



7. Internationaler Marketing-Preis der IFLA

2009

unter der Patenschaft von

EMERALD Group Publishing LTD

Gewinnen Sie 1.000 USD... und mehr! Bewerben Sie sich für den Internationalen Marketing-Preis der IFLA 2009

Die Sektion Management und Marketing der IFLA in Zusammenarbeit mit EMERALD Group Publishing LTD freut sich, hiermit den **Internationalen Marketing-Preis der IFLA für 2009** auszuloben.

Zielsetzungen des Preises

- Alljährliche Belohnung für das beste Marketingprojekt einer Bibliothek
- Förderung des Marketing in den Bibliotheken
- Gelegenheit für Bibliotheken, ihre Erfahrungen auf dem Marketingsektor auszutauschen

Bedingungen

Jede Bibliothek, die ihre Dienstleistungen fördert, kann sich bewerben.

- **Das Bewerbungsformular ist abrufbar unter:**<http://www.ifla.org/VII/s34/index.htm>

Die Bewerbungen müssen

- in einer der fünf Amtssprachen der IFLA abgefasst sein
- vor dem 31. Januar 2009 unter Beifügung der die Förderung betreffenden Unterlagen an nachstehende Adresse übersandt werden:

Daisy McADAM
University of Geneva
Faculty of Economics and Social Sciences
40, Pont-d'Arve
1211 GENEVA 4, Switzerland
Tel. +41-22-7058048
Daisy.McAdam@ses.unige.ch

Die Bewerbungsunterlagen müssen

- ein eigenständiges Marketingprojekt für einen beliebigen Bibliothekstyp präsentieren,
- jede in dem Formular enthaltene Fragestellung beantworten,
- die Ziele und die Vorteile des Projektes aus der Sicht vor Ort darlegen,
- die Bestandteile des Projekts gemäß der im Bewerbungsformular enthaltenen Spezifikation beschreiben,
- die den/der betreffenden Zielgruppe/n eigentümlichen Bedürfnisse aufzeigen,
- eine vollständige Beschreibung der Marketingstrategie geben,
- eine zusammenfassende Analyse des Marketingprojekts vornehmen.

Sämtliche Bewerbungen für den **INTERNATIONALEN MARKETING-PREIS DER IFLA** müssen den oben erwähnten Kriterien Rechnung tragen. Die Bibliotheken und die Institutionen werden dazu ermuntert, bei der Entwicklung von Marketingprojekten einfallsreich und erfinderisch zu sein.

AUSWAHLKRITERIEN

Die Bewerberbibliotheken werden nach Maßgabe folgender Kriterien beurteilt:

1. Strategischer Ansatz bezüglich der Marketingvermittlung, in angemessener Weise angezeigt in den jeweiligen Etappen der Recherche und Planung des vorgelegten Projekts,
2. Kreativität, Innovation und Originalität bei der Art und Weise des Umgangs mit den Herausforderungen von Marketing und Kommunikation,
3. Eignung für den Zweck, eine breite Öffentlichkeit aufmerksam zu machen und zu sensibilisieren, unabhängig vom Betrag der zugewiesenen Ressourcen,
4. durch messbare Zielsetzungen und durch eine von dementsprechenden Evaluationsmethoden nachgewiesene Effizienz,
5. Engagement beim Vorantreiben von Marketing-Aktivitäten und Public Relations.

Die Bewerbungen werden vom Komitee für den **Internationalen Marketing-Preis der IFLA** geprüft im Hinblick auf ihre Eignung zur Erfüllung oben erwähnter Kriterien. Als weitere Faktoren werden berücksichtigt die Klarheit bei der Planung und die auf Kontakte mit

außerhalb verorteten Institutionen oder Organisationen ausgerichtete Sensibilisierung. Die Aufwendungen für Ressourcen (Personal, Material, Zeit) werden in gleicher Weise in Betracht gezogen.

Mitglieder der Jury:

- Mariétou DIONGUE DIOP (Senegal) mddiop@ucad.sn
- José Antonio GOMEZ-HERNANDEZ (Spanien) jgomez@um.es
- Dinesh K. GUPTA (Indien) dineshkg@sancharnet.in
- Christie KOONTZ (USA) ckoontz@ci.fsu.edu
- Daisy McADAM (Schweiz) daisy.mcadam@unige.ch
- Lena OLSSON (Schweden) lena.olsson@lhs.se
- Ludmila ZAYTSEVA (Russland) lzai@rsl

Die Bewerber können ihre Unterlagen per E-Mail ODER auf dem herkömmlichen postalischen Weg übermitteln.

Fristablauf mit Zugang am 31. Januar 2009

Der **INTERNATIONALE MARKETING-PREIS DER IFLA** wird diejenigen Institutionen bzw. Organisationen belohnen, die kreative und ergebnisorientierte Marketingprojekte oder -kampagnen entwickelt haben. Drei Endrundenteilnehmer werden auf Grund ihrer hervorragenden Umsetzung dieser Vorgabe ausgewählt. Unter den drei Endrundenteilnehmern wird der Gewinner ermittelt; er erhält Flugticket, Unterbringung und Zulassung zur IFLA-Hauptkonferenz und Ratstagung 2009 in Mailand (Italien), des weiteren einen Bargeldpreis in Höhe von 1000 US-\$, der für die Verstärkung von Marketing-Anstrengungen der Institution oder Organisation des Gewinners einzusetzen ist. Die Namen der drei Endrundenteilnehmer werden im März 2009 bekannt gegeben. Der Gewinner von Platz Nummer 1 wird zur selben Zeit ausgewählt und zwei besondere Auszeichnungen werden vergeben. Der Name des Gewinners wird während der IFLA-Konferenz 2009, Mailand, offiziell verkündet.