

Liebe Schülerinnen und Schüler!

Sie beginnen nun mit dem nächsten Projekt. Um Ihnen einen Einblick in die Inhalte und mögliche Aktivitäten zu geben, erhalten Sie dieses Informationsblatt.

Sie werden wieder fächerübergreifend arbeiten. Diesmal zum

Lernfeld 13: Anwenden von Marketingstrategien und -instrumenten

in dem folgende Ziele und Inhalte formuliert sind:

Ziele:

- Die Schüler/Schülerinnen stellen die Bedeutung des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit für Anbieter von Medien- und Informationsdiensten dar.
- Sie erläutern, welche Marketinginstrumente zur Verfügung stehen.
- Sie stellen den Zusammenhang zum ordnungspolitischen Rahmen der Volkswirtschaft her.
- Die Schüler/Schülerinnen beurteilen den Stellenwert, den Öffentlichkeitsarbeit und Marketing in ihrem Betrieb einnehmen.
- Sie bewerten Marketingstrategien unter Berücksichtigung finanzieller Vorgaben.
- Die Schüler/Schülerinnen nutzen Möglichkeiten der nationalen und internationalen Zusammenarbeit.
- Sie wirken bei Werbeaktionen sowie bei der Organisation von Veranstaltungen mit.
- Sie erstellen Werbemittel und Informationsmaterialien.
- Die Schüler/Schülerinnen wenden Methoden zur Erfolgskontrolle an und begründen ihre Notwendigkeit.

Inhalte:

- Wirtschaftsordnungen
- Marketingstrategien und Marketinginstrumente
- Stellenwert und Formen der Öffentlichkeitsarbeit
- Kulturmanagement
- Budgetierung
- Erfolgskontrolle
- Gestaltung mehrsprachiger Texte

Projekt 1

**Fundraising in Bibliotheken** (ÖB oder WB). Die Werbung von Drittmitteln gewinnt für Bibliotheken immer mehr an Bedeutung. Fundraising bezieht sich nicht nur auf die gezielte Beschaffung von Geld, sondern auch von anderen Ressourcen wie Sachmitteln, Zeit und Dienstleistungen. Welche verschiedenen Arten der Förderung sind möglich, welche Instrumente stehen zur Verfügung?

Alternative Aufgabestellung: Möglichkeiten des Fundraising für das Lesepatentprojekt / für die Leseförderung

Projekt 2

Erarbeitung eines **Marketingkonzepts für eine ausgewählte Stadtteilbibliothek** in Berlin oder Brandenburg: Marktforschung, Angebotsgestaltung (Produkt- und Servicepalette), Distributionspolitik, Leistungsziele, Finanz- und Zeitplanung, Kooperationspartner und Werbemaßnahmen. Die Projektarbeit sollte eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie die Formulierung von strategischen und operativen Ziele enthalten.

Projekt 3

Bildagenturen präsentieren sich häufig in Form von Katalogen auf CD-ROM bzw. als Printmedium. Erstellen Sie einen ansprechenden **Katalog** zu einem selbst gewählten Thema. Dokumentieren Sie Ihre Vorüberlegungen. An welchen Kundenkreis haben Sie gedacht? Wie begründen Sie Ihre Motivauswahl? Welche Informationen muss der Katalog außer den Bildern enthalten?

Projekt 4

Dokumentieren Sie eine **erfolgreiche Marketingaktion** und versuchen Sie herauszufinden, was eine öffentliche Einrichtung davon lernen könnte. Hierzu könnte es sinnvoll sein, mit den „Machern“ Kontakt herzustellen. Erkundigen Sie sich auch nach den Kosten und darüber, wie sich der Erfolg dieser Marketing- und Imagekampagnen messen lässt.

### Projekt 5

Wie präsentieren sich eigentlich **amerikanische Bibliotheken**? Welches Image vermitteln sie, welche Dienste bieten sie an? Versuchen Sie, Kontakte aufzunehmen, fragen Sie nach Konzepten, und - vor allem - ermitteln Sie, was auch für Berliner Bibliotheken nachahmenswert wäre.

### Projekt 6

Von der Bibliothek zum **Medien- und Informationscenter**. Stellen Sie sich vor, die Nutzer einer Bibliothek würden die Medien nicht nur ausleihen, sondern auch vor Ort unter Anleitung nutzen und selbst produzieren. Mailen, Faxen, CDs brennen, Broschüren erstellen, Bilder scannen, Audiotbearbeitung, Videokonferenzen könnten neue Angebote sein. Allerdings würden Ihre Vorgesetzten sicher gern wissen wollen, welche Kosten hierbei entstehen und wer die möglichen Abnehmer sein könnten. Entwerfen Sie hierzu ein Konzept.

### Projekt 7

Gestalten Sie einen **virtuellen Rundgang** für die Homepage unseres OSZ.

### Projekt 8 (Fachrichtung Archiv)

Das Archiv als **Haus der Geschichte**. Entwickeln Sie ein Konzept für eine Zusammenarbeit zwischen Schulen und Archiven.

### Projekt 9

Das **Museum für Kommunikation** wünscht sich von uns ein Konzept für eine Imagekampagne. Hierzu wurden bereits Schüler angesprochen.

### Projekt 10

**Archivare** machen sich **selbständig** oder der Archivar als Ich-AG. Welche Dienstleistungen bietet er an? Wie vermarktet er seine Kompetenzen?

### Projekt 11

Machen Sie eine **Werbeaktion für sich selbst!** Wie gestalte ich eine umfassende Bewerbungsmappe für eine Blindbewerbung an verschiedene Firmen? Beachten Sie hierbei die Anforderungsprofile aus Stellenanzeigen. Nutzen Sie aber auch die Gelegenheit, Hintergrundinformationen zu Ihrem Beruf zu geben. Es kommen verschiedene Medienformen in Frage. Überlegen Sie auch, welche Unternehmen in Berlin Famis brauchen könnten. Eine Übersetzung Ihrer Blindbewerbung in das Englische wäre sinnvoll.

### Projekt 12

**Kinder im Archiv** - Archivbestände für Kinder

Das Landesarchiv Berlin hat im vergangenen Jahr am Tag des offenen Denkmals teilgenommen und öffnet die Pforten des Archivs auch am Tag der Archive für die Öffentlichkeit. Zur interessierten Öffentlichkeit gehören auch Kinder, für die ein besonderes Angebot zusammengestellt werden muss. Entwickeln Sie ein kindgerechtes Konzept für einen Vormittag/Nachmittag im Landesarchiv.

### Projekt 13

Viele Bibliotheken führen Veranstaltungen für ihre Kunden durch. Die regelmäßig erscheinenden Leser erfahren davon meist durch Aushänge, Flyer und dgl. Wer aber nur gelegentlich in seiner Bibliothek auftaucht, wird mache Veranstaltung mangels Information verpassen.

Entwickeln Sie ein **Informationssystem**, das die Kunden auch dann erreicht, wenn sie nicht zur Bibliothek kommen. Beschreiben Sie die technischen Voraussetzungen und die Kosten für die Bibliothek.

### Projekt 14

Vor einiger Zeit lief in „radio eins“ ein Quiz, das von einem Verlag gesponsort wurde. Selbstverständlich konnte man die Lösungen schnell mit den CD-ROM's des Verlages lösen. So konnte der Hersteller seine Informationskompetenz kostengünstig einem breiten Publikum vorstellen.

Prüfen Sie, ob ähnliche Aktionen nicht auch für Bibliotheken möglich und sinnvoll wären. Entwerfen Sie hierzu ein Konzept und ein erstes **Quiz**. Nehmen Sie Kontakt zu möglichen Partnern auf.

### Projekt 15

Manche Bibliotheken entwickeln sich inzwischen zu Antiquariaten. Prüfen Sie, ob es möglich ist, die Einnahmen einer Bibliothek zu steigern. Wie sind die rechtlichen Voraussetzungen? Könnte eine Bibliothek die **Ein-**

**nahmen** selbst verwenden, oder müssten die Gelder an das Bezirksamt weiter geleitet werden? Erkunden Sie, wie in verschiedenen Bibliotheken vorgegangen wird und dokumentieren Sie die Ergebnisse. Vielleicht können Sie ja Anleitung für die Einrichtungen sein?!

### Projekt 16

Nicht alle Marketingaktionen enden erfolgreich. Gelegentlich wird sehr viel Geld ausgegeben, und dann floppt die Aktion. Dokumentieren Sie solche „**Flop**s“, und finden Sie heraus, woran die Misserfolge gelegen haben könnten. Welche Schlüsse ziehen Sie daraus?

### Projekt 17

Der **Wissenschaftliche Dienst** des Deutschen Bundestages möchte sich neu und „frischer“ darstellen. Gewünscht ist auch ein Logoentwurf. Hinweis: Es haben sich bereits Interessenten gefunden.

### Projekt 18

Archive bieten **Dienstleistungen für Unternehmen** an. Erarbeiten Sie ein Konzept und entsprechendes Material für die Vermarktung von archivischen Kompetenzen (Schriftgutverwaltung, Ordnen und Erschließen von Schriftgut, Beratung, Betreuen von Datenbanken usw.) an Unternehmen, Vereine, Verbände o.a.

Welche Dienstleistungen bieten Sie an? Wie vermarkten Sie Ihre Kompetenzen?

(Dafür gibt es natürlich auch Beispiele in der wirklichen Welt.)

### Projekt 19

Bibliotheksarbeit für **Senioren** – eine „alte“ Zielgruppe neu entdeckt.

Welche speziellen Gewohnheiten und Bedürfnisse zeichnen diese Zielgruppe aus? Welche Medien, Veranstaltungen und Serviceleistungen bieten sich an? Gibt es bereits erfolgreiche Beispiele aus der Praxis? Ein Projekt mit dem Schwerpunkt Marktforschung.

### Projekt 20

Schaut man sich die Bestände von Bibliotheken an, dann könnte man auf den Gedanken kommen, auch außerhalb der Bibliotheken darauf aufmerksam zu machen – Reiseliteratur im Reisebüro, Verbraucherhinweise bei der Verbraucherberatung usw. Welche **Kooperationspartner** kämen passend zu den Beständen in Frage? Entwerfen Sie hierzu ein möglichst konkretes Konzept.

### Projekt 21

**Ausstellungen** stellen vor allem in größeren Bibliotheken einen wichtigen Bereich ihrer Marketingaktivitäten dar. Stellen Sie die Planung, Akteure, Durchführung und Resonanz einer Ausstellung am Beispiel einer größeren aktuellen Ausstellung in Berlin oder Brandenburg dar. Beleuchten Sie dazu verschiedene Aspekte des Kulturmanagements.

Hinweis: Dieses Projekt ist auch für die Fachrichtung **Archiv** denkbar.

### Projekt 22

Der **Förderverein** für Bibliotheken – ein Notprogramm oder mehr?

Viele Mitarbeiter in Bibliotheken fühlen sich im Stich gelassen und suchen nach unkonventionellen Wegen, um in Zeiten knapper Kassen an finanzielle Mittel für die Erwerbung zu kommen. Ein Beispiel dafür könnten Fördervereine sein. Was verbirgt sich hinter dieser Idee? Gibt es bereits Beispiele dafür? Welchen Erfolg hatten die Aktivitäten?

### Projekt 23

Vorlesen – kinderleicht? **Vorleseseminar** für Lesepaten

Nicht erst seit den Pisastudien ist deutlich, wie wichtig das gemeinsame Lesen mit Kindern ist. Bibliotheken könnten ideale Orte sein, um Lesepaten zu werben und sie – aber auch interessierte Eltern - mit Argumenten für die Bedeutung des Vorlesens und Erzählens für die frühkindliche Entwicklung zu versorgen. Entwickeln Sie ein überzeugendes Konzept.

### Projekt 24

Der Bezirk Tempelhof - Schöneberg hat ein attraktives **Angebot für Jugendliche**. Dies soll ansprechender und zielgruppengerecht u. a. über die Webseiten angeboten werden. Ihre Ansprechpartnerin ist Frau Lehmann.

## MARKETING 2006

### Projekt 25

Im Mai eröffnet die neue **Bezirkszentralbibliothek für Steglitz – Zehlendorf** unter anderem mit dem Angebot einer „Teaching Library“ für Jugendliche ab 14 Jahren. Nicht nur hierfür wird ein Marketing-Konzept gewünscht. Ihr Ansprechpartner ist Herr Ruhnke.

### Projekt 26

Dokumentieren Sie den **Wandel der Bibliothek** zum medienkompetenten Lernort für alle. Anregungen könnten Sie von einer Aktion aus NRW bekommen. Recherchieren Sie hierzu zunächst im www.

### Projekt 27

Die Stadt- und Landesbibliothek Potsdam benötigt **Broschüren, Faltblätter und Schautafeln** als Werbemittel für ihr Angebot. Ihre Ansprechpartnerin ist Frau Kirchner.

### Projekt 28

Stellen Sie einen **Imagefilm für das Deutsche Rundfunkarchiv** her. Hinweis: Dieses Projekt ist schon vergeben.

VIEL ERFOLG!

Bitte beachten Sie auch die weiteren Hinweise, die Sie schriftlich erhalten.