

Freunde – Förderer – Stifter – Mäzene

Moderne Strategien des Fundraising in der Österreichischen Nationalbibliothek Wien¹

Die Bibliotheksförderung in Europa beginnt, neue Wege und Strategien zu erschließen. Die Begriffe Fundraising und Sponsoring gewinnen an Relevanz und finden sich in neuen, auf die Bedürfnisse von Bibliotheken angepassten Modellen wieder. Die Förderstrukturen der Österreichischen Nationalbibliothek sind dafür ein modernes Beispiel. Eine günstige Voraussetzung für die Förderung auf diesem hohen Niveau ist die historische und kulturelle Bedeutung dieser Bibliothek. Der Beitrag stellt exemplarisch einige der Aktivitäten zur Mittelbeschaffung dar.

Die Bibliothek und ihre Geschichte

Die Österreichische Nationalbibliothek² (im folgenden ÖNB genannt) erscheint nicht nur als zentrale wissenschaftliche Bibliothek, sondern beinhaltet auch einen musealen Bereich. Räumlich sind diese Aspekte nicht voneinander getrennt, beispielsweise beherbergt der berühmte Prunksaal einerseits die Bestände von 1501 bis 1850 und ist andererseits durch seine kunstvolle Gestaltung selbst Objekt von Sonderausstellungen und Museumsführungen, aber auch Veranstaltungsraum.

Die ÖNB ist eine der ältesten Bibliotheken Europas. Ihr Gründungsdatum wird mit 1368 angegeben, die heutige Bibliothek ist 1920 aus der kaiserlich-königlichen Hofbibliothek hervorgegangen. Das 1723–1726 erbaute Barockgebäude am Josefsplatz hat beide Weltkriege unbeschadet überstanden und beheimatet noch heute 200 000 Bücher, unter anderem die wertvolle private Bibliothek des Prinzen Eugen von Savoyen.

Insgesamt besitzt die ÖNB 7,4 Millionen Medieneinheiten, d. h. Bücher, Zeitschriften, elektronische Dokumente und andere Objekte.

¹ Mit Dank an die Leiterin der Abteilung Sponsoring der Österreichischen Nationalbibliothek Magister Elisabeth M. Edhofer.

² http://www.onb.ac.at/about/gesfronb/gesfronb_fr.htm.

Die Sammlungen sind vielfältig. Sie umfassen u. a.³

- 8 000 Inkunabeln sowie alte und wertvolle Drucke,
- die Kartensammlung und das Globenmuseum mit 265 164 Karten, 380 Globen und globenverwandten Objekte,
- die Musiksammlung mit 128 431 gedruckten Musikalien,
- die Flugblätter-, Plakate- und Exlibrissammlung,
- die Papyrussammlung und das Papyruseum mit 137 864 Papyri,
- die Sammlung für Plansprachen und das Esperantomuseum.

Darüber hinaus sammelt die ÖNB als Nationalbibliothek per Pflichtabgabe alle in Österreich verlegten oder gedruckten Neuerscheinungen. Die Sammlung erstreckt sich nicht nur auf den Buchhandel, sondern beinhaltet auch Hochschulschriften und eine Auswahl an neueren deutschen *Austriaca*, d. h. Publikationen über Österreich.

Es liegt auf der Hand, dass diese vielfältigen Bestände weltweit einzigartig sind und viele Objekte zum UNESCO Weltdokumentenerbe gehören.

Die Bibliothek als Wirtschaftsunternehmen

Durch die Reform der Österreichischen Museumsgesetze Anfang 2002 besitzt die ÖNB nun die Vollrechtsfähigkeit und existiert als wissenschaftliche Anstalt öffentlichen Rechts.

In der Auswirkung bedeutete dies, dass die Bibliothek wie zuvor aus Bundesmitteln finanziert wird, darüber hinaus aber zusätzlich Mittel erwirtschaftet. Diese Gelder verbleiben im Besitz der Bibliothek und werden in ausgewählte Projekte investiert. Zusätzliches Einkommen sichert sich die Bibliothek durch die Vermietung ihrer Räume oder die Verwertung von Bildrechten, wobei die Bestände rechtlich Eigentum des Bundes sind und die Rechte daran von der Einrichtung vergeben werden.

Dadurch gewinnt das Fundraising, also das systematische und kontinuierliche Einwerben von finanziellen Drittmitteln⁴ an Relevanz, im Vergleich zu einer rein öffentlich finanzierten Anstalt.

Auch personell wird die Bibliothek als wirtschaftliches Unternehmen geführt. Die Bundesangestellten, ähnlich dem deutschen Beamtentum oder dem öffentlichen Dienst, wurden übernommen. Nach 2002 eingestellte Mitarbeiter haben den Status von Angestellten. Die Generaldirektorin fungiert als Geschäftsführerin mit einem befristeten Fünfjahresvertrag. Sie ist einem

³ Vgl. u. a. <http://www.onb.ac.at/about/index.htm>; Kubadinow (2004), S. 68-70.

⁴ Vergl. Lissek-Schütz (1997), S. 2.

Kuratorium, gebildet aus Vertretern der Bundesministerien und der Privatwirtschaft, Rechenschaft schuldig. Das heißt, sie verpflichtet sich zur Übernahme von Aufgaben und Erreichung bestimmter Ziele, deren Verwirklichung Priorität haben. Die derzeitigen Schwerpunkte liegen unter anderem bei der Digitalisierung der Bestände und der Serviceverbesserung.

Die strukturelle Veränderung der ÖNB wurde als Chance genutzt, die Öffentlichkeitsauftritte zu professionalisieren und bestehende Förderstrukturen stärker zu vernetzen.



Der Prunksaal der Österreichischen Nationalbibliothek Wien

Die Förderstruktur der ÖNB

Es existierten bisher zwei Konzepte der Förderung: zum einen die Form der einmaligen Spende im Rahmen der Aktion Buchpatenschaft, zum anderen das längerfristige finanzielle Engagement als Mitglied des Vereins „Gesellschaft der Freunde der Österreichischen Nationalbibliothek“. Beide Konzepte gemeinsam ermöglichen Projekte wie die Bausteinaktion im Palais Mollard, auf die noch näher einzugehen sein wird.

2003 wurde die Abteilung „Sponsoring, Veranstaltungsmanagement und Internationale Beziehungen“ geschaffen. Damit folgte man dem amerikanischen Modell, bei dem kulturelle Einrichtungen in der Regel eine eigene Sponsoringabteilung besitzen, die die verschiedenen Förderprojekte koordinierend betreut.

Elisabeth M. Edhofer leitet diese Ressource. Frau Edhofer verfügt über wirtschaftliches Know-how, da sie langjährig als Finanzberaterin und unter anderem als Projektleiterin der Expo 2000 in Hannover, tätig war. Des Weiteren absolvierte sie die Fundraising School der Indiana University USA an der Wirtschaftsuniversität in Wien und studierte Kunstgeschichte an der Universität Wien. In ihrer jetzigen Position forciert sie die Vernetzung der bestehenden Förderstrukturen durch gemeinsame Projekte wie das oben erwähnte Bausteinprojekt Palais Mollard.

Fundraising = Friendraising

Die Einwerbung von Mitteln erfordert sowohl viel Zeit für Kontaktpflege und Gespräche als auch Geduld. Frau Edhofer bezeichnet ihre Tätigkeit auch als „Beziehungsmanagement“ und macht damit deutlich, dass die Basis für ein erfolgreiches Fundraising letztendlich ein gut gemanagtes „Friendraising“ bildet.⁵

Künftig soll für den Förderverein vermehrt jüngerer bzw. studentisches Publikum gewonnen werden. Für das nächste Jahr ist ein Volunteerprogramm mit eingehender Schulung und Supervision geplant. Die Entwicklung einer *Corporate Identity* hat dazu geführt, der ÖNB als Unternehmen zu einer unverwechselbaren Identität zu verhelfen.⁶ Überprüft man das Image der Förderprojekte der ÖNB in der Vergangenheit, so ist dies vorrangig geprägt von Soforthilfeprojekten für restaurierungsbedürftige Bücher. Dieses Vorgehen sichert zwar eine punktuelle emotionale Aufmerksamkeit der Förderer, jedoch lässt sich daraus kein Image ableiten. Im Gegenteil: Auf diese Weise wird der Öffentlichkeit nicht vermittelt, dass 95 % der Bestände des Museums und der Bibliothek durchaus intakt sind. Um darüber hinaus zu verdeutlichen, dass auch für die Vorsorge und Instandhaltung der prestigeträchtigen Sammlungen ständig und dringend Gelder benötigt werden, ist es erforderlich, im Sinne eines *corporate giving* ein Bewusstsein der Spender für ihre gesellschaftliche Verantwortung zu schaffen.⁷

Die Gesellschaft der Freunde der Österreichischen Nationalbibliothek

Die Gesellschaft der Freunde⁸ besteht seit dem Jahre 1921 und war bis vor wenigen Jahren eher ein Honoratiorenverein mit einer Zahl von rund 40

⁵ Vgl. hierzu Becker (1998).

⁶ Vgl. hierzu Herbst (2003).

⁷ Vgl. hierzu Heinze (2002).

⁸ <http://www.onb.ac.at/about/gesfronb/gesfronb.htm>.

Mitgliedern. Mittlerweile besitzt der Verein um die 700 Mitglieder und sieht sich als finanzieller und ideeller Unterstützer der Bibliothek. Der Vereinszweck wird in den Statuten⁹ u. a. wie folgt formuliert:

- Die Vermehrung, Erhaltung und Erschließung von Beständen der Sammlungen,
- Unterstützung von Wissenschaft und Forschung,
- Sicherung, Konservierung, Restaurierung von Objekten,
- Finanzierung von Veröffentlichungen der Bibliothek,
- Kontaktpflege zu in- und ausländischen Institutionen,
- Öffentlichkeitsarbeit.

Jedes Mitglied leistet einen Jahresbeitrag zur Finanzierung von Projekten, die der Bibliothek zugute kommen. Förderer und Stifter können Teile ihrer Beiträge steuerlich absetzen. Der Förderkreis zeigt sich sehr aktiv und bietet den Mitgliedern diverse Veranstaltungen und Vergünstigungen. So haben die Mitglieder freien Zutritt in alle musealen Bereiche und zu den Sonderausstellungen der ÖNB. Sie werden zu Ausstellungseröffnungen, Veranstaltungen der ÖNB und zum Jahresempfang der Generaldirektorin eingeladen. Halbjährlich gibt es ein attraktives Programm, das sich aus Sonderführungen und Vorträgen zusammensetzt. Diese „Behind-the-scenes“-Führungen eröffnen die Möglichkeit, Mitarbeiter der Bibliothek bei ihrer Arbeit zu erleben und mit ihnen direkt in Kontakt zu kommen. Durch Kooperation mit anderen kulturellen Einrichtungen in Wien, z. B. in Form von wechselseitig ermäßigtem Eintritt wird das Angebot erweitert.

Die Gesellschaft der Freunde ist mit der Bibliotheksleitung personell verbunden. Die Generaldirektorin der ÖNB Frau Dr. Johanna Rachinger hat statutengemäß auch die Funktion der ersten Vizepräsidentin in der Gesellschaft der Freunde der ÖNB inne. Als Leiterin der Abteilung Sponsoring bekleidet Frau Edhofer im Freundeskreis das Amt der ersten Sekretärin.

Firmenmitgliedschaften

Nach den Veränderungen von 2002 übernahm ein neuer Präsident die Leitung der Gesellschaft der Freunde, seither wurden die Ziele der Unterstützung um einige Bereiche erweitert. So möchte der Freundeskreis auch dazu beitragen, die Modernisierung des Images zu fördern, um darüber weitere Kreise für eine Mitgliedschaft zu interessieren. Die Entwicklung eines *Corporate Designs* für

⁹ Vergl. http://www.onb.ac.at/about/gesfronb/ges_statuten.htm.

die Webseite und den gesamten Schriftverkehr der ÖNB wurde von der Gesellschaft der Freunde finanziell unterstützt.

In den letzten Jahren fanden Vertreter der Privatwirtschaft Aufnahme in den Vorstand der Gesellschaft. Der Förderverein konzentrierte sich stark auf die Zielgruppe der Wirtschaftsunternehmen und entwickelte in diesem Zusammenhang ein attraktives Konzept für Firmenmitgliedschaften. Firmenmitgliedschaften gibt es in drei unterschiedlichen Kategorien. Ein Unternehmen kann dem Prunksaal Club, dem van Swieten Club oder dem Fischer von Erlach Club beitreten. Die Club-Mitgliedschaft richtet sich nach der Höhe des Beitrages. Von dem Mitgliedsbeitrag werden 140 Euro von der Gesellschaft der Freunde der ÖNB als Verwaltungsbeitrag einbehalten, der Rest gilt als Spende, ist steuerlich absetzbar und fließt direkt in die Projekte der ÖNB. Den Firmenmitgliedern bieten sich attraktive Benefits wie Reduktionen bei der Anmietung der repräsentativen Veranstaltungsräume, Ermäßigungen auf die Publikationen der ÖNB sowie ganzjährige Eintrittskarten für die Museen und die Benutzung der Bibliothek. Darüber hinaus erhalten die Firmen Einladungen zu sämtlichen Ausstellungseröffnungen der ÖNB, Kunden und Mitarbeiter können zu Sonderführungen gebeten werden, die von der ÖNB speziell organisiert werden. Darüber hinaus werden die Firmen auf der Homepage und im Jahresbericht der ÖNB genannt. Auch für den exklusiven Lunch der Generaldirektorin werden Einladungen an die Firmenmitglieder verschickt. Mit diesem Konzept bietet sich Unternehmen die Möglichkeit, Kunden und Mitarbeiter zu außergewöhnlichen Veranstaltungen zu bitten. Selbstverständlich stehen Firmenmitgliedern auch die Sonderführungen und Vorträge offen, die das Jahresprogramm für alle Mitglieder der Gesellschaft der Freunde der ÖNB beinhaltet.

Die Aktion Buchpatenschaft

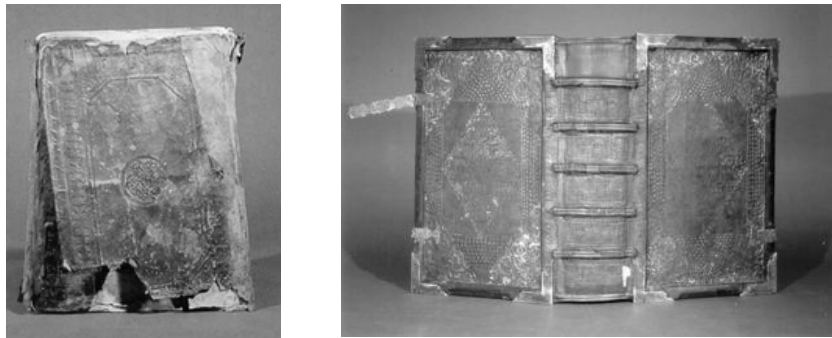
Mit dieser Aktion soll ein breites Spektrum von Interessierten angesprochen werden: Einzelpersonen, wie Bücherliebhaber, aber auch Schulklassen und Wirtschaftsunternehmen. Mit einem Betrag ab 500 Euro wird man Buchpate, doch auch kleinere Summen werden gern angenommen.

Als Gegenleistung oder Anerkennung erhalten die Spender je nach Höhe der Spende ein Dankschreiben, eine Ehrenurkunde der Generaldirektion oder ein persönliches Exlibris in dem durch die Spende finanzierten, restaurierten Werk, das der Spender sich zuvor als sein ‚Lieblingsstück‘ aus einer Liste auswählen konnte. Die gespendeten Gelder kommen ausschließlich der Restaurierung und Langzeitkonservierung bestimmter Objekte zugute. Die Restaurierungsarbeiten selbst übernimmt intern das Institut für Restaurierung der ÖNB.

Die Aktion signalisiert, dass die Erhaltung historischer Buchbestände eine Investition in die Zukunft darstellt, da die wertvollen Bestände für künftige Generationen erhalten und wissenschaftlicher Forschung zugänglich gemacht werden. Diese pragmatische Sichtweise überzeugt nicht nur Wirtschaftsvertreter, da Spenden zu Gunsten der Aktion Buchpatenschaft steuerlich absetzbar sind. Die Aktion wurde 1990 gegründet und weist mit ihren mehr als 4 700 vergebenen Patenschaften erfreuliche Bilanzen auf. Durch den Erfolg und die Bekanntheit dieser Aktion ist der Begriff Buchpatenschaft in der österreichischen Öffentlichkeit untrennbar mit der ÖNB verbunden.

Initiative Gutenberg 3000

Das Projekt Gutenberg 3000 wurde durch die Aktion Buchpatenschaft ins Leben gerufen und akquiriert gezielt Gelder für die Rettung des Inkunabelbestandes und anderer alter oder wertvoller Drucke.



Wertvolle Bucheinbände vor und nach der Restaurierung

Anschaulich und auch für Laien verständlich werden auf der Homepage der ÖNB die chemischen Prozesse, die den Büchern zusetzen und zu ihrer Zerstörung beitragen, erklärt, begleitet von der Bitte um Spenden für Schutzhüllen oder die Übernahme von Patenschaften, die die Restaurierung ermöglichen. Spenden unter 500 Euro werden für die Aktivitäten dieser Konservierungsaktion verwendet.

Das Palais Mollard

In das Palais Mollard¹⁰ werden ab Herbst 2005 das Globenmuseum, das Esperantomuseum, die Sammlung für Plansprachen und die Musiksammlung

¹⁰ http://www.onb.ac.at/sammlungen/globen/glo_mollard_projekt.htm.

der ÖNB einziehen. Durch Bundesgelder finanziert wurden die Räume bereits ausgebaut, jedoch fehlten für die Fertigstellung noch ca. 600 000 Euro, unter anderem für die neukonzipierte und erweiterte Präsentation der Objekte wie den „Digitalen Globus“.

Für dieses Projekt wurden verstärkt die Förderkontakte aus der Aktion Buchpatenschaft und der Gesellschaft der Freunde der ÖNB aktiviert. Dies entspricht der Strategie, einerseits die Förderstrukturen miteinander zu vernetzen, andererseits die Aktivitäten der einmaligen Spender mit denen der Vereinsmitglieder zu verbinden.

Das Finanzierungskonzept wurde im September 2004 entwickelt und auf dem jährlichen Empfang der Generaldirektorin im November 2004 den Freunden und Paten vorgestellt. Für die öffentliche Präsentation konnten Zeitungen für kostenlose Inseratschaltungen sowie für Beiträge über die Bibliothek im redaktionellen Teil gewonnen werden. Zusätzlich wurde die geplante Aktion im Internet, im Newsletter und durch Mailingaktionen publik gemacht.

Ab einem Betrag von 5 000 Euro werden Donatorinnen und Donatoren der sog. „Bausteinaktion“ u. a. namentlich auf einer Tafel beim Eingang des Palais Mollard genannt. Bis heute – Mai 2005 – wurden innerhalb von 9 Monaten 80 % der benötigten Finanzierung, davon 30 % aus der Bausteinaktion erreicht – ein Ergebnis das sich sehen lassen kann und zeigt, dass die gut durchdachten, aufeinander abgestimmten Förderkonzepte der Österreichischen Nationalbibliothek beispielhaft genannt zu werden verdienen.

Literatur

Becker, Sabine: Sponsoring für Universitätsbibliotheken: Aspekte einer alternativen Finanzierungsmöglichkeit. Berlin: Humboldt Universität zu Berlin, 1998 (Berliner Handreichungen zur Bibliothekswissenschaft ; 61)

Herbst, Dieter: Corporate Identity als ganzheitlicher Management-Prozeß, online: <http://www.vordenker.de/dherbst/cidentity.htm>

Heinze, Thomas: Kultursponsoring, Museumsmarketing, Kulturtourismus. Wiesbaden: Westdt. Verl., 2002

Kubadinow, Irina: Die Österreichische Nationalbibliothek. München [u. a.]: Prestel, 2004 (Prestel Museumsführer)

Lissek-Schütz, Ellen: Die Kunst des Werbens um Gunst und Geld: Fundraising als Marketingstrategie auch für Kulturinstitutionen, in: Handbuch Kulturmanagement. Loseblattsammlung. Stuttgart: Raabe, 1997

Die zitierten Internetquellen wurden zuletzt am 05.07.2005 aufgerufen.