

Dr. Klaus Ulrich Werner: **Der Wow-Faktor. Marketingstrategien für eine wissenschaftliche Bereichsbibliothek**

Abstract

„... das ist eine ganz besondere Bibliothek“ sagt der Pförtner und auch die Putzkolonne weiß das. Die Bibliothek als ‚coole Location‘ und als Fotomotiv ist aber noch kein Marketingkonzept. Icon für die Universität und Puzzleteilchen der Exzellenz zu sein, steigert nicht zwangsläufig den Erwerbungssetat, sichert nicht die Planstellen. – Wie überzeugt man Geldgeber, in einen Wow-Faktor zu investieren? - Auch die Grenzen des Marketings für eine dezentrale Einrichtung im zweischichtigen System sollten nicht verschwiegen werden.

Dr. Klaus Ulrich Werner ist Gründungsdirektor der Philologischen Bibliothek der Freien Universität Berlin („The Brain“), eine Zusammenführung von 12 Institutsbibliotheken in einer preisgekrönten Architektur des britischen Architekten Lord Norman Foster.