

## Erfolgreiche Werbung und Öffentlichkeitsarbeit fürs BiblioWeekend Kantonsbibliothek Thurgau

**(1) Auf welchen Kanälen / mit welchen Mitteln haben Sie für Ihre BiblioWeekend-Veranstaltungen geworben?**

Presse, Veranstaltungs- und Kulturportale, Webseite, Social Media und in der Bibliothek selber. Dort haben wir in den vier Wochen vor dem BiblioWeekend mit bedruckten 12g Schöggeli und gerollten A3 Tischsets mit dem gesamten Programm bei den Kundinnen und Kunden geworben. Vier Fenster im EG waren schon einige Wochen vor dem BiblioWeekend beidseitig mit dem Visual des BiblioWeekends beklebt. Ab Ende Februar haben wir diverse Flächen im Gebäude (Ausstellungen, Treppenhaus, etc.) bereits fürs BiblioWeekend dekoriert und somit auch darauf aufmerksam gemacht.

**(2) Haben Sie andere oder mehr Kanäle genutzt als die bibliotheksinternen? [z.B.**

Kulturagenda der Gemeinde/Stadt/Region, Plakatstelen der Gemeinde, Zusammenarbeit mit Kooperationspartner und Nutzung von dessen Kanälen.

Ja, eigentlich alles vom oben genannten. Wir haben diverse Kooperationen gesucht, 2024 vor allem mit diversen Museen. Die haben auf ihren Kanälen auch übers BiblioWeekend berichtet. Zudem konnten wir eine Plakatwand in der Stadt, ein Display im Stadtbus und ein sogenanntes Kulturschaufenster für die Werbung nutzen.

**(3) Mit welchen Medien / Medienschaffenden hatten Sie in Bezug auf das BiblioWeekend Kontakt?**

Wir haben alle Medien aus der Region mit Vor- und Nachberichterstattung versorgt. Viel davon wurde in der Presse nicht abgedruckt. Eine Lokalzeitung, in der wir inseriert haben, kam mit Redaktorin und Fotograf am Sonntag des BiblioWeekends zu Besuch und hat einen ca. halbseitigen Bericht übers BiblioWeekend geschrieben.

**(4) Wie kam der Kontakt zustande?**

Manche Personen kennen wir persönlich, so dass wir uns direkt bei ihnen gemeldet haben. Oft schicken wir die Medienmitteilung aber auf "Gut Glück" an die Zeitungen. Im Falle der Inseratplatzierung hat sich eine Redaktorin proaktiv bei uns gemeldet.

**(5) Gab es einen Medienbericht über Ihre Veranstaltungen am BiblioWeekend? Wenn ja: In welchem Medium und an welchem Tag?**

Ja, einen. Erst danach in der Lokalzeitung, die jeweils am Mittwoch erscheint.

**(6) Was würden Sie anderen Bibliotheken im Hinblick auf die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit vor bzw. am BiblioWeekend empfehlen?**

Mindestens ein Drittel (bis die Hälfte) der Gesamtausgaben für die Bewerbung einsetzen.

*Laura Glöckler und Lukas Hefti beantworteten die Fragen. Das Interview wurde schriftlich geführt.*