

Buchstaben über der Stadt

Wer betreibt Lobbying für die Bibliothek?

Autor: Peter Baier-Kreiner



Foto: Peter Baier-Kreiner

Der Begriff ist so inflationär wie Seminare und Tagungen dazu, die Wichtigkeit steht außer Frage und wird regelmäßig fleißig notiert, mit Rufzeichen versehen, ehe sie im bibliothekarischen Alltag dann leider ebenso regelmäßig wieder versickert, irgendwo zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Evaluierung, bis sich Jahre später eine neue Tagung mit dem Thema beschäftigt: Lobbying.

Der Versuch einer allgemeinen Definition, was denn Lobbying nun genau bedeutet, erfolgt in diesem Heft an anderer Stelle (siehe S. 8), daher möchte ich in meinem Beitrag versuchen, konkrete Möglichkeiten von Lobbying für Bibliotheken aufzuzeigen.

Warum Lobbying für Öffentliche Bibliotheken?

Weil alle anderen auch eine Lobby haben oder haben sollten, von den Fahrradfahrern über die Blasmusikanten bis hin zu Beachvolleyball-Spielern und Tempo 160-Befürwortern. Und weil Lobbying die Möglichkeit bietet, dass die Anliegen einer Bibliothek aus gewichtigem Mund an jene herangetragen werden, die über diese Anliegen entscheiden: Die Bibliothek bekommt eine prominente Stimme. Dass sich der Lobbyist mit dem formulierten Anliegen identifiziert, davon gehe ich aus, es ist Voraussetzung dafür, dass ich überhaupt an ihn herantrete. Ich suche Personen, die von der Qua-

lität der Bibliotheksarbeit und der Wichtigkeit der Einrichtung überzeugt sind oder sich überzeugen lassen; der nächste Schritt besteht darin, dass konkrete Vorhaben, Wünsche und Pläne formuliert werden und in der Folge von der Lobby an die Entscheidungsträger weitergegeben werden.

Wer kann Lobbying für Öffentliche Bibliotheken betreiben?

Die Auswahl der relevanten Personen – es sind immer Einzelpersonen, die an entsprechender Stelle Lobbying betreiben –, sollte mit entsprechender Sorgfalt betrieben werden und kann nur nach Kenntnis von lokalen Gegebenheiten und Gesichtspunkten erfolgen. Dennoch glaube ich, dass es einige allgemein gültige Kriterien gibt, die diese Auswahl erleichtern können: So empfiehlt es sich vermutlich, honorige Menschen für seine Ziele zu gewinnen, Leute, die in der Gemeinde und darüber hinaus großes Ansehen genießen und demzufolge über einen entsprechenden Bekanntheitsgrad verfügen – das können einzelne sein, die man aus Kunst und Kultur kennt (SchauspielerInnen, AutorInnen, Journalisten), ganze Berufsgruppen (KindergärtnerInnen und DeutschlehrerInnen, am besten mit den DirektorInnen ihrer Schulen), Wirtschaftstreibende, Notare und Anwälte, Ärzte und Universitätsprofessoren, SportlerInnen oder Altpolitiker. Von Leuten, die aktiv in der Politik der Kommune tätig sind, rate ich dringend ab, an sie sollen die Anliegen der Bibliothek über die Lobbyisten letztlich herangetragen werden. Lobbying ist kein parteipolitisches Taktieren im Vorfeld von parteipolitischen Scharmützeln.

Was will die Bibliothek mit Lobbying erreichen?

Lobbying ist mit dem Erreichen eines bestimmten Zieles verbunden, das im besten Fall von den für die Bibliothek Verantwortlichen umgesetzt werden soll. Dieses Ziel soll möglichst genau formuliert werden, das kann eine sehr allgemeine Forderung wie Umbau, Ausbau, Erweiterung einer Bibliothek oder überhaupt Schaffung einer Bibliothek sein, das ist im schlimmsten Fall der Widerstand gegen die Schließung einer Bibliothek. Je konkreter das Anliegen, umso leichter lässt es sich wohl verkaufen – etwa ein Impuls, um neue Zielgruppen zu erreichen (z.B. mit der Gründung einer Seniorenbibliothek, dem Aufbau einer Hörbibliothek) oder eine notwendige Maßnahme, um bereits vorhandene Zielgruppen besser versorgen zu können (z.B. mit einer Änderung der Öffnungszeiten der Biblio-

thek oder der Schaffung von Internet-Arbeitsplätzen). In der Regel reagiert die Politik auf Absichten, die ein breites Publikum bedienen, bereitwilliger – ich denke an Kinder und Jugendliche, deren Bildung vor dem Hintergrund der PISA-Studie ja auch der Bundespolitik immer wieder Lippenbekenntnisse abringt. Auch wenn dieser Pfad mittlerweile ausgetreten ist, würde ich nicht zögern, an diesem Punkt einzuhaken.



Warum soll der Entscheidungsträger auf Lobbying reagieren?

Einen wesentlichen Anreiz, dass die verantwortliche Politik die von Lobbyisten vorgebrachten Anliegen der Bibliothek auch umsetzt, sehe ich darin, dass sie diese Umsetzung in der Öffentlichkeit dann als ihren eigenen Erfolg verkaufen kann. Ich erachte es als legitim, dass es sich die Entscheidungsträger auf ihre Fahnen heften, etwas für die Bibliothek zu tun, sie sind in der Regel die Geldgeber dafür. Wünschen würde ich mir nur, dass die verantwortlichen Gremien die Bibliothek etwas öfter als Möglichkeit sehen, sich mit Ausgaben für Kultur und Bildung zu profilieren, anstatt die Bibliothek als lästigen Dauerbittsteller zu empfinden; Anliegen der Bibliothek sollten letztlich Anliegen eines Kulturausschusses, eines Pfarrgemeinderates, einer Stadtpolitik sein, und dieses Umdenken in den Köpfen der Verantwortlichen zu erreichen, ist genau die Stoßrichtung, in der eine Lobby tätig werden kann.

Hat die Bibliothek bereits eine Lobby, ohne dass sie es weiß?

Ja! Denn – frei nach Wolf Haas – Du darfst eines nicht vergessen: Die stärkste Lobby für die Bibliothek ist immer noch die eigene Kundschaft, die sich bemerkbar macht durch die Anzahl der eingeschriebenen LeserInnen, von Kindergartengruppen und Schulklassen, die die Einrichtung regelmäßig besuchen, über Besucherinnen und Besucher von Veranstaltungen in der Bibliothek bis hin zu Entlehnzahlen und Statistiken. Beispiele aus der Bibliothekslandschaft des benachbarten Deutschland beweisen, dass das lesende Publikum in der Lage ist, politische Entscheidungen zu beeinflussen und sogar deren Widerrufung zu erreichen. Fördervereine oder Freun-

deskreise diverser Bibliotheken konnten einige Male die Schließung von Stadtteilbibliotheken verhindern, symptomatisch ist freilich, dass die Gründung entsprechender Initiativen oft erst dann erfolgt, wenn bereits Feuer am Dach ist. Die Existenz des Literaturnetzwerkes Innkreis, eines Verbundes von Bibliotheken im Innviertel in Oberösterreich, dessen Geschäfte ich seit vielen Jahren führe, war in diesem Sommer ernsthaft gefährdet, da sich die Stadt Ried als ein wesentlicher Subventionsgeber aus der Finanzierung zurückziehen wollte. Zahlreiche Reaktionen und Leserbriefe einer entrüsteten Leserschaft der Stadtbücherei sowie von Besucherinnen und Besuchern unserer Veranstaltungen waren die Folge, sodass die Stadt die Entscheidung letztlich unter dem Druck der Öffentlichkeit zurückgenommen hat. So beglückend diese Erfahrung war, so deutlich hat sie auch gemacht, wie viel für uns zukünftig noch zu tun ist im Bereich Lobbying und wie eng verbunden Anstrengungen in dieser Richtung mit dem Bereich Öffentlichkeitsarbeit sind: Werbung ist mehr als das Produzieren von Lesezeichen und Gestalten von Schaufenstern.

Welche Inhalte transportiere ich wann?

Alle, und das bei jeder sich bietenden Gelegenheit. Der nächste Anlass könnte und sollte die Kampagne „Österreich liest. Treffpunkt Bibliothek“ im Oktober dieses Jahres sein, der übernächste kommt bestimmt, wenn nicht von selbst, dann führen wir ihn herbei. Die Inhalte betreffen alle Altersgruppen, alle Bevölkerungsschichten und alle Bildungsniveaus, inländische und ausländische MitbürgerInnen, Gläubige und Atheisten: Die Inhalte, die die Bibliothek bereitstellt, stehen im Kulturgut Buch, und dieses soll auf Parkbänken bereitliegen, in öffentlichen Verkehrsmitteln, an Haltestellen, in Wartehäuschen, in Telefonzellen, auf Fahnen gedruckt und an Häuserwänden; das Buch muss das Internet erreichen und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die Gemeindestuben und die Pfarrhöfe, die Provinz und den Wissensturm: Es leuchten Buchstaben über der Stadt.¹

Lobbying ist erst der Anfang!

Lobbying sollte verstanden werden als Beginn eines weiterführenden Prozesses, der primär die Interessen der eigenen Bibliothek verfolgt. Längerfristig ist dieser Prozess nur zu verstehen vor einem Hintergrund, den die meisten der Begriffserklärungen auch als wesentlichen Bestandteil anführen: „Lobbygruppen versuchen gezielt, Ansätze und Meinungen ihrer Auftraggeber in politische Prozesse wie beispielsweise Gesetzgebungsverfahren einzubrin-

gen“.² Das kann doch nur so zu verstehen sein, dass alle Bemühungen um Lobbying für die Bibliothek in ein längst fälliges Büchereigesetz münden; es würde nicht nur einer großartigen Bibliothekslandschaft, sondern auch dem Buch in allen damit befassten Berufsfeldern, vor allem aber endlich den vielen engagierten Bibliothekarinnen und Bibliothekaren des Landes Rechnung tragen.

Links zum Thema Lobbying

<http://www.spareninbibliotheken.de/lobby.htm>

- ▶ Eine wunderbare Seite mit allen Informationen zum Thema „Lobbyarbeit für Bibliotheken“ und einer umfassenden Literaturliste. Artikel auch als PDF und Powerpointpräsentation verfügbar.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Lobbyarbeit>

- ▶ Wikipedia enthält einen umfassenden Eintrag zur Geschichte und Entwicklung von Lobbying. Natürlich finden sich hier auch weiterführende Links und Literaturhinweise.

http://www.renner-institut.at/kribibi/lobbybib_kribibi.pdf

- ▶ Im März 2004 veranstaltete der Arbeitskreis kritischer Bibliothekarinnen und Bibliothekare eine Tagung zum Thema „Lobbying“. Die Zusammenfassung dieser Tagung finden Sie unter diesem Link.

<http://www.bibliotheksverband.de/konferenz/handbuch/Busch4.pdf>

- ▶ Umfassender und sehr informativer Artikel von Wolf Busch über Fördervereine und Freundeskreise von Bibliotheken.

<http://www.bibliotheksverband.de/konferenz/handbuch/Hauke3.pdf>

- ▶ Petra Hauke berichtet über ein Bürgerbegehren gegen die Schließung von Stadtteilbibliotheken in München.

Fußnoten:

1) Der Titel „Buchstaben über der Stadt“ ist dem Titel eines Liedes der Hamburger Formation „Tomte“ entlehnt.

2) Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Lobbying>



▶ **Peter Baier-Kreiner** leitet seit 1997 als pädagogischer Mitarbeiter des BVÖ das Literaturnetzwerk Innkreis, einen Verbund von sechs Öffentlichen Bibliotheken mit Sitz in der Stadtbibliothek Ried.