



DIE BÜCHEREI



**Ins Gespräch kommen,
im Gespräch bleiben**

Öffentlichkeitsarbeit in der KÖB

Die Katholische Öffentliche Bücherei (KÖB) ist und bleibt ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt der (Kirchen-)Gemeinde: als Treffpunkt und Begegnungsstätte für alle Altersgruppen, als kultureller Veranstaltungsraum und natürlich als Ort der Bücher und Medienbildung. Das Lesen steht hier im Mittelpunkt und doch ist es auch das Rahmenprogramm, das die KÖB so beliebt macht. Um dieses Rahmenprogramm bekannt zu machen, ist es unerlässlich, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und stetig über die Veranstaltungen und Angebote der Bücherei zu informieren.

Zielgruppen

Die Bücherei bereichert also das lokale Leben in vielerlei Hinsicht. Umso wichtiger ist es, dass alle davon wissen. Eine zentrale Frage der Öffentlichkeitsarbeit lautet: **Wen möchte ich über unsere Angebote und Veranstaltungen informieren?**

Da sind zum einen die Menschen, die in die Bücherei kommen, und zwar nicht nur jene, die diese Einrichtung bereits nutzen, sondern auch alle anderen, die es noch zu gewinnen gilt. Junge Familien mit Kleinkindern, Schulkinder, Auszubildende, Studierende, Erwachsene und Senioren mit ihren unterschiedlichen Hobbies und Interessen. Sie alle stellen eine riesige bunte Zielgruppe dar.

Daneben sind es Personen, Institutionen und Organisationen, die die Bücherei am Laufen halten. Innerkirchlich das Büchereiteam, der Träger, die Kirchengemeinde mit ihren haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitenden, dem Kirchenvorstand, dem Pfarrgemeinderat, den Ausschüssen, Kreisen und Gremien bis hin zu Dekanat und Bistum. Zudem die große Gruppe an Förderern und Multiplikatoren außerhalb des kirchlichen Raums: der Bürgerverein, das Kulturamt, der Orts- bzw. Stadtrat oder überregionale Verbände und Stiftungen rund ums Buch.

Und schließlich die vielen Menschen und Einrichtungen, mit denen die Bücherei vor Ort zusammenarbeitet: Krippen, Kitas und Familienzentren, Schulen und Bildungstätten, Büchereien und Buchhandlungen, Vereine und Freizeitgruppen, soziale Einrichtungen, Krankenhäuser, Seniorenheime, kulturelle Institutionen wie Museen, Theater, Kunstateliers, Lesezirkel, Chöre und Orchester, Dienstleister, Geschäfte und Gastronomie am Ort.

Die Arbeit macht sich nicht allein

Das wichtigste Instrument der Öffentlichkeitsarbeit sind Sie, die Büchereimitarbeitenden. Die Zuständigen, die die Fäden in der Hand und den Verteiler im Blick halten. Sie halten Augen und Ohren offen, erkennen Gelegenheiten zur Zusammenarbeit und bringen diese auf den Weg. Sie kommunizieren mit der Presse und pflegen das Netzwerk. Sie kümmern sich um Werbemittel und gestalten auch selbst Plakate, Flyer und Ähnliches in catShop (siehe Infokasten auf Seite 6). Sie planen und führen Veranstaltungen durch und stimmen sich dazu mit den Beteiligten ab. Die Liste lässt sich je nach Zeit, Motivation und Gegebenheiten endlos fortsetzen.



Abb. 1

Wie geboren für die Öffentlichkeitsarbeit sind kreative, kontakt- und verhandlungsfreudige Organisationstalente, die gerne Verantwortung übernehmen, sich mündlich und schriftlich ausdrücken können sowie strukturiert und sorgfältig arbeiten. Ein dickes Fell, Geduld, Hartnäckigkeit und die Fähigkeit, andere zu motivieren, helfen enorm, wenn nur drei Leute zur Veranstaltung kommen, Abmachungen nicht eingehalten werden oder es mit der Finanzierung hapert. Aber was nicht ist, kann ja noch werden und so wachsen Sie sicherlich mit Ihren Aufgaben. Trotzdem ganz schön viel für eine Person? Bilden Sie mit anderen ein Team!

Mittel der Öffentlichkeitsarbeit

Pressearbeit

So mannigfaltig die Zielgruppen, so vielseitig sind auch die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit. Die Öffentlichkeit, also die breite Masse an Lesern und Nichtlesern, die potenziell einen Fuß in die Bücherei setzen könnten, erreichen wir am besten über unterschiedliche Medien. Über die Gemeinde haben Sie häufig direkten Zugriff auf Pfarrbriefe, die Kirchenzeitung oder schlicht den Schaukasten am Kirchplatz. Außerdem sollte man dem Lokalradio, Anzeigenblättern, der Tageszeitung oder Kultur- und Veranstaltungsseiten im Internet Informationen zukommen lassen.

Tip: Presseverteiler gibt es im Rathaus. Viele regionale Internetportale, Dorf-Apps o.ä. stellen Nutzern einen persönlichen Account zur Verfügung, über den sie Veranstaltungshinweise selbstständig eintragen können. Geht es um größere Events, Feste, Kampagnen, Ausstellungen und dergleichen, bietet sich eine Pressemitteilung an. Dazu sollten wir wissen, was die Redaktion von uns benötigt und welche Fristen wir einhalten müssen, damit unsere Information im Medium landen kann.

Nutzen wir unsere Expertise, wenn es um Bücher und Lesen geht. Wer sich einmal als zuverlässiger, informierter und medienaffiner Interviewpartner erwiesen hat, wird gerne angefragt und kann in diesem Zuge seine Bücherei ins Gespräch bringen. Scheuen Sie sich nicht, eigene Ideen und Themen vorzuschlagen, etwa wenn gerade die Buchmesse läuft oder der Welttag des Buches bzw. der Buchsonntag vor der Tür steht.

Öffentlichkeitsarbeit in der Gemeinde

Als öffentliche Einrichtung sollte die Bücherei die breite Öffentlichkeit im Blick haben, wenn es um regelmäßige Informationen zu Entwicklung und Aktivitäten der Bücherei geht. Deshalb sollten wir Öffentlichkeitsarbeit nicht nur nach innen, sondern auch nach außen betreiben: Artikel im Pfarrbrief platzieren, Jahresberichte für den Kirchenvorstand schreiben, an Gottesdiensten oder Festen mitwirken, Gruppen und

Gremien einladen, ihre Sitzungen in der Bücherei abzuhalten... Je transparenter wir über unsere Arbeit, Konzepte, Neuerungen und Angebote berichten, desto deutlicher sind wir als aktiver Teil der Gemeinde wahrnehmbar.

Plakate, Flyer und Co.

Informationen gewinnen dann Aufmerksamkeit, wenn sie innerhalb von drei Sekunden wahrgenommen und verarbeitet werden können. Banner, Plakate, Aufsteller oder Handzettel sind daher ein beliebtes Werbemittel. Und wie sieht ein gutes Plakat aus? Klar strukturiert, gut lesbar, Infos auf dem Punkt, ansprechende Farbgestaltung, Fotos und Illustrationen passend zum Text. Achten Sie auf ein **Corporate Design**, also ein wiederkehrendes Layout, Logo und Schriftzüge, an denen man Ihre Bücherei erkennt.

Ein guter Flyer beantwortet **W-Fragen**, also „Was? Wann? Wo? Wer? Wie? Warum?“. In den allgemeinen Bücherei-Flyer gehören demnach aktuelle Angaben zu Ausleihe, Öffnungszeiten und Bestand. Außerdem die Adresse, Ansprechpartner und Hinweise auf regelmäßig stattfindende Veranstaltungen. Gerne auch ein Satz zur Philosophie der Bücherei. Wie beim Plakat gilt: Ein Flyer sollte gut lesbar, ansprechend gestaltet und klar strukturiert sein. Einen schönen Mehrwert bietet der Flyer in Form eines Lesezeichens.

Kostenfreie Bilder finden Sie z.B. auf [Pfarrbriefservice.de](https://www.pfarrbriefservice.de)¹ oder in catShop.



Abb. 2

¹ <https://www.pfarrbriefservice.de>

In jeder Bücherei sollte es einen festen Platz oder Info-Stand für Flyer, Plakate und Handzettel geben. Übrigens nicht nur für die eigenen. Eine Hand wäscht die andere, und wer die Einladung zum Kinderflohmarkt auslegt, kann davon ausgehen, dass der Hinweis auf den Vorlesenachmittag auch am Schwarzen Brett der Kita landet. Grundsätzlich ergibt es Sinn, eine Liste mit solchen Ablageplätzen anzulegen und Plakate oder Handzettel der Zielgruppe und dem Thema entsprechend zu verteilen.

catShop

Das kostenlose Grafikprogramm „catShop“ des Borromäusverein e.V. unterstützt die Bücherei bei der Erstellung professioneller Werbemittel mit vorgefertigten Layouts und Bildern zu verschiedensten Büchereithemen. Mit der Nutzung von catShop¹ bei der Erstellung von Werbemitteln gewährleisten Sie die Einheitlichkeit Ihrer Materialien und schaffen eine sogenannte Corporate Identity für die Bücherei. Das breite Spektrum der Vorlagen reicht von Postkarten und Plakaten bis hin zu Nuterausweisen und Türschildern. Mit dem Logogenerator können Sie Ihr eigenes Büchereilogo erstellen und für Werbung rund um die Bücherei verwenden.

Der Borromäusverein bietet regelmäßig kostenlose Webinare² zur Nutzung von catShop an.

¹ <https://buechereiarbeit.catshop.net/login>

² <https://www.borromaeusverein.de/bildung/easy-catshop-webinar>

Mein Plakatdesign – Worauf muss ich achten?

Eine Checkliste für Ihr Plakatdesign

Kurz und einfach

- Drücken Sie sich in Ihrer Werbesprache so verständlich wie möglich aus. Meiden Sie Fachausdrücke und Fremdwörter.

Aufmerksamkeit erregen

- Bild oder eine auffallende Schrift

Interesse wecken

- Was wird geboten auf der Veranstaltung?

Wunsch wecken

- Welcher Mehrwert wird bei dem Besuch der Veranstaltung in Aussicht gestellt?

Handlung provozieren

- Konkrete Anweisung geben wie Anmeldung, Vorbeikommen, Infos zum Ticketkauf

Farbgestaltung beachten

- Von harmonisch bis kontrastreich ist alles möglich.
- Das Plakat soll aus der Menge herausstechen, zugleich aber nicht überladen an Farben sein.

Corporate Design

Für den Wiedererkennungswert der KÖB sorgen durch

- wiederholende Designelemente wie Farbe, Schriftart, Aufbau des Plakats, Hintergrund
- Logo immer gut sichtbar platzieren

Blickverlauf lenken

- Bilder sind auffälliger als Text
- Durch unterschiedliche Proportionen der einzelnen Wirkelemente des Plakats können Leserichtungen beeinflusst werden.

Emotionen transportieren!

- Spielende Kinder, bunte Frühlingsblumen... Eine berührende Bildauswahl nimmt die Betrachtende gefangen und verschafft wertvolle Sekunden zum Studieren des Plakats.

Persönliche Zielgruppenansprache

Wenn es um persönliche Formen der Kontaktaufnahme geht, kommen wir am Kürzel DSGVO bzw. KDG („Gesetz über den kirchlichen Datenschutz“, das als Rechtsgrundlage für KÖBs dient) nicht vorbei. Es steht für die europäische Datenschutzgrundverordnung und betrifft den Internetauftritt, die Kundenkartei, sämtliche Verteiler, einfach alle Bereiche, in denen persönliche Daten vom Vornamen bis zur IP-Adresse gespeichert und verarbeitet werden. Mit wem auch immer die Bücherei in direkten Kontakt treten will: Es braucht dazu eine schriftliche Einwilligung.

Auch wenn es aufwändig klingt, ignorieren sollten Sie die Richtlinien nicht. Informieren Sie sich auf www.borromaeusverein.de, welche Auswirkungen die DSGVO bzw. das KDG für die Katholische Öffentliche Bücherei als kirchliche Einrichtung hat und wie Sie damit umgehen müssen. Sie können sich auch an den/die Datenschutzbeauftragte/n oder den Kirchenvorstand Ihrer Gemeinde wenden. Die Büchereifachstellen dienen als zusätzliche Informationsquelle und wirken außerdem als Bindeglied zur/zum diözesanen Datenschutzbeauftragten.

Sobald wir in Sachen Datenschutz auf der sicheren Seite sind, können wir Newsletter oder Mailings nutzen, um über Neues aus der Bücherei zu informieren. Vielleicht können wir unsere Angebote auch über Mailverteiler anderer Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten verbreiten lassen. Denken wir auch an kleine vielversprechende Zielgruppen, wie Erstkommunionkinder, Firmlinge und Katecheten.

Internetpräsenz und Social Media

Internetseiten und Social-Media-Kanäle sind ein nahezu unverzichtbares Mittel der Öffentlichkeitsarbeit geworden. Die Internetpräsenz der Bücherei ist ein wichtiges Aushängeschild. Sie sollte ansprechend, übersichtlich und nach DSGVO- bzw. KDG-Richtlinien gestaltet sein. Allgemeine Daten rund um die Bücherei gehören auch auf die Webseiten des Trägers und der Fachstellen des Bistums. Fragen Sie bei der Fachstelle für Büchereiarbeit Ihres Bistums nach, ob sie Ihnen Hilfestellung bei der Gestaltung und Pflege einer Website leisten kann. In vielen Fällen (insbesondere bei

kleinen Büchereien) reicht ein Internet-Katalog möglicherweise aus, wenn sich dort z.B. die Startseite mit individuellen Informationen anreichern lässt.

Besonders wichtig ist die regelmäßige Pflege der Internetseite(n). Wenn ein User im Februar noch den Hinweis auf den Weihnachtsbasar vorfindet, entsteht der Eindruck: Hier tut sich nichts. Nicht jede Bücherei hat wöchentlich eine neue Veranstaltung zu bieten, es finden sich aber genug andere Inhalte rund um das Buch. Zum Beispiel ein Blog über Lieblingsbücher, den Sie noch nicht mal selbst bestücken müssen. Lassen Sie doch einfach Ihre Kunden rezensieren.

Aktuell muss es natürlich auch auf Ihren Social-Media-Kanälen wie der Facebookseite zugehen. Verlinken Sie Inhalte der Website, teilen Sie Posts, die zu einer Bücherei passen, weisen Sie auf Veranstaltungen hin – nicht nur auf die eigenen. Denn auch hier gilt es, Synergien zu nutzen. Wer die Sozialen Medien mag, kann sich natürlich auch bei Instagram oder YouTube austoben (siehe auch Infokästen auf Seite 10 und 11) und dort die Bücherei, Veranstaltungen, Aktionen, Projekte oder Kampagnen ins Bild setzen und die vielfältigen Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Akteuren nutzen.

Social Media – Was ist sinnvoll für die Bücherei?

Die Social-Media-Landschaft ist in stetiger Veränderung. Was eben noch angesagt war, ist vielleicht ein paar Jahre später nicht mehr relevant oder gar aus inhaltlichen, politischen oder datenschutzrechtlichen Gründen nicht mehr zur Nutzung empfohlen.

Facebook

Facebook spielt immer noch eine große Rolle. Rund zwei Drittel der Internetnutzenden Deutschlands sind dort unterwegs, mit vielen Aktiven auch in den höheren Altersgruppen. Auf Facebook kann die Bücherei über Veranstaltungen informieren, ihre Öffnungszeiten kommunizieren und über Neuigkeiten wie Neuerwerbungen berichten.

Instagram

Bei Instagram stehen Bilder und kurze Videos (Reels) im Vordergrund. Mit rund 33,8 Millionen Nutzenden in Deutschland bietet es eine große Plattform, um über die Aktivitäten der Bücherei zu berichten und mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten.

YouTube

Das Videoportal bietet sich an, um kurze Filme hochzuladen, die Einblicke in die Arbeit der Bücherei gewähren, Veranstaltungen dokumentieren oder für Erklär-Videos z.B. zur Ausleihe. Für Büchereien ist es wichtiger, Inhalte mit hoher Relevanz und Engagement zu erstellen, als viral zu gehen, denn über die Suche können sie noch lange aufgefunden und angeschaut werden.

TikTok

TikTok ist eine App, in der Kurzvideos geschaut und selbst erstellt werden können. Bei den 18-24-Jährigen ist es das beliebteste soziale Medium. In den oft nur wenige Sekunden langen Clips zieht Unterhaltung stärker als Information. Für Büchereien interessant ist #BookTok, ein Hashtag und eine Community, die sich auf Bücher und Literatur konzentriert.

X (vormals Twitter), Mastodon u. ä.

Nachrichtenbasierte Dienste eignen sich nur bedingt für die Öffentlichkeitsarbeit in der Bücherei. Sie erfordern eine hohe Posting-Frequenz, um wahrgenommen zu werden. Ausnahmsweise ist hier Quantität wichtiger als Qualität.

Pinterest, Tumblr, Snapchat oder lokale Communities wie nebenan.de... Es gibt noch viele weitere Dienste. Prüfen Sie, was zu Ihrer Bücherei passt und wo Sie ggf. Erfahrung mitbringen, damit der Spaß bei der Öffentlichkeitsarbeit über die Sozialen Medien bleibt!

(Alle Zahlen Stand 2024)

Eine Checkliste für Social Networking

Nutzen Sie Social Media, um die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad Ihrer Bücherei zu erhöhen und sich als attraktive Einrichtung zu präsentieren. Außerdem können Sie darüber auch direkt mit den Nutzerinnen und Nutzern kommunizieren. Im Idealfall bauen Sie so eine starke Community auf.

- Interaktionen (Views, Likes, Kommentare, Inhalte teilen etc.) als Ziel! Gestalten Sie Ihre Posts entsprechend, antworten Sie auf Kommentare und Fragen.
- Regelmäßiges Posten, je nach Plattform täglich bis wöchentlich. Pflegen Sie mehrere Kanäle, hilft ein Content-Kalender für einen besseren Überblick.
- Qualität statt Quantität: Was interessiert Ihre (potenziellen) Kundinnen und Kunden, was bewegt die Community? Sprechen Sie mit Ihrer Zielgruppe (direkt oder z.B. per Umfrage-Sticker bei Instagram). Relevantes und Unterhaltsames mischen, Persönliches stärkt die emotionale Bindung.
- Analysieren Sie erfolgreiche Posts und passen Sie Ihre Strategie an (Art der Inhalte, Zeitpunkt der Posts, Häufigkeit). Was kommt gut an, wird häufig kommentiert oder gar geteilt?
- Reichweite verbessern durch Vernetzung mit Kooperationspartnern, Besucherinnen und Besuchern. Teilen Sie gelegentlich auch interessante Inhalte von anderen. Im besten Fall werden Ihre Posts dann auch geteilt.
- Hashtags: Nutzen Sie Schlagwörter für eine bessere Auffindbarkeit Ihrer Inhalte (z.B. #bookstagram, #librariansmatter, #welttagesbuches etc.)
- Einfach starten: Oft reicht das Smartphone für Fotos und kurze Videos, gute Lichtbedingungen sind wichtiger. Aufrüsten können Sie bei Bedarf immer noch (z.B. ein Ansteckmikrofon).
- Achten Sie auf die Datenschutzrichtlinien der jeweiligen Dienste!

Apropos Bild: Egal, ob wir Fotos oder Videos online, in der Zeitung oder auf Werbemitteln veröffentlichen wollen – die Urheber müssen ihre schriftliche Einwilligung geben. Name des Bildautors und Quelle gehören immer zum Foto. Sind wir selbst mit der Kamera unterwegs und fotografieren Menschen, müssen diese das vorher erlauben und auch die Veröffentlichung autorisieren. Bei Kindern brauchen wir die Einwilligung beider Erziehungsberechtigten. Das alles muss ebenfalls schriftlich vorliegen.

Pfarrbriefservice.de² bietet einen hilfreichen Wegweiser durch das Labyrinth der Bildrechte.



Abb. 3

² <https://www.pfarrbriefservice.de/file/flussdiagramm-im-labyrinth-der-bildrechte-pdf>

Veranstaltungen und Aktionen

Wer Öffentlichkeitsarbeit betreiben will, muss auch etwas zu berichten haben. Umso besser, dass sich in der KÖB eine Menge tut.

Wie plane ich eine Veranstaltung?

Am besten im Team, denn meist ist einiges zu organisieren. „Wer? Was? Wann? Wo?“ sind die ersten Fragen, die beantwortet werden müssen, bevor es ins Detail geht. Legen Sie Checklisten an und klären Sie Dinge wie Terminplanung, Finanzierung, Ausstattung, Catering, Ansprechpartner, Aufgabenverteilung, Werbung oder rechtliche Fragen. Am Tag des Events helfen To-Do-Listen. Bei einer Nachbesprechung im Team wird zudem schnell klar, was gut gelaufen ist und was sich verbessern lässt.

Welche Events bieten sich für eine Bücherei an?

Lesenächte oder -olympiaden, Vorlese-Events und Bilderbuchkinos, Wettbewerbe und Preisverleihungen, Aktionen rund um Bibfit® und Lese-Kompass, ein arabischer Abend, Ferienprogramme... Auch offizielle Termine wie „Nacht der Bibliotheken“, der „Bundesweite Vorlesetag“ oder der „Buchsonntag“ strukturieren die Veranstaltungsplanung im Jahresablauf der KÖB. Einem kreativen Team werden die Ideen kaum ausgehen. Dabei gilt: (welt-)offen sein, um die Ecke denken und auch mal aus den eigenen vier Wänden rauskommen – zum Beispiel mit einer Lesewerkstatt beim nächsten Sommerfest oder einer Aktion zum „Internationalen Tag des Ehrenamts“.

Gerade mit Schulklassen lassen sich spannende Projekte umsetzen. Etwa mit der beliebten Reihe „Das magische Baumhaus“, in der ein Geschwisterpaar durch Zeit und Raum reist und viele Abenteuer besteht. Halten Sie die Augen offen für Themen, die Kinder gestalterisch oder medial aufgreifen und später in der Bücherei präsentieren können. Im Stadttheater wird „Die unendliche Geschichte“ aufgeführt? Sicher wissen Sie schon, wie Sie das Thema weiterspinnen können.

Wenn Ihre Räumlichkeiten es hergeben, bieten Sie Autoren, Künstlern, Musikern, Heimatkundlern, Weltreisenden ein Forum. Die Kunst- und Kulturstiftungen der Länder, aber auch die Fachstellen des jeweiligen Bistums können bei der Suche nach Referenten behilflich sein. Inspiration bietet auch der Blick ins Veranstaltungsprogramm anderer Bildungs- und Kultureinrichtungen der Stadt.

Alles rechtens?

Bei der Eventplanung gilt es einiges zu beachten. Wer mehr als drei selbstständige Künstler oder Publizisten im Jahr zu Gast hat, muss eine Künstlersozialabgabe zahlen. Informationen dazu finden Sie auf der Homepage der Künstlersozialkasse (KSK). Bei Bilderbuchkinos und Lesungen müssen Sie gegebenenfalls Genehmigungen der Verlage einholen. Eventuell werden auch Gebühren fällig.

Sie planen einen Filmabend? Die Medienstellen der Bistümer bieten Filme, mit dem „Recht der öffentlichen Vorführung“. Diese Filme dürfen Sie zeigen, jedoch keinen Eintritt dafür nehmen und nicht mit dem Filmtitel werben. Wenn Sie auf Veranstaltungen urheberrechtlich geschützte Musik spielen, muss jeder Titel bei der GEMA angemeldet und bezahlt werden.

Gute Mundpropaganda

Öffentlichkeitsarbeit beginnt mit der Bücherei selbst, denn gute Mundpropaganda ist eines der wichtigsten Werkzeuge der Imagebildung. Wenn mir ein vertrauenswürdiger Nachbar von der Bücherei am Ort vorschwärmt, zählt das mehr als jede Anzeige in der Zeitung. Und selbst wenn ich nicht hingehere, werde ich seinen positiven Eindruck vielleicht bei passender Gelegenheit weiterverbreiten.

Im Idealfall schwärmt mein Nachbar also vom freundlichen und fachkundigen Büchereiteam. Er wird sich positiv über die Räume, das durchdachte Konzept und die technische Ausstattung auslassen. Besonders hervorheben wird er die ansprechende Einrichtung, das angenehme Licht und die Lesecken. Er wird auf den gut sortierten Bestand sowie die große Auswahl unterschiedlicher Medien eingehen. Dann wird ihm

noch einfallen, dass just nächste Woche ein Bilderbuchkino stattfindet: Genau das Richtige für unsere Jüngste und ihre beste Freundin.

Fazit

Die Katholische Öffentliche Bücherei vermittelt Freude am Lesen, am Zusammensein und am Austausch. Sie ist ein fester Bestandteil der Gemeinde und sollte sich genauso präsentieren. Informieren wir über unsere Arbeit und unser Engagement, setzen wir Ideen um, bauen wir Netzwerke auf, gewinnen wir Förderer und Leser und machen wir unsere Bücherei zu einem lebendigen Ort. Ja, Öffentlichkeitsarbeit ist in der Tat Arbeit, aber sie lohnt sich.



Abb. 4

Beachten Sie zum Thema PR und Öffentlichkeitsarbeit auch die Beiträge in der vierteljährlich erscheinenden **BiblioTheke – Zeitschrift für katholische Bücherei- und Medienarbeit.**

Text

Janina Mogendorf, 2025 aktualisiert im Sachausschuss Profil und Öffentlichkeitsarbeit

Redaktion

Barbara Sckell

Stand: Mai 2025

Abbildungsverzeichnis

1) © Heinrich Wullhorst 2) Kreisplakat, erstellt mit catShop 3) © Heinrich Wullhorst
4) © Bücherei St. Georg, Hopsten