



Öffentlichkeitsarbeit

Grundlagen

Pressearbeit

Veranstaltungsplanung

Daniela Fidler
Lehrgang 160/2
September 2023

Begriffsdefinition „Öffentlichkeitsarbeit“

- „Public Relations“ = öffentliche Beziehungen

Öffentlichkeitsarbeit

= das bewusst geplante und dauerhafte Bemühen um ein Vertrauensverhältnis zwischen Unternehmen, Institutionen oder Personen und ihrer Umwelt

WOZU?

- Zielgruppen erreichen
- In Kontakt bringen
- ein positives Bild der Bibliothek vermitteln
- Präsenz zeigen, steigern
- Image kreieren/ändern
- Schnittstelle zwischen Bibliothek und Öffentlichkeit

Öffentlichkeitsarbeit nach außen:

- ▶ Kundenorientierung
- ▶ Mediengestaltung
 - ▶ Corporate Design
 - ▶ Homepage
- ▶ Pressearbeit
- ▶ Veranstaltungsorganisation
- ▶ Lobbying

Kundenorientierung: was biete ich an?

- ▶ Benutzerfreundliche Bibliothek
- ▶ Freundliche und kompetente Mitarbeiter*innen
- ▶ Gut gestaltete Öffnungszeiten
- ▶ Aktuelles Medienangebot
- ▶ Rasche Einarbeitung der Medien
- ▶ Gutes Leitsystem und Medienpräsenz
- ▶ Einladende Räumlichkeiten
- ▶ Gute Beleuchtung
- ▶ Gute Beschilderung und Hinweisschilder
- ▶ Eingehen auf Benutzer*innenwünsche & Bedarfe



Zirl



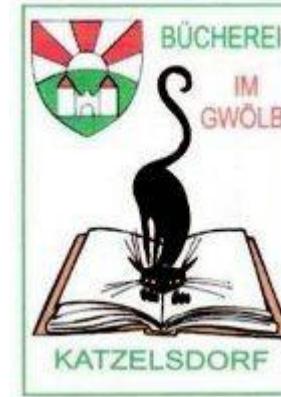
Werbung durch gute Mundpropaganda!

Mediengestaltung

- ▶ Gibt es ein Logo?
- ▶ Bibliotheksfolder
 - ▶ Mit Logo
 - ▶ Öffnungszeiten
 - ▶ Gebühren
- ▶ Benutzerordnung (zur Information für neue Kunden und als Werbemittel)
- ▶ Homepage –immer aktuell halten!
- ▶ Schaukästen, Plakatwände
- ▶ T-Shirts für Mitarbeiter*innen
- ▶ Fahnen, RollUps
- ▶ Social Media-Auftritt



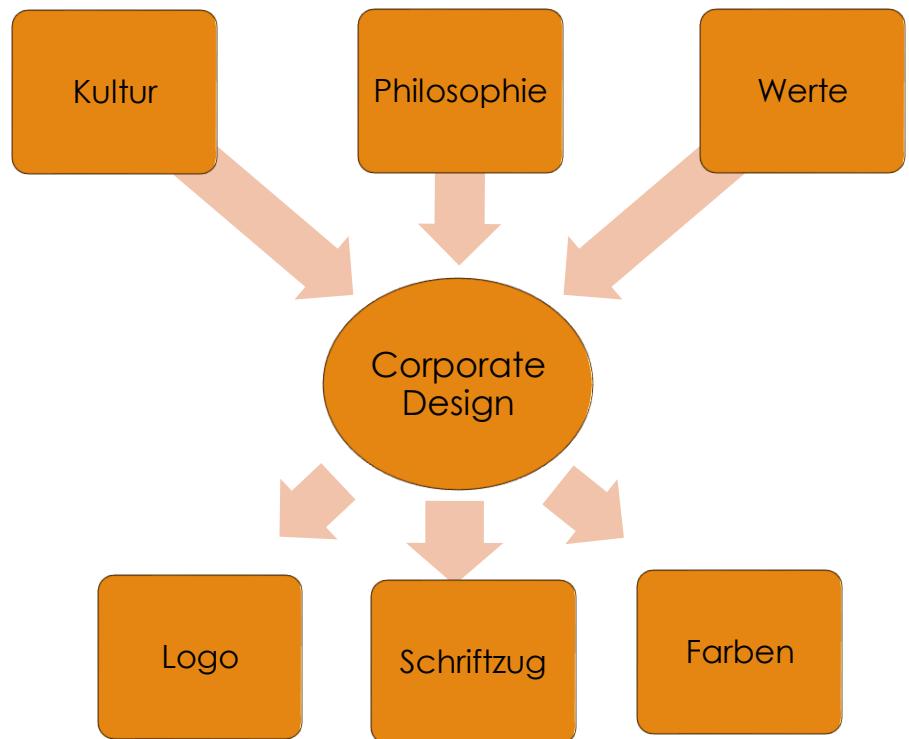
BIBLIOTHEK
Erlesen und erleben in **Musterort**

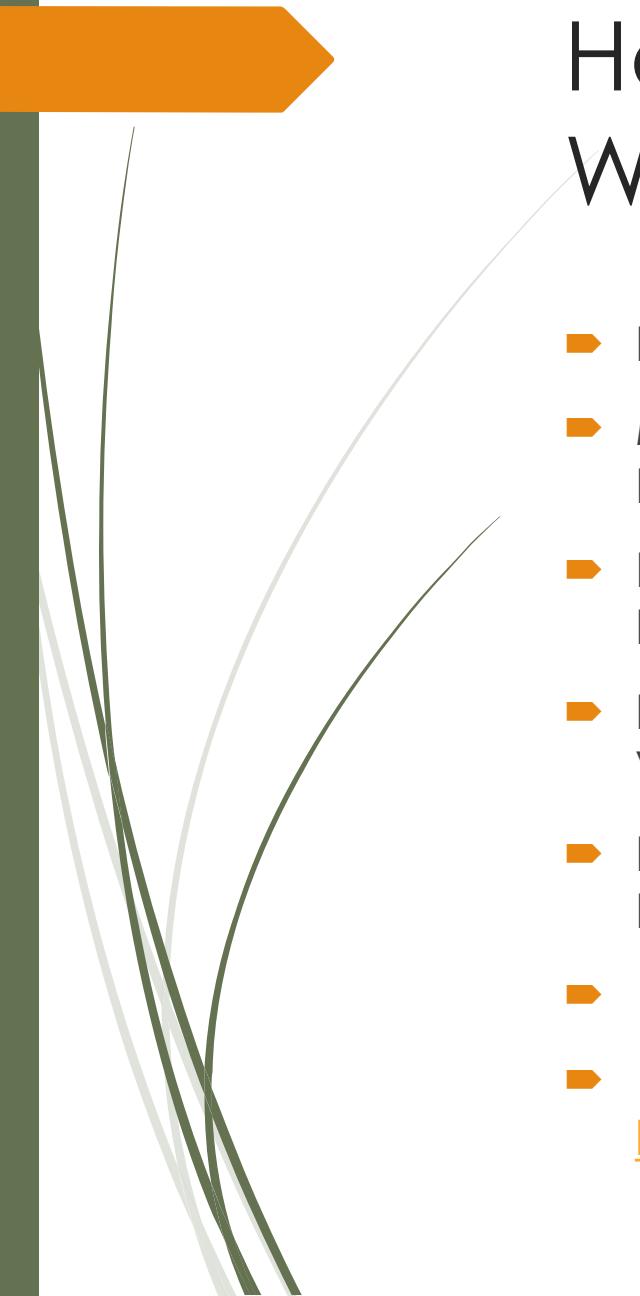


Corporate Design

Ist das visuelle Erscheinungsbild einer Organisation

- ▶ Hoher Wiedererkennungswert durch Logo, Schriftzug und Farbe= Identität
- ▶ Das Corporate Design soll sich auf allen Werbe- und Informationsmaterialien wiederfinden:
 - ▶ Visitenkarten, Stempel
 - ▶ Leserausweise
 - ▶ Informationsfolder
 - ▶ Einladungen, Plakate
 - ▶ Website, Social Media





Homepage Websites für Bibliotheken des **bvo**

- ▶ Kostenlose und maßgeschneidert auf individuelle Bedürfnisse (50 MB)
- ▶ Mit einer Subdomain für Ihre Website z.B. unter dem Ortsnamen der Bibliothek: z.B. www.wimpassing.bvoe.at
- ▶ Redaktionstool zur Gestaltung und Wartung (Content-Management- System Drupal)
- ▶ Es sind keine HTML-Kenntnisse nötig, Schulungsunterlagen online (ink. Videos)
- ▶ Bei der Erstellung und Wartung der Website ist auch Hilfestellung seitens des BVÖ möglich
- ▶ 1x/Jahr Kurs in Wien, e-learning-Kurs ist in Planung
- ▶ Alle Infos:
<https://www.bvoe.at/serviceangebote/internetangebote/website>

Weitere Internetangebote des BVÖ

- ▶ E-Mail-Adresse
 - ▶ österreichweit unter einheitlicher Domain: „bibliotheken.at“
 - ▶ kostenlos
 - ▶ z.B.: wimpassing@bibliotheken.at; buecherei-wolfau@bibliotheken.at
- ▶ Webopac – österreichweit „Bibliotheken online“
 - ▶ die Vernetzung aller Öffentlichen Bibliotheken Österreichs im Internet
 - ▶ kostenlos
 - ▶ www.bibliotheken.at
- ▶ Mailingliste „bibmail“
 - ▶ Wichtige Informationen aus und um den BVÖ
 - ▶ Informationen anderer Bibliotheken
 - ▶ Öffentlichkeitsplattform für Ihre Bücherei
 - ▶ bibmail@bvoe.at

Homepage-Gestaltungstipps

1. Grundlegende Infos (Adresse, Öffnungszeiten, Kontakt...)
 2. Informationen über Bücher und Bestand
 3. Termine/Veranstaltungen
 4. Hintergrundinfo zur Bibliothek, Geschichte
 5. Suchfunktion – Online-Bibliothek
-
- !! AKTUALITÄT !! ist oberstes Prinzip
 - Logo
 - Impressum anführen (laut Gesetz verpflichtend)
 - Eigenes Corporate Design beibehalten
 - Klarheit & Übersichtlichkeit „Weniger ist oft mehr“
 - Die Website ist kein Archiv (v. a. Fotos) / Qualität vor Quantität
 - Ausgewogener Multimedia-Mix
 - Newsletter-Service
 - Web-Opac, Online-Bibliothek
 - Social Media einbetten



WebOPAC

Online-Bibliothek

- ▶ Der Bestand der Bibliothek ist 24 Stunden/7 Tage die Woche erreichbar - unabhängig von den Öffnungszeiten
- ▶ Modernes Design mit Buchcover, Katalogisaten und Verfügbarkeit
- ▶ Einfache Bedienung
- ▶ Die Medien können vorbestellt, reserviert und verlängert werden
- ▶ Netzwerke/Verbünde sind möglich => größeres Angebot
- ▶ Werbebanner von Sponsoren können eingefügt werden



Plakatgestaltung

Tipps

► **Öffnungszeitenplakate STÄNDIG**

- in Schaukästen, Geschäfte, Banken, Kiga, Schule, ...aushängen
- Plakate müssen immer wieder gesehen werden, um langfristig zu wirken

► **Veranstaltungsplakate TERMINBEZOGEN**

- Überlegungen bevor ich ein Plakat entwerfe: Anlass, Zielgruppe, Botschaft
- Das Wichtigste soll schnell erfassbar sein, in 1-2 Sekunden
- Wiedererkennungswert!!! Logo, Gestaltung
- „Weniger ist mehr“
- Klare und deutliche Schrift verwenden
- Kein Blocksatz, sondern Flattersatz
- Keine Großbuchstaben
- Sprache der Farben beachten – schwarze Schrift auf gelben Hintergrund hat die beste Wirkung
- Plakatierliste – wo plakatieren wir, wer übernimmt welchen Teil?

Klassische Pressearbeit



Kein Anlass ohne Pressinformation, keine Pressinformation ohne Anlass!

Je wichtiger der Anlass und eindeutiger die Info, desto höher ist die Chance auf Veröffentlichung.

Zu beachten:

- ▶ Richtiger Zeitpunkt der Aussendung (Redaktionsschluss unterschiedlich)
- ▶ Welcher Inhalt für welche Medien (Tageszeitung, Regionalzeitung...)?
- ▶ Medienverteiler: aktuell und vollständig, Ansprechpartner*innen in den richtigen Ressorts
- ▶ Nutzen von leicht zu bedienenden Presseformen wie bibmail und biblioforum

Presseaussendung Tipps & Tricks



- ▶ Nur übersichtliche Presseaussendungen werden gelesen!
- ▶ Inhalt passt auf 1 A4-Seite
- ▶ Das Wichtigste zuerst
- ▶ Eckdaten sind leicht zu finden: **W-Fragen**
- ▶ Kernbotschaften deutlich formulieren
 - ▶ Kurztexte mit inhaltlicher Zusammenfassung ist dabei (werden oft 1:1 übernommen)
- ▶ Inhalt/“Story“ gut erzählen, Konzentration auf das Wesentliche
 - ▶ Text: emotionalisierend, aber nicht zu reißerisch
- ▶ authentisch bleiben
- ▶ Keine falsche Bescheidenheit, aber auch kein Selbstlob
- ▶ Wiedererkennungswert: einheitliches Erscheinungsbild, Typografie
- ▶ Ankündigung VORHER (2-4 Wochen), Bericht NACHHER → **FOTOS!!!**

KISS:
**Keep it short
and simple!**

Pressemeldung per E-Mail

- ▶ Personalisierter Kontakt besser als allgemeine Absenderadressen (info@, office@)
- ▶ Bei Massenmails (Presseverteiler) die Mailadresse immer BCC senden
- ▶ WAS? und WANN? in den Betreff schreiben (z.B. Buchpräsentation_ am__)
- ▶ Einheitliche Schriftart, Gliederung und Wiedererkennung
- ▶ Logo und Website immer erkennbar platzieren
- ▶ Wichtige Info in den ersten Teil
- ▶ Absätze machen, Zeilenlänge max. 65 Zeichen
- ▶ Bildmaterial nachreichen oder Downloadlinks angeben (Mails landen leicht im SPAM)
- ▶ Druckfähige Bilder mind. 300 dpi, Bilder für Webnutzung 72 dpi
- ▶ Max. 10 MB im Anhang

Gute Fotos vs. schlechte Fotos



Veranstaltungsorganisation

- ▶ Veranstaltungen gehören zu den öffentlichkeitswirksamsten Aktivitäten, mit denen eine Öffentliche Bibliothek auf sich aufmerksam machen kann.
- ▶ Sie sind auch Abwechslung vom Bibliotheksalltag.
- ▶ Imagefaktor: man nimmt damit am Kulturleben des Ortes teil.

- ▶ Warum organisiere ich eine Veranstaltung?
 - ▶ Um mehr Aufmerksamkeit zu erreichen
 - ▶ Um die Bibliothek als Literaturveranstalterin zu etablieren
 - ▶ Um damit die Anzahl der Leser*innen zu steigern
 - ▶ Um eine gute Ausgangsposition für die nächsten Budgetverhandlungen zu haben

Veranstaltungsformen

- ▶ Einzelveranstaltungen
 - ▶ Lesungen
 - ▶ Workshops
 - ▶ Bilderbuchkino...
- ▶ Veranstaltungsreihe: in festgelegtem Rhythmus oder lockerer Abfolge
 - ▶ Bibliotheksführerschein
 - ▶ Besuche der VS oder Kiga mit Programm
- ▶ Festivals: mehrtägig

→ Veranstaltungsideen bei Zielgruppenspezifische Veranstaltungen



Veranstaltungsplanung

Überlegungen im Vorfeld

- ▶ Warum möchte ich eine Veranstaltung machen?
- ▶ Welche Zielgruppe möchte ich erreichen?
 - ▶ Je genauer die Zielgruppe feststeht, desto leichter fällt die Wahl des Veranstaltungsthemas.
- ▶ Welche Art der Veranstaltung soll es werden?
 - ▶ Einzelveranstaltungen
 - ▶ Veranstaltungsreihe: in festgelegtem Rhythmus oder lockerer Abfolge
 - ▶ Festivals: mehrtägig
- ▶ →Veranstaltungsidee

Wichtig:

- ▶ Rechtzeitiger Planungsbeginn (für kleinere Veranstaltungen 2-3 Monate vorher)
- ▶ Rechtzeitige Einbindung des Teams (Information, Werbung, Aufgabenverteilung)
- ▶ Rechtzeitiges Einbinden von Kooperationspartner*innen
- ▶ Kostenkalkulation und Finanzierung



Terminfindung

- ▶ Es gibt niemals einen *idealen* Termin für eine Veranstaltung - KEINE PANIK!
- ▶ WICHTIG: **Termin der Veranstaltung mit anderen Veranstaltungen in der Gemeinde abstimmen** und dabei auf die jeweiligen Zielgruppen achten – so nimmt man sich gegenseitig kein Publikum weg
 - ▶ Tipp: es gibt manchmal Planungsveranstaltungen für den Gemeindekalender, wo die Vereine/Veranstalter zusammensetzen und Termine abstimmen können
 - ▶ Veröffentlichung der Termine auch auf der Gemeindehomepage
- ▶ Uhrzeit klug wählen
 - ▶ Abendveranstaltungen nicht vor 19 Uhr



Kostenkalkulation

Kosten

- ▶ Honorare: Kosten für z.B. die Autor*in, Moderator*in, Vortragende
- ▶ Hotel, Reisekosten
- ▶ Miete für den Veranstaltungssaal

**Die Bibliothek als
Veranstaltungsort
wäre zu bevorzugen!**

- ▶ Technische Ausstattung (Mikrofone..)
- ▶ Werbematerialien (Druckkosten, Versand...)
- ▶ Verpflegung
- ▶ Dekoration
- ▶ Buchankauf
- ▶ Mitarbeiter*innen

Geldquellen/Sponsoring

- ▶ Eintrittsgelder
- ▶ Förderungen (rechtzeitige Einreichung!)
- ▶ Sponsoren, die einen Teil der Kosten übernehmen oder Waren zur Verfügung stellen
 - ▶ Winzer
 - ▶ Wirte, Lokale, Heurigen
 - ▶ Bäcker
 - ▶ Banken, Versicherungen
 - ▶ Lebensmittelgeschäft
 - ▶ Buchhandlung
 - ▶ Druckereien, Copyshops
 - ▶ Unterstützung bei Werbemitteln
 - ▶ Zeitschriftenpat*innen

Wichtige Kooperationspartner*innen:

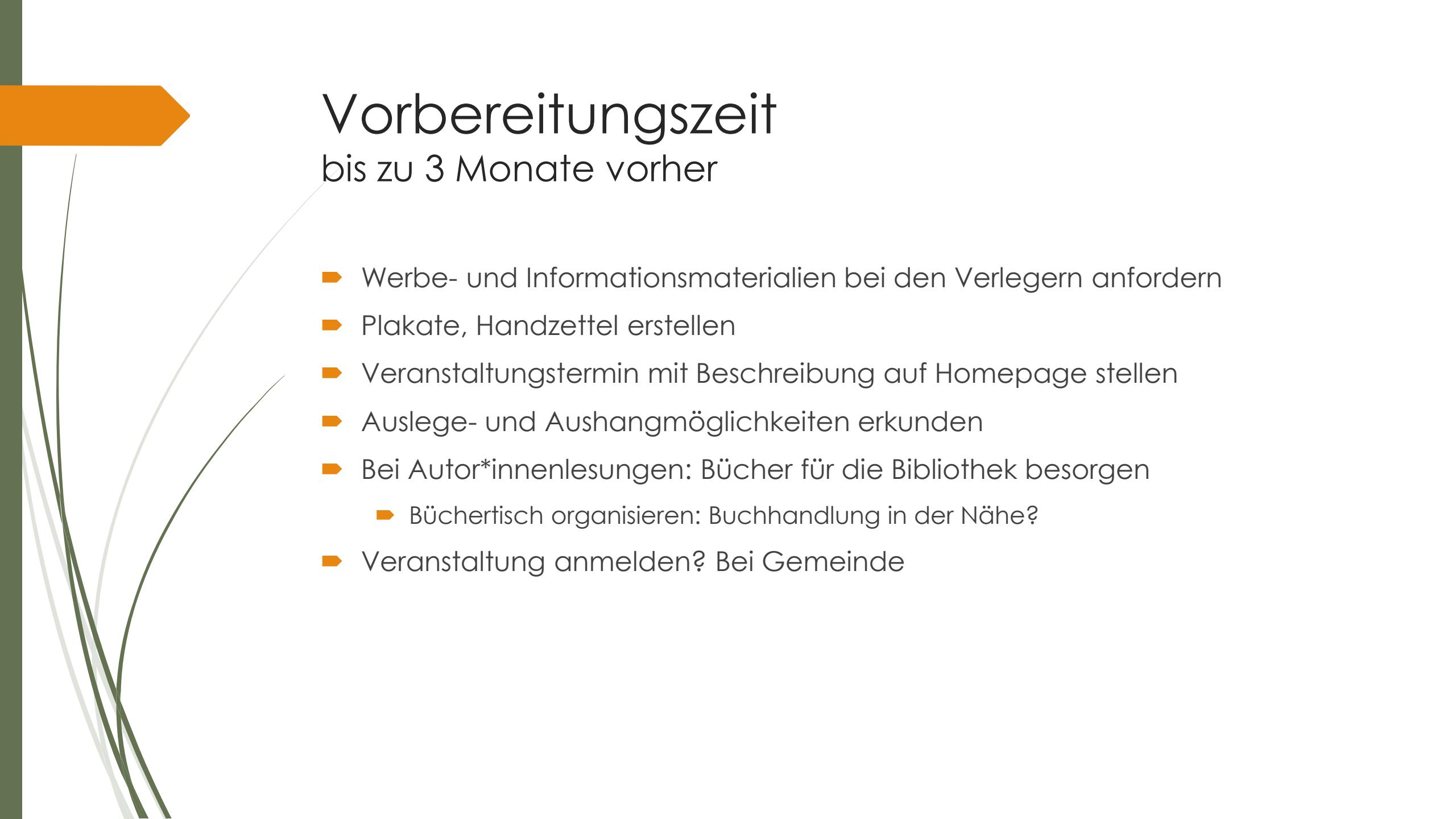
- ▶ Kindergarten
- ▶ Schulen im Ort
- ▶ Hort
- ▶ Bildungseinrichtungen wie z.B. VHS
- ▶ andere Kursanbieter*innen
- ▶ Familien
- ▶ Organisationen
- ▶ Vereine
- ▶ Lokale
- ▶ Buchhandlungen in der Umgebung
- ▶ Literaturhäuser in der Umgebung
- ▶ Ortsansässige Firmen
- ▶ Expert*innen aus der Ortschaft
- ▶ Prominente?
- ▶ Ungewöhnliche Kooperationen?
 - ▶ Beispiele?



Vorbereitungszeit

bis zu 6 Monate vorher

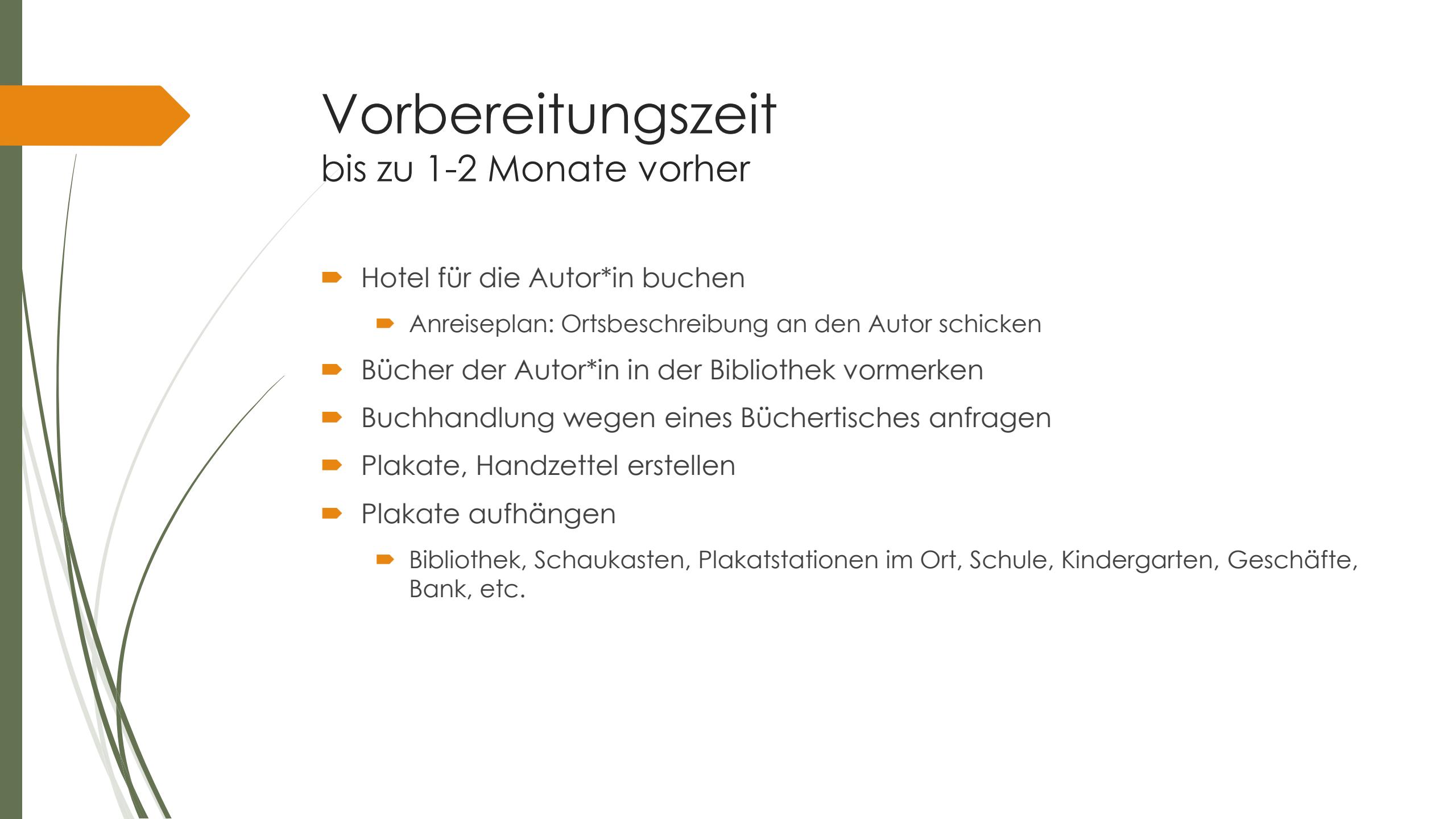
- ▶ Autor*in bzw. Verlag kontaktieren
- ▶ Termin für den Auftritt ausmachen
- ▶ Zielgruppen absprechen
- ▶ Dauer klären
- ▶ Groben Ablauf der Veranstaltung regeln
- ▶ Honorar besprechen
- ▶ Rahmenbedingungen (Bühne, Mikrofon, Licht...) klären → Vereinbartes schriftlich bestätigen lassen!
- ▶ Kooperationspartner suchen: Kostenteilung, Raumnutzung, Werbung
- ▶ Veranstaltungsort festlegen/buchen



Vorbereitungszeit

bis zu 3 Monate vorher

- ▶ Werbe- und Informationsmaterialien bei den Verlegern anfordern
- ▶ Plakate, Handzettel erstellen
- ▶ Veranstaltungstermin mit Beschreibung auf Homepage stellen
- ▶ Auslege- und Aushangmöglichkeiten erkunden
- ▶ Bei Autor*innenlesungen: Bücher für die Bibliothek besorgen
 - ▶ Büchertisch organisieren: Buchhandlung in der Nähe?
- ▶ Veranstaltung anmelden? Bei Gemeinde



Vorbereitungszeit

bis zu 1-2 Monate vorher

- ▶ Hotel für die Autor*in buchen
 - ▶ Anreiseplan: Ortsbeschreibung an den Autor schicken
- ▶ Bücher der Autor*in in der Bibliothek vormerken
- ▶ Buchhandlung wegen eines Büchertisches anfragen
- ▶ Plakate, Handzettel erstellen
- ▶ Plakate aufhängen
 - ▶ Bibliothek, Schaukasten, Plakatstationen im Ort, Schule, Kindergarten, Geschäfte, Bank, etc.

Vorbereitungszeit

4 Wochen vorher

- ▶ Veranstaltungsankündigung an die Presse
- ▶ Einladungen per Post verschicken
 - ▶ Ehrengäste?
 - ▶ Postwurfsendung in der ganzen Gemeinde? → Kosten!
- ▶ Plakate aufhängen
 - ▶ Bibliothek, Schaukasten, Plakatstationen im Ort, Schule, Kindergarten, Geschäfte, Bank, etc.
 - ▶ Evt. Handzettel mit Veranstaltungsankündigung an Schule und Kiga geben (zum Mit-nachhause-nehmen: Werbung bei Eltern!)
 - ▶ Veranstaltung auf Social Media ankündigen!
- ▶ Beteiligte Akteur*innen kontaktieren
 - ▶ Details klären (Braucht man Tonanlage, Mikros, Bühne, sonst. Unterlagen etc...)
- ▶ Bewirtung organisieren
- ▶ Kartenverkauf klären

Vorbereitungszeit

2 Wochen vorher

- ▶ Presseaussendung verfassen und verschicken
- ▶ Journalisten anrufen und zur Veranstaltung einladen
- ▶ Terminankündigung in der örtlichen Zeitung bestätigen lassen (Foto!)
- ▶ Veranstaltungsort inkl. Infrastruktur
- ▶ Personaleinsatz festlegen (wer fotografiert?) 
- ▶ AKM informieren: Formulare für die Meldung von literarischen und/oder musikalischen Veranstaltungen findet man auf www.akm.at
(Verwertungsgesellschaft für Autoren, Komponisten, Musikverleger)
- ▶ Ablaufplan für alle Beteiligten schreiben
- ▶ Kleine Geschenke für Akteur*innen organisieren (Blumen...)





Vorbereitungszeit

TAG X

- ▶ Ablaufplan!
- ▶ Ggf. Gästeliste ausdrucken und kopieren (für Presse)
- ▶ Autor*in betreuen (Abholung, Hotel, Getränke ...)
- ▶ Veranstaltungsort herrichten (Bestuhlung, Beleuchtung, Mikrofon, Büchertisch, Deko)
- ▶ Buffet
- ▶ Mikrofon – Probe
- ▶ Reservierungsschilder aufstellen
- ▶ Wasser und Glas für die Vortragenden bereitstellen
- ▶ Veranstaltungsort beschildern

Am Beginn:

- ▶ Begrüßen der Gäste beim Eintreffen (in der Nähe des Eingangs stehen)
 - ▶ Betreuung der Freie Spende-Box!
- ▶ Offizielle Begrüßung und kurze Info, was an diesem Abend passieren soll
- ▶ Autor*innen, Akteur*innen... vorstellen
- ▶ Dank an die Sponsor*innen, Mitarbeiter*innen

ES GEHT LOS!

Am Ende:

- ▶ Schlussworte sprechen, Danksagung (ca. 1 Minute) und zum Buffet bitten
 - ▶ Das offizielle Programm sollte nicht länger als 1 Stunde dauern
 - ▶ Kleine Geschenke, Blumen für Akteur*innen überreichen
 - ▶ Signiermöglichkeit
- ▶ **Gestellte Fotos für die Presse machen**
- ▶ Nachbetreuung der Akteur*innen
- ▶ Abrechnung machen
 - ▶ Freie Spende, Eintritte ...



Nacharbeit

In den Tagen danach

- ▶ Pressebericht mit Fotos erstellen und an Presseverteiler senden
- ▶ Veranstaltungsbericht an Leser*innen aussenden (Newsletter)
- ▶ Bericht, Fotoalbum auf Homepage stellen
- ▶ Fotos in Schaufenster, Schaukasten
- ▶ Presseartikel sammeln und Pressespiegel erstellen, Pressemappe
- ▶ Dankschreiben mit Pressebeiträgen an die Künstler*innen verfassen
- ▶ Nachbesprechung mit den Mitarbeiter*innen
 - ▶ Was war gut? Was nicht?
 - ▶ Was muss man beim nächsten Mal verbessern/anders machen?
 - ▶ Was wurde vergessen
 - ▶ Wichtige Learnings!



Lobbying

Die Lobbyarbeit einer Bibliothek (=Imagepflege im Rahmen Öffentlichkeitsarbeit) ist ein zentrales Werkzeug, um Stellenwert und Relevanz der Einrichtung in der Wahrnehmung von Fördergeber*innen, Träger*innen, Sponsor*innen und Unterstützer*innen zu festigen.

Unter Lobbying versteht man den Umgang mit Ämtern, Behörden, Organisationen, Politiker*innen und anderen Meinungsträgern zur Durchsetzung seiner Sonderinteressen.

Für die Anliegen der Bibliothek betreibt man Lobbying z.B. im

- ▶ Gemeindeamt
- ▶ Bürgermeister*in
- ▶ Pfarrgemeinderat
- ▶ örtliche Wirtschaft



Gruppenarbeit

Plant eine Veranstaltung



Nützliche Links

- ▶ Büchereiperspektiven 3/17, Ausgabe zu Öffentlichkeitsarbeit
https://www.bvoe.at/epaper/3_17/mobile/index.html#p=1
- ▶ <https://www.wirlesen.org/artikel/tipps-tools/kommunikation/pressearbeit/pressearbeit-viele-ws-und-ein-kuss>
- ▶ <https://wirlesen.org/ideenpool>
- ▶ <https://wirlesen.org/tags/veranstaltungsmanagement>
- ▶ <https://wirlesen.org/tags/veranstaltungsrecht>
- ▶ https://www.bvoe.at/serviceangebote/faqs_bildrechte_und_co
- ▶ <https://www.akm.at/>
- ▶ <https://www.google.com/alerts>
- ▶ <https://www.bvoe.at/serviceangebote/internetangebote/website>

