

2006/2

ISSN 1617-1071

vrdB - Mitteilungen

Verein Deutscher Bibliothekare e.V.

„Netzwerk Bibliothek“



***Rückblick auf den 95. Deutschen Bibliothekartag
in Dresden, 21.-24. März 2006***

„Netzwerk Bibliothek“ - 95. Deutscher Bibliothekartag in Dresden	3	Landes- und Regionalverbände	9
Mitgliederversammlung des VDB	3	Landesverband Bayern	9
Ergebnis der Wahl der Beisitzer für den Vereinsausschuss ...	3	RFID im Echtbetrieb - eine Führung durch die Münchener Stadtbibliothek am Gasteig	9
„Bibliotheken und Bibliothekare in Europa“	3	Regionalverband Südwest	9
Treffen der wissenschaftlichen Bibliothekare in Ausbildung	4	Fundraising, Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit für Bibliotheken	9
Bibliothekartag auf Bayerisch	5	Das Konzept Sponsoring	11
Impressionen vom Bibliothekartag in Dresden	6	Telearbeit - Erfahrungen und Perspektiven in Bibliotheken	17
Kommissionen	7	Aus der BID	18
Kommission für Fachreferatsarbeit	7	Wechsel an der Spitze von „Bibliothek & Information Deutschland“	18
Fortbildungsveranstaltung für Fachreferentinnen und Fachreferenten der Ingenieurwissenschaften (SLUB Dresden, 8./9. Dezember 2005)	7	Termine	19
Fortbildungsveranstaltung für Fachreferentinnen und Fachreferenten der Anglistik/Amerikanistik (SUB Göttingen, 4./5. April 2006)	8		
Kommission für berufliche Qualifikation	8		
Fortbildungskonzept des VDB	8		

Titelseite: Blick auf die Dresdner Altstadt von der Kuppel der wiederaufgebauten Frauenkirche. Im Hintergrund ist am linken Elbufer das neue Kongresszentrum zu sehen, in dem der 95. Deutsche Bibliothekartag stattfand. (Foto: Burkard Rosenberger)

Impressum

VDB-Mitteilungen (ISSN 1617-1071)

Herausgeber: Verein Deutscher Bibliothekare e.V. - VDB

VDB-Geschäftsstelle: Staatsbibliothek zu Berlin - Preußischer Kulturbesitz, Unter den Linden 8, 10117 Berlin

Der VDB im World Wide Web: <http://www.vdb-online.org>. Eine elektronische Version dieser Ausgabe ist verfügbar über <http://www.vdb-online.org/publikationen/vdb-mitteilungen>.

Redaktion: Hannelore Benkert (Landesinstitut für Schule und Ausbildung Mecklenburg-Vorpommern / L.I.S.A., Zentralbibliothek, Möllnerstr. 12a, 18109 Rostock, Tel.: 0381/498-5991/-5992, Fax: 0381/498-5993, E-Mail: hannelore.benkert@gast.uni-rostock.de), Burkard Rosenberger (Universitäts- und Landesbibliothek Münster, Postfach 8029, 48043 Münster, Tel.: 0251/83-25521, Fax: 0251/83-28398, E-Mail: rosenberger@uni-muenster.de)

Druck: Ostsee-Druck Rostock, Koppelweg 2, 18107 Rostock

Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe: 01.11.2006

Hinweis für Autoren: Artikel an die Redaktion bitte nur elektronisch per E-Mail oder Diskette einreichen. Akzeptiert werden folgende Formate: Texte (ohne Grafiken und Bilder) im DOC-, RTF- oder TXT-Format, Grafiken und Bilder bitte separat im TIFF- oder JPEG-Format mit einer Auflösung von mindestens 1000 Pixel Breite.

„Netzwerk Bibliothek“

95. Deutscher Bibliothekartag in Dresden

Mitgliederversammlung des VDB

Redaktion der VDB-Mitteilungen

Am 23. März 2006 fand während des Bibliothekartages in Dresden die alljährliche Mitgliederversammlung des VDB statt. Leider können aus organisatorischen Gründen an dieser Stelle nicht wie sonst üblich das Protokoll der Mitgliederversammlung und der Jahresbericht des Vorstands abgedruckt werden. Wir bitten dies zu entschuldigen. Die beiden genannten Dokumente werden in den nächsten Wochen auf dem Webserver des VDB unter der URL <http://www.vdb-online.org/publikationen> bereitgestellt werden.

Ergebnis der Wahl der Beisitzer für den Vereinsausschuss

Christiane Schmiedeknecht (Leiterin des Wahlausschusses)

Auf der Mitgliederversammlung am 23. März 2006 waren für den Vereinsausschuss acht Beisitzer neu zu wählen. Der Vereinsausschuss ist dem Verein für die gesamte Geschäftsführung verantwortlich. Die Landes- bzw. Regionalverbände haben Anspruch, im Vereinsausschuss durch drei Beisitzer vertreten zu sein. Ihre Vertreter werden aus dem Kreis ihrer Vorsitzenden von der Mitgliederversammlung gewählt. Werden nicht mehr als drei Kandidaten vorgeschlagen, so gelten diese als gewählt. Die übrigen fünf Beisitzer werden aus dem Kreis der sonstigen Mitglieder vorgeschlagen und von der Mitgliederversammlung gewählt.

Da nur drei Kandidaten von Landes- und Regionalverbänden als Beisitzer vorgeschlagen wurden, galten gem. § 8a Z. 4 die Vorgeschlagenen Herr Dr. Klaus-Rainer Brintzinger vom Regionalverband Südwest, Frau Dr. Annette Gerlach vom Regionalverband Berlin-Brandenburg sowie Herr Stefan Siebert vom Landesverband Mecklenburg Vorpommern (kandidierte kurzfristig und fristgerecht anstelle des im Wahlauftrag ausgewiesenen Landesverbandes Nordrhein-Westfalen, der auf eine Kandidatur verzichtete) als Vertreter der Landes- und Regionalverbände als gewählt.

Die Wahl der übrigen Beisitzer erfolgte gemäß § 7 Z. 5 schriftlich, wobei jedes Mitglied so viele Stimmen hatte, wie Beisitzer zu wählen waren, also fünf. Für die fünf zu wählenden Beisitzer

gab es fünf Kandidaten. 87 Mitglieder nahmen an der Wahl teil. Wahlergebnis:

- Für Frau Dr. Marion Grabka wurden 60 Stimmen abgegeben.
- Für Frau Felicitas Hundhausen wurden 60 Stimmen abgegeben.
- Für Frau Dr. Steffi Leistner wurden 61 Stimmen abgegeben.
- Für Herrn Burkard Rosenberger wurden 67 Stimmen abgegeben.
- Für Herrn Eric W. Steinhauer wurden 63 Stimmen abgegeben.

Somit wurden neben den drei Beisitzern der Regional- und Landesverbände als die fünf weiteren Beisitzer gewählt: Frau Dr. Marion Grabka, Frau Felicitas Hundhausen, Frau Dr. Steffi Leistner, Herr Burkard Rosenberger, Herr Eric W. Steinhauer.

Die Amtsdauer des neugewählten Vereinsausschusses beginnt am 1. August 2006 und endet am 31. Juli 2008.

„Bibliotheken und Bibliothekare in Europa“

Veranstaltung im Rahmen des Themenkreises 5 am 22. März 2006

Ute Schäfer-Klar (Kommission für berufliche Qualifikation)

Die Vortragsveranstaltung wurde von der Kommission für berufliche Qualifikation des VDB mit organisiert und von der Vorsitzenden, Frau Dr. Marion Grabka, moderiert. Der Bogen der Vorträge war dem Thema entsprechend weit gespannt. So ging es um die Ausbildung für den Wissenschaftlichen Bibliotheksdienst in Deutschland, Polen, Norwegen und Großbritannien sowie um die Möglichkeiten der Weiterbildung für die Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste. Die Vortragenden vermittelten dem interessierten und diskussionsfreudigen Publikum viele Einblicke. Immer wieder wurde deutlich, dass die Ausbildung überall ein bisschen anders und daher letztendlich schwer zu vergleichen ist. „Bologna kommt“ - das ist sicher. Wesentlich offener hingegen ist allerdings noch, welche Position die bibliothekarische Fachwelt im Hinblick auf die neuen Bachelor- und Masterstudiengänge und die damit verbundenen neuen Studienabschlüsse einnehmen wird.

Achim Oßwald, FH Köln, befasste sich mit den Perspektiven für den Kölner Master-Zusatzstudiengang Bibliotheks- und

Informationswissenschaft. Zunächst führte er aus, was die Studienabschlüsse Bachelor und Master bedeuten und was sie beinhalten. Danach stellte er die derzeitigen Qualifikationswege im BID/LIS-Bereich den zukünftigen gegenüber und verdeutlichte, dass das jetzige Laufbahngefüge nicht mehr zu Bologna passt. An vielen Ausbildungseinrichtungen gibt es mittlerweile Studienangebote im Bachelor-Bereich, entsprechende Master-Studiengänge sind in Planung. Die laufbahnrechtlichen Regelungen signalisieren jedoch bisher keine Offenheit gegenüber den durch Bachelor und Master vorgegebenen Rahmenbedingungen. Eine rege Diskussion entfachte sich an der sehr unterschiedlichen Einstellungspraxis in den einzelnen Bundesländern (Stichwort: Promotion, Verbeamtung). Angesprochen wurde auch die Frage, welche Abschlüsse sich zukünftig in der Praxis etablieren werden. Die Variante Fach-Bachelor plus Bibliotheks-Master fand etliche Fürsprecher.

Mit dem technischen Hintergrund und dem „Workflow“, der im postgradualen Fernstudium der Humboldt-Universität Berlin zur Anwendung kommt, befassten sich Wolfgang Jänsch, Hans-Ulrich Kamke und Markus Wegner. Sie stellten das in Berlin verwendete Content-Management-System vor und machten dabei auch deutlich, dass die in der Ausbildung sehr wichtigen Themenfelder wie Präsentation, Führung, Kommunikation nicht für das E-Learning geeignet sind. Diese Themenfelder werden daher vorwiegend als Gruppenarbeit in die Präsenzphasen des Studiums integriert.

Almuth Gastinger, UB Trondheim, gab einen Überblick über die bibliothekarische Ausbildung in Norwegen. An der UB Trondheim wird der Studiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaften (Bachelor/Master, seit 2002/2003) und eine Fachreferentenausbildung angeboten. Durch den Studiengang ziehen sich - wie ein roter Faden - drei Themengruppen: Bibliothek und Gesellschaft, Literatur und Benutzer sowie Wissensorganisation und Informationssuche. Für den Master-Abschluss stehen zehn Fächer/Kurse zur Auswahl, von denen vier, z.B. „Wissenstheorie und Wissensmethode“ obligatorisch sind. Das Ausbildungsprogramm für Fachreferenten umfasst 50 % „normale“ Aufgaben und 50 % Ausbildung. Letztere ist gekennzeichnet durch die Teilnahme an Kolloquien und Universitäts-Kursen, Fernstudium und Arbeit in mehreren Abteilungen.

Entsprechend der Bologna-Deklaration gibt es auch in Polen Bachelor- und Masterstudiengänge. Maria Garczynska von der Universitätsbibliothek der Hochschule für Bergbau und Hüttenwesen Krakau schilderte die Charakteristika dieser Programme und betonte, dass einige Universitäten noch am Fünf-Jahres-Master festhalten. Ein Schmunzeln ging durch die Zuhörerschaft, als Frau Garczynska die Anforderungen für den hochwertigsten Titel im polnischen Bibliothekswesen, den „certified librarian“, vortrug: Masterabschluss, mindestens zweijährige Tätigkeit in einer wissenschaftlichen Bibliothek, Nachweis eigener Publikationen, Beherrschung mindestens einer Fremdsprache und richtige Antworten auf 40 Fragen aus dem Bereich Bibliothekswissenschaft und Information.

In Großbritannien kann der Master of Library and Information Studies nur im Zuge eines Studiums erworben werden (full time = 1 Jahr = 3 Semester bzw. part time = 2 Jahre [1

Tag/Woche] = 6 Semester). Kerstin Paul berichtete über ihr Studium am University College London und gab einen Überblick über dessen Aufbau. Sie erläuterte dabei die Pflicht- und Wahlfächer und schilderte die jeweilige Leistungserbringung. In Deutschland hat sich die Anerkennung ihres Abschlusses als Voraussetzung für die Übernahme in den Höheren Bibliotheksdienst als problematisch erwiesen.

Im Namen der Kommission für berufliche Qualifikation zeigte schließlich Katrin Schneider mögliche Auswirkungen der Bachelor- und Masterstudiengänge auf die Ausbildung des Wissenschaftlichen Bibliotheksdienstes in Deutschland auf. Deutlich wurde noch einmal, welche Wege künftig in den Wissenschaftlichen Bibliotheksdienst führen könnten und welchen „Typ“ Absolvent sie bringen werden. Die anschließende Diskussion bezog sich hauptsächlich auf die Aufgaben der Fachreferenten, vor allem im Hinblick auf die „gleiche Augenhöhe“ mit den Wissenschaftlern, die man bei einem „Fach-Bachelor“ nicht mehr als gegeben ansieht. Andererseits kamen Befürchtungen auf, dass eine zu starke Orientierung am Fachspezifischen die bibliothekarische Ausbildung nachrangig machen könnte.

Abschließend berichteten Lothar Zindel und Peter Mitnacht von der Gewerkschaft Verdi über den Stand der Aktivitäten und Planungen im Hinblick auf die angestrebte Weiterbildungsmöglichkeit der Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste zum Fachwirt.

Das breite Interesse an der Veranstaltung und die vielen, sehr fundierten Diskussionsbeiträge zeigten, dass das Thema Ausbildung als zentral angesehen wird. Leider reichte die Zeit nicht aus, um alles in der erforderlichen Tiefe zu beleuchten. Die Veranstaltung hat jedoch trotzdem ihr Ziel erreicht und die fachliche Diskussion im Hinblick auf die Bachelor- und Masterstudiengänge noch einmal angekurbelt.

Treffen der wissenschaftlichen Bibliothekare in Ausbildung

Volker Wittenauer (VDB-Kommission für berufliche Qualifikation)

Einen mittlerweile festen Bestandteil der Bibliothekartage und Bibliothekskongresse bildet das alljährlich von der VDB-Kommission für berufliche Qualifikation veranstaltete und stets gut besuchte „Treffen der wissenschaftlichen Bibliothekare in Ausbildung“. Wie immer standen auch bei der diesjährigen Veranstaltung, die am 22. März vom 9 bis 12 Uhr stattfand, konkrete und praxisorientierte Tipps im Vordergrund.

Die jahrelangen Erfahrungen in Auswahl und Sichtung von Bewerbungen nahm Frau Hoffmann (SLUB Dresden) zum Anlass, das Bewerbungsprocedere näher unter die Lupe zu nehmen. Trotz einer Vielzahl von Bewerbungsrategebern gibt es - dies zeigten die vielen Fragen - hier immer noch Bedarf an Empfehlungen.

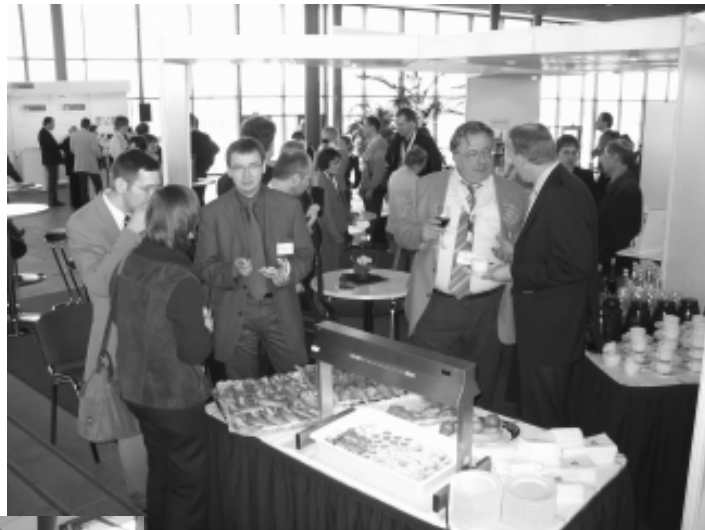
Herr Wittenauer (UB Heidelberg) schloss mit seinen Ausführungen zur Frage „Wie gestalte ich mein Praktikum?“ inhaltlich unmittelbar an. Ein thematisch möglichst bereits im Vorfeld fixiertes Praktikum trägt nicht nur zur bibliothekarischen Profilbildung bei. Aus einem sorgfältig und strategisch klug vorbereiteten Praktikum erwachsen zugleich aufzeigbare Projekt- und Praxiserfahrung, die bei Bewerbungen positiv herausgestellt werden können.

Als ein Service für die Bewerbungsphase versteht sich auch die von Frau Wemheuer (UB Clausthal) betreute Informationsstelle für Berufsanfänger, bei der online ein Stellengesuch aufgegeben werden kann. Die Rubrik „Stellenangebote“ ist komplementär zu den bekannten Publikationsorganen wie <http://www.inetbib.de>, <http://www.bibliojobs.de> sowie dem Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler (Wissenschaftsladen Bonn) zu verstehen.

Bibliothekartag auf Bayerisch

Andre Schüller-Zwierlein (Schriftführer des Landesverbandes Bayern, Text), Burkard Rosenberger (Fotos)

Am 23. März hatte der Landesverband Bayern des VDB auf dem 95. Bibliothekartag in Dresden wieder zu einem Empfang mit kleinen Köstlichkeiten eingeladen: Vertreter/innen aus großen und kleinen Bibliotheken Bayerns trafen sich in gemüthlicher Atmosphäre zu einem Erfahrungs- und Informationsaustausch. Am intensivsten diskutiert wurden drei der



Beim Empfang des Landesverbandes Bayern: Schüller-Zwierlein, Hanke, Brintzinger, Kempf, Ceynowa (Bild oben), Berchem, Schüller-Zwierlein, Franke, Söllner (Bild Mitte), Südekum, Ruppelt, Franke (Bild unten).

großen Themen des Bibliothekartags: Die Vermittlung von Informationskompetenz - hier hat sich die bayerische und nationale Kooperation durch die Bestrebungen der neugegründeten AG Informationskompetenz des Bibliotheksverbands Bayern bereits deutlich entwickelt -, das Optimierungspotential im Bereich Erwerbung und Elektronische Medien durch den Einsatz von Electronic Resource Management Systemen wie Verde, und schließlich die gerade in Bayern besonders im Gespräch befindliche Ausbildungsproblematik.



Wussten Sie schon?

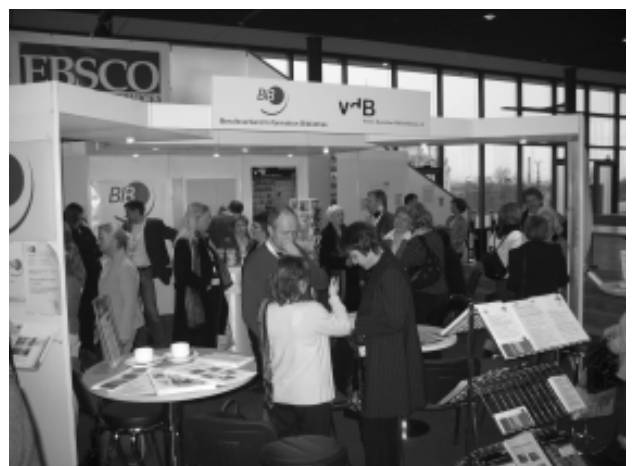
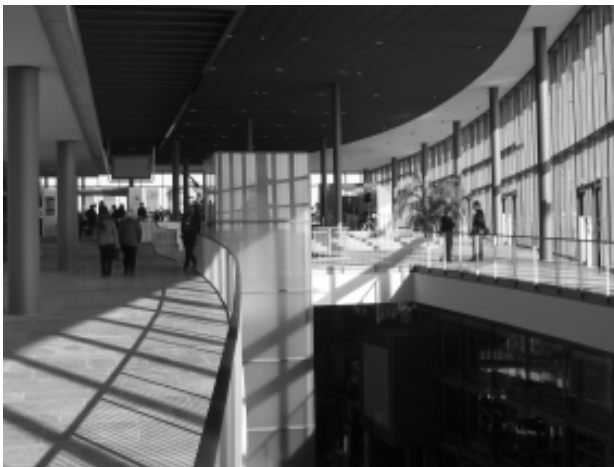
Der VDB stellt seit einiger Zeit auf seinen Webseiten eine eigene Fotogalerie mit Bildern von VDB-Veranstaltungen zur Verfügung. Sie finden diese Fotogalerie unter der Adresse <http://www.vdb-online.org/fotogalerie>.

Impressionen vom Bibliothekartag in Dresden

(Fotos: Burkard Rosenberger)



Fußläufig zur Dresdner Altstadt (oben rechts) mit der wiederaufgebauten Frauenkirche (oben links) liegt das neue Kongresszentrum Dresdens (Mitte), in dem der 95. Deutsche Bibliothekartag stattfand.



Der gemeinsame Stand der Veranstalter des Bibliothekartages, VDB und BIB, war stets gut frequentiert, insbesondere bei der Feierstunde zur Verabschiedung von Dr. Georg Ruppelt als Sprecher der BID (links, s.a. die Pressemitiz auf S. 18).

Bibliothekartag in Dresden



Kommission für Fachreferatsarbeit

Fortbildungsveranstaltung für Fachreferentinnen und Fachreferenten der Ingenieurwissenschaften (SLUB Dresden, 8./9. Dezember 2005)

Andrea Merkle, Hochschulbibliothek der RWTH Aachen

Nach einer sechsjährigen Pause trafen sich Fachreferentinnen und Fachreferenten der Ingenieurwissenschaften an der für diesen Anlass prädestinierten SLUB Dresden. Veranstalter war die Kommission für Fachreferatsarbeit des Vereins Deutscher Bibliothekare e.V. in Zusammenarbeit mit der SLUB Dresden. Die Relevanz der SLUB für die Technik spiegelt sich in ihrer im Jahre 2002 bezogenen und technisch orientierten Bereichsbibliothek DrePunct, unter Leitung von Frau Al-Hassan, mit allein 640.000 Medieneinheiten, 1.143 laufenden Zeitschriften und der Kartensammlung wieder. Die Veranstaltung fand in verhältnismäßig kleinem Kreise statt, was auf große Entfernungen und auf das recht spontane Zustandekommen des Termins in der für manchen ohnehin zeitlich gedrängten Vorweihnachtszeit zurückzuführen ist. Begrüßt wurde die Veranstaltung vom Generaldirektor der SLUB Dresden, Herrn Dr. Bürger. Er hat den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die große Bedeutung der SLUB anhand der Kosten des Neubaus, der eine der teuersten Bauten Sachsens im Wissenschaftlichen Bereich seit der Wende darstellt, untermauert. Der Inhalt der Veranstaltung lässt sich grob in Vorträge über die Serviceleistungen der SLUB und in ausgewählte Fachvorträge interdisziplinärer Natur von Professoren der TU Dresden einteilen.

8. Dezember

Nach der Begrüßung bot Herr Prof. Fasoulas (Fakultät für Maschinenwesen) mit seinem Vortrag einen Einblick in die Interdisziplinarität der Raumfahrtnutzung. Herr Fasoulas zeigte die Vielfalt der Gebiete, in welche die Raumfahrtnutzung einfließt oder welche von ihr Nutzen tragen, auf. Der Umgebung entsprechend wählte Herr Fasoulas einen schönen Einstieg mit einem Werk von Leonardo da Vinci, dem „Codex Leicester“, und einer Bucheinleitung von Hermann Oberth aus dem Jahre 1923; auch im Verlauf des Vortrages verwies er auf die Bedeutung der Bibliotheken.

Anschließend stellte Herr Dr. Bove die Fotothek der SLUB Dresden <<http://www.fotothek.slub-dresden.de>> mit ihren historisch relevanten digitalen Sammlungen vor. Schwerpunkte bilden hier Kunst-, Architektur-, Technik- und Wirtschaftsgeschichte sowie die Regionalkunde Sachsens und Geographie.

Die Auswahl wird durch Benutzeranfragen und durch die Fachreferate getroffen. Für die Umsetzung dieses Open-Access-Archivs tritt dabei an die Stelle eines Fachreferenten ein sogenannter Medienreferent. Beim Kartenforum Sachsen, das von der Fotothek betreut wird, finden auch andere Orte außerhalb Sachsens wie z.B. Prag Berücksichtigung. Während das Forum durch die Freeware Zoomify zum Verändern der Bildgröße unterstützt wird, werden zur Erschließung Wikis verwandt.

Den zweiten Fachvortrag, in dem Biomaterials thematisiert wurden, hat Prof. Worch vom Institut für Werkstoffwissenschaft der TU Dresden gehalten. Unter diesem Aspekt ging Herr Worch auf die Verwendung von Werkstoffgruppen ein. Er wies anhand der Fachzeitschriften wie „Biomaterials“ und „Tissue Engineering“ auch auf die Bedeutung der Zusammenarbeit von Bibliothek und Fakultät hin. Frau Gabrys-Deutscher (TIB Hannover) verwies an dieser Stelle auf die elektronischen Forschungsberichte auf diesem Gebiet.

Im Anschluss stellte Frau Queitsch (SLUB) die Langzeitarchivierung der SLUB vor. Dabei handelt es sich um ein Unterarchiv in BOA, dem baden-württembergischen Langzeitarchiv. Bisher wurden bereits 550 Druckwerke der SLUB archiviert; auch die Archivierung von Homepages geht hier mit ein. Danach stellte Frau Schmidt (SLUB) einen E-Learning-relevanten Dienst der SLUB vor, indem sie das Tutorial zur Biotechnologie zu Fachinformationen unter <http://www.tu-dresden.de/slub/tutor/elearning_biotech/einstieg.htm> demonstrierte. Dieser Vortrag löste eine Diskussion über die Verteilung der Aufgaben in der Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten zwischen Fakultät und Fachreferat aus.

Frau Al-Hassan ließ das Programm des ersten Tages mit ihrer Führung durch das Gebäude der SLUB, Zellescher Weg 18, ausklingen, indem sie, angefangen bei den Kodizes, über die Bauweise mit den Travertinplatten und technischen Anlagen bis hin zur Nutzungsbreite des Lesesaales berichtete. Im Brauhaus am Waldschlösschen konnten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer abends austauschen.

9. Dezember

Der Freitagvormittag war EBSCO - als bereits 5-jähriger Partner der SLUB - gewidmet. Herr Skorsetz und Herr Dittrich präsentierten ASP (Academic Search Premier), d.i. ein fachübergreifender Datenbankzugang mit über 4.000 Volltexten wissenschaftlicher Publikationen mit den Schwerpunkten Geistes-, Sozial- und Erziehungswissenschaften, Ingenieur- und Computerwissenschaften, Sprachen und Linguistik, Kunst und Kultur, Medizin, Ethik. ASP ist an der SLUB bereits im Einsatz. Weitere Eigenschaften von ASP sind ein Administrations-tool, ein TOC- und Abstractservice mit diversen Suchfunktionen. Weiterhin wurde der EJS (Electronic Journal Service) vorgestellt, bei dem auch Verbund- und Bibliothekskataloge

oder Suchmaschinen und eigene Ressourcen eingebunden werden können. Die Demonstration mündete in eine Diskussion über Bezahl- und Nutzungsmodelle.

Der Nachmittag begann mit dem Vortrag von Herrn Prof. Haller (Fakultät Bauingenieurwesen) über den Werkstoff Holz. Einleitend führte er Konstruktionen wie die Brücke von Grubenmann (1750) bis hin zum Expodach (2000) vor. Die Alltäglichkeit und damit scheinbare Schlichtheit des Materials stehen dem modernen Verwendungszweck durch Verformung und Aussparungen diametral gegenüber. Nach diesem recht praxisnahen und anschaulichen Vortrag leitete Herr Dr. Pulla mit seinem Vortrag über die Geschichte der Technik zu einem theoretischen Teil über. Er berichtete u.a. vom zeitlichen Wandel, dem das Verständnis von Technikgeschichte unterliegt: War die Technikgeschichte an der Jahrhundertwende 19./20. Jh. eher von Ästhetik und handwerklichem Geschick geprägt, so verschob sich der Fokus zunehmend hin zur kalkül- und fortschrittsbezogenen Technik. Abschließend regte Frau Marschner (SLUB) einen Austausch über die Handhabung der Verwaltung von Semesterapparaten an, indem sie die elektronische Verwaltung von Semesterapparaten mittels der vom BSZ erstellten Anwendung ESEM zur Unterstützung der Hochschule demonstrierte.

Die Vorträge der Wissenschaftler der TU Dresden waren alle von einer großen Motivation und Informationsbreite geprägt. Den Einblick in die Forschung von Ingenieuren, den die Referentinnen und Referenten dadurch erhalten haben, wird sicherlich über die Tagung hinaus im Berufsalltag wirken. Frau Al-Hassan sind das Zustandekommen und der gut strukturierte Ablauf zu verdanken. Der/die eine oder andere Teilnehmer/in der Fortbildung ließ den Dresdenbesuch auf dem Striezelmarkt ausklingen.

Fortbildungsveranstaltung für Fachreferentinnen und Fachreferenten der Anglistik/ Amerikanistik (SUB Göttingen, 4./5. April 2006)

Zur dieser Fortbildung, veranstaltet von der Kommission für Fachreferatsarbeit in Zusammenarbeit mit der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen, sind unter der URL <http://www.vdb-online.org/kommissionen/fachreferat/berichte/> folgende Berichte und Folienpräsentationen verfügbar:

- Fachbibliographische Datenbanken der Anglistik – Überlappungen, Lücken, Benutzungskomfort (Dr. Annemarie Nilges und Kathrin Kessen, M.A., ULB Düsseldorf)
- Aspekte der Informationskompetenz in der Fachreferatsarbeit (E. Matthias Reifegerste, UB Freiburg)
- *Early English Books Online* und *Eighteenth Century Collections Online*: Zum Umgang mit Volltextdatenbanken in Lehre und Forschung (Dr. Frauke Reitemeier, Univ. Göttingen)

Kommission für berufliche Qualifikation

Fortbildungskonzept des VDB

Mit dem nachfolgenden Fortbildungskonzept bringt sich der VDB in die Diskussion um den Stellenwert von Fortbildung ein. Fortbildung ist ein entscheidender Faktor, um die Beschäftigten für die Bewältigung der stets neuen Aufgaben zu befähigen. Lebenslanges Lernen ist in der heutigen Zeit unverzichtbar. Um Fortbildung auf eine verlässliche Basis zu stellen, werden Thesen formuliert, die die Wertigkeit von Standards bekommen sollen.

Begriffsklärung

Fortbildung baut auf den in der (Erst-)Ausbildung und in der Praxis erworbenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten auf und hält diese auf dem neuesten Stand. Sie orientiert sich an der derzeit ausgeübten Tätigkeit und findet in der Regel berufsbegleitend statt.

Weiterbildung dagegen zielt auf ein berufliches Weiterkommen ab, es werden Zusatzqualifikationen erworben, die zu meist mit einem qualifizierenden Zertifikat bescheinigt werden. Sie kann sowohl berufsbegleitend als auch unmittelbar nach der Ausbildung oder vor einem Wiedereinstieg in den Beruf erfolgen.

Fortbildung ist unabhängig von Position und Laufbahn

Fortbildung ist in allen Bereichen des Wissenschaftlichen Bibliotheksdienstes notwendig.

Fortbildung ist bedarfs- und zielorientiert

Fortbildung umfasst fachliche Qualifikationen, bibliotheksspezifische (bibliothekarische) Fertigkeiten und vermittelt soziale und kommunikative Kompetenzen.

Für eine optimale Zusammenarbeit mit den Fachwissenschaftlern und für die Vermittlung von Informationskompetenz sind die kommunikativen und didaktischen Fähigkeiten besonders zu fördern. Die fachliche Qualifikation orientiert sich an den Schwerpunkten der Einrichtung und berücksichtigt interdisziplinäre Aspekte.

Fortbildung ist praxisnah und praxisbegleitend

Fortbildungen sind so konzipiert, dass sie auf die konkrete Anwendung in der bibliothekarischen Praxis ausgerichtet sind.

Fortbildung ist Personalentwicklung

Fortbildung muss in ein Gesamtkonzept - Personalentwicklungskonzept oder Bibliothekskonzept - integriert sein. Sie ist zentrales Anliegen der Bibliotheksleitung, die die Lernziele vorgibt und Fortbildungsbeauftragte ernannt.

Fortbildung ist in einer Rahmen- oder Zielvereinbarung verankert, die das Procedere sowie Umfang und Inhalt vorgibt.

Der VDB empfiehlt die Freistellung zur Wahrnehmung von Fortbildung im Umfang von jährlich durchschnittlich fünf Tagen pro Beschäftigten.

Fördern und Fordern

Die Weitergabe des Erlernten ist selbstverständlich. Deshalb ist bereits bei der Gewährung von Fortbildung zu vereinbaren, in welcher Form dies geschehen soll.

Formen der Fortbildung

Form, Dauer und Ort der einzelnen Fortbildungsveranstaltung hängen von Inhalt, Lernziel und Zielgruppe ab. Der Erfahrungsaustausch unter Kollegen hat einen hohen Stellenwert. Daher sollte Präsenzveranstaltungen der Vorzug gegeben werden. Ergänzend sollten die Möglichkeiten des E-Learning nicht außer Acht gelassen werden.

Qualität von Fortbildungen

Eine qualitativ hochwertige Fortbildung erfüllt Mindeststandards wie Transparenz des Angebots, Auskunft über Qualifikation der Lehrkräfte, kontinuierliche Evaluation.

Koordination der Aktivitäten

Über Fortbildungsveranstaltungen ist bundesweit zu informieren. Sie sollten zudem bundesweit geöffnet werden. Durch Koordinierung werden Ressourcen besser genutzt.

Landes- und Regionalverbände

Landesverband Bayern

RFID im Echtbetrieb - eine Führung durch die Münchener Stadtbibliothek am Gasteig

Konstanze Söllner (Vorsitzende des Landesverbandes Bayern)

Am 30. Mai trafen sich bayerische VDB-Mitglieder zu einer Führung durch die Münchener Stadtbibliothek unter dem Motto „Die RFID-Technologie in der Bibliothek“. Frau Marianne Pohl, Projektleiterin und EDV-Mitarbeiterin, konnte von einer Erfolgsgeschichte berichten: Die Selbstverbuchungstechnik auf Radiofrequenz-Basis wurde von den Bibliothekskunden sehr positiv aufgenommen. München ist derzeit das größte europäische RFID-Projekt in der Bibliotheksbranche. Auffällig für die VDB-Mitglieder waren vor allem die Reibungslosigkeit und Schnelligkeit bei Ausleihe, Rückgabe und Buchsortierung. Die Rückgabeautomaten erinnern nicht zufällig an Flaschen-Rückgabeautomaten - genau so funktionieren sie auch, und dies täglich auch außerhalb der Öffnungszeiten. Frau Pohl konnte sehr informativ auch über die mit dem technologischen Wechsel verbundenen Aufgabenveränderungen bei den Mitarbeitern berichten. Besonders im Gedächtnis bleiben wird ihr Appell, dass sich alle Anwenderbibliotheken auf ein einheitliches Datenmodell einigen sollten. Und für die meisten Besucher dürfte festgestanden haben, dass eine Selbstverbuchung auf Barcode-Basis und mit elektromagnetischer Sicherung nirgends mehr in Erwägung gezogen werden sollte.

Regionalverband Südwest

Fundraising, Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit für Bibliotheken

Jahresversammlung des Vereins Deutscher Bibliothekare, Regionalverband Südwest am 12. Mai 2006 in Kaiserslautern

Christiane Spary (stellv. Vorsitzende des Regionalverbandes Südwest, Text), Heidrun Wiesenmüller (Fotos)

Den Bericht von der Jahresversammlung 2005 hatte Heidrun Wiesenmüller an dieser Stelle mit den Worten geschlossen „Im kommenden Jahr wird die Jahresversammlung des Regionalverbandes Südwest in Kaiserslautern stattfinden - man darf sich schon heute darauf freuen“. Um es vorweg zu nehmen: wie Recht die Kollegin hatte, erwies sich der Tag in Kaiserslautern doch als rundum gelungen!

Zur diesjährigen Jahresversammlung hatte der Vorstand des Regionalverbandes Südwest am 12. Mai 2006 in die TU Kaiserslautern geladen und hatte damit in guter Tradition und gemäß den Bundesländern, aus denen die Kolleginnen und Kollegen des Verbandes stammen wieder einmal einen Standort in Rheinland-Pfalz gewählt. Der Vormittag der Zusammenkunft war der Mitgliederversammlung und Wahl des Vorstandes gewidmet; der Nachmittag stand - auch schon traditionell - unter dem Motto eines Fortbildungsthemas, diesmal widmete man sich dem Thema Fundraising, Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit für Bibliotheken.

Zur Eröffnung der Veranstaltung begrüßte der Vorsitzende des Regionalverbandes, Klaus-Rainer Brintzinger, die zahlreich angereisten Kolleginnen und Kollegen im technisch sehr gut ausgestatteten, angenehmen Tagungssaal „Rotunde“ und bedankte sich vor allem bei den Gastgebern für die Einladung und die perfekte Organisation der diesjährigen Tagung. Das Team um den Direktor der UB Kaiserslautern, Ralf Werner Wildermuth, hat in ganz hervorragender Weise die Tagung unterstützt und der Dank gehörte stellvertretend für alle Beteiligten dem Organisationsteam in Person von Dr. Bernd-Friedemann Schultze, Hans-Werner Ginkel, Petra Tremmel (Vorsitzende des BIB, Landesgruppe Rheinland-Pfalz) und Jens Merkel. Klaus-Rainer Brintzinger dankte zudem dem Sponsor der diesjährigen Tagung, der Firma Schulz Speyer Bibliothekstechnik, für die Unterstützung der Veranstaltung.



Blick auf den Campus der TU Kaiserslautern

Mit dem universitären Standort Kaiserslautern war die Tagung Gast einer Universität, die 1970 als Doppeluniversität Trier/Kaiserslautern gegründet worden war. Nach Start mit den Fachbereichen Mathematik, Physik und Technologie erfolgte eine fachliche Erweiterung im Laufe der Jahre in naturwissenschaftlich-technologischer Linie. Nach Trennung der Doppeluniversität 1975 erhielt die TU ihre Eigenständigkeit und erweiterte ihr Fächerspektrum um ingenieurwissenschaftliche, wirtschaftswissenschaftliche und elektro- und informationstechnologische Disziplinen. Seit September 2003 trägt sie den offiziellen Namen „Technische Universität Kaiserslautern“ und findet ihr Profil in marktorientierten Studiengängen, praxisnaher Ausbildung und dem Versuch, eine moderne Infrastruktur für ein erfolgreiches Studium von heute ca. 9.600 Studierenden und eine gute Vorbereitung für ihre berufliche Karriere zu bieten. Dies war den Begrüßungsworten des Vizepräsidenten für Lehre und Studium der TU Kaiserslautern, Prof. Dr.-Ing. habil. Lothar Litz (Vorsitzender der Bibliothekskommission), sowie den Einführungsworten des Bibliotheksdirektors Ralf Werner Wildermuth zu entnehmen, der seine Einrichtung, bestehend aus zentraler Bibliothek mit ca. 434.000 Bänden und acht Bereichsbibliotheken, in einem Vortrag vorstellte, der durch eine gerade fertig gestellte Multimedia-Show und eine Bibliotheksführung für die Tagungsgäste zur Mittagszeit illustriert wurde. Die UB Kaiserslautern zeichnet sich als zentraler Dienstleister für die Technische Universität durch ein breites

Medienangebot vor Ort und ebenso durch ein gut ausgebautes Netz an digitalen Informationsquellen aus.

Der weitere Vormittag wurde von der diesjährigen Mitgliederversammlung des Regionalverbandes eingenommen, die nach dem Rechenschaftsbericht des Vorsitzenden sowie dem Kassenbericht auch die turnusmäßigen Vorstandswahlen vorsah. Es wurden wieder gewählt: Dr. Klaus-Rainer Brintzinger (UB Tübingen) als Vorsitzender, Dr. Christiane Spary (KIZ-PHB Ludwigsburg) als stellvertretende Vorsitzende, Heidrun Wiesenmüller (WLB Stuttgart) als Schriftführerin und Carlheinz Straub (UB Trier) als Kassenwart. Der wiedergewählte Vorsitzende Klaus-Rainer Brintzinger bedankte sich seitens des neuen Vorstandes bei der Mitgliederversammlung für das auch für diese neue Wahlperiode entgegengebrachte Vertrauen.

Das Nachmittagsprogramm wandte sich dann einem Thema zu, das in Deutschland lange zunächst im Bereich des Sozialwesens aktuell war, nun aber auch den Kultursektor stützt: Sponsoring. In den angloamerikanischen Ländern ist die Idee des Public-Private-Partnership zur Finanzierung schon wesentlich weiter verbreitet als in Deutschland. Private Drittmittel einzutreiben erfordert Engagement, Know-how und ist abhängig von der eigenen Leistungsfähigkeit. Dennoch scheint der Aufwand lohnend, insbesondere wenn man bedenkt, dass in Deutschland allein 800 neue private Stiftungen pro Jahr entstehen. Aus diesem Grund erschien es also durchaus sinnvoll zu sein, diesem Thema eine Jahrestagung zu widmen und die drei Referierenden des Nachmittags nach ihrer Einschätzung zu fragen, die sie dem Thema Sponsoring für deutsche Bibliotheken einräumen.

Die Keynote Speakerin des Nachmittags, Frau Ilona Munique, ging der grundsätzlichen Frage von „Sponsoring als Konzept“ nach. Ilona Munique ist selbständige Unternehmerin im Bereich Bibliotheksberatung zu Organisation- und Management, zu Fragen der Personalentwicklung und Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung. Frau Munique verfügt über eine bibliothekarische Ausbildung, war Bibliotheksleiterin und DTP-Fachfrau, bevor sie 1996 dem WEGA Team Stuttgart beigetreten ist, einer AG von selbstständigen Dienstleistern für Bibliotheken. Frau Munique stellte vor allem heraus, dass



UB Kaiserslautern, Fachbereichsbibliothek Wirtschaft/Maschinenbau

Sponsoring nur eine von weiteren Fundraising-Maßnahmen sein kann und stets nur einen Teil des Etats unterstützen kann, keinesfalls aber den Unterhaltsträger aus der (Etat-)Pflicht nimmt. Sie nahm die TagungsteilnehmerInnen ganz praktisch an die Hand und erläuterte ihre sieben Schritte einer Anleitung für wirkungsvolles Sponsoring. Ihr Schluss-Statement betonte aber ganz ausdrücklich die Notwendigkeit einer gründlichen, oft zeitintensiven Projektplanung für Sponsoringprojekte - doch dies ist alles weitaus genauer in ihrem Artikel nachzulesen, den sie in dieser Ausgabe der Mitteilungen veröffentlicht hat.

Die so genannten Bibliotheksgesellschaften sind schon fast ein klassischer Weg des Bibliothekswesens, „Freunde zu machen“. Dr. Peter Michael Ehrle, Direktor der Badischen Landesbibliothek Karlsruhe und seit 1994 auch Geschäftsführer der Badischen Bibliotheksgesellschaft, stellte die Aktivitäten dieser Bibliotheksgesellschaft, die auf ein Bestehen seit über 40 Jahren zurückblicken kann, in seinem nachfolgenden Vortrag vor. Laut Satzung unterstützt die Gesellschaft die Landesbibliothek vor allem bei der Erschließung der Druck- und Handschriftenbestände durch Kataloge, sowie bei Ausstellungen, Vorträge n und Veröffentlichungen. Derzeit gehen ca. 450 Mitglieder diesem Ziel nach. Herr Dr. Ehrle konnte eine beeindruckende Reihe an Förderprojekten, die unter Hilfe der Bibliotheksgesellschaft in die Wege geleitet wurden, nennen und die Aktivitäten der Gesellschaft eindrucksvoll illustrieren. Bemerkenswert ist auch hier ein noch immer vorhandenes Mäzenatentum: Umfangreiche Einzelspenden ermöglichen noch immer herausragende Projekte. Auch er betonte den durchaus erheblichen Aufwand, den die Betreuung und Organisation der Gesellschaft zur Folge hat, sah diesen aber auch als überaus lohnend an.

Der dritte Referent des Nachmittags, Per Knudsen, stellvertretender Direktor der UB Mannheim, berichtete von den ebenso gelungenen Sponsoring-Aktionen der Universitätsbibliothek Mannheim, die einen ganz anderen Charakter zeigten als das zuvor Referierte. Mannheim professionalisierte seine Fundraising-Aktivitäten durch Kooperation mit einer Marketing GmbH. Man erzielte gemeinsam für die UB Literaturspenden, Sachspenden, Einnahmen aus Events und Werbung sowie Geldspenden. Wieder gibt es auch hier den Mäzenaten-Fall: 10 Millionen Euro flossen aus der Tasche eines Industriellen in die Sanierung des Mitteltrakts des Mannheimer Schlosses, der eine wissenschaftliche Bereichsbibliothek der UB Mannheim beherbergt. Der Rat aus Mannheim lautete vor allem, auf ein einheitliches Konzept der Sponsoringmaßnahmen und profitorientierte Aktionen zu setzen, um erfolgreich zu sein und ebenso auf kooperative Synergie-Effekte innerhalb einer Universität zu setzen.

Die Powerpoint-Präsentationen aller Vorträge können übrigens auf der Website des Regionalverbands Südwest unter der URL <http://www.vdb-online.org/rv-sw/berichte/2006-jahresversammlung.php> abgerufen werden.

Viele der Angereisten nahmen im Anschluss an diesen Fortbildungsblock gerne auch die Möglichkeit wahr, sich die beiden Fraunhofer-Institute auf dem erweiterten Campus anzusehen. Das Institut ITWM (Institut für Techno- und Wirtschaftsma-



Besichtigung des Fraunhofer-Instituts für experimentelles Software-Engineering

thematik) und das Institut IESE (Institut Experimentelles Software Engineering) bestechen architektonisch beide durch große kommunikative Bereiche und sind im Geiste eines „Hauses der Begegnung für die Wissenschaft“ gestaltet worden, ausgestattet mit beeindruckender, neuester technischer Infrastruktur.

Diese überaus erfolgreiche, programm- und diskussionsreiche Jahresversammlung klang bei einem gemütlichen Beisammensein im so genannten „Sommerhaus“ auf dem Campus aus - nicht nur hervorragende, innovative Technologie hat Kaiserslautern also zu bieten, sondern auch das passende Universitäts-Restaurant für den gelungenen Abschluss des Tages ist zu finden. Den Gastgebern gebührt nochmals ganz herzlicher Dank - sie bereiteten uns einen Tagungsort, den man sich perfekter nicht wünschen kann!

Das Konzept Sponsoring

Vortrag, gehalten auf der Jahresversammlung 2006 des VDB-Regionalverbandes Südwest in Kaiserslautern

Ilona Munique (WEGA Team Stuttgart)

Sponsoring - ein notwendiges Übel oder eine wichtige Geldquelle? Lästiger Bittgang oder handelsübliches Tauschgeschäft? Neumodischer Schnickschnack oder konventionelle Drittmittelbeschaffung? Nichts von alledem? Oder doch von jedem etwas? In diese Argumentationszwänge und Schemata geraten alle, die sich mit Sponsoring beschäftigen (müssen). Hilfreich ist es deshalb, über das Wesen und die Praxis von Sponsoring umfassend informiert zu sein, um Sponsoring entweder klar zu bejahen oder auch verneinen zu können. Denn eines trägt Sponsoring auf keinen Fall - Halbherzigkeit. Einer der Gründe, warum etliche Sponsoringaktivitäten wenig erfolgreich sind.

I. Einführung

Ein weiterer Grund - neben der Halbherzigkeit -, warum Sponsoring nicht immer funktioniert, ist, dass häufig eine Verwechslung vorliegt mit weiteren Fundraising-Methoden wie Spenden, Mäzenatentum, Stiftungen, etc. Üblicherweise werden diese Begriffe von uns, den Bibliothekarinnen und Bibliothekaren, nebeneinander her verwendet, sie sind jedoch in ihrer Bedeutung und Auswirkung sehr unterschiedlich. Zunächst nicht so sehr für die Bibliothek, sehr wohl jedoch für den Gebenden, da die Behandlung seiner Leistung buchhalterische Konsequenzen zeitigt.

1. Begriffe in Kürze

Sponsoring

- ist die Förderung gegen Öffentlichkeit
- ist Leistung und Unterstützung auf Gegenseitigkeit
- ist eine von weiteren Fundraising-Maßnahmen

Fundraising ([amerikan.:], „fund“ = Geld, Kapital; „to raise“ = etwas aufbringen)

- ist professionelles Finanzierungsmarketing für Non-Profit-Organisationen
- ist die Summe aller Public Relation-(=Werbe-)maßnahmen, Mittelbeschaffungen, Akquisitionen (Anwerbungen) von Personen sowie die Organisation von Fördermöglichkeiten

Der *Sponsor* fördert (sponsert) eine Person, Institution, Veranstaltung etc. durch Geld-, Sach- oder Dienstleistungen und erhält dafür dessen Marktkommunikation. Der *Gesponserte* unterstützt den Sponsor in dessen Marktkommunikation und Imagewerbung und erhält dafür Geld-, Sach- oder Dienstleistungen.

2. Warum Sponsoring interessant für den Sponsor ist - ein Einblick in die Firmenkommunikation

Während der Sponsor den Gesponserten in seinem Vorhaben fördert und als Gegenleistung dessen Marktkommunikation erhält, stellt der Gesponserte dem Sponsor - im Umkehrschluss - seine Kommunikationsmöglichkeiten zur Verfügung und erhält dafür Unterstützung für sein Vorhaben - und dieses am Besten in vertraglich vereinbarter Weise. Der offensichtlich gemeinsame Nenner zwischen Sponsor und Gesponserten ist folglich die Marktkommunikation, die der eine (z.B. die Bibliothek) in hohem und meist zielgruppenorientierten Umfang hat und von der der andere (das Unternehmen, die Firma) profitieren möchte. Es ist dabei beileibe nicht so, dass Firmen nicht selbst kommunizieren könnten. Marktkommunikation, schlicht auch Werbung genannt, ist wohl eher eine Domäne der Wirtschaft als die der Non-Profit-Organisationen. Dennoch: Trotz aller Erfahrung auf diesem Gebiet gibt es einige Erfolgsprobleme. Ein kleiner Ausflug in die Funktionsweise klassischer Kommunikationsinstrumente soll dies erläutern.

Klassische Kommunikationsinstrumente einer Firma sind:

- a) Firmenwerbung durch Kampagnen über die Print- und AV-Medien

- b) Verkaufsförderung durch gezielte Produktwerbung, Sonderangebote, Rabatte
- c) Öffentlichkeitsarbeit in Form von Umfragen, Direktmarketing (die mittlerweile verbotene, dennoch häufig durchgeführte Telefonwerbung, E-Mail-Newsletter usw.), Veranstaltungen.

Nachteilig ist, dass Firmenwerbung in ihrer Wirkung gefährdet ist, und zwar durch die zunehmende Informationsflut und der damit einhergehenden Verweigerungshaltung des Umwobenen. Der Adressat versucht mittlerweile, die Beeinflussung von Werbung zu umgehen (z.B. wird Plakatierung in der Wahrnehmung zum „blinden Fleck“, bei Fernsehspots wird „weggezappt“, bei Radiowerbung innerlich abgeschaltet, Massenprodukte bewusst boykottiert). Alternativen bzw. ergänzende Werbemethoden mussten folglich gefunden werden.

Seit den 1980-er Jahren nun gibt es in Deutschland, vor allem im Bereich des Sports, ein neues Kommunikationsinstrument: das Sponsoring, welches die Öffentlichkeitsarbeit der Firma unterstützen soll. Diese Werbemethode hat dabei - ganz allgemein gesprochen - ein Hauptziel: den wirtschaftlichen Erfolg der Firma zu unterstützen. Aber auch der Gesponserte hat ein ähnliches Ziel, nämlich die finanzielle Leistungsfähigkeit seiner Non-Profit-Organisation zu stärken. Dieses verbindende Ziel legt nahe, dass es sich beim Sponsoring um eine gleichwertige Partnerschaftsbeziehung, zumindest aber um eine Interessensgemeinschaft handeln müsste. Und in der Tat ist dies ein charakteristischer Wesenszug von Sponsoring: Gleichwertigkeit. Der Vorteil dieser Verbindung ist, dass hier ein gemeinsames Interesse an der Leistungsfähigkeit beider Partner besteht.

3. Vom Bitten zum Bieten - die Unterschiede und Merkmale von Spende und Sponsoring

Bitten = Spende

- lediglich der Rahmen der Bitte kann genannt werden
- großer Unsicherheitscharakter, da Erfüllung der Bitte Ermessenssache des Gebenden
- die Bitte muss meist bei jedem neuen Projekt erneut geäußert werden
- Bitten erfordert hohes Maß an persönlichem Einsatz
- als Werbungskosten nur bis zu einer bestimmten Höchstgrenze abziehbar
- Spendenetat i.d.R. geringer
- steuerlich abzugsfähige Spenden sind an eine Organisation gebunden

Bieten = Sponsoring

- Geschäftsbeziehung durch Geben und Nehmen
- relativ gesichertes Wunschergebnis durch festgelegte, erfüllbare Vereinbarungen
- Projekt ist über längeren Zeitraum sowie iterativ festlegbar
- Sponsoring erfordert hohes Maß an Planungsorganisation
- als Betriebsausgabe in vollem Umfang steuermindernd ansetzbar
- Sponsoringetat i.d.R. größer
- Sponsoring ist auch zur Förderung natürlicher Personen möglich

Die Gegenüberstellung verdeutlicht anschaulich, dass sich der Bittvorgang der Spendeneinholung in einigen Punkten vom geschäftlichen Vorgang des Bietens beim Sponsoring unterscheidet. Das hat Konsequenzen in jedem der genannten Punkte, die im Folgenden weiter ausgeführt werden. Je besser man das Wesen/tliche des Sponsorings verinnerlicht hat, desto professioneller und in Folge dessen erfolgreicher werden künftige Aktionen sein.

II. Das Wesen des Sponsorings

Um eine gelungene Partnerschaft bzw. Zweckgemeinschaft einzugehen, ist es wichtig, die wirtschaftlichen bzw. finanziellen sowie die kommunikativen und die ideellen Ziele des jeweils anderen zu kennen, zu verstehen und mit ihnen im besten Falle konform zu gehen. Zunächst mag es dabei vordergründig nur um die zwei Elemente Geld und Werbung gehen, näher betrachtet jedoch ergibt sich ein differenzierteres Bild, mit dem man ein tiefergehendes Verständnis um Ziel und Zweck von Sponsoring erhalten kann:

1. Ziel und Zweck von Sponsoring

a) Ziel und Zweck von Sponsoring für den *Sponsor* ist, durch die Verbindung mit einer nichtkommerziellen Einrichtung

- das eigene Image zu pflegen und aufzuwerten,
- die gewünschte oder auch neue Zielgruppen zu erreichen,
- Streuverluste in der Werbung zu reduzieren und dadurch einen besseren Absatz der Produkte zu erzielen,
- Kommunikation und Kundenpflege im nichtkommerziellen Rahmen zu betreiben,
- durch den Vertrauensbonus höhere Aufmerksamkeit und Medienrelevanz zu erreichen,
- im redaktionellen Teil der Pressemedien zu erscheinen,
- soziale Kompetenz und Verantwortlichkeit zu zeigen,
- Verantwortlichkeit zu beweisen (und dadurch die eigenen Mitarbeiter zu motivieren und durch positives Verhalten an die Firma zu binden) sowie
- Betriebsausgaben zu erhöhen und dadurch Steuerminde- rung zu erreichen.

b) Ziel und Zweck von Sponsoring für den *Gesponserten* - hier die Bibliothek - ist, durch die Verbindung mit einer kommerziellen Einrichtung

- eine zusätzliche (!) Einnahmequelle zu erhalten,
- einen erweiterten Handlungsspielraum zu gewinnen,
- einen höheren Aufmerksamkeitsgrad in der öffentlichen Berichterstattung und dadurch in den politischen Gremien zu erhalten,
- das Bibliotheksimage aufzuwerten,
- Neukunden zu gewinnen (Synergieeffekt) sowie
- das Bibliotheksmanagement, das Vorhaben oder das Projekt zu professionalisieren.

These 1: Die Basis einer Partnerschaft besteht zum einen im Vertrauen auf die gegenseitige Erfüllung der Ziele - sofern diese kompatibel und akzeptabel sind -, zum anderen in festgeschriebenen Verträgen.

These 2: Sponsoring verbindet nur, wenn es verbindlich ist!

2. Der Sponsoringvertrag

Die erreichte inhaltliche Einigung über das Sponsoringprojekt sollte möglichst umfassend per Vertrag festgelegt werden, obwohl gesetzliche Formalia - wie eingangs erwähnt - nicht zwingend sind. Warum ein Vertrag sinnvoll ist, wird im Folgenden kurz skizziert:

1. Klären und Festlegen unterschiedlicher Ziele
2. Klären und Festlegen wechselseitig bindender und durchsetzbarer Verpflichtungen
3. Verringern der Gefahr einer Abhängigkeit durch den Sponsor
4. Verhindert eines Übermaß an Sponsorenpräsenz (Overkill)
5. Planungssicherheit für alle
6. Finanzierungssicherheit, vor allem für den Gesponserten
7. Grundlage für steuerliche Sachverhalte, vor allem für den Sponsor
8. Klären verschiedener rechtlicher Rahmenbedingungen
9. Vermeiden von Rechtsunsicherheit durch Vertragsfreiheit

Ein paar ergänzende Informationen:

zu 7. Grundlage für steuerliche Sachverhalte

Für den Sponsor ist ein Sponsoringvertrag mit genauer Auflistung der wechselseitig geschuldeten Leistungen und beiliegender Projektbeschreibung sowie der Beweisführung (durch Quittungen, Belege, Aufschlüsselungen etc.) eine Grundlage gegenüber dem Finanzamt, welches dies genau unter die Lupe nehmen wird. Entpuppt sich nämlich die Leistung des Sponsors als Spende - also mehr Leistung als Gegenleistung -, könnte die Firma unter Umständen der Steuerhinterziehung angeklagt werden. Dies zu wissen erklärt nun auch, warum Sponsoring und die Details dazu für eine Firma ungleich wichtiger zu managen sind als für die Bibliothek. Das frühe Scheitern bei der Suche nach einem willigen Sponsor hat genau hier seinen Ursprung. Vielen Non-Profit-Organisationen ist die Tragweite der steuerlichen Bedingungen nicht ausreichend bewusst. Bereits im Anschreiben kann eine Firma erkennen, auf welchem Wissensstand die Bibliothek im Bezug auf echtes (!) Sponsoring ist. Das Fazit: Firmen brauchen professionelle Partner!

zu 8. Klären von rechtlicher Rahmenbedingungen

In Deutschland gibt es kein Sponsoringrecht. Zum Tragen kommt deshalb in erster Linie das Vertragsrecht, geregelt über das Bundesgesetzbuch (BGB). Verschiedene rechtliche Rahmenbedingungen, die beim Sponsoring berührt und bei Vertragsabschluss vorsorglich beachtet werden sollten, sind außerdem: Steuerrecht, Haushaltsrecht, Unfallversicherungsrecht, Medienrecht, Urheber, Marken- und Patentrecht, Persönlichkeitsrecht, Eigentumsrecht, Vereinsrecht (z.B. bei Fördervereinen für Bibliotheken), Wettbewerbsrecht, öffentlich-rechtliche Beschränkungen der Handels- und Gewerbefreiheit, Schulrecht (bei Schulbibliotheken). Immer betroffen sind das Steuerrecht und das Vertragsrecht, bei Abschluss eines Sponsoringvertrags über einen eingetragenen Verein („Freunde der Bibliothek“) auch das Vereinsrecht. In jedem Falle empfiehlt es sich, die Rechtsauskunft der eigenen Behörde in Anspruch zu nehmen. Doch solche Verträge werden ohnehin in der Regel über

den Träger der Institution abgeschlossen und damit in der Regel weitestgehend abgesichert.

zu 9. Vermeiden von Rechtsunsicherheit durch Vertragsfreiheit

Während die steuerliche Rechtssicherheit seit 1998 gegeben ist¹, existiert keine eigenständige und umfassende gesetzliche Regelung eines Sponsoringvertrages². Ein Sponsoringvertrag ist deshalb ein „atypischer“ Vertrag (auch Innominat-Vertrag genannt), der erst im Begriff ist, sich zu einem Mustervertrag zu entwickeln. Das hat zwar den großen Vorteil der Vertragsfreiheit, jedoch auch den Nachteil der Rechtsunsicherheit. Diese Unsicherheit kann nur durch einen geschlossenen Vertrag mit Festlegung einer Rechtsfolgeordnung (Gerichtsstand, Erfüllungsort) vermieden werden.

Nachdem das Wesen des Sponsorings nun bekannt sein dürfte, wäre es ein leichtes, Ja oder Nein zu Sponsoring zu sagen. Doch wer jetzt schon Ja sagt, sollte sich vorsichtshalber noch über die Praxis des Sponsorings informieren, denn hier beginnt die eigentliche Arbeit - und die ist nicht zu unterschätzen. Man muss sicherstellen, dass genügend Ressourcen zur Verfügung stehen - es kann nämlich passieren, dass man vom Geldwert her in Sponsoring mehr „investiert“ als man möglicherweise erhalten, zumindest jedoch nicht viel hinzugewinnen wird. Doch die Öffentlichkeitsarbeit, die Lobbyarbeit, die Imageaufwertung, die man mit Sponsoring erreicht hat, kann diesen Einsatz in Zeiten der Not mehr als wettmachen.

III. Praxisanleitung Sponsoring

Übersicht der Handlungsschritte

1. Situation analysieren
2. Informationen sammeln
3. Inhalte ausarbeiten / Projektdetails
4. die Kontaktaufnahme - was ist erfolgversprechend?
5. Vertrag festlegen und rechtlich abstimmen
6. koordiniert planen und handeln
7. Erfolgskontrolle (Evaluation)

Es würde den Umfang dieses Beitrags sprengen, gäbe man alle Details der o.g. Handlungsschritte für eine praxisnahe Umsetzung von Sponsoring vor. So werden hier lediglich die vier erstgenannten näher dargestellt.

1. Situation analysieren

Diese Fragen sollten gestellt werden:

- a) Wer sind wir? Welches Profil haben wir?
- b) Ist unser Vorhaben medienrelevant?
- c) Welche Leistungen können wir dem Sponsor bieten?
- d) Welche Sponsoren-Leistungen können wir erwarten?

zu a) Wer sind wir? Welches Profil haben wir?

Grundlagen zur Beschreibung und Darstellung sind hierfür z.B.:

- Position in der Öffentlichkeit (Beschreibung der Marktstellung)
- Leitbild, Profilbeschreibung, Ziele, Corporate Identity

- Zielgruppen
- besondere Leistungen und Angebote der Bibliothek
- Nutzung der Bibliothek und ihrer Angebote durch bestimmte Zielgruppen
- Imagebeweise (z.B. Leserbriefe, Presseartikel, Umfrageergebnisse)
- Kommunikationsleistungen und -kontakte

zu c) Welche Leistungen können wir dem Sponsor bieten?

- **Werbemittel**
 - Innen- und Außenwerbung, Sponsortafel
 - Printmedien aller Art
 - Aufdruck auf Verbuchungszettel, Lesezeichen, Formularen
 - Webseiten / Nennung und/oder Verlinkung
 - PC-Oberfläche / Bildschirmschoner
 - Beschriftung von Medie, Mobilar, technischen Geräten
 - Presseveröffentlichungen
 - Flyer des Sponsors in der Pressemappe der Bibliothek
 - Mitnahme-Geschenke („Give-aways“)
 - Aufsteller, Schaufenster
 - Bekleidung
- **Aktivitäten**
 - Kommunikationsplattform in der Bibliothek
 - Kontaktmöglichkeiten (zu Personen, Behörden, Gremien, Kompetenznetzwerken, Projekten, Presse)
 - Veranstaltungen, Feste, Events
 - Empfänge, Pressekonferenzen
 - Medienwerbung (Rundfunk, Fernsehen)
- **Know-how**
 - Rechercheleistungen
 - Beratungs- und Forschungsleistungen
 - Fortbildungen
 - Gesamtorganisation von Veranstaltungen
- **Sonstiges**
 - Raum für Veranstaltungen oder für Kundenpflege
 - Spezielle Vergünstigungen von Dienstleistungen und Produkten der Bibliothek (Eintrittsermäßigung bei Veranstaltungen, Leseausweis, Erste-Reihe-Abo, Special Events)

zu d) Welche Sponsoren-Leistungen können wir erwarten?

- Finanzielle Leistungen, z.B. direkte Geldleistung, Preisgeld, Honorare, Etat für Abos, Reparaturen
- Dienstleistungen, z.B. Personal, Know-how, Transport
- Gegenstände/Sachleistungen, z.B. technische Geräte, Mobiliar, Regale, Büroausstattung, Sachwertgewinne
- Unterstützung, z.B. bei der Public Relation, beim Druck und Versand von Werbematerial, beim Ausrichten von Veranstaltungen

2. Informationen sammeln

- a) Wer könnte der Sponsor sein?

b) Wer ist die (gemeinsame) Zielgruppe?

zu a) *Wer könnte unser Sponsor sein?*

- Der Sponsor ist mit dem Ort (Stadt/Kommune/Landkreis etc.) aus historischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen o.ä. Gründen verbunden.
- Der Sponsor ist mit der Institution (Bibliothek/Rathaus/Schule/Kirche) oder der Sache bzw. dem Inhalt (Veranstaltung/Vorhaben/Projekt) verbunden.
- Der Sponsor zieht einen eindeutigen Nutzen aus dem Projekt.
- Der Sponsor hat grundsätzlich Interesse an Kooperationen.
- Es besteht Übereinstimmung hinsichtlich Zielgruppe, Unternehmenskultur, Branche, Produkte oder Dienstleistungspalette.
- Die finanziellen Möglichkeiten sind vorhanden.
- Das bisherige Förderverhalten ist als positiv bekannt.

Je mehr Punkte aus der Auflistung auf den (ausgewählten) Sponsor zutreffen, desto wahrscheinlicher ist der passende Sponsorpartner gefunden. Das Abfragen der einzelnen Punkte dient jedoch vor allem dazu, sich Gedanken über den künftigen Sponsor zu machen, sich auf ihn geistig einzulassen und sich vorzubereiten.

zu b) *Wer ist die gemeinsame Zielgruppe?*

Der Sponsorpartner ist vor allem an der/den Zielgruppe/n interessiert, die er mit seinen Produkten ansprechen kann. Man muss argumentieren, dass die eigene Institution die gleiche/n Zielgruppe/n anspricht und sie direkt erreicht, und sollte dies möglichst mit konkreten Daten untermauern. Zudem sollte man glaubwürdig in Aussicht stellen, dass die spezifische Ansprache dieser bestimmten Zielgruppe dazu beiträgt, den Marktanteil des Produktes des Unternehmens zu erhöhen.

Ein Beispiel: In Rheinland-Pfalz liegt der Anteil der Zielgruppe der Studierenden bei lediglich 18,7% aller Privathaushalte. Dem gegenüber steht der hohe Anteil an Leser/innen von rund 85% Studentinnen und Studenten, die die Hochschulbibliotheken aktiv nutzen, und die Sie einer direkten Ansprache gezielt erreicht werden könnten. Das bedeutet, dass sich der Absatz der Produkte „Leckerschmecker-Eis“ / „Lotion für die junge Haut“ / „Citybike Easyrider“ in diesem Jahr um einige Prozentpunkte erhöht.

Informationsquellen: Bevölkerungsstatistik, Ausleih-/Nutzerkennzahlen der Bibliothek, Verbraucherzentralen, Marktforschungsergebnisse, Konsumentenumfragen.

3. Inhalte ausarbeiten / Projektdetails, -beschreibung

Die Projektdetails zu beschreiben mag viel Arbeit bedeuten, ist jedoch ein Grundgarant, dass der Sponsorpartner auf alle Fragen - die Leistungen, mögliche Durchführung, geplante Organisation und das gewünschte Ziel u.v.m. betreffend - eine umfassende Antwort erhält, und man beweist von Anfang an seine Sponsoring-Kompetenz. Dieses konzeptionelle Vorgehen wirkt sich sehr positiv auf die Sponsoring-Verhandlungen und einen erfolgreichen Abschluss des Vertrages aus. Selbst, wenn dann doch kein Sponsorpartner gefunden werden konnte,

wird die Arbeit für das Projekt in Bezug auf Zeit-, Personal- und Ressourcenplanung sicher nicht umsonst gewesen sein. Es gibt noch andere Wege, die zum Ziel führen können. Mit einer umfassenden Projektplanung in der Hand ist man auf alle Fälle ein gutes Stück weiter.

Inhalt der Projektbeschreibung - ein Vorschlag:

- a) Überschrift / Kurzbezeichnung / Projektanliegen
- b) Ort, Raum/Ambiente, Termin, (weitere) Projektteilnehmer oder Veranstalter
- c) Projekthinhalte, gewünschter Förderbereich (Geld-, Sachmittel, Dienstleistung)
- d) Einzugsbereich, Zielgruppen und -analyse
- e) Gästeliste: Schirmherrschaft, Honoratioren, Prominenz; öffentliche Resonanz
- f) Stellenwert des Projektes oder der Veranstaltung im örtlichen Zusammenhang
- g) Kommunikationsmöglichkeiten und Öffentlichkeitsarbeit (vorher/begleitend/danach)
- h) Sponsorenstellung (Haupt- oder Nebensponsor), Sponsorennutzen
 - i) wichtige Leistungsbereiche der Bibliothek, Leitbild, Profil
 - j) detaillierte Beschreibung der möglichen Gegenleistungen der Bibliothek
 - k) genaue Finanzierungsübersicht und angestrebter Sponsoringanteil; Finanzierungslücken; Hinweis auf vertrauliche, interne Kostennennung und -abrechnung
 - l) gewünschter Entscheidungstermin

Projekt-/Vertragsdetail „Leistung und Gegenleistung“

Ein Wort noch zu Leistung und Gegenleistung: Hier ist wirtschaftliches Denken gefordert, was nicht jeder Bibliothek ganz leicht fällt. Im wesentlichen geht es darum, dass den Ausgaben, die im Rahmen des Sponsoring getätigt wurden, die Einnahmen des Sponsors gegenüber stehen. Um eine genaue Auflistung ihrer Gegenleistungen kommt die Bibliothek schon deshalb nicht herum, weil der Sponsorpartner aus steuerlichen Gründen Zahlenwerte benötigen wird, die schlüssig belegen, dass es sich nicht um eine Spendenleistung, sondern um echtes Sponsoring handelt. Die Bibliothek wird deshalb teilweise mit realen, teilweise aber auch mit fiktiven Zahlen arbeiten. Zu den Ausgaben zählt beispielsweise die Arbeitszeit, also das Gehalt der hauptamtlich Arbeitenden, und ebenso die „fiktiven“ Gehälter der Ehrenamtlichen, sowie alle Porto- und Telegebühren, die vor, während und nach der Sponsoringaktion anfallen.

Auch das ist denkbar: Die Bibliothek stellt im Rahmen einer Veranstaltung dem Sponsor ein Areal für seine Kundenpflege zur Verfügung. Dann sähe die Auflistung der Gegenleistung beispielsweise so aus:

Ausstattung (Mietkosten) für den Sponsor während einer Veranstaltung:

- Tisch (70 x 70 cm): EUR 38,50
- Stuhl (4x á 40,00): EUR 160,00
- PC-Counter: EUR 205,00
- Thekenstuhl/Barhocker: EUR 57,50
- Sidebord (abschließbar): EUR 68,80

Regal (100 x 30 x 200): EUR 55,00
 Kaffeemaschine (8 cup): EUR 21,90
 Prospektständer A4 (3 Fächer): EUR 83,80
 Papierkorb mit Entsorgung: EUR 25,00
 Monteurstunden (3x á 45,00): EUR 135,00
 Raum/-Platzmiete pro qm: EUR 150,00
Gesamtleistung Ausstattung: EUR 1.000,00, entspricht der Summe der Geldleistung des Sponsors, also ebenfalls: EUR 1.000,-

Ein weiteres Beispiel von möglichen (bezahlbaren) Gegenleistungen der Bibliothek: Medienwerbung vor der Veranstaltung, mit Nennung als Hauptsponsor gemäß gesonderter Vereinbarung:

Plakat A2 / Aufl. 200 St.: EUR 600,00
 Broschüre / 3-farb., 10.000 St.: EUR 800,00
 Presseartikel / Ztg./Aufl. 8.000: EUR 2.000,00
 Homepage mit Verlinkung pro Jahr: EUR 2.500,00

Die Zahlen basieren auf Auskünfte verschiedener Messeausstatter und der Erfahrung von Bibliotheken, die bereits Sponsoring betreiben. Manchmal kann es sein, dass ein Wert lediglich geschätzt wird. Wenn man sich dabei nicht sicher ist, kann der Sponsorpartner häufig weiterhelfen. Es liegt ja auch in seinem Interesse, nachvollziehbare Kosten zu ermitteln.

4. Die Kontaktaufnahme

Nachdem von der Bibliothek vorab möglichst viele Details geklärt wurden, kann es endlich losgehen mit der Kontaktaufnahme. Gewiss ein Thema für Rhetorik-Workshops und für Ausflüge in „die gute Korrespondenz“. Ich werde mich hier nur auf eine kleine Auflistung beschränken, und zwar über die Art und Weise der ersten Kontaktaufnahme mit einem möglichen Sponsor.

Das ist erfolgversprechend:

- persönliches Erscheinen
- Telefonat
- persönlicher Brief
- ggf. Nachfrage
- Kombinationen aus o.g.

Das ist wenig erfolgreich:

- Serienbrief
- Anfrage über Dritte
- Medienwerbung
- Aufruf während Veranstaltungen

Je nach Ortsgröße, Firmenbedeutung und Bekanntheitsgrad der Bibliothek bzw. des Bibliothekspersonals empfiehlt sich eine bestimmte Vorgehensweise, die jede Bibliothek für sich selbst entscheiden sollte. Eine verbindliche Regel gibt es nicht, wichtig bleiben Einfühlungsvermögen und persönliches Know-how. Wer gerne und sicher reden kann, wird zunächst telefonieren, wer sich schriftlich versiert ausdrücken kann, wird erst schreiben, und wer Charme zu versprühen vermag, persönlich erscheinen. Oft ist es eine Kombination daraus, und

auch die Reihenfolge des Vorgehens kann den Erfolg mitbestimmen. Fest steht allerdings eines ganz sicher: Sponsoring ist Chefsache, zumindest für die Kontaktaufnahme und die ersten wichtigen Verhandlungen. Sinnvollerweise führt man dabei sogleich seine Assistenz mit ein, damit diese/r als Ansprechpartner/in für den weiteren Verlauf bekannt ist und durch die Personenkontinuität als vertrauenswürdig gehalten wird.

Spende versus Sponsoring - ein Abschluss-Statement

„Nein“ zu Sponsoring dürfen mit ruhigem Gewissen diejenigen sagen, die Sponsoring lediglich als eine Finanzierungsquelle der Bibliothek betrachten, denn nach wie vor sind die Träger einer Bibliothek gefordert, für den (kontinuierlichen!) Medienaufbau und die Unterbringung Sorge zu tragen. Sponsoring abzulehnen ist folglich keine Schande, wenn man hier die Gefahr sieht, die Bibliothek zu einem reinen Fundraising-Unternehmen werden zu lassen und sie als sich selbst tragendes Wirtschaftsunternehmen loswerden möchte. Auch sollte Sponsoring kein halbherziges Unterfangen sein. Wenn man Sponsoring nicht zu Ihrer Herzenssache machen will, so hat man seine (hoffentlich guten) Gründe, die zunächst akzeptiert werden müssen.

„Ja“ zu Sponsoring zu sagen ist allerdings auch keine Schande. Wer Sponsoring nicht nur als Heilmittel für Geldsorgen begreift, sondern als zusätzliche Einnahmemöglichkeit für besondere Projekte und Aufgaben (von der Veranstaltungsreihe über die Einrichtung bis hin zum Umzug) oder als zusätzlichen Handlungsspielraum (schnellere Beschaffung, abgekürzte Dienstwege etc.), dem bietet sich mit Sponsoring ein durchaus wirkungsvolles Instrument der Bibliotheksorganisation. Weitere Pluspunkte sind ein höherer Aufmerksamkeitsgrad in der öffentlichen Berichterstattung und in politischen Gremien, denn nach wie vor sind Themen aus der Wirtschaft offensichtlich interessanter als Kultur und Bildung, sowie als Chance einer Erweiterung des Erfahrungshorizonts und einer höheren Professionalisierung des Bibliotheksmanagements.

Voraussetzungen für Sponsoring:

Sponsoring bedarf einer gründlichen, oft zeitintensiven Projektplanung und des Eindenkens in wirtschaftliche Gepflogenheiten und Wertansätze sowie des (Selbst)Bewusstseins, dass Sponsoring eine gleichberechtigte Geschäftsbeziehung aus Nehmen und Geben darstellt. Dann gibt es auch keine Verwechslung mehr mit einer Bibliothek als abhängige Spendenempfängerin, deren Betteln um Zuwendung mit zuviel persönlichem Einsatz für zuwenig erfolgreiche Ergebnisse, verbunden mit einer imageschädigenden Wirkung bedeutet.

Und ein letzter Aspekt sei hier genannt: Ein „Ja“ zu Sponsoring bedeutet ein Denken in großzügigen Verhältnissen. Und genau das dürfte der desolaten Bibliothekssituation beinahe Hohn sprechen. Deshalb soll dieses mit einem Zitat erklärt werden, welches selbst mehr Erhellung bringen kann als alle Theorie zusammengenommen, um das Wesen von Sponsoring tatsächlich begreifbar zu machen: „Wenn wir Sponsoren finden wollen, dann dürfen wir nicht jammern“, nach dieser Maxime arbeitet Horst Neißer, Direktor der Stadtbibliothek

Köln. Er weiß, wie Unternehmer denken: „Man bekommt leichter viel Geld als wenig Geld, weil der Werbeeffect einer großen Aktion besser ist“. Das lernte Neißer, als er mit einem potenziellen Sponsor über 80.000 Euro für ein Projekt zur Leseförderung verhandelte. Diese Dimension interessierte nicht, doch als Neißer eine halbe Million verlangte, biss der Geldgeber an³.

- 1 siehe Schreiben des Bundesministerium der Finanzen vom 18.02.1998 - IV B 2 - S 0144 - 40/98 / IV B 7 S 0183 - 62/98
- 2 Anders als beispielsweise bei Mietverhältnissen, für deren Abschluss ein rechtsgültiger Mietvertrag erhältlich ist, gibt es keinen rechtsgültigen Mustersponsoringvertrag - eben weil es ein „Sponsoringrecht“ als verbindliche Grundlage nicht gibt. Brauchbare Sponsoringverträge (muster-)beispiele, die zu Rate gezogen werden können, gibt es unter:
<http://www.zlb.de/ueber_uns/mustervertraege>
<<http://www.formblitz.de>> (Musterverträge)
Weiland, Neil George: Der Sponsoringvertrag - München : Beck, 2005, 3., überarb. Aufl. - ISBN 3-406-52681-0
- 3 Loibl, Roswitha: Kauf mich für die Bibliothek! - In: Augsburg Allgemeine (AZ), Nr. 297, 27.12.2003

Telearbeit - Erfahrungen und Perspektiven in Bibliotheken

Fortbildungsveranstaltung des VDB-Regionalverbandes Südwest in Ludwigsburg am 8. November 2005

Heidrun Wiesenmüller (Schriftführerin des Regionalverbandes Südwest)

Was in der freien Wirtschaft längst alltäglich ist, wird an vielen Bibliotheken im Südwesten misstrauisch beäugt: Telearbeit in einem Dienstleistungsbetrieb - geht denn das? Auf einer Fortbildungsveranstaltung am 8. November 2005 wollte sich der Regionalverband Südwest dem Thema von unterschiedlichen Seiten her nähern: Die Perspektive der betroffenen Mitarbeiter sollte ebenso dargestellt werden wie die der Vorgesetzten; organisatorische, rechtliche und technische Aspekte waren gleichermaßen zu betrachten. Zusätzlich zu den Referentinnen und Referenten brachten auch viele der gut 30 Teilnehmer eigene Erfahrungen ein. Die PH Ludwigsburg stellte uns für die Veranstaltung den Senatssaal zur Verfügung und sorgte damit für einen geeigneten Rahmen. Das Ortskomitee um Christiane Spary - Leiterin der KIZ Bibliothek und stellvertretende Vorsitzende des VDB-Südwest - kümmerte sich in bewährter Weise um die Organisation. Durch die Veranstaltung führte Klaus-Rainer Brintzinger, der Vorsitzende des Regionalverbandes.

Im Einstiegsreferat stellte Cornelia Hall (UB Tübingen) die rechtlichen Rahmenbedingungen dar: Es ging dabei nicht nur darum, ob überhaupt ein Anspruch auf Telearbeit besteht (Antwort: nein, doch muss eine Ablehnung schriftlich begründet werden), sondern auch um Einzelfragen aus der Sicht des

Arbeitgebers (z. B. Arbeitssicherheit, Haftungsfragen, Zugangsrechte) und Verhaltenspflichten des Arbeitnehmers (z. B. Dokumentation der Arbeitszeit). Maria Löffler (UB Eichstätt) berichtete über die durchwegs positiven Erfahrungen aus Bayern: Allein an der Bayerischen Staatsbibliothek sind 14 Mitarbeiter in Telearbeit tätig; auch sechs Universitäts- und drei Fachhochschulbibliotheken praktizieren Telearbeit. Die Ausgestaltung wird meist in Einzelabsprachen geregelt, wobei die Regelungen - etwa zur Kostenübernahme - durchaus unterschiedlich sind. Typisch ist alternierende Telearbeit (z.B. 50 %), beispielsweise in den Bereichen Elektronische Zeitschriftenbibliothek, Rechnungs- oder Fernleihbearbeitung. Wie aus den Rückmeldungen deutlich wird, liegen die Vorteile in einer höheren Arbeitseffektivität, gesparten Fahrzeiten und der größeren Flexibilität bei der Arbeitseinteilung. Gefordert sind auf der anderen Seite hohe Kommunikativität und Organisationsfähigkeit auf beiden Seiten, weshalb die Akzeptanz durch die nicht telearbeitenden Kollegen von großer Bedeutung ist.

Der Wunsch nach Telearbeit geht - wie Petra Hätscher (UB Konstanz) berichtete - in der Regel von den Beschäftigten aus: Nicht nur familiäre Gründe können ein Argument sein, sondern beispielsweise auch die Reduktion von Fahrzeiten oder mehr Ruhe für konzeptionelle Arbeiten. Für den Arbeitgeber stellt sich natürlich die Frage, was Telearbeit für den Betrieb bringt - beispielsweise als Motivationsanreiz oder als Chance, um qualifiziertes Personal während der Familienphase zu halten. Im Vorfeld des im Jahr 2000 gestarteten Konstanzer Modellversuchs wurde vor allem über die Arbeitskontrolle (die nur indirekt über die Ergebnisse möglich ist) sowie die Arbeitszeiten diskutiert. In der Praxis werden individuell Zeiten vereinbart, während der die betroffenen Mitarbeiter per E-Mail oder Rufumleitung für Kunden und Kollegen erreichbar sind (freilich nicht ununterbrochen, wie man ja auch im Büro nicht dauernd am Schreibtisch anzutreffen ist). Überdies darf der Anteil der Telearbeit 50 % der Arbeitszeit nicht überschreiten. Dass nicht jeder gleichermaßen gut für Telearbeit geeignet ist, wurde ebenfalls deutlich: Gefordert ist gutes Zeit- und Selbstmanagement, aber auch die Fähigkeit, mit der „Einsamkeit“ des Arbeitsplatzes fertigzuwerden. Auch das familiäre Umfeld muss die Situation akzeptieren und mittragen. Petra Hätscher plädierte dafür, Telearbeit in Modellen zu erproben. Die Befürchtung vieler Arbeitgeber, dadurch eine regelrechte „Welle“ im Betrieb loszutreten, sei unbegründet.

Besonders spannend waren die Erfahrungsberichte der Telearbeiter selbst. Renate Hannemann vom BSZ Konstanz (die leider nicht selbst anwesend sein konnte und von Bettina Sabelus vertreten wurde) schilderte u. a. die technische Umsetzung: „Ein langer, dornenreicher Weg“, verbunden mit mancherlei „phantasievollen Provisorien“. Bei den Arbeitsfeldern musste sich Renate Hannemann ganz neu orientieren - weg von Tätigkeiten wie Schulungen, hin zu eher nach innen gerichteten Aufgaben. Trotz mancher Schwierigkeiten bei der Realisierung - so ihr Fazit - ist Telearbeit „für beide Seiten eine Chance“.

Schließlich konnten die Fortbildungsteilnehmer einen männlichen Telearbeiter - Karlheinz Pappenberger (UB Konstanz), der ca. 35-40 % seiner Tätigkeit als Fachreferent in Telearbeit erbringt - durch einen typischen Tag begleiten. Für das Home

Office geeignet sind beispielsweise Erwerbstätigkeiten, die Bearbeitung der Systematik oder die Betreuung von Benutzern (welche nicht selten positiv überrascht sind, wenn ihre zu später Stunde geschriebene Mail postwendend beantwortet wird) sowie natürlich konzeptionelle Arbeiten aller Art. Als eher ungeeignet charakterisierte Pappenberger hingegen alles, was mit dem physischen Transport von Büchern verbunden ist. Aber selbst das muss kein Dogma sein, wie anwesende Kolleginnen aus der Vorarlberger Landesbibliothek erläuterten: In Bregenz ist es selbstverständlich, dass telearbeitende Katalogisiererinnen regelmäßig mit Büchern beliefert werden. Ist die Grundlage eines „wechselseitigen guten Vertrauensverhältnisses“ zur Bibliotheksleitung, den Kollegen und den Fachbereichen gegeben, so ist nach Pappenbergers Erfahrungen Telearbeit eine geradezu „ideale Arbeitsform“.

Die Veranstaltung hat nicht nur mit manchen Vorurteilen aufgeräumt, sondern auch praktische Realisierungsmöglichkeiten aufgezeigt. Neben vielen positiven Effekten, die man sich von der Telearbeit versprechen darf - u. a. höhere Arbeitszufriedenheit und Effizienz - wurden auch Problemfelder deutlich: Einerseits verlangt Telearbeit von allen Beteiligten einen höheren Organisationsaufwand (z. B. bei der Terminierung von Besprechungen), andererseits besteht die Gefahr von Informationsdefiziten und zu geringer Einbettung in das Betriebsgefüge. Der 'Königsweg' könnten daher Kombi-Modelle sein, bei denen Telearbeit mit Phasen persönlicher Präsenz gekoppelt ist.

Sämtliche Vortragsmaterialien können auf der Website des Regionalverbands abgerufen werden unter der URL <<http://www.vdb-online.org/rv-sw/berichte/2005-fortbildung-ludwigsburg.php>>.

Aus der BID

Wechsel an der Spitze von „Bibliothek & Information Deutschland“

Pressemitteilung der BID vom 31.03.2006
<<http://www.bideutschland.de>>

Nach sechsjähriger Amtszeit beendet Dr. Georg Ruppelt turnusgemäß seine Funktion als Sprecher von „Bibliothek & Information Deutschland“ (BID), der Bundesvereinigung für alle Bibliotheks- und Informationsverbände, das Goethe-Instituts und die Bertelsmann-Stiftung. Am 1. April 2006 folgt ihm für die kommenden drei Jahre die Direktorin der Stadtbibliothek Bremen, Barbara Lison, als BID-Sprecherin. Sie wurde auf der Mitgliederversammlung am 14. Dezember 2005 einstimmig gewählt.

In der Ära Ruppelt hat die Bundesvereinigung erhöhte Aufmerksamkeit und Wertschätzung auch im politischen Raum erfahren. Der Beitritt dreier potenter neuer Mitglieder hat hierbei gewiss mitgespielt: Das Goethe-Institut, seit 2001 Vollmitglied, eröffnete BID neue Möglichkeiten der internationalen Kooperation im Bibliotheks- und Informationsbereich. Mit der Bertelsmann Stiftung, ebenfalls 2001 beigetreten, hat BID das gemeinsame Projekt „Bibliothek 2007“ zum Erfolg geführt. Gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis (DGI), seit 2004 Mitglied des Dachverbandes, richtet BID alle drei Jahre den Leipziger Kongress für Bibliothek und Information aus. Zu den Höhepunkten der Amtszeit Ruppelt gehört einmal der IFLA-Weltkongress 2003 in Berlin, bis heute mit 4.600 Teilnehmern der größte Bibliothekskongress, der jemals stattfand. Politisch gesehen war zudem die für Bibliotheken erstmalig umfassende Anhörung der Bundestags-Enquete-Kom-

mission „Kultur in Deutschland“ im Frühjahr 2005 für die Zukunft bedeutsam.

Georg Ruppelt war neben seiner Tätigkeit als BID-Sprecher auch zehn Jahre im Vorstand der Stiftung Lesen, 2001 bis 2005 als Vorsitzender, Stellvertretender Sprecher der Deutschen Literaturkonferenz und Mitglied des Sprecherrats des Deutschen Kulturrats. In die beiden letztgenannten Funktionen wurde Ruppelt kürzlich wiedergewählt, so dass er auch weiterhin den Kontakt zu BID halten wird. Im November 2005 erhielt Georg Ruppelt aus der Hand des Niedersächsischen Ministerpräsidenten das Bundesverdienstkreuz für seine zahlreichen Verdienste, worunter die für BID nicht die geringsten sind. Der Vorstand von „Bibliothek & Information Deutschland“ verabschiedete Georg Ruppelt am 31. März 2006 mit Dank für seine engagierte Tätigkeit während der vergangenen sechs Jahre.

Die neue Sprecherin Barbara Lison wird die bildungs- und kulturpolitischen Aktivitäten kontinuierlich weiterführen, und voraussichtlich noch stärkere Akzente auf die Einbindung von BID in das internationale Netzwerk des Bibliotheks- und Informationswesens setzen. Neben ihrer Funktion als Vorstandsmitglied des Deutschen Bibliotheksverbandes war Lison mehrere Jahre lang auch Vorstandsmitglied des Europäischen Verbandes der Informations- und Bibliotheksverbände EBLIDA, wo sie Deutschland für die nächsten drei Jahre wieder vertreten wird. Sie hat aktiv mitgewirkt am „Netzwerk Öffentliche Bibliotheken“ der Bertelsmann Stiftung sowie an dem Strategiepapier „Bibliothek 2007“. Sie nahm die deutsche Vertretung bei mehreren EU-Projekten, u.a. PULMAN, wahr und hat zahlreiche Vortrags- und Workshopaktivitäten für das Goethe-Institut durchgeführt, in dessen Beirat für Bibliothek und Information sie sechs Jahre Mitglied war. Sie ist stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende bei der ekz.



Der BID-Vorstand anlässlich seiner Sitzung am 31. März 2006 in Hannover. Von links nach rechts: Barbara Schleihagen (DBV-Geschäftsstelle, Berlin), Dr. Harald Pilzer (DBV/vbnw, Bielefeld), Henner Grube (ekz-bibliotheksservice GmbH, Reutlingen), Dr. Georg Ruppelt (BID-Sprecher 2000-2006, Hannover), Sabine Stummeyer (BIB, Hannover), Susanne Riedel (BIB, Bielefeld), Dr. Steffen Dittich (DGI, Leipzig), Christel Mahnke (Goethe-Institut, München), Dr. Jürgen Warmbrunn (DBV/ASpB, Marburg), Prof. Dr. Gabriele Beger (DGI, Hamburg), Ulrike Lang (BI-International), Dr. Daniela Lülfig (VDB, Berlin), Helmut Rösner (BID-Geschäftsstelle), Barbara Lison (BID-Sprecherin 2006-2009, Bremen), Dr. Claudia Lux (DBV, Berlin). - Foto: Gottfried Wilhelm Leibniz Bibliothek - Niedersächsische Landesbibliothek Hannover.

Termine

19.-20.09.2006

Fortbildungsveranstaltung für Fachreferentinnen und Fachreferenten der Wirtschaftswissenschaften
Ort: Köln, USB

Veranstalter: Kommission für Fachreferatsarbeit

19.-22.09.2006

29. Österreichischer Bibliothekartag

Ort: Bregenz

Veranstalter: Vereinigung österreichischer Bibliothekarinnen und Bibliothekare (VÖB)

25.-27.09.2006

Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft für medizinisches Bibliothekswesen (AGMB)

Ort: Jena

Veranstalter: Arbeitsgemeinschaft für medizinisches Bibliothekswesen (AGMB)

27.09.2006, 10 - 16 Uhr

Fortbildung: Dienstleistungen für die Wissenschaft

Ort: Ilmenau, Technische Universität, Campus-Center, Senatssaal (Raum 404), Langewiesener Str. 37

Veranstalter: Thüringer Landesverband im DBV, Regionalverband Sachsen/Sachsen-Anhalt/Thüringen des VDB

12.-13.10.2006

Fortbildungsveranstaltung für Fachreferentinnen und Fachreferenten der Theologie

Ort: Freiburg i. Br., Universitätsbibliothek

Veranstalter: Kommission für Fachreferatsarbeit in Zusammenarbeit mit der Universitätsbibliothek Freiburg i. Br.

19.-22.03.2007

Bibliothekskongress 2007

Ort: Leipzig

Veranstalter: BID

22.-25.03.2007

Buchmesse Leipzig 2007

Ort: Leipzig

Stets aktuelle Informationen zu den Veranstaltungen des VDB finden Sie unter <<http://www.vdb-online.org/veranstaltungen>>.

Umgezogen? Neues Konto? Neue Dienststelle?

Dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und schicken es zurück an folgende Adresse: **VDB-Mitgliederverwaltung,
Postfach 1348, 72003 Tübingen**

Alte Anschrift

Name, Vorname: _____

Straße, Haus-Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

Alte Dienststelle

Ort: _____

Arbeitsstelle: _____

Beschäftigungsumfang: _____

(ganztags, halbtags, z.Zt. nicht im Dienst, i.R., in Ausb.)

Neue Anschrift

Name, Vorname: _____

Straße, Haus-Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

Neue Dienststelle

Ort: _____

Arbeitsstelle: _____

Beschäftigungsumfang: _____

(ganztags, halbtags, z.Zt. nicht im Dienst, i.R., in Ausb.)

Neue Bankverbindung

Bitte nur ausfüllen bei neuer Bankverbindung und bereits erteilter Einzugsermächtigung!

Konto-Nr.: _____

Kreditinstitut: _____

Bankleitzahl (BLZ): _____

Nachrichten aus der Mitgliederverwaltung des VDB

Leider können aus organisatorischen Gründen an dieser Stelle nicht wie sonst üblich die Nachrichten aus der Mitgliederverwaltung (neue Mitglieder, Veränderungen, verstorbene Mitglieder) abgedruckt werden. Wir bitten dies zu entschuldigen. Die Veröffentlichung dieser Nachrichten wird in der nächsten Ausgabe der VDB-Mitteilungen nachgeholt. *(Red.)*