Zeitschrift: Arbido

Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz

Band: - (2012)

Heft: 4: Social Media und Bibliotheken = Médias sociaux et bibliothèques = Social media e biblioteche

Artikel: Facebook-Seiten für Bibliotheken?

Autor: Prantl, Aline

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-770136

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Facebook-Seiten für Bibliotheken?

Aline Prantl, Informationsspezialistin

Social Media, allen voran Facebook, sind ein Dauerthema in den Medien. Facebook fällt da seit je vor allem durch negative Schlagzeilen auf. Trotzdem nutzen weltweit immer mehr Menschen die Plattform, um miteinander zu kommunizieren. So ist es verständlich, dass zunehmend auch Firmen und Institutionen daran teilhaben wollen. Im Folgenden soll kurz beleuchtet werden was Facebook ist, wie es genutzt werden kann, und die wichtigsten Punkte, die es dabei zu beachten gilt.

Was und wer ist Facebook?

Facebook wurde 2004 an der Universität Harvard gegründet und soll Menschen eine Plattform bieten, sich zu präsentieren und untereinander auszutauschen[1]. Entsprechend beschränkte sich die Teilnahme an Facebook ursprünglich nur auf natürliche Personen. Anfang Oktober 2012 waren dies weltweit über eine Milliarde[2]. In der Schweiz waren es zum selben Zeitpunkt rund drei Millionen, rund die Hälfte davon zwischen 18 und 35 Jahre alt[3]. Überraschenderweise sind in der Schweiz Teenager (13 bis 17-jährige) mit 12,45% erst die viertgrösste Nutzergruppe und nur wenig mehr als die 45 bis 54-jährigen (11,41%). Unter 13-Jährigen ist die Mitgliedschaft bei Facebook nicht erlaubt.

Seit 2007 besteht mit der Einführung der Facebook-Seiten auch für Firmen und Institutionen die Möglichkeit eines Facebook-Auftritts. Der Unterschied zwischen Seiten und Profilen besteht primär darin, dass Seiten nicht auf persönliche Profile zugreifen können. Die Privatsphäre der Anhänger einer Seite bleibt so also bis zu einem gewissen Grad gewahrt. Der Grad der öffentlichen Sichtbarkeit privater Profile kann je nach Wunsch eingeschränkt werden. Seiten verfügen nicht über diese Einschränkung und sind somit immer öffentlich einsehbar, auch von Nicht-Facebook-Mitgliedern. Verwendet eine Firma oder Institution für ihren Auftritt dennoch ein persönliches Profil und Facebook wird darauf aufmerksam, so wird dieses gelöscht. Seit Mitte 2011 ist nicht mehr zwingend ein privates Profil nötig, um eine Seite zu unterhalten, und die Verwaltung kann Personenunabhängig, zum Beispiel über die offizielle E-Mail-Adresse der Bibliothek, erfolgen. Obwohl eine Facebook-Seite schnell und einfach erstellt ist, gibt es dabei doch einige Punkte zu beachten, die den Rahmen dieses Artikels sprengen würden. Die Bezirksregierung Düsseldorf hat hierzu eine ausgezeichnete Einführung inklusive bebilderter Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Erstellung einer Facebook-Seite für Bibliotheken erstellt[4].

Einige Bemerkungen zur Nutzung

Obwohl für Kommunikation entwickelt, findet diese auf Facebook vor allem zwischen den Nutzern und nicht zwischen Nutzern und Facebook-Seiten statt. Wie Jakob Nielsen gezeigt hat, sind 90% der Social-Media-Teilnehmer passive Konsumenten von Inhalten, 9% beteiligen sich gelegentlich an Inhalten und nur 1% steuern häufig Beiträge bei[5]. Vermutlich auch dank diesem Umstand nutzen viele Schweizer Bibliotheken Facebook als einseitigen Informationskanal, ähnlich einer Website. Tatsächlich kann aufgrund der einfachen Bedienung eine Facebook-Seite durchaus einen Ersatz oder eine Ergänzung dafür darstellen. Die ideale Aktualisierungsfrequenz liegt mit ungefähr einem neuen Beitrag alle zwei Tage[6] allerdings deutlich höher als bei einer Website. Dies sollte jedoch nur als Richtwert gesehen werden. Bei Weitem wichtiger als die Frequenz ist der Inhalt der Beiträge. Ein relevanter Beitrag alle 2 Wochen ist drei Kommentaren zum Wetter pro Woche vorzuziehen.

Was relevant ist, hängt dabei unter anderem vom Zielpublikum, der Nutzungs- und der gewählten Kommunikationsart ab. So präsentieren sich zum Beispiel die Büchereien Wien von einer humorvollen und persönlichen Seite, während die Alliance-Sud-Dokumentation Facebook als Informationsplattform zu Themen der Entwicklungszusammenarbeit nutzt. Die Bibliothek Alpnach wiederum veröffentlicht Beiträge rund ums Buch, Jugendarbeit und Bibliotheken.

Darüber, in welcher Form Inhalte publiziert werden sollten, gibt es unterschiedliche Meinungen. Laut einer Studie von 2012[7] generieren Links und Videos am wenigsten Interaktionen. Bei der Analyse von Schweizer Biblio-

1 Facebook.com, Key Facts, URL http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22 [Zugriff vom 26. Oktober 2012].

2 Zuckerberg, M., One Billion People on Facebook, URL http://newsroom.fb.com/News/One-Billion-People-on-Facebook-1c9.aspx [Zugriff vom 30. Oktober 2012].

3 Hutter, T., Facebook: über 3 Mio. Schweizer auf Facebook, www.thomashutter.com/index.php/2012/10/facebook-uber-3-mio-schweizer-auf-facebook/ [Zugriff vom 26. Oktober 2012].

4 Bezirksregierung Düsseldorf, Bibliotheken Online: Erstellen einer Facebook-Fanpage, www.brd.nrw.de/schule/privatschulen_sonstiges/pdf/2011_-_Bibliotheken_Online_-_Erstellen_einer_Facebook-Fanpage.pdf [Zugriff vom 30. Oktober 2012].

5 Nielsen, J., Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute, www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html [Zugriff vom 29. Oktober 2012].

6 Zarrella, D., New Data: Post to Your Facebook Page Every Other Day for the Most Likes, URL http://danzarrella.com/new-data-post-to-your-facebook-page-every-other-day-for-the-most-likes.html [Zugriff vom 26. Oktober 2012].

7 Reimerth, G. und Wigand, G., Welche Inhalte in Facebook funktionieren: Facebook Postings von Consumer Brands und Retail Brands unter der Lupe, über www.knallgrau.at/facebookcontentstudie [Zugriff vom 26. Oktober 2012].

theksseiten im Dezember 2010 kam ich jedoch zu einem genau gegenteiligen Ergebnis und auch Thomas Hutter, ein Schweizer Facebook-Marketingexperte, widerspricht dem Ergebnis[8]. Welche Inhalte von den eigenen Anhängern geschätzt werden, lässt sich jedoch am besten durch Ausprobieren herausfinden. Seitenadministratoren steht dafür ein Statistiktool zur Verfügung das unter anderem auch angibt, welche Inhalte angeklickt werden. So können auch die Interessen der passiven Mehrheit erfasst und bedient werden.

Einige Gedanken zum Schluss

Ein grosser Teil der Faszination an Facebook entsteht vermutlich durch den ständigen Wandel, den die Plattform durchläuft und der den Nutzern immer wieder Aufmerksamkeit abverlangt. Bibliothekare und Bibliothekarinnen, die Facebook für ihre Bibliothek nutzen wollen, sollten deshalb eine gewisse Neugier, Experimentierbereitschaft und Anpassungsfähigkeit mit sich bringen.

Kontakt: a.prantl@gmx.ch

8 Hutter, T., Facebook: Studie «Welche Inhalte auf Facebook funktionieren» – ein paar Gedanken, www.thomashutter.com/index.php/2012/08/facebook-studie-welche-inhalte-auf-facebook-funktionieren-ein-paar-gedanken/ [Zugriff vom 30. Oktober 2012].

ABSTRACT

Des pages Facebook pour les bibliothèques?

Les médias sociaux sont un thème récurrent dans les médias, parfois critiques à leur égard, comme Facebook en fait les frais depuis quelque temps. Ce qui n'empêche pas que de plus en plus d'individus utilisent cette plateforme pour communiquer. Il n'est dès lors pas étonnant que des entreprises et des institutions souhaitent également y participer. L'auteur explique dans cet article comment Facebook peut être utilisé et les principaux aspects sur lesquels il convient de veiller. Facebook a été créé en 2004 à l'Université d'Harvard. Il s'agit d'une plateforme qui permet aux gens de se présenter et d'échanger entre eux. La participation à Facebook se limitait donc dans un premier temps aux personnes physiques. Au début octobre 2012, le nombre d'utilisateurs de ce média a dépassé le milliard. On en compte quelque trois millions en Suisse, dont près de la moitié ont entre 18 et 35 ans. Il est étonnant de constater que les adolescents suisses (13–17 ans) ne constituent que le quatrième groupe d'utilisateurs de par la taille (12,45%), soit légèrement plus que les 45 à 54 ans (11,41%). Les moins de 13 ans ne sont pas autorisés à devenir membre de Facebook.

Bien que développé pour la communication, celle-ci a surtout lieu entre les utilisateurs eux-mêmes et non pas entre les utilisateurs et les pages Facebook. Une bonne part de la fascination qu'exerce cette plateforme réside probablement dans le fait qu'elle est en constante mutation, ce qui exige une attention de tous les instants, ou presque, de la part des utilisateurs. Les bibliothécaires qui veulent utiliser ce média social pour leur bibliothèque devraient donc faire preuve d'une certaine curiosité, être disposés à expérimenter de nouvelles fonctionnalités et à s'y adapter. ***(sg)***

metasystems

la communication globale

- Des solutions personnalisées en communication
- Conception, multimedia et nouvelles technologies
- Un réseau de professionnels de l'information

Chemin des Rosiers 2B • 1701 Fribourg • 079 660 62 66 • gilliozs@metasystems.ch