

Social Media für Bibliotheken

Heute gehört es ja fast zum guten Ton, eigene Inhalte auch über eine Facebookseite zu verbreiten und vielleicht auch noch ein bisschen zu twittern. Als wir, also die Mediothek Krefeld, im Jahr 2010 damit anfangen uns in die sozialen Netze zu wagen, war das alles tatsächlich #Neuland. Dieser Artikel möchte sechs Jahre danach eine kurze Bilanz ziehen: Was hat sich getan und lohnt sich der Aufwand überhaupt?

Instagram

Seit 2013 ist die Mediothek auf Instagram aktiv. Das Bildernetzwerk bietet die Möglichkeit Bilder am Smartphone direkt mit Fotofiltern zu versehen und hochzuladen. Die Bilder können zudem mit einem Text – und jetzt wird es spannend – und sogenannten Hashtags versehen werden. Diese Hashtags, also Schlagwörter, geben die Stimmung, den Umstand, die Situation und den Inhalt des Bildes wieder. Besonders interessant für uns, diese Hashtags sind recherchierbar. Zum einen stellen wir Bilder aus unserem Bibliotheksalltag ein und zeigen damit, wie vielfältig dieser ist, zum anderen durchforsten wir regelmäßig naheliegende Hashtags, wie etwa „Krefeld“ oder „Bibliothek“, nach Bildern, die in unserem Haus entstanden sind. Dort kommentieren wir dann oder nehmen Kontakt zur Fotografin oder zum Fotografen auf. Warum? Zum einen zeigen wir mit dem emotional starken Medium Bild die Attraktivität und Vielfalt der Mediothek, zum anderen überraschen wir unsere NutzerInnen damit, dass wir auch in diesem Medium unterwegs sind und dort ebenfalls Kontakt aufnehmen.

Twitter

Der Kurznachrichtendienst ist ein weiteres, kraftvolles Social-Media-Instrument. Zum einen twittern wir selbst von Veranstaltungen oder aus dem Bibliotheksalltag, zum anderen durchforsten wir auch hier relevante Hashtags um zu helfen oder an Diskussionen teilnehmen zu können. Häufig geht es dabei um die Onleihe, also das digitale Lesen, E-Book-Reader oder andere bibliotheksrelevante Themen, genauso mischen wir aber bei „Followerpower“-Tweets gern mit. Dabei geht es darum, dass Menschen via Twitter Hilfe zu so ziemlich allen Lebensbereichen suchen. Wenn wir mit Rat und Tat zur Seite stehen können, tun wir das. Eine weitere wichtige Funktion ist die des Vernetzens innerhalb unserer Stadt. Über Retweets und Antworten sowie gemeinsam genutzten Hashtags gelingt dieses Netzwerken sehr gut.

Facebook

Apropos Netzwerk: Ein riesiges Thema im Bereich Social Media ist natürlich Facebook. Die Arbeit dort lässt sich grob in zwei große Teile unterteilen. Zum einen ist da all das, was man

sieht, wenn man in einem Browser www.facebook.com/mediothek.krefeld eingibt – die Facebookseite. Dort finden sich Beiträge zu Veranstaltungen, zum Alltag und zu vielen anderen Themen, die informativ, witzig, tiefgründig und – hoffentlich – interessant sind. Die Arbeit, die dort investiert wird, ist zum einen eine aufwändige Recherche von aktuellen und spannenden Fakten, zum anderen eine kreative Leistung. Es müssen Texte erstellt werden, Fotos oder Videos gemacht und bearbeitet werden und dann wird alles so verknüpft, dass einmöglichst erfolgreicher Facebook-Beitrag entsteht. Dabei versuchen wir eine gesunde Mischung aus „Edutainment“ (Education und Entertainment) zu bieten, also sowohl informative als auch unterhaltende, lustige Postings zu erstellen.

Der, vielleicht relevantere Teil, unserer Arbeit, ist die Arbeit in den uns umgebenden Facebook-Gruppen. Facebook bietet verschiedene Arten von Gruppen an, offene, die frei auffind- und lesbar sind, geschlossene, die man zwar finden, aber nicht einsehen kann, bevor man kein Mitglied ist und es gibt geheime Gruppen. Letztere sind nicht recherchierbar und man muss eingeladen werden um teilnehmen zu können. Unser Ziel war und ist es in alle diese Gruppen zu gelangen, wenn sie einen Krefeldbezug haben, um die Mediothek Krefeld als Ort und als kompetenten Ansprechpartner zu positionieren. Dafür ist es notwendig als Person, nicht als Institution, in diesen Gruppen aktiv zu sein. Diese Art der sozialen Vernetzung ist sehr arbeitsintensiv und vermischt dienstlichen und privaten Account sehr. Dadurch erreichen wir aber eine hohe Durchwirkung unserer Community und eine hohe Nachhaltigkeit. Für Veranstaltungen, Aufrufe oder Ähnliches können wir so auf ein Netz an Multiplikatoren zurückgreifen und schaffen es so, die Mediothek immer wieder ins Gespräch zu bringen und im Gedächtnis zu behalten.

Zum Abschluss noch etwas Generelles zum Thema Social-Media-Arbeit in einer Bibliothek. In Krefeld hat die Bibliotheksleitung von Anfang an darauf Wert gelegt, dass die Kommunikation zwischen der Bibliothek und den Nutzerinnen und Nutzern schnell und komplikationslos erfolgen kann. Das heißt, die MitarbeiterInnen, welche die Social-Media-Kanäle betreuen, brauchen einen großen Vertrauensvorschuss und müssen frei und schnell reagieren, schalten und walten können. Beides ist aber, meiner Meinung nach, nur möglich, wenn die MitarbeiterInnen Ahnung von der Materie haben. Vernünftige Social-Media-Arbeit in einer Bibliothek ist eben genau das: Arbeit. Arbeit, die sich lohnt!

Social-Media-Kanäle gehören häufig zu den Standardinstrumenten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Auch Bibliotheken können Facebook, Instagram oder Twitter für sich nutzen.

AutorIn: Martin Kramer

Links: [Büchereiperspektiven 4/11: Follow me! Social Media für Bibliotheken](#)
[Öffentlichkeitsarbeit in Bibliotheken](#)
[Social-Media-Webinar](#)
[Was ist Werbung?](#)

Tags: [Tipps & Tools](#)
[Kommunikation](#)
[Öffentlichkeitsarbeit](#)

