

Erfahrungen mit Facebook und Instagram in den Deutschen Büchereien Nordschleswig

Studie evaluiert Effektivität von Social-Media-Auftritt / Leitlinien für künftige Social-Media-Strategie entwickelt

Seit einigen Jahren präsentieren sich die Deutschen Büchereien in Nordschleswig (Dänemark) dreifach in den sozialen Medien: mit Blogs, die mit Facebook verlinkt sind und auf Instagram. Der Frage nach Rezeption und Effektivität der Social-Media-Accounts wurde nun in einer Studie ausführlich nachgegangen. In der Zeit während des Corona-Lockdowns wurden die statistischen Daten bezüglich Content und Resonanz der bei Facebook und Instagram geposteten Beiträge gesammelt und ausgewertet, sodass aus den Ergebnissen wiederum Leitlinien für eine künftige Social-Media-Strategie entwickelt werden können. Für die Studie wurden die Nutzungsdaten der Büchereien in Apenrade und Sonderburg exemplarisch zur Auswertung herangezogen.

Die deutsche Bibliothekslandschaft weist nördlich der deutsch-dänischen Grenze eine Besonderheit auf: der Verband der Deutschen Büchereien Nordschleswig, der die deutsche Minderheit in Dänemark mit allen bibliotheksüblichen Medien bedient. Der Verband umfasst die Zentralbücherei in Apenrade, vier Filialen in Tingleff, Tondern, Hadersleben und Sonderburg sowie zwei Bücherbusse.

Seit 2008 präsentieren sich die Büchereien des Verbandes in unterschiedlicher Intensität auf Facebook und seit 2018 auf Instagram. Auf beiden Plattformen haben die Zentralbücherei Apenrade und die Deutsche Bücherei Sonderburg eine regelmäßig rezipierende und interagierende Nutzerzahl akquiriert.

Die Social-Media-Arbeit des Verbandes wurde nicht auf Grundlage einer zuvor aufwendig ausgearbeiteten Strategie

aufgenommen. Stattdessen hat sich für den Verband als praktikabel erwiesen, empirisch die angemessenen Richtlinien zu finden. Wichtig ist dabei die konkrete Ausprägung eines authentischen und persönlichen Netzwerk-Auftritts, mit redaktionellen Beiträgen nahe am Nutzer und optisch ansprechenden Posts. Obwohl sich die sozialen Netzwerke durch mehrdimensionale Kommunikation auszeichnen, funktioniert Facebook bei den beispielhaft untersuchten Bibliotheken überwiegend eindimensional.

aber auch für allgemeine Ankündigungen, zum Beispiel zu EDV-technischen Arbeiten, zu verzeichnen. Auf ebenso großes Interesse stießen Beiträge zur Bibliotheksarbeit. Dazu gehören zum Beispiel Berichte über neue Ausstattung in der Kinderabteilung. Alle übrigen Bereiche, wie Meldungen zum Medienbestand, waren zwar anteilig weniger stark vertreten, wurden aber im Verhältnis mit dem gleichen Interesse aufgenommen.

Zum Themenbereich »Kultur und Bildung« wurden unter anderem Posts



Blick auf das Multikulturhaus im dänischen Sonderburg. Die Deutschen Büchereien in Nordschleswig sind aber auch in den sozialen Medien aktiv. Ihre Social-Media-Auftritte haben sie jetzt evaluiert. Foto: Jörg Nissen

Den Kern des Netzwerk-Accounts bilden die Beiträge, die inhaltlich eine hohe Variationsbreite aufweisen können. Die höchste Publikations- und Rezeptionsquote ist bei den geposteten Beiträgen der Büchereien Apenrade und Sonderburg für Veranstaltungen der Bibliothek, wie zum Beispiel den Bücherflohmarkt,

zum Deutschen Buchpreis, zur Kunst im öffentlichen Raum oder zum Neubau des Museums der Deutschen Minderheit subsumiert. Sie sind hinsichtlich der Beitrags- und Rezeptionszahlen im guten Mittelfeld vertreten.

Themen, die über bibliotheksinterne Aktivitäten hinausgehen, wie zum



Dr. Eva Nielsen ist Diplom-Bibliothekarin (WB). Von 1994 bis 2000 arbeitete sie an der Bibliothek des Instituts für Wirtschaftswissenschaften

der LMU München (vor allem Retrokatalogisierung). Zwischen 2001 und 2005 leitete Nielsen die Bibliothek des Instituts für Kunstgeschichte der LMU München. 2005 promovierte sie im Fach Kunstgeschichte. Von 2014 bis 2016 war sie für die Umwandlung einer Privatbibliothek in die öffentlich zugängliche Spezialbibliothek des Yachting Heritage Centre in Flensburg zuständig. Seit 2019 ist Nielsen an der Deutschen Bücherei Sonderburg.

Beispiel Berichte über den Besuch der dänischen Königin oder die geplante Tour de France in Sonderburg, erzielten geringere Ergebnisse hinsichtlich des Publikumsinteresses. Berichte über die deutsche Minderheit Nordschleswigs wurden zwar nicht sehr häufig gepostet, stießen dafür aber immer auf großes Interesse. Da die Deutschen Büchereien eine zentrale Rolle im kulturellen Leben der Minderheit spielen, soll das hier vorhandene Potenzial für Social-Media-Beiträge ausgebaut werden.

Während des Corona-Lockdowns wurden die von den Büchereien auf den sozialen Netzwerken gebotenen Alternativprogramme bestens angenommen. Dies sticht vor allem im Bereich des digitalen Medienbestandes hervor. Hinweise auf die Onleihe und andere E-Medien wurden stark frequentiert. Ankündigungen zum Status der Bibliothek waren sehr willkommen, genauso wie Links zu YouTube als alternatives Unterhaltungs- und Bildungsprogramm.

Für beide Plattformen, Facebook wie Instagram, hat sich gezeigt, dass die Kernbereiche der Bibliothek, das heißt der Einblick in interne Abläufe, Informationen zum Bestand und Meldungen zu bibliothekseigenen Veranstaltungen,

die höchsten Interaktionsergebnisse erhalten. Diese Bereiche können künftig schwerpunktmäßig bespielt werden, wobei in Hinblick auf die Diversität der Beiträge auch bibliotheksexterne Themen weiterhin veröffentlicht werden sollten. Beiträge mit alltäglichen, gefälligen Themen, wie zum Beispiel stimmungsvolle Landschaftsbilder der Umgebung, noch dazu aufgewertet durch ästhetische Fotos, sprechen die Nutzer an und erzeugen positive Resonanz. Beiträge dieser Art sind durchaus berechtigt und auch wünschenswert, es darf aber nicht als Ziel missverstanden werden, möglichst viele Abonnenten zu generieren. Die permanent selbst durchgeführte Erfolgskontrolle ist für weitere Publikationsstrategien unabdingbar.

Die Attraktivität der Netzwerk-Auftritte ist unter anderem von der Quantität und Qualität der Bibliotheksangebote selbst und von der Vernetzung mit Institutionen vor Ort abhängig. In Bezug auf die Deutschen Büchereien Nordschleswig bedeutet dies, dass nicht nur eigene Veranstaltungen medial vor- und nachbereitet werden, sondern auch unbedingt die Anbindung an die deutsche Minderheit präsentiert wird. Welche Richtlinien sollten nun bei der Arbeit mit Social Media beachtet werden?

Startseite

Auf der Startseite sollten alle wichtigen Informationen durch ein vollständiges Profil mit relevanten Hintergrundinformationen bereitgestellt werden. Neben Standort und Öffnungszeiten sind auch Details wie die Bestandsschwerpunkte oder die Gründungsgeschichte für Benutzer interessant. Neben einem attraktiven Titelfoto ist das Profilbild ein wichtiges Element, da es als Miniaturbild im Newsfeed erscheint und die Seite als den Absender des Postings ausweist. Hier empfehlen sich die Verwendung des Bibliothekslogos oder Bilder, die typisch für die Bibliothek sind.

Publikationsfrequenz

Die Einhaltung einer gewissen Kontinuität bei der Veröffentlichung spielt eine wichtigere Rolle als die Häufigkeit des Postens. Seiten, auf denen lange keine neuen Beiträge veröffentlicht wurden, enttäuschen und führen zu Desinteresse. Zur Einhaltung der bibliothekseigenen Frequenz, zum Beispiel während des Urlaubs, kann man die Entwürfe auf Facebook einstellen und die Veröffentlichung zeitlich steuern.

Beiträge / Content

Bei der Länge des Textes gilt es, das goldene Mittelmaß zu treffen. Die meisten Nutzer haben wenig Zeit und Interesse, lange Texte zu lesen, sondern möchten

die wichtigsten Informationen in Kürze erhalten. Nicht empfehlenswert ist es, sich ausschließlich auf bibliotheksbezogene Themen zu beschränken, da damit nur lokale Bibliotheksnutzer

als Zielgruppe angesprochen werden. Stattdessen sollten Bibliotheken eine vielfältige Mischung an Inhalten anbieten, die auch für die allgemeine interessierte Öffentlichkeit einen Mehrwert bietet.

Sehr gut geeignet sind Inhalte, die einen hohen praktischen Wert haben, zum Beispiel den Umgang mit digitalen

Die sozialen Netzwerke sollten nicht nur zum bloßen Verkünden von Informationen dienen, sondern einen Dialog entstehen lassen.

Katja Hinz ist Bibliotheksassistentin und war von 1997 bis 2009 an der LEB Flensburg beschäftigt. Seit 2009 arbeitet sie in der Zentralbücherei Apenrade (DK) und ist unter anderem für den Makerspace, 3D-Drucker, Plotter, Schneidplotter, Beebots sowie Instagram zuständig.



Ressourcen erklären. Ein spontaner Blick in das Bibliotheksleben, bildlich umgesetzt durch Schnappschüsse, versetzt unmittelbar in das Bibliotheksgeschehen, schafft Authentizität und enthält eine persönliche Komponente, die nicht zu unterschätzen ist. Im Idealfall sollte jeder Mitarbeiter täglich aufmerksam durch die Bibliothek gehen, was vielleicht als geeigneter Beitrag für einen lebendigen Content zu gebrauchen und an das Redaktionsteam weiterzugeben wäre.

Interaktion und Kommunikation

Die sozialen Netzwerke sollten nicht nur zum bloßen Verkünden von Informationen dienen, sondern einen Dialog entstehen lassen. Die Teilnehmer können durch Fragen eingebunden und zu Aktivität durch Kommentare und Antworten angeregt werden. Voraussetzung für verstärkte Interaktion und Community-Bildung ist jedoch die Bereitschaft der Nutzer zu agieren und die Möglichkeit der Bibliotheksmitarbeiter, sich zeitlich konsequent engagieren zu können.

Jeder Autor hat im angemessenen Rahmen die Freiheit, seinen eigenen Sprachstil zu entwickeln. Ob man weiterhin eine sachliche Ansprache oder den lockeren Stil mit Emojis wählt, bleibt wiederum den einzelnen Redakteuren überlassen, die dadurch mit ihren Beiträgen identifizierbar sein dürfen. Facebook bietet darüber hinaus die Möglichkeit, das Gefühl als »Status« auszuwählen.

Bebilderung

Die Wirkung von Fotos ist nicht hoch genug einzuschätzen, denn sie sind schnell rezipierbar und werten den Beitrag optisch auf. Dennoch sollte man sich nicht nur auf Fotos konzentrieren, sondern stets eine Mischung aus Fotos, Videos, Status-Updates und Links bieten. Da im Allgemeinen ein homogenes Erscheinungsbild des Accounts anzustreben ist, stellt sich die Frage, ob konsequent professionelle Stock-Fotos oder selbst aufgenommene Fotos gepostet werden, auch wenn die konsequente Einhaltung eines einmal gewählten visuellen Konzepts

kaum möglich ist. Hinsichtlich der komplexen Urheberrechtsfragen empfiehlt es sich, eine Bilddatenbank mit Fotos anzulegen, deren Nutzungsbedingungen zweifelsfrei geklärt sind. Dies können offiziell zum Download freigegebene Dateien sein oder auch selbst angefertigte Fotos.

Monitoring

Für einen erfolgreichen Ausbau der Social-Media-Arbeit ist es unabdingbar, kontinuierlich den Erfolg der einzelnen Beiträge zu kontrollieren und auf Grundlage der gewonnenen normativen Daten Konsequenzen für das künftige Posting zu ziehen. Die Deutschen Büchereien Nord Schleswig werden ihre Social-Media-Arbeit künftig verstärkt fortsetzen, denn die sozialen Netzwerke bieten Bibliotheken grundsätzlich ein hohes Potenzial, virtuell zu agieren und eröffnen durch die digitale Vernetzung Perspektiven für Erreichbarkeit, Sichtbarkeit und Nutzerbindung in der Zukunft.

Eva Nielsen, Katja Hinz

ANZEIGE

Missing Link | Internationale Versandbuchhandlung

Westerstrasse 114-116 | D-28199 Bremen | fon: (0421) 50 43 48 | fax : (0421) 50 43 16

Erwerbungspartner, mit denen Sie rechnen können

- Flexibel
- Erfahren
- Innovativ
- Konditionsstark
- Serviceorientiert
- Engagiert
- Klar



info@missing-link.de | www.missing-link.de