

Alternative Finanzierungsquellen

Gegenstand dieser Zusammenstellung sind Finanzierungsquellen für **zusätzliche** Vorhaben der Bibliothek. Die regulären Betriebskosten werden durch das ordentliche Budget gedeckt. Dabei wird - je nach Politik und Finanzlage des Trägers der Bibliothek - ein grösserer oder kleinerer Teil der Betriebskosten durch Einnahmen aus Mitgliederbeiträgen und Leihgebühren erwirtschaftet.

Werden für die Realisierung zusätzlicher Vorhaben alternative Finanzierungsquellen in Betracht gezogen, sind die Arbeitskosten für die Mittelbeschaffung in der Zeit- und Kostenplanung mit einzurechnen. Der Aufwand dafür kann beträchtlich sein: Aufwand und Ertrag sind gegeneinander abzuwägen.

Die Zusammenstellung unterscheidet die folgenden alternativen Finanzierungsquellen:

- Erträge aus Mitteln der Bibliothek
- Sponsoring
- Fundraising

Nicht zu den alternativen Finanzierungsquellen gehören Bücherschenkungen, sofern es sich nicht um aktiv angefragte Bestände handelt.

Freundeskreise und Gönnervereine können die Bibliothek als Lobby-Gruppe bei der Öffnung von alternativen Finanzierungsquellen unterstützen.

Welcher Weg für die Beschaffung von zusätzlichen Mitteln am besten geeignet ist, ist im konkreten Fall abzuwägen. Die Übergänge zwischen den verschiedenen Finanzierungsquellen können fließend sein.

Erträge aus Ressourcen der Bibliothek

Für zusätzliche Einnahmen aus eigenen Mitteln kann die Bibliothek die folgenden Aktionen prüfen:

- Verkauf von ausgeschiedenen Medien (ständiger „Korb“, punktuelle Aktionen, Flohmärkte, Steigerungen etc.)
- Beteiligung am Vertrieb von Eintrittskarten, Medien, Souvenirs, Getränken etc. (Kooperationen mit Anbietern)
- Vermietung von Bibliotheksräumen (je nach Eignung)
- Vermietung von Werbeflächen (Wände, Bildschirmschoner, Webseite, ...)
- (...)

Sponsoring

Unter Sponsoring versteht man die vertragliche Verpflichtung, für Geld oder Sachmittel eine Gegenleistung zu erbringen. Als Gegenleistung macht die Bibliothek das Engagement eines Sponsors publikumswirksam bekannt. Idealerweise dient Sponsoring den Interessen beider Seiten, indem ein gegenseitiger Imagetransfer stattfindet. Es ist deshalb ratsam, individuelle Sponsoring-Pakete zu schnüren, die für bestimmte Sponsoren attraktiv sind und eine gute Sichtbarkeit garantieren.

Beispiele für den Einsatz von Sponsoring:

- Benutzerausweise
- Veranstaltungen (Honorare für Referentin/Referenten, Apéritif, Getränke, Blumen,

- Technik etc.)
- Abonnemente oder Lizenzen für bestimmte Zeitschriften oder Datenbanken
- Unterstützung ausgewählter Medienbereiche
- Zusätzliche Öffnungszeiten
- Erneuerungsvorhaben (Mobiliar, Teppich, Anstrich, PC, ...)
- Lesezeichen
- Taschen, Einkaufskörbe
- Ausstattung (z. B. Blumen, Bepflanzung, Kunst)
- Bibliothekslogo
- Aktionstage
- Publikationen (Jahresbericht, Bibliotheksführer)
- (...)

Überlegungen bei der Suche nach geeigneten Sponsoren:

- Was kann ich einem Unternehmen anbieten, wenn es mein Projekt sponsert?
Was ist auch für dieses Unternehmen attraktiv?
- Welche Unternehmen haben einen Bezug zu meinem Vorhaben?
- Kenne ich Unternehmen, welche die gleichen Zielgruppen ansprechen wie mein Projekt?
- Welche Unternehmen haben bereits Projekte gleicher oder ähnlicher Art gesponsert?
- Kenne ich Unternehmen, deren Unternehmenskultur und Image zu meinem Projekt passen?
- Kenne ich Unternehmen, Förderprojekte oder Personen, die einen inhaltlichen Bezug zu Bibliotheken haben?
- (...)

Empfehlungen für Sponsoring-Anfragen:

- Für die Akquisition von Sponsoren sollte eine Person in leitender Funktion zuständig sein.
- Persönliche Kontakte und bestehende Beziehungen nutzen: sie können sich auf ein Sponsoring-Vorhaben positiv auswirken.
- Anfragen persönlich adressieren, die Kontaktpersonen vorher ausfindig machen.
- Ansprechpartner in der Bibliothek nennen.
- Als gleichwertiger Partner auftreten: die Bibliothek hat auch etwas zu bieten! Es geht darum, eine Geschäftsbeziehung aufzubauen.
- Aufzeigen, wofür man die Firma als Sponsoring-Partner gewinnen möchte und Vorteile für das Unternehmen nennen.
- Entwickeln einer öffentlichkeitswirksamen Strategie sowohl aus der Sicht der Bibliothek wie auch aus der Sicht des Unternehmens.
- Die Sponsoring-Anfrage sollte nicht mehr als eine A4-Seite umfassen.
- Der Anfrage wird ein Konzept des Projekts beigelegt und/oder ein Dossier von Sponsoring-Möglichkeiten.

Fundraising

Für Fundraising gibt es unterschiedliche Definitionen. Im weitesten Sinn wird Fundraising als Oberbegriff für die Beschaffung sämtlicher Mittel für den Unterhalt einer Non-Profit-Organisation verwendet, inkl. der regulären Beiträge. Hier wird der Begriff im engen Sinn verwendet: von Spenderinnen und Gönnern Geld, Arbeit oder Wissen erlangen, ohne dass diese dafür eine Gegenleistung erwarten. Fundraising kann am wirksamsten im Rahmen von Aktionen für bestimmte Vorhaben betrieben werden.

Beispiele für Fundraising-Aktionen:

- Benefizveranstaltungen
- Tombolas
- Teilnahme an Stafetten, Wettbewerben u. ä.
- Versteigerung von geschenkten Büchern

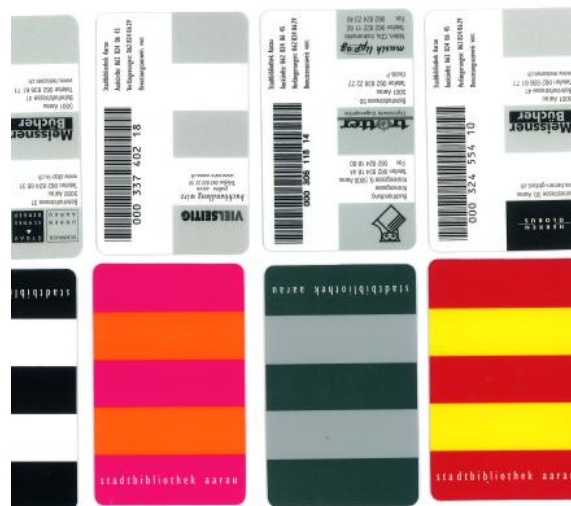
(Evtl. im Rahmen einer grösseren Veranstaltung oder unter der Ägide eines Clubs oder Vereins: Gibt es Anlässe, bei denen sich die Bibliothek einklinken kann?)

Als Fundraising gilt auch das Einreichen von Förderanträgen an Stiftungen, Anfragen an Vereine, Förderorganisationen, Service-Clubs, Unternehmen und Privatpersonen.

Überlegungen für Fundraising:

- Kennen wir Clubs oder Vereine, die der Bibliothek wohl gesinnt sind und zu denen wir gute Kontakte haben?
- Können wir unser Fundraising in den Rahmen einer bereits existierenden, grösseren Veranstaltung stellen?
- Passt unser Vorhaben zum Stiftungszweck einer Stiftung oder zu den Aktivitäten eines Vereins?
- Sind im Team spezielle Talente (unterhalten, Drinks mixen, Feste organisieren, ...) vorhanden, die wir für Fundraising-Zwecke einsetzen könnten?
- (...)

Umsetzungsbeispiele



Stadtbibliothek Aarau: Kundenkarten

- In der Stadtbibliothek Aarau kann die Kundschaft aus einer Palette von Kundenkarten wählen. Möglich ist dies dank der Unterstützung verschiedener Firmen, deren Logo auf der Rückseite der Kartenserie abgebildet ist. (Sponsoring)
- Die Bündner Volksbibliothek schickt ein prominentes Mitglied des Stiftungsrates an den Churer „Pumpilauf“: Bekannte Köpfe aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport laufen für die Organisation ihrer Wahl durch die Gassen der Churer Altstadt. Gönnerinnen und Gönner verpflichten sich im Vorfeld dazu, der Organisation für jeden gelaufenen Kilometer einen selber gewählten Betrag zu überweisen. (Fundraising)
- Die Kantonsbibliothek Baselland ist am Sonntag geöffnet: die Anschubfinanzierung

erfolgte durch ein Chemie-Unternehmen, durch Übernahme der Lohnkosten für die ersten zwei Jahre (1999-2001). Anschliessend übernahm der Träger der Bibliothek (Kanton BL) die Kosten. Im Gegenzug konnte das Unternehmen intern und extern auf sein regionales Engagement hinweisen. Mitglieder der Geschäftsleitung nahmen an hochkarätig besuchten Anlässen der Bibliothek teil. (Sponsoring)

- Der Webauftritt der Volksbibliothek Gossau wird von der Raiffeisenbank Gossau-Niederwil unterstützt. Als Gegenleistung für einen jährlichen Wartungsbeitrag erscheint das Logo mit Link auf die Bank auf der Homepage. (Sponsoring)
- Die Mitgliederkarte der ABG Basel berechtigt zu 5% Rabatt auf dem ganzen Sortiment von drei kleinen Basler Buchhandlungen. Die Bibliothek erhöht damit die Attraktivität ihrer kostenpflichtigen Kundenkarte. Die Buchhandlungen erhalten zusätzliche Kundschaft und einen garantierten Mindestbestellbetrag der ABG. Im Idealfall entsteht allen Beteiligten ein Sympathiegewinn. (Sponsoring)
- (...)

Literaturtipp

Bortoluzzi Dubach, E. u. H. Frey: Sponsoring. Haupt, 2007.

Mehmeti, S.: Sponsoring für öffentliche Bibliotheken. Landesbüchereistelle Rheinland Pfalz, 2003.

24.06.09