

Marketingvorschläge für einen Makerspace in der Ehm-Welk-Bibliothek



Im Rahmen des Marketingprojektes der Louise-Schroeder-Schule im Schuljahr 2020 haben wir eine Marketingkampagne für einen geplanten Makerspace in einer öffentlichen Bibliothek erstellt. Vorab wurden eine Analyse der aktuellen Bibliothekslage und deren zukünftige Pläne vorgenommen.

Anschließend folgt konkrete Vorschläge für die Marketingkampagne dar, welche wir auch präsentieren haben. Aufgrund der Zielgruppensetzung (sinkende Besucherzahlen der 15-30 Jährigen) sollte die Bibliothek besonders darüber nachdenken, mit den Schulen im näheren Umkreis, vor allem das Sartre-Gymnasium, die Jean-Piaget Oberschule und die Ernst-Haeckel-Oberschule, in Verbindung zu treten. Die einfachste Option ist wohl mehrere Plakate zu erstellen, welche in den Schaukästen der Schulen ausgehangen werden können. In Bezug auf die LEGO Klassensätze sollte vor allen die Lehrer angesprochen werden für regelmäßige Veranstaltungen. Durch die Förderung der Kreativität, des logischen Denkens und der Vermittlung grundlegender Physikkenntnisse eignet sich dies gut für andere Formen des Unterrichts.

Ein weiterer Aspekt ist die Social-Media Präsenz. In Betrachtung der Social-Media Nutzung der Personengruppe im Alter von 14-29 Jahren macht es Sinn, die Veranstaltungen und den Makerspace selbst über die existierenden Bibliothekskanäle von Facebook und Instagram zu verkünden. In Betrachtung der hohen Ausländerrate sollte auch in Erwägung gezogen werden, fremdsprachige Flyer zu erstellen (oder erstellen zu lassen.), damit auch fremdsprachige Personen der Zielaltersgruppe erreicht werden können. Diese können in Zusammenarbeit mit den Flüchtlingsheimen und ähnlichen verbreitet werden unter den Personen.