



## Bewerben Sie sich für den IFLA – BibLibre International Library Marketing Award

---

**2000 Euro für die beste Marketingkampagne zu gewinnen, plus Teilnahmegebühr und Reisekosten zum IFLA Weltbibliotheks- und Informationskongress**

### **Bewerben Sie sich für den IFLA - BibLibre International Library Marketing Award**

Das IFLA Komitee für Management und Marketing schreibt, in Kooperation mit dem französischen Softwarehersteller BibLibre, den *IFLA - BibLibre International Marketing Library Award* aus.

Der *IFLA - BibLibre International Marketing Award* zeichnet kreative, ergebnisorientierte Marketingprojekte und -kampagnen von Bibliotheken aus. Für ihre herausragenden Projekte werden bis zu zehn Finalisten geehrt. Aus der Gruppe der Finalisten werden drei Gewinner ausgewählt.

Die Gewinner des ersten und zweiten Preises erhalten jeweils einen Flug, Unterkunft und Teilnahmegebühren zur Teilnahme am Weltbibliotheks- und Informationskongress, stattfinden wird. Zusätzlich erhalten die ersten drei Gewinner ein Preisgeld in Höhe von 2.000 Euro (1. Preis), 1.000 Euro (2. Preis) und 500 Euro (3. Preis). Die Preisgelder sind für weitere Marketingaktivitäten zu verwenden.

Die Finalisten und Gewinner werden im März bekannt gegeben; die offizielle Preisverleihung findet während der *IFLA Awards Ceremony* im Rahmen des Kongress.

### **Der Preis setzt sich zum Ziel:**

- Die besten Bibliotheksmarketingprojekte weltweit des vergangenen Kalenderjahrs (01. Januar bis 31. Dezember) zu ehren,
- Marketing in Bibliotheken zu fördern, und
- Bibliotheken die Möglichkeit zu bieten, sich zu erfolgreichen Projekten im Bereich Marketing auszutauschen.

### **Richtlinien**

- Jede Bibliothek weltweit, die ihre Bibliotheksprodukte oder -dienstleistungen marketingrelevant fördert, ist Teilnahme berechtigt.
- Bewerbungen müssen schriftlich in einer der sieben offiziellen IFLA-Sprachen (Arabisch, Chinesisch, Deutsch, Englisch, Französisch, Russisch, Spanisch). Bitte beachten Sie, dass die Jury-Sprache Englisch ist. Nicht-englische Bewerbungen werden per *Google Translate* übersetzt. Den nicht-englischsprachigen Bewerbern steht es frei, zusätzlich eine elektronische englische Übersetzung einzureichen. Dies ist jedoch nicht verpflichtend.
- Bewerbungen müssen bis spätestens 10. Januar eingereicht werden (inklusive aller Zusatzmaterialien).

### **Bewerbungsunterlagen müssen:**

- Ein originales Marketingprojekt einer Bibliothek einreichen;
- alle Fragen im Bewerbungsbogen beantworten;

- den Mehrwert ihres Projektes auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene beschreiben;
- die Projektbestandteile laut Bewerbungsbogen darlegen;
- den Kundennutzen für die Zielgruppe herausstellen;
- eine vollständige Marketingstrategie erläutern;
- das Projekt und die erzielten Resultate zusammenfassen.

Alle Einreichungen müssen die oben genannten Bestandteile vollständig abdecken. Die Teilnehmer werden aufgefordert, insbesondere innovative Ansätze des Projektes darzustellen.

## Auswahlkriterien

Bewerbungen werden nach folgenden Auswahlkriterien bewertet:

- Strategischer Marketing-Ansatz, ausgehend von der Konzeptions- und Planungsphase des eingereichten Projektes;
- Kreativität und Innovationsgehalt, die sich in originellen Lösungsansätzen wiederfinden und auf bibliothekarische Herausforderungen reagieren;
- Potential für öffentliche Wahrnehmung oder Unterstützung von Bibliotheken, unabhängig von ihrer Art oder dem Einsatz von Ressourcen;
- Effektivität der Maßnahmen, illustriert durch messbare Ziele und der passenden Evaluationsmethoden;
- Engagement für kontinuierliche Marketingaktivitäten.
- Die Jury freut sich insbesondere über Bewerbungen, die folgende Bereiche abdecken. Marketing
- von Projekten, die international die Verbreitung von elektronischen Ressourcen fördern, z.B. elektronische Zeitschriften, Verlagsdatenbanken, institutionelle Verzeichnissen;
- von Online und digitalen Bibliotheken;
- zur Förderung von Informationskompetenz;
- von neuen Produkten und Dienstleistungen.

Die eingereichten Bewerbungen werden anhand der oben genannten Kriterien bewertet.

Die Kriterien dienen dazu, ein breites Verständnis von Marketing und Partizipation in unterschiedlichen Ländern und Regionen abzudecken.

Bewerbungen von Teilnehmern aus Entwicklungsländern und von Bibliotheken mit geringen Ressourcen werden besonders begrüßt.

Die Jury setzt sich aus folgenden Mitgliedern des IFLA Komitees für Management und Marketing zusammen:

- Silvere MERCIER (France), Vorsitz
- Henar SILVESTRE FERRADAL (Spanien), Informationskoordinatorin
- Lamia ABDELFAHATTAH (Ägypten)
- Antonia ARAHOVA (Griechenland)
- Wiebke DALHOFF (Deutschland)
- Ruth ØRNHOLT (Norwegen)
- Nadia TEMMAR (Algerien)
- Leslie WEIR (Kanada)
- Ludmila ZAYTSEVA (Russland)

**Beraterin:**

- Christie KOONTZ (USA)

**Kontakt:** [iflajurymembers@googlegroups.com](mailto:iflajurymembers@googlegroups.com)

**Bewerbungsfrist ist der 10. Januar.**