

**Facebook – Eine
Kommunikationsplattform für
Bibliotheken!?**

Aline Prantl
MAS IS HTW Chur
a.prantl@gmx.ch

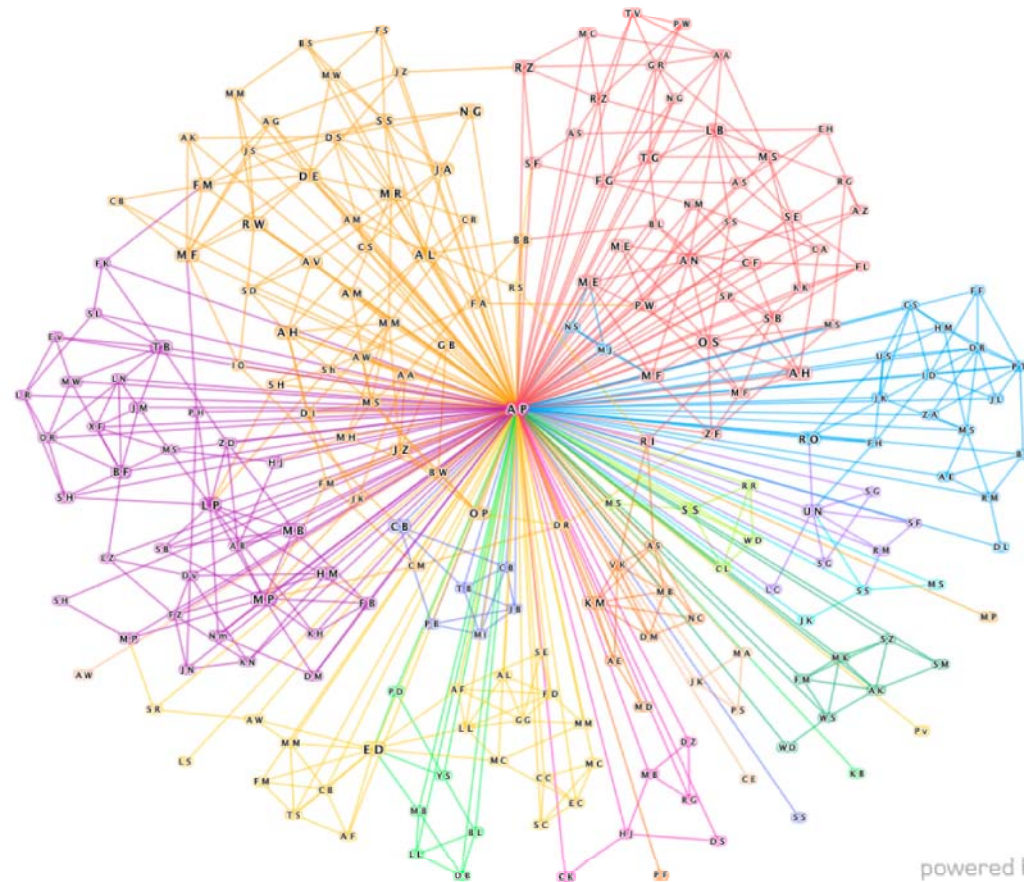
Ziele des Kurses

- Kurzer Überblick zu Facebook und dessen NutzerInnen geben
- Möglichkeiten und Probleme der Nutzung von Facebook durch Bibliotheken aufzeigen
- Denkanstöße für die Vorbereitung eines Facebook- Auftritts geben

Was ist Facebook?

- 2004 gegründet
- Zunächst nur für Harvard-Studenten offen
- Seit 2008 auf Deutsch
- Im Juli 2011: 800 Mio. Mitglieder weltweit

Was ist Facebook?



powered by
TouchGraph

Was ist Facebook?

Facebook [...] ist ein soziales Werkzeug, das Menschen dabei hilft effizienter mit ihren Freunden, Familienmitgliedern und Arbeitskollegen zu kommunizieren.

[...]

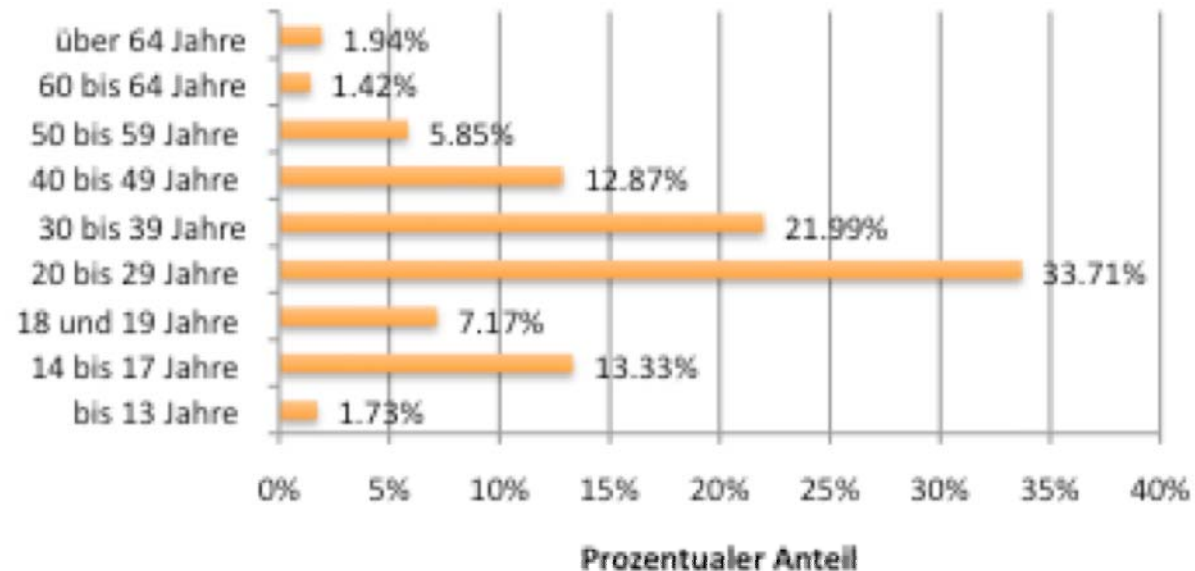
[Dabei] handelt es sich um eine digitale Abbildung der sozialen Verbindungen, welche Menschen im wahren Leben unterhalten.

BenutzerInnen (Schweiz)

- Ca. 2.5 Millionen
- Ungefähr gleiche Geschlechterverteilung
- Sprachverteilung ungefähr gleich der Wohnbevölkerung

BenutzerInnen (Schweiz)

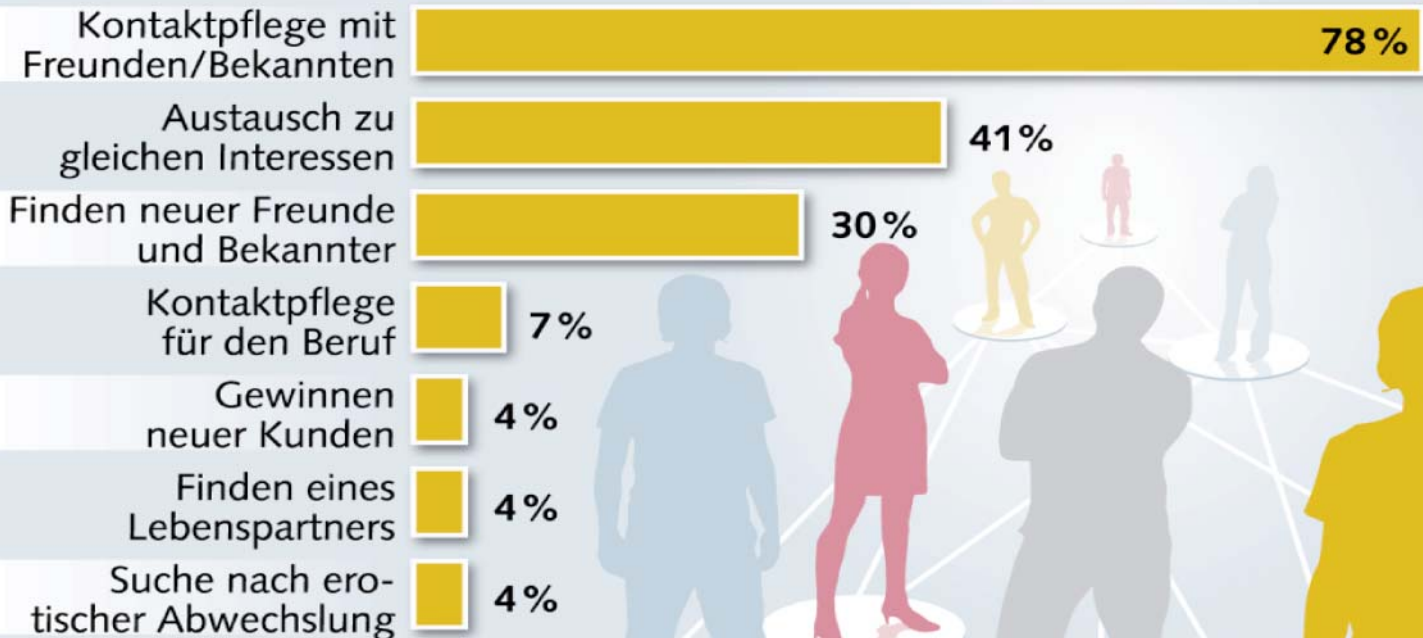
Altersverteilung Facebook



BenutzerInnen

Viele Möglichkeiten in Communitys

Gründe für die Nutzung von Internet-Gemeinschaften, nach Anteil der Mitglieder



BenutzerInnen

obsessed WITH facebook.

AS OF 2011, THERE ARE 500,000,000 ACTIVE FACEBOOK USERS.
APROX. 1 IN EVERY 13 PEOPLE ON EARTH.
HALF OF THEM ARE LOGGED IN ON ANY GIVEN DAY.

**48% OF 18 TO 34 YEAR OLDS
CHECK FACEBOOK
RIGHT WHEN THEY WAKE UP...**



ABOUT **28%** CHECK THEIR FACEBOOK
**ON THEIR SMART PHONES
BEFORE GETTING OUT OF BED.**



Bibliotheken

- Einzelpersonen seit 2006
- Zunächst nur im akademischen Umfeld
- Marketing
- Dienstleistungen
- Betriebsorganisation

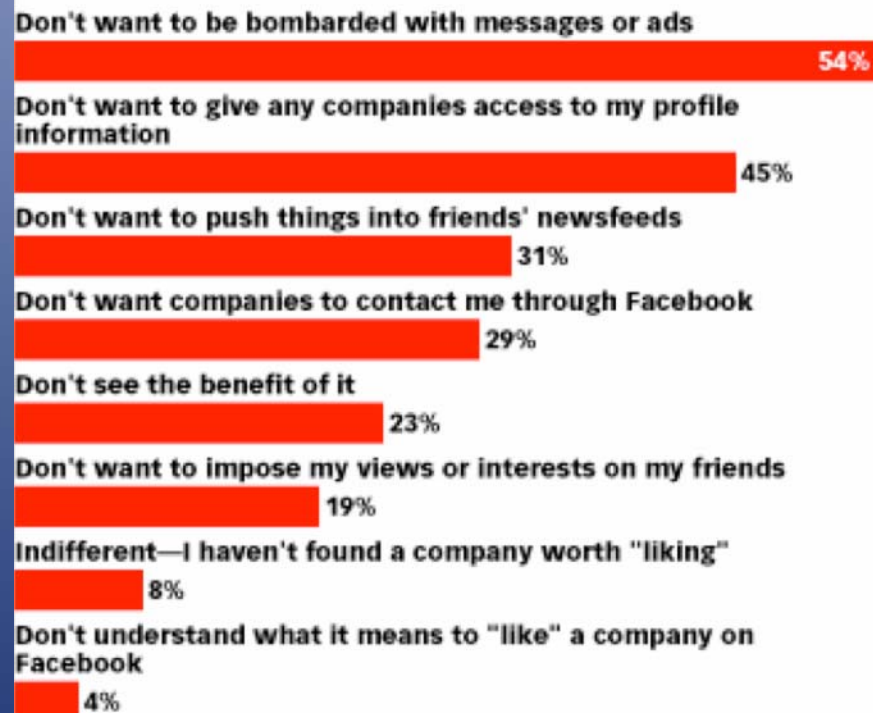
Kommunikation/Marketing

- Facebook bringt keine neuen NutzerInnen
- Bestehende Kunden binden (bedingt)

Kommunikation/Marketing

Reasons US Facebook Users Have Not "Liked" a Company on Facebook, June 2011

% of respondents



Note: n=626 who have "liked" at least one brand

Source: ExactTarget, "Subscribers, Fans and Followers: The Meaning of Like," Sep 21, 2011

Kommunikation/Marketing

- Vernetzen mit Gleichgesinnten
- Feedback generieren (sehr bedingt)

Kommunikation/Marketing

- Facebook bringt keine neuen NutzerInnen
- Bestehnde Kunden binden (bedingt)
- Vernetzen mit Gleichgesinnten
- Feedback generieren (sehr bedingt)

Mögliche Probleme

- Zeit-/Kostenfaktor
- Facebook ist sehr dynamisch
- Nicht genug Inhalte/Ereignisse
- Zu viele Inhalte/Ereignisse
- Sperre in der Verwaltung

Tipps

- Machen Sie sich persönlich mit der Plattform vertraut
- Entscheiden Sie dann ob sich Facebook für Ihre Bedürfnisse eignet
- Art der Inhalte bestimmen
- Häufigkeit der Updates koordinieren/planen

Fragerunde!

Vielen Dank!

Aline Prantl
MAS IS HTW Chur
a.prantl@gmx.ch