
4.4.1	Produkt- und Leistungs politik.....	20
4.4.2	Preispolitik.....	21
4.4.3	Distributionspolitik.....	21
4.4.4	Kommunikationspolitik.....	22
5.	Literaturverzeichnis.....	25