

# Bibliothekswerbung einmal anders

Das Team der Stadtbibliothek Straubing (Niederbayern) hat 2017 neue Wege der Bibliothekswerbung beschritten und sich dafür entschieden, zwei kurze Werbespots zu produzieren und im ortsansässigen Kino zu schalten.

Von Sonja Fischer

Bibliotheken orientieren sich in den letzten Jahren verstärkt an Marketing-Strategien von Wirtschaftsunternehmen, wozu auch visuelle Instrumente wie Image- oder Werbevideos gehören. Besonders die Produktion von Imagefilmen hat sich in den vergangenen Jahren im Bibliothekswesen durchgesetzt, und so entstanden in verschiedensten Bibliotheken zahlreiche Filme und Konzepte, die deren Image positiv beeinflussen sollen. Charakteristisch für Imagefilme ist es, dass die Bibliothek sich in Zahlen und Fakten vorstellt. Das Team der Straubinger Bibliothek wollte jedoch einen anderen Weg einschlagen und die Bibliothek auf eine prägnante, witzige und spritzige Art und Weise darstellen.

## Konzept

Daher entschloss man sich im Jahre 2017, kurze und knackige Werbefilme produzieren zu lassen. Vorbild dafür waren die Videos der Alberta's Libraries „Books and Beyond“<sup>1</sup>. Zunächst sollte das ortsansässige Kino „Citydom“ als Distributionsplattform dienen. Man erhoffte sich, dadurch zahlreiche Zielgruppen und Gesellschaftsschichten zu erreichen, die die Bibliothek entweder noch nie oder früher besucht besucht haben, aber dann weggeblieben sind.

Nachdem verschiedene Bibliotheksfilme und diverse Lektüren gesichtet wurden, erstellte man ein Konzept für die Werbespots, legte Gestaltung, Zielgruppen und Botschaft fest. Die Dauer wurde auf 15 bis 20 Sekunden begrenzt, eine übliche und bewährte Länge für Werbefilme.

Als Zielgruppe sollten alle Kinobesucher<sup>2</sup> und damit potenzielle Bibliotheksnutzer angesprochen werden: Kinder, Jugendliche, Erwachsene und Senioren. Die Bibliothek sollte sich als moderne, offene Informationseinrichtung, als Aufenthaltsort und als Ratgeber in allen Lebenslagen präsentieren. Diesem Ziel entspricht auch der im Laufe des Projekts vom Bibliotheksteam entwickelte Slogan „Entdecke, was in dir steckt!“ Dieser Slogan soll zukünftig auch für alle Werbematerialien der Stadtbibliothek Straubing verwendet werden.

## Firmenauswahl

Sobald diese Kernelemente feststanden, erkundigte man sich, welche Firma für die Schaltung der Werbung im Kino zuständig ist. Für das Kino in Straubing ist es die Firma Weischer.Regio<sup>3</sup>, welche daraufhin kontaktiert und um ein Angebot bezüglich der Schaltungskosten und Voraussetzungen gebeten wurde. So erfuhr man, dass bei einer Produktion eines Werbespots für das Kino nicht nur die Produktionskosten zu beachten sind, sondern auch die Kosten für die Ausstrahlung, eine FSK-Prüfung und die Aufbereitung des Videomaterials für das sog. Kinoformat.

Weischer.Regio empfahl auch verschiedene Produktionsstudios, wovon eine Auswahl angeschrieben und um Angebote für die Produktion von zwei Werbespots gebeten wurde. Wichtig waren bei der Wahl der Produktionsfirma neben dem Preis auch, dass ein umfassendes Leistungspaket angeboten wurde und es sich um ein regionales Unternehmen handelte. Schlussendlich entschied man sich für eine Tochterfirma des Fernsehsenders DonauTV, bildschnitt.tv<sup>4</sup>, ein erfahrenes Unternehmen im Bereich Filmproduktion, das zusätzlich anbot, die Werbespots zu vergünstigten Preisen in der TV-Werbung von DonauTV zu schalten.

## Produktion

Nachdem die Produktionsfirma feststand, setzte man sich mit den Drehbuchautoren von bildschnitt.tv zum Brainstorming zusammen, worauf diese mehrere Spotkonzeptionen anhand der Vorgaben des Bibliotheksteams erarbeiteten. Nach weiteren Absprachen und Änderungswünschen wurden schließlich zwei Drehbücher abgesegnet. Bildschnitt.tv schlug verschiedene Schauspieler vor, unter denen geeignete Personen ausgewählt werden konnten. Pro Spot veranschlagte man jeweils einen Drehtag, an dem sich Schauspieler, Ton- und Kameraleute sowie Requisiteure in der Bibliothek einfanden.

Das dabei entstandene Ton- und Bildmaterial wurde danach in der Postproduktion geschnitten und mit Spezialeffekten versehen. Als die ersten Versionen der Spots fertig



*Dreharbeiten in der  
Stadtbücherei Straubing*

waren, wurden sie zur Abnahme vorgelegt und nach einer Vorführung im gesamten Bibliotheksteam konnten noch einige Änderungswünsche umgesetzt werden. Am Ende wurde die Finalisierung der Spots vorgenommen, was u. a. die Konvertierung für die Ausstrahlung im Kino und in DonauTV sowie die FSK-Prüfung beinhaltete.

### Präsentation

Im Citydom wurden die beiden Werbefilme ab Ende November 2017 für insgesamt sechs Monate jeweils im Wechsel in verschiedenen Kinosälen ausgestrahlt. Die Saalplanbuchung nahm Weischer.Regio vor, da hier die Anzahl der Sitzplätze sowie der Vorstellungen pro Monat ausschlaggebend sind. Nach diesen Kriterien und der Länge der Werbeclips berechnete sich auch der Preis für die Schaltung. In der TV-Werbung von DonauTV wurden die Werbeclips im November und Dezember 2017 jeweils Montag, Mittwoch und Freitag inkl. aller Wiederholungen in einem attraktiven Werbeblock immer abwechselnd gezeigt. Außerdem wurden sie auf der Facebookseite und im YouTube Kanal der Stadtbibliothek Straubing veröffentlicht.<sup>5</sup>

### Finanzierung

Insgesamt sollten für die Produktion eines Werbespots für das Kino oder die TV-Werbung Kosten von ca. 4.000 € eingeplant werden. Diese Summe beinhaltet die Produktion, die Schauspieler, die Dekoration, die Konfektionierung, die Schaltung im Kino und im Fernsehen sowie die FSK-Prüfung. Von Vorteil war, dass für die Produktion der Spots dank der Vermittlung der Landesfachstelle für das öffentliche Bibliothekswesen auch staatliche Fördermittel bereitstanden, außerdem konnten die Kosten für die Schaltung im Kino auf zwei Jahre aufgeteilt werden.

### Fazit

Insgesamt gesehen ist die Produktion von Werbespots zu empfehlen, da diese vielseitig eingesetzt werden können. Anzumerken ist jedoch, dass deren Wirkung nur schwer bzw. erst auf lange Sicht gesehen festgestellt werden kann. Das Team der Straubinger Bibliothek wurde durch dieses Projekt um viele Erfahrungen reicher, erhielt einen neuen Slogan und zieht auch in Erwägung, in einigen Jahren neue Spots drehen zu lassen.

### Anmerkungen

1. YouTube Video "Books and Beyond": <https://youtu.be/TTayEyh6yN4>
2. Zur besseren Lesbarkeit wird nur die männliche Form verwendet, die jedoch die weibliche Form stets mit einschließt.
3. Homepage von Weischer.Regio: <https://weischer.media/de/de/regionale-vermarktung/>
4. Homepage von bildschnitt.tv: <http://bildschnitt.tv/>
5. Werbespot „Yoga“: [https://youtu.be/j6e\\_8z8f1ME](https://youtu.be/j6e_8z8f1ME)  
Werbespot „Das ist ein Buch“: <https://youtu.be/h0S wxxWVxa0>

(Internetzugriffe: 6.8.2018)

---

DIE AUTORIN:

*Sonja Fischer ist Mitarbeiterin der Stadtbibliothek Straubing und u. a. zuständig für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit.*

---