

# Einführung eines kundenorientierten Marketings an Bibliotheken

# RVK

## online

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

- 1 Kurze Einführung ins Marketing
- 2 Marketing-Mix
- 3 Analyse
- 4 Ergebnisse

# **1. Kurze Einführung ins Marketing**

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

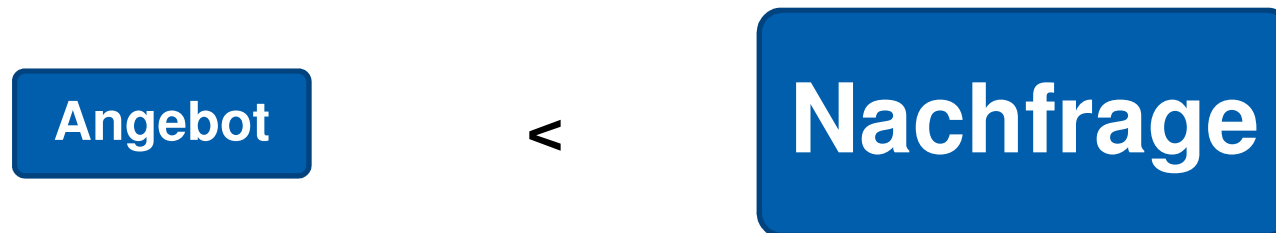
## Marketing

- Begriff kam Anfang des 20. Jahrhunderts auf
- beim Wandel vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Verkäufermarkt



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Käufermarkt

Angebot

>

Nachfrage

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Arbeitsdefinition - Marketing

„Planung, Koordination und Kontrolle aller auf die aktuellen und potenziellen Märkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten.“

*Meffert*

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Voraussetzungen

genaue Kenntnis des Marktes

Märkte und Zielgruppen definieren und identifizieren

Kaufmotivationen erkennen oder erzeugen

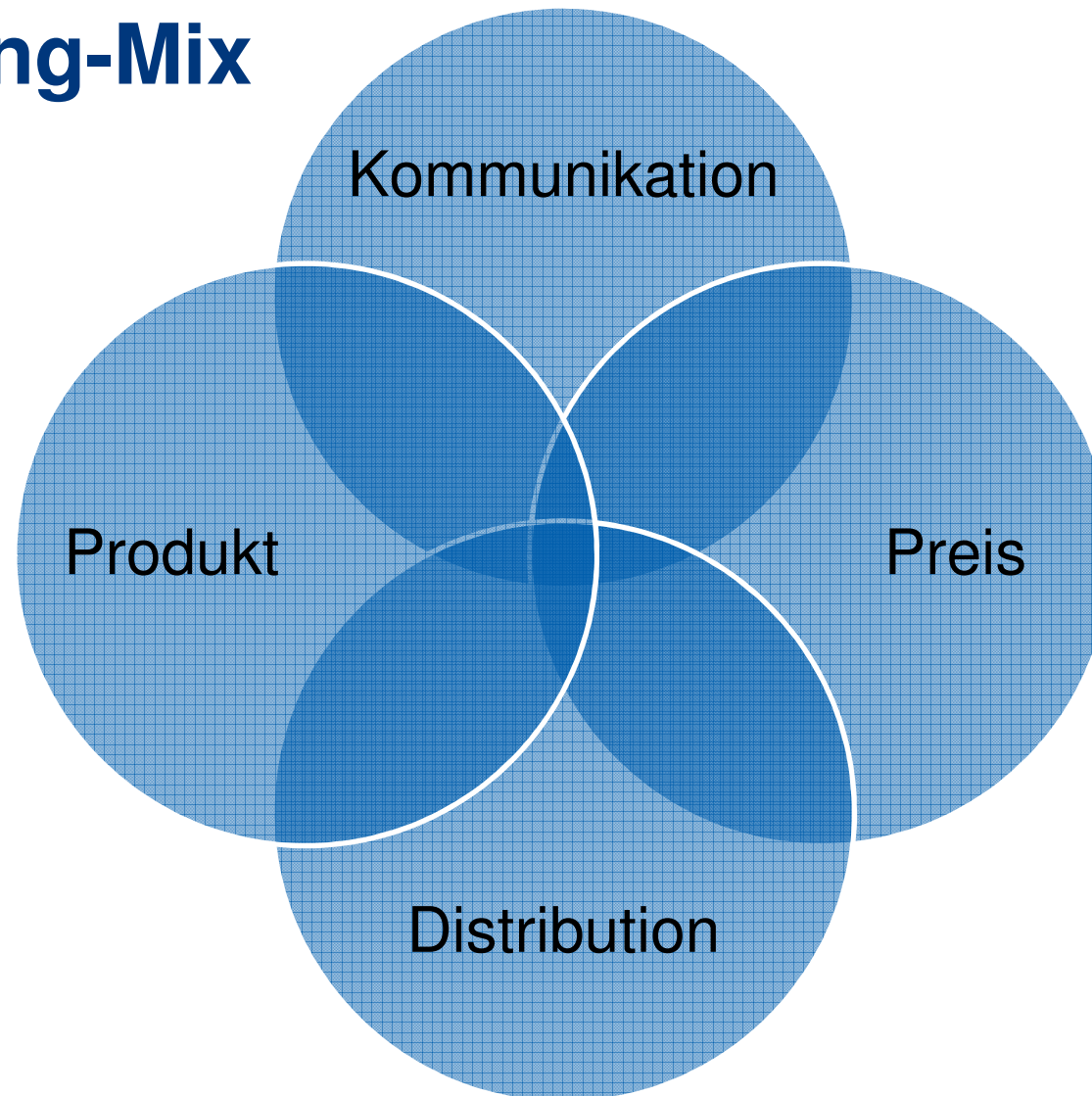


## 2. Marketing-Mix

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Marketing-Mix



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Was ist ein Produkt?

„Jedes Objekt, das auf einem Markt zur Beachtung oder Wahl, zum Kauf, zur Benutzung oder zum Verbrauch oder Verzehr angeboten wird und geeignet ist, damit Wünsche oder Bedürfnisse zu befriedigen.“

*Kotler*

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Was umfasst die Produktpolitik?

Problemlösung  
eines  
Tatbestandes

- funktionale Eigenschaften
- Materialart
- Qualität
- Halbwertszeit

Zusatzleistungen

- Garantie
- Beratung
- Support

symbolische oder  
ästhetische Werte

- Image
- Design
- Bedienung

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Dienstleistungen

Erfahrungs- und Vertrauensmerkmale

persönliche Kommunikation

Personalverhalten

prozessorientiertes Qualitätserlebnis

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Was ist ein Preis?

### Unterscheidung zweier Aspekte:

- Marktorientierung
- Kostenorientierung

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Was macht die Distributionspolitik?

„Übermittlung von materiellen und/oder immateriellen Leistungen vom Hersteller zum Endkäufer und damit von der Produktion zur Konsumtion“

*Meffert*

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Akquisitorische Distribution

- Verankerung des Produkts im Portfolio des Unternehmens
- strategische Wahl der Absatzwege und Zwischenhändler

## Physische Distribution

- logistische Planung (Lagerung, Transport etc.)



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Was macht die Kommunikationspolitik?

„Wie kann man den Bekanntheitsgrad des Produkts (oder auch indirekt: des Unternehmens) maximieren?“

*Kotler*

## 3. Analyse

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Vorgehen

Betrachtung der RVK unter den Aspekten des  
Marketing-Mix

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Produkt- politik

Wer sind die  
Nutzer der  
RVK?

Was sind ihre  
Anforderungen,  
also die  
Bedürfnisse der  
Kunden?

## Preispolitik

Was ist ein  
geeignetes  
Modell zur  
fairen  
Umlagerung  
der Kosten?

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Distributions- politik

Wie sieht der Markt für die Dienstleistungen der RVK aus?

## Kommunikations- politik

Wie lassen sich Kommunikationsinstrumente kundenorientierter ausrichten?

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Produktpolitik

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Wer sind die Nutzer der RVK?

### 1. Bibliothekare

- Entwicklung / Pflege
- Sacherschließung

### 2. Bibliotheksnutzer

### 3. Computersysteme

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Bibliothekare Entwicklung und Pflege

Marktanalyse- und Controlling-System

Analysetool zum Bibliotheksnutzerverhalten

Inhaltliche Weiterentwicklung

Inhaltliche Flexibilität

Betreuung der Weiterentwicklung

Einfache inhaltliche Weiterentwicklung

Migration und Datenredundanz



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Bibliothekare Sacherschließung

Nachhaltigkeit

Offenheit des Systems (Schnittstellen)

verbaler Einstieg und Querverweise

Fremddatenübernahme

Konkordanzen

Normdatei

Aktualität der Klassifikation

Personalisierung des Portals

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Bibliotheksnutzer

ein kundengerechtes Produkt

einfache Bedienung

schneller Browsing-Einstieg

graphische Orientierung beim Browsen

verbaler Einstieg

aussagekräftige Benennungen (Systemstellen)

alternatives Suchergebnis („meinten Sie...?“)

Web-2.0-Features

Verwendung diakritischer Zeichen (UTF-8)

Online-Tutorial

Schnittstellen zur Anwendersoftware

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Computersysteme

Anwendung in unterschiedlicher Softwareumgebung

Offenheit des Systems (Schnittstellen)

Digital-Rights-Management

Nutzung zur Erstellung Profildiensten

Kombination der RVK mit  
Suchmaschinentechnologien

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Preispolitik

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Situation der RVK

Services der RVK waren bis vor einem Jahr kostenfrei verfügbar

UB Regensburg:  
Umlagefinanzierung  
wegen Nachhaltigkeit

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kosten

Welche Arbeitsbereiche sind von der Umlagefinanzierung betroffen?

Welche Services erwarten die Partnerbibliotheken?

Entwicklung neuer Features?

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kosten

Welche Arbeitsbereiche sind von der Umlagefinanzierung betroffen?

Kosten zur „Absicherung des tech. Betriebs“

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kosten

Welche Arbeitsbereiche sind von der Umlagefinanzierung betroffen?

Welche Services erwarten die Partnerbibliotheken?

Mindestanforderung: vorhandene Dienste weiterbetreiben



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kosten

Welche Arbeitsbereiche sind von der Umlagefinanzierung betroffen?

Welche Services erwarten die Partnerbibliotheken?

Entwicklung neuer Features wenn...

mehr Services gewünscht werden

eine schnellere technische Entwicklung gewünscht ist

externe Dienstleister einbezogen werden

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kosten- beeinflussung

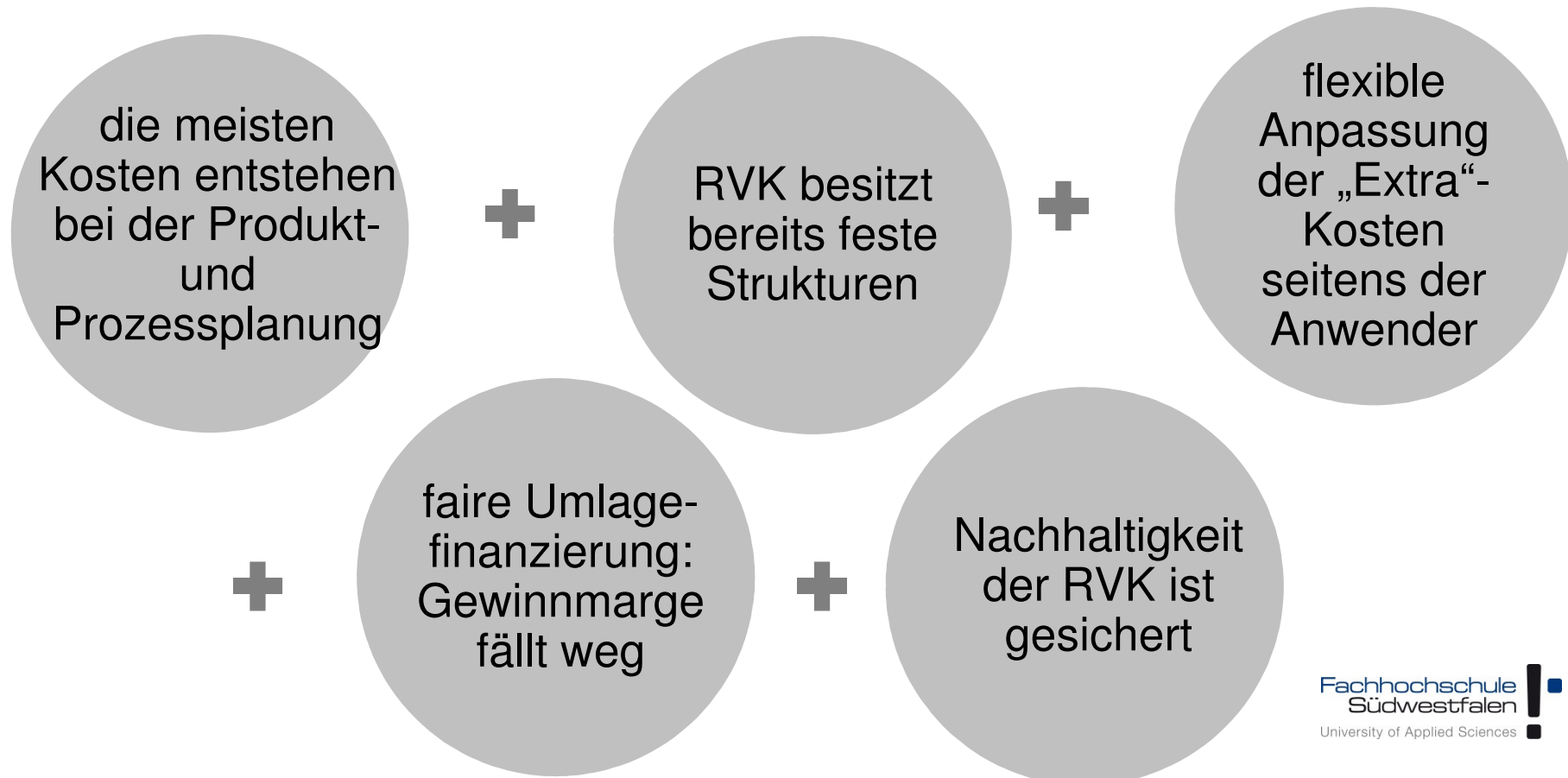
Keine externe Beeinflussung der Kosten  
(z.B. durch Konkurrenzprodukte)

nur intern, durch Anwenderbibliotheken

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Vorteile der Umlagefinanzierung RVK



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Berechnung der Kosten



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

**Überschüsse für...**

neue Personalstellen zur  
tech. Weiterentwicklung

Programmierung neuer Tools  
von externen Dienstleistern

Rücklage, um Zahlung bei  
Hardwareausfall konstant zu  
halten

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Preismodelle

nach Größe der Hochschule

nach der Nutzung der RVK (Teilnutzer, Vollnutzer)

oder Kombination aus beiden Aspekten

**Ziel:** Belastung relativ ausgewogen halten

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

**Gemeinhin gilt**

Je mehr Bibliotheken, desto...

geringer die Kosten

mehr Mittel für bessere Weiterentwicklung

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

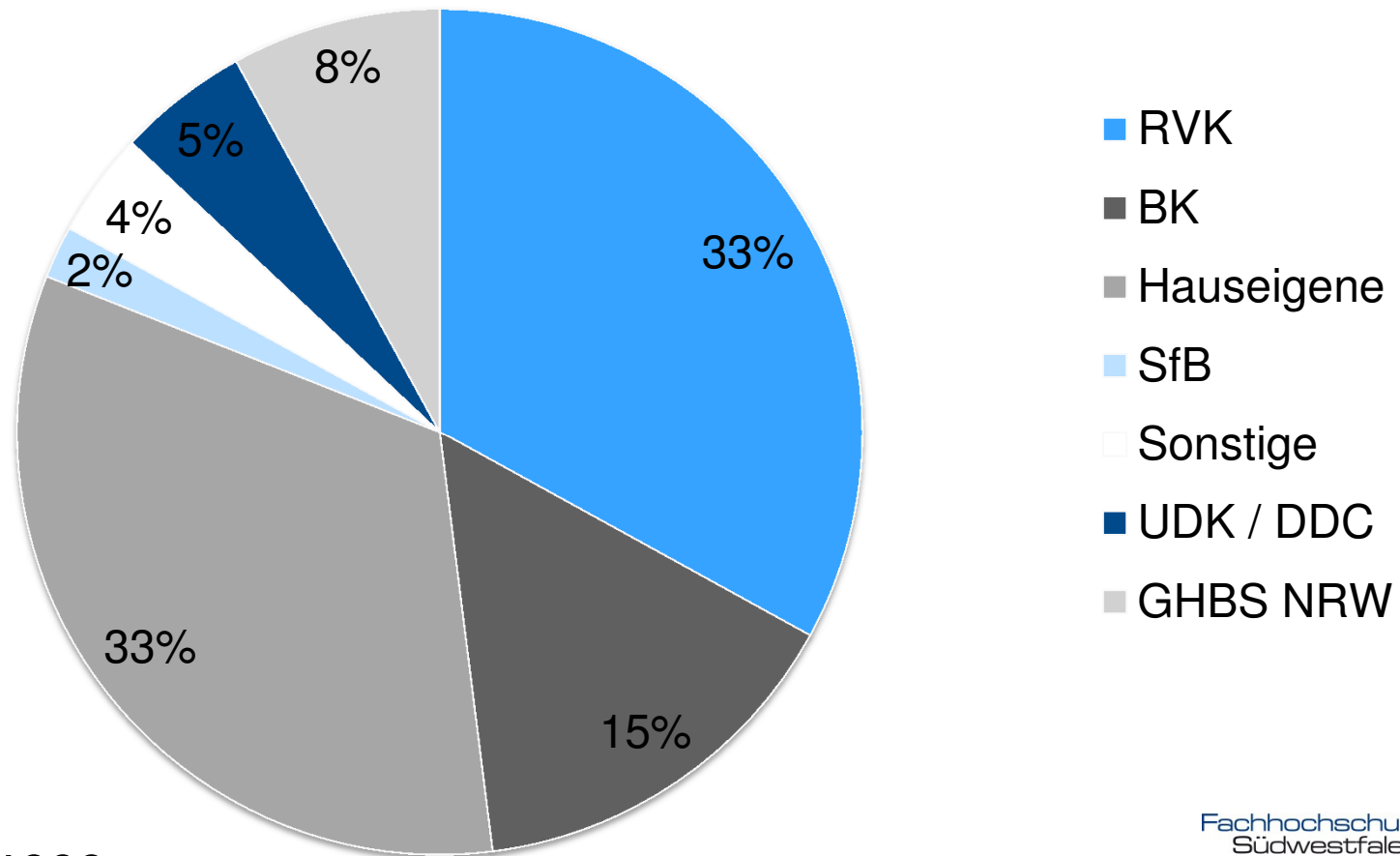
## Distributions- politik



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Klassifikationen in deutschen Bibliotheken

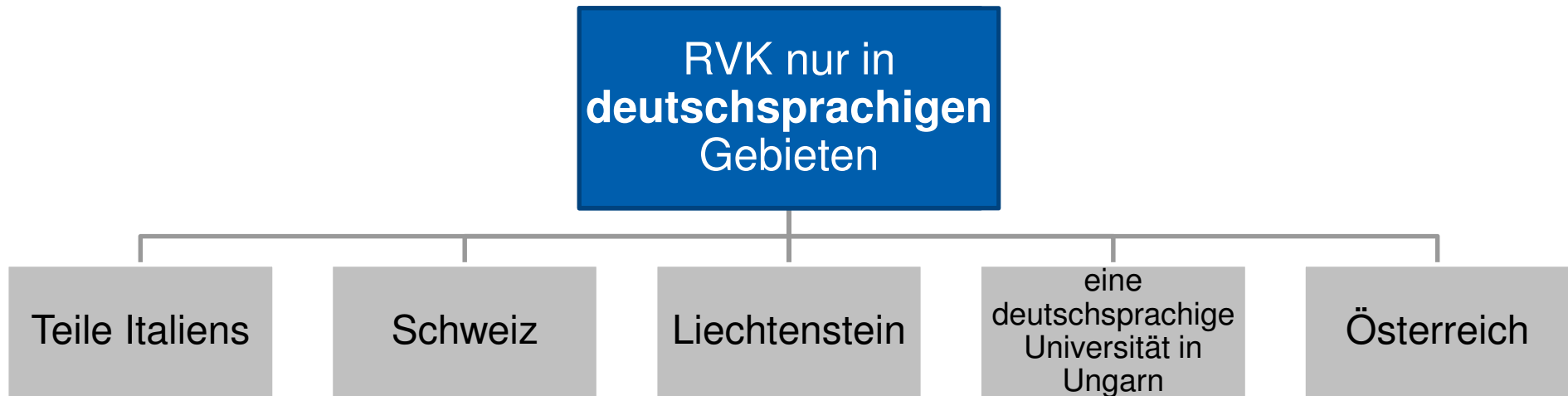


Umlauf, 1999

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

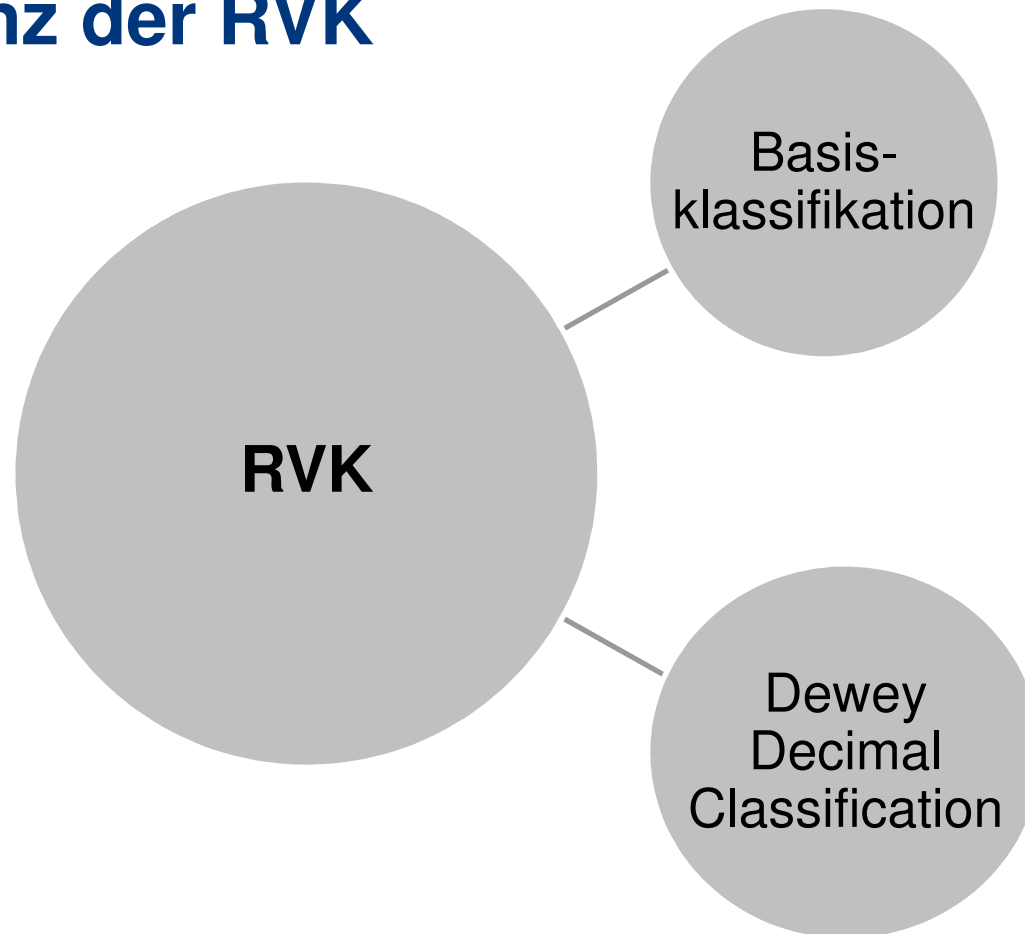
## RVK im Ausland



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Konkurrenz der RVK



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Basis- klassifikation

(Stand 2010)

Kernprodukt vorhanden (Klassifikation)

keine Schnittstellen geplant

kein Online-Tutorial geplant

BK bislang nur auf PICA-Systemen erprobt

kein eigener Webauftritt

Keine Tools

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Dewey Decimal Classification

(Stand 2010)

Kernprodukt vorhanden (Klassifikation)

Schnittstellen vorhanden

Diverse Tools (Melvil Soap, Melvil Class, Dewey Cutter Program)

Online-Tutorials, User-Guides etc.

Sehr guter Webauftritt

Enormer Pool homogen erschlossener Daten

keine wiss. Systematik in den USA (Herkunftsland)

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Entwicklung des bibliothekarischen Marktes

Kultur der  
Freihand-  
bibliotheken in  
Deutschland  
verbreitet

Retrieval hat  
sich durch  
Suchmaschinen  
technologie  
verändert

Beitrag der  
RVK: genormte  
**inhaltliche**  
**hierarchische**  
Facetten

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

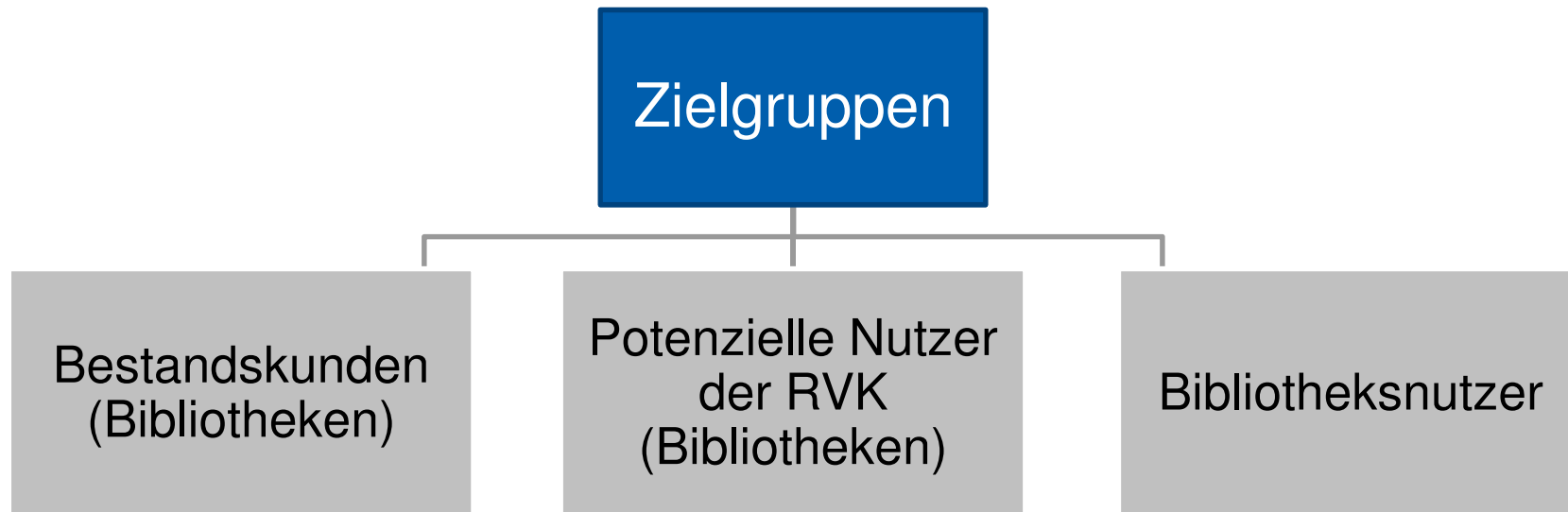
1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

# Kommunikations -politik

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kundenorientierte Weiterentwicklung des RVK-Portals





# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kundenorientierte Weiterentwicklung des RVK-Portals

Bestandskunden  
(Bibliotheken)

Portal müsste evaluiert werden (z.B. Umfrage)

ad hoc Vorschläge der Nutzer zur Verbesserung des Portals aufnehmen und umsetzen

Wettbewerb zur Ideenfindung veranstalten

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kundenorientierte Weiterentwicklung des RVK-Portals

Potenzielle Nutzer  
der RVK  
(Bibliotheken)

Vorstellung der Services der RVK und deren Nutzen

Relativierung der Bedenken gegenüber der RVK

Voraussetzungen zur Implementierung der RVK

Wie sieht die Nutzung der RVK aus?

Wie verläuft die Einführung der RVK?

Schwierigkeiten bei der Einführung? (erprobte Lösungsvorschläge)

Erläuterung der finanziellen Aspekte (z.B. Preismodelle)

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Kundenorientierte Weiterentwicklung des RVK-Portals

Bibliotheksnutzer

Welche Inhalte des aktuellen Portals sind für Bibliotheksnutzer überhaupt relevant?

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## 4. Ergebnisse

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Erfolgsfaktoren und Ausblick

### Bibliotheken

ständige Verfügbarkeit der RVK als aktuelle Datenbank (Kernprodukt)

kooperative inhaltliche Entwicklung ist kostengünstig

Plattform als Tool zur Marktanalyse und Controlling-Zwecken

Webportal als zentrale Supportanlaufstelle (orts- und zeitunabhängig)

Cutter-Tool zur täglichen Arbeitserleichterung

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Erfolgsfaktoren und Ausblick

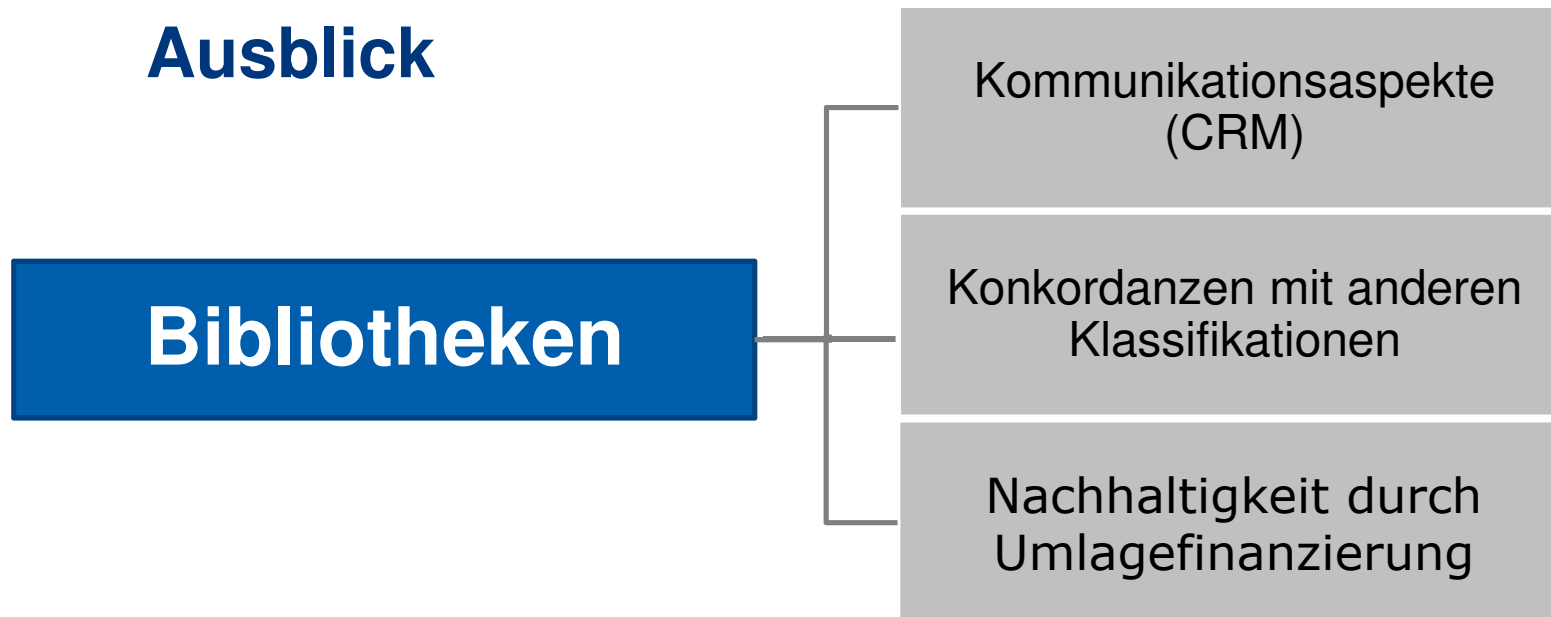
### Bibliotheken



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

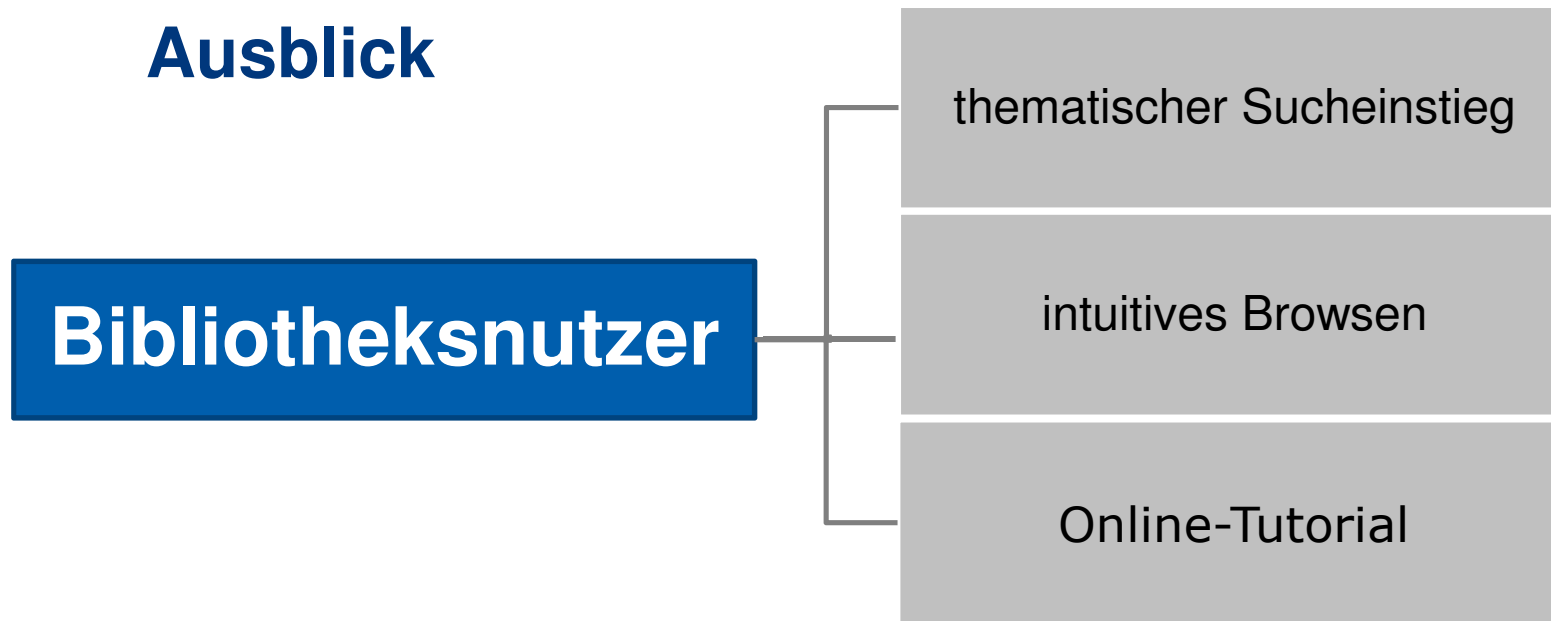
## Erfolgsfaktoren und Ausblick



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Erfolgsfaktoren und Ausblick





# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Erfolgsfaktoren und Ausblick

**Bibliotheksnutzer**

Web-2.0-Aspekte

(negativ) geringe Popularität  
bei Bibliotheksnutzern

neue Präsentationsformen  
der Systemstellen?

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

I've read (377)

I'm reading (6)

I plan to read (18)

Own (0)

Wish list (25)

Favorites (53)

PUT YOUR SHELF ON YOUR BLOG



# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Bewerbung der RVK

### Bibliotheks- nutzer

- Thematische Suche bewerben
  - Flyer
  - Plakate
  - Vorgefertigte Werbung für die Websites der Bibliotheken
  - Präsentationen für Dozenten (Multiplikatoren) einer Fakultät

### Materialien für verschiedene Endkunden entwerfen

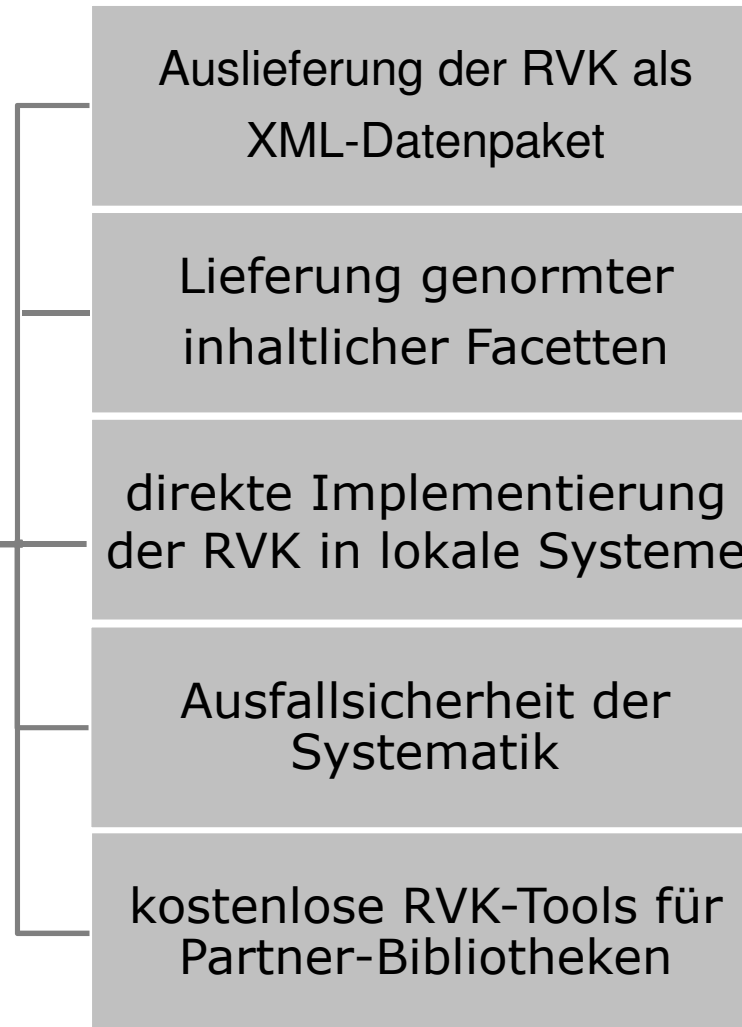
- Platz für Logo der bewerbenden UB

# kundenorientiertes Marketing an Bibliotheken

1. Kurze Einführung ins Marketing
2. Marketing-Mix
3. Analyse
4. Ergebnisse

## Erfolgsfaktoren und Ausblick

### Computersysteme



**Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit**

**Bei Rückfragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung:**

Christian Dabrowski

dabrowski.christian@fh-swf.de

02331/9330-612