

# Facebook in der Bibliothek

Schon seit einigen Jahren ist das Thema Facebook in aller Munde und alle großen Unternehmen, Marken und Personen des öffentlichen Lebens sind auf Facebook vertreten. Warum macht es auch für Bibliotheken Sinn, auf Facebook aktiv zu werden?

Von Bettina Winkler

## Die Bedeutung von „Social Media“

„Social Media“ nennt man digitale Medien, die es Nutzern ermöglichen, sich virtuell untereinander auszutauschen und online miteinander zu vernetzen. Mit der Jahrtausendwende kamen die ersten großen sozialen Netzwerke auf den Markt. Bereits im Jahr 2001 wurde das bekannteste Wissensportal – Wikipedia – gegründet. Übrigens belegt Wikipedia heute Platz sechs der meistbesuchten Websites weltweit!



2004 nahm der damalige Harvard-Student Mark Zuckerberg Facebook ans Netz und damit die Erfolgsgeschichte ihren Lauf: Facebook zählt inzwischen knapp 1,6 Milliarden aktive Nutzer weltweit und ist damit das mit Abstand erfolgreichste soziale Netzwerk. Täglich loggen sich knapp eine Milliarde Menschen bei Facebook ein. In Deutschland liegt die Nutzerzahl bei 28 Millionen – mehr als jeder dritte Erwachsene ist damit „Facebookianer“. Für Bayern ist die Statistik sogar noch beeindruckender: Von 12,8 Millionen Bayern ist jeder Zweite bei Facebook angemeldet. Damit birgt Facebook für alle Unternehmen und Werbetreibenden ein riesiges Potenzial: Kein anderes Medium ermöglicht es, mit mehr Menschen gleichzeitig in Verbindung zu treten!

## Potenzial für Bibliotheken

Bevor wir uns jetzt dem praktischen Nutzen von Facebook für Ihre Bibliothek zuwenden, möchte ich noch kurz mit einem Vorurteil aufräumen. Entgegen der landläufigen Meinung wird Facebook inzwischen auch stark von Erwachsenen genutzt – circa die Hälfte der aktiven deutschen Nutzer hat das 30. Lebensjahr bereits überschritten. Die Anzahl der Nutzer in Bayern, die zwischen 18 und 65 Jahre alt sind und sich für „Lesen“ und „Bücher“ interessieren, liegt bei knapp 3 Millionen Nutzern. Sie werden Ihre Zielgruppe also mit Sicherheit auf Facebook finden – Worauf warten Sie noch?

## Drei wichtige Fragen vorab

Soziale Netzwerke und allen voran Facebook sind kein Hexenwerk, allerdings sollten Sie sich mit diesen drei Fragen auseinandergesetzt haben, bevor Sie loslegen:

- Wer sind Ihre Kunden bzw. Ihre Wunschkunden?
- Was wollen Sie diesen Menschen mitteilen?
- Wer kümmert sich um Ihren Facebook-Auftritt und die Beantwortung von Kunden-Anfragen?

## Fanpage erstellen

Um mit Ihrer Zielgruppe in Kontakt zu treten, sollten Sie sich eine sogenannte Fanpage zulegen. Loggen Sie sich dazu mit Ihrem privaten Facebook-Profil ein und besuchen Sie diese Internetseite: [www.facebook.com/pages/create/](http://www.facebook.com/pages/create/). Sie sollten sich für ein „Lokales Unternehmen oder Ort“ entscheiden – hier gibt es im nächsten Schritt bereits die Kategorie-Vorauswahl „Bibliothek“.

Nachdem Sie eine Beschreibung Ihrer Bibliothek hinzugefügt haben, will Facebook Ihre bevorzugte Seitenzielgruppe wissen. Geben Sie hier den Standort Ihrer Bücherei und den relevanten Umkreis an. Sollte sich Ihre Bibliothek nur an eine ausgewählte Zielgruppe wenden, können Sie das ebenfalls bereits jetzt auswählen. Unter „Interessen“

finden Sie die Kategorie „Unterhaltung“ und hier die weitere Einschränkungsmöglichkeiten wie „Lesen“, „Filme“, „Musik“ etc. Wählen Sie die relevanten Einträge aus, denn je präziser Ihre Angaben sind, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Ihre Zielgruppe auch finden werden. Die Initialerstellung Ihrer Fanpage ist damit bereits abgeschlossen. Fügen Sie jetzt noch Ihre Öffnungszeiten und Ihr Impressum hinzu. Dafür gibt es bereits vorgesehene Felder. Falls Sie eine Website besitzen, reicht der Link auf das entsprechende Impressum. Je mehr der möglichen Info-Felder Sie ausfüllen können, desto besser.

### Die richtige Zielgruppe finden

Die wichtigsten Felder haben wir schon im Punkt „Fanpage erstellen“ abgehakt. Neben dem Ort wissen Sie bereits, welche Interessen Ihre Zielgruppe hat. Klicken Sie diese Interessen und Eigenschaften mithilfe der von Facebook vorgeschlagenen Begriffe zusammen.

Ihr wichtigstes Schlagwort „Lesen“ können Sie – falls gewünscht – noch genauer spezifizieren: Welche Art von Literatur bietet Ihre Bibliothek? Wählbare Interessen sind zum Beispiel Belletristik oder auch Comics oder Fachbücher. Experimentieren Sie einfach ein wenig und geben Sie auch freie Begriffe in die Suche ein, die für Ihre Zielgruppe von Interesse sein könnten und die Ihre Bibliothek im Angebot hat.

von Interesse sein könnten und die Ihre Bibliothek im Angebot hat.

Neuer Service

Stadtbibliothek Hammelburg  
11. Januar 2017

Da ist sie endlich: unsere Bücher-Tasche! Gegen eine Gebühr von 2 € könnt Ihr sie bei uns käuflich erwerben oder ausleihen - in diesem Fall gibt es das Geld bei Rückgabe der Tasche selbstverständlich zurück!




Foto: Stadtbibliothek Hammelburg / Eva Kübert

### Stadtbücherei Traunstein

10. August 2016

Wir sind schon fleissig am räumen und schleppen 📖👉 😊 :-)) und haben gefühlt soviele Bücher wie noch nie :-)) also jede Menge Schätze für alle Schnäppchenjäger am Samstag 😊



AUG 13

Großer Bücherflohmarkt im Kulturzentrum

Sa 09:00 UTC+02 · Kulturzentrum Traunstein

Foto: Stadtbücherei Traunstein / Angelika Lindhuber

Veranstaltungshinweis

### Interessante Inhalte finden

Soweit so gut. Um sich mit Ihren Kunden und potenziellen neuen Kunden zu vernetzen, müssen Sie jetzt aber noch aktiv werden und interessante Inhalte, sogenannte „Posts“ veröffentlichen. In der Online-Branche spricht man dabei vom „Content Marketing“. Dahinter verbirgt sich aber nur eine ganz einfache Frage: „Welche Inhalte und Aktionen könnten für unsere Zielgruppe von Interesse sein, so dass Sie regelmäßige Besucher unserer Bibliothek werden?“ Diese Frage müssen sich alle Unternehmen und Organisationen stellen, die erfolgreiches Facebook-Marketing betreiben wollen. Denn eines ist klar: Wenn ich meiner Zielgruppe nichts oder nichts Interessantes zu sagen habe, kann der Schuss auch nach hinten losgehen.

Keine Sorge: Ich bin sicher, dass Sie viele spannende und interessante Dinge zu erzählen haben. Hier ein paar Vorschläge:

- Berichten Sie über interessante Neuzugänge.
- Laden Sie Ihre Kunden zu Aktionen und Veranstaltungen in Ihrer Bibliothek ein.
- Erwähnen Sie die Anzahl an Titeln innerhalb eines bestimmten Genres.
- Erzählen Sie, welche besonderen Angebote und Services Sie zu bieten haben.
- Sprechen Sie über Ihre vielfältigen Sortimentsgruppen – von Büchern, DVDs, Musik, Hörbüchern, E-Books ...
- Stellen Sie Ihre Mitarbeiter mit ihren Lesegewohnheiten vor.
- Treten Sie in Interaktion: Sind Sie nicht sicher, ob ein neues Genre für Ihre Nutzer von Interesse sein könnte? Fragen Sie Ihre Facebook-Fans!



Coverbild mit  
Bibliotheksteam

Hier noch ein paar Tipps für die Erstellung der Inhalte: Halten Sie Ihre Posts relativ kurz, bei ca. 300 Zeichen sollte Schluss sein. Am besten kombinieren Sie Ihren Text mit einem Bild bzw. Foto, das erhöht die Aufmerksamkeit (achten Sie bitte auf urheberrechtliche Einschränkungen). Posten Sie nicht öfter als einmal täglich, jedoch mindestens einmal pro Woche. Sie können Ihre Posts übrigens auch als Entwürfe auf Facebook einstellen und die Veröffentlichung sogar zeitlich steuern. So können Sie z. B. einen Kollegen bitten, Ihre Posts Korrektur zu lesen und Verbesserungen vornehmen.

### Marketing betreiben

Mit den oben genannten Schritten haben Sie schon viel getan, um Ihre Zielgruppe auf sich aufmerksam zu machen. Aber die wichtigste Maxime im Marketing lautet ja bekanntermaßen: Tue Gutes und sprich darüber! Also bitten Sie alle Mitarbeiter und Freunde, Ihre Facebook Seite zu liken und im Freundeskreis zu teilen. Machen Sie Ihre Kunden und Besucher Ihrer Bibliothek mündlich und mit Postern und Flyern darauf aufmerksam, dass Sie jetzt auch auf Facebook vertreten sind. Setzen Sie einen Link zu Ihrer Fanpage auf Ihre Website. Versuchen Sie mit einem Gewinnspiel noch weitere relevante Fans zu gewinnen. Verlosen Sie z. B. eine kostenlose Jahresmitgliedschaft unter allen, die Ihre Fanpage liken und diesen Post teilen. So gewinnen Sie mit wenig Aufwand große Aufmerksamkeit und erhöhen den Radius Ihrer Posts immens. Damit haben Sie das größte Potenzial von Facebook erkannt: die Viralität, also die Möglichkeit, über Ihre Fans mit deren Freunden in Kontakt zu treten. Durchschnittlich besitzt jeder Facebook-Nutzer 130 Freunde, die im Normalfall die gleichen oder ähnliche Interessen und Vorlieben haben. Dieser Kontakt ist völlig kostenlos und Gold wert!

### Kommunizieren und in Interaktion treten

Der Charme der Social-Media-Kanäle liegt darin, dass es zu einem echten Gespräch und Austausch kommen kann. Sie treten in Interaktion mit Ihren Kunden, denn diese können auf Ihre Posts antworten, Ihre Meinung kundtun, Fragen stellen. Oder auch Kritik äußern. Vor allem davor fürchten sich viele Unternehmen und Organisationen. Lassen Sie sich davon nicht abschrecken, begreifen Sie die Interaktion mit Ihren Kunden als wertvolle Bereicherung und nutzen Sie eventuelle kritische Äußerungen als Möglichkeit, sich zu verbessern und weiterzuentwickeln. Gehen Sie mit gesundem Menschenverstand an die Sache und behandeln Sie Ihre Kunden mit Respekt.

Besprechen Sie intern, wer wann für die Beantwortung von Kundenanfragen verantwortlich ist. Im besten Fall checken Sie Ihre Fanpage einmal täglich und beantworten Fragen möglichst zeitnah. Es ist übrigens überhaupt nicht schlimm, wenn Sie erstmal keine konkrete Antwort auf eine Fragestellung haben. Antworten Sie einfach mit dem Hinweis, dass Sie sich um die Beantwortung kümmern werden und sich mit der Antwort zeitnah wieder melden.



## Zu guter Letzt: Erfolge messen

Facebook bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Posts auszuwerten. Unter dem Bereich „Statistiken“ sehen Sie, welche Inhalte erfolgreich waren, wie viele Nutzer Ihren Post gesehen haben, welche Interaktionen Sie ausgelöst haben und so weiter. Nutzen Sie diese Statistik, um in Zukunft noch bessere und interessantere Inhalte zu generieren. Facebook wird es Ihnen danken: Je mehr Interaktion (Gefällt mir-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte) Ihre Posts erzeugen, desto öfter werden Ihre Inhalte angezeigt und desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Ihre Fans auch erreichen.

Ich hoffe, ich habe nicht zu viel versprochen und Sie haben jetzt Lust bekommen, die Facebook-Welt zu erobern? Ich freue mich auf Ihr Feedback.

### Hinweis

*Aus rechtlichen Gründen haben wir keine Screenshots der Facebook-Seiten, sondern nur Bild- und Textzitate mit freundlicher Genehmigung der Bibliotheken veröffentlicht. Die entsprechenden Original-Facebook-Seiten bzw. Einträge finden Sie unter folgenden Adressen.*

<https://www.facebook.com/stadtbibliothekalzenau/>  
<https://www.facebook.com/Stadtbibliothek.Hammelburg/>  
<https://de-de.facebook.com/Stadtbuecherei.Traunstein/>



#### DIE AUTORIN:

Bettina Winkler ist Medienfachwirtin und freiberufliche Beraterin für Online-Marketing und Social Media.

Veranstaltungshinweis  
 Neues Onleihe-Angebot