

| BiblioFreak

Eine nationale Imagekampagne für Bibliotheken
Une campagne nationale en faveur des bibliothèques
Una campagna nazionale per biblioteche

BiblioFreak: Eine nationale Imagekampagne für Bibliotheken

Bibliotheken und ihre breite Angebotspalette sollen in der Öffentlichkeit besser wahrgenommen werden, um auf diese Weise neue Nutzergruppen zu erschliessen und die Finanzierung zu sichern. Das sind die Ziele der nationalen Imagekampagne BiblioFreak, die, getragen von einem breit abgestützten Aktionskomitee und finanziert von Bund und Kantonen, am 23. April 2015, dem Welttag des Buches, startet.

Bibliotheken haben ihr Angebot in den letzten Jahren stark ausgebaut und den modernen Informationsbedürfnissen angepasst. Trotzdem ist ihr Image bei vielen Nicht-NutzerInnen immer noch das einer leicht angestaubten Bücherausleihstation. Längst bieten Bibliotheken aber mehr: Sie sind Veranstaltungsort und Treffpunkt, sie sind Lesesaal, Lernort und Internet-Café, und sie sind Garant, dass verlässliche Informationen – sei es in digitaler oder analoger Form – allen Interessierten niederschwellig zur Verfügung stehen.

Der stetige Ausbau und die Vielfalt des Angebots kosten. Finanzielle und ideelle Unterstützung erhalten Bibliotheken nur, wenn sichtbar ist, dass sie mit ihren Dienstleistungen zur Lebensqualität beitragen. Ohne Aufmerksamkeit kein Geld. Dies zeigt die von der Bill & Melinda Gates Foundation 2008 finanzierte Studie «From Awareness to Funding — A study of library support» deutlich. Die Bibliothek muss zeigen, dass sie ein wichtiger Bestandteil der «Community», der Gemeinde ist. Nur so sichert sie sich die Unterstützung der Trägerschaft. In der Schweiz sind das meist die Gemeindebehörden.

In der Folge der Studie startete 2010 die Bill & Melinda Gates Foundation gemeinsam mit dem Online Computer Library Center OCLC, eine Non-Profit-Organisation im Dienste von Bibliotheken: die Imagekampagne «Geek the Library» (www.geekthelibrary.org). Die Resonanz war enorm. Mittlerweile läuft die Testimonial-Kampagne, in der sich Bürgerinnen und Bürger als leidenschaftliche Fans von Bibliotheken bekennen, im sechsten Jahr und in 40 von 50 US-Bundesstaaten. Das Schwergewicht der Kampagne liegt auf regionalen Aktionen, dank denen die Bibliotheken nicht nur mit ihren Nutzerinnen und Nutzern, sondern auch mit Menschen ins Gespräch kommen, die bisher deren Angebote nicht nutzten. Möglicherweise tun sich amerikanische Bibliotheken etwas leichter, ihre Dienste offensiv anzupreisen. Hier wie dort ist aber klar: Auch wer Bibliotheken nicht nutzt, kann deren Rolle im Gemeindeleben durchaus wichtig finden und sich dafür einsetzen, dass diese für die Zivilgesellschaft wichtigen Institutionen finanziell ausreichend alimentiert werden. Der Erfolg in den USA zeigt sich nicht nur in der Zunahme der Nutzung von Bibliotheken und dem zusätzlichen Fluss von Spendengeldern. Sondern vor allem auch in den Tausenden von Amerikanerinnen und Amerikaner, die sich als «BiblioGeek» bekannt haben und damit – ganz amerikanisch – ausdrücken: «I ♥ my library.»

BiblioFreak in der Schweiz

Der Erfolg in den USA bewog die OCLC, die Kampagne im deutschsprachigen Europa zu lancieren. Am Testlauf 2013 nahmen fünf Bibliotheken in Deutschland, Österreich und der Schweiz teil. Die Kantonsbibliothek Baselland war für die Schweiz am Pilot dabei. Auf Grund der positiven Reaktionen beschloss im Januar 2014 ein breit abgestütztes nationales Aktionskomitee, die Kampagne unter dem Schlüsselbegriff «BiblioFreak» in der Schweiz umzusetzen, und zwar in drei Landessprachen.

Die auf zwei Jahr angelegte Kampagne wird vom Bundesamt für Kultur und von den Kantonen finanziert. Bereits haben 19 Kantone ihre finanzielle Unterstützung zugesagt. Trägerschaft ist die Schweizerische

Konferenz der Kantonsbibliotheken. BiblioFreak Schweiz verfolgt zwei Strategien: Zum einen geht es darum, Bibliotheken ins Gespräch zu bringen, ihre Bekanntheit steigern und die vielfältigen Leistungen der Bibliotheken sichtbar machen. Zum anderen soll der Kreis der Nutzerinnen und Nutzer erweitert, das (lokal)politische Engagement für Bibliotheken aktiviert und so das nachhaltige Engagement der Träger gesichert werden. Offizieller Start ist am 23. April 2015, dem Welttag des Buches.

Die Aktionsmaterialien, für die USA von der renommierten Werbeagentur Leo Burnett konzipiert, wurden den schweizerischen Gegebenheiten angepasst und in Deutsch, Französisch und Italienisch adaptiert. Der Zürcher Fotograf Dominic Büttner hat zehn BiblioFreaks für die Kampagne porträtiert. Eine eigene Webseite www.bibliofreak.ch und ein Facebook-Account www.facebook.com/bibliofreakCH bilden die interaktiven Drehscheiben der Kampagne. Kernelement sind auch hierzulande Testimonials: Menschen bekennen sich öffentlich zu ihrer Bibliothek und erklären, warum sie BiblioFreaks sind. Den wichtigsten Part spielen jedoch die Bibliotheken und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit eigenen Ideen und nicht alltäglichen Aktionen sollen sie dafür sorgen, dass ihre Bibliothek im regionalen Umfeld stärker wahrgenommen wird. BiblioFreak unterstützt sie dabei mit Rat, Tat und mit Kampagnenmaterialien wie T-Shirts, Beachflags, Plakaten usw. Was wo und wie eingesetzt wird, bestimmen weitgehend die Bibliotheken selbst. Deren Bedürfnisse wurden in Workshops erfragt und entsprechende Materialien und Vorlagen bereitgestellt.

Die Reaktionen in den schweizweit durchgeführten zehn Workshops waren ausgesprochen positiv und das bisherige Echo übertrifft die Erwartungen bei Weitem: Ursprüngliches Ziel der Kampagnenverantwortlichen war es, bis Ende 2016 300 Bibliotheken für eine Mitarbeit zu gewinnen. Inzwischen haben sich schon über 180 Bibliotheken angemeldet, und das noch vor dem offiziellen Start. Das Spektrum der mitwirkenden Institutionen reicht vom kleinen, mobilen Bibliobus im Jura über das Informations- und Medienzentrum der Zürcher Hochschule der Künste und die Pro Senectute Bibliothek bis zur Nationalbibliothek in Bern und spiegelt die Vielfalt der Bibliothekslandschaft Schweiz. Die Imagekampagne BiblioFreak will dafür sorgen, dass sie auch in Zukunft so vielfältig bleibt.

{Medientext 5500 Zeichen}

Zürich, 19. April 2015



Haben Sie gewusst...

...dass sich die Zahl der Arbeitsplätze für Studierende an Universitätsbibliotheken von 2003 bis 2013 auf 14 100 verdoppelt hat? Und dass im gleichen Zeitraum die Zahl der Besucherinnen und Besucher um rund 70 % gestiegen ist?

BiblioFreak: Eine nationale Imagekampagne für Bibliotheken

Bibliotheken und ihre breite Angebotspalette sollen in der Öffentlichkeit besser wahrgenommen werden, um auf diese Weise neue Nutzergruppen zu erschliessen und die Finanzierung zu sichern. Das sind die Ziele der nationalen Imagekampagne BiblioFreak, die, getragen von einem breit abgestützten Aktionskomitee und finanziert von Bund und Kantonen, am 23. April 2015, dem Tag des Buches, startet.

Bibliotheken haben ihr Angebot in den letzten Jahren stark ausgebaut und den modernen Informationsbedürfnissen angepasst. Trotzdem ist ihr Image bei vielen Nicht-NutzerInnen immer noch das einer leicht angestaubten Bücherausleihstation. Längst bieten Bibliotheken aber mehr: Sie sind Veranstaltungsort und Treffpunkt, sie sind Lesesaal, Lernort und Internet-Café, und sie sind Garant, dass verlässliche Informationen – sei es in digitaler oder analoger Form – allen Interessierten niederschwellig zur Verfügung stehen.

Der stetige Ausbau und die Vielfalt des Angebots kosten. Finanzielle und ideelle Unterstützung erhalten Bibliotheken nur, wenn sichtbar ist, dass sie mit ihren Dienstleistungen zur Lebensqualität beitragen. Ohne Aufmerksamkeit kein Geld. Dies zeigt die von der Bill & Melinda Gates Foundation 2008 finanzierte Studie «From Awareness to Funding — A study of library support» deutlich. 2010 startete die Bill & Melinda Gates Foundation gemeinsam mit dem Online Computer Library Center OCLC, eine Non-Profit-Organisation im Dienste von Bibliotheken, die Imagekampagne «Geek the Library» (www.geekthelibrary.org). Die Resonanz war enorm. Mittlerweile läuft die Testimonial-Kampagne, in der sich Bürgerinnen und Bürger als leidenschaftliche Fans von Bibliotheken bekennen, im sechsten Jahr und in 40 von 50 US-Bundesstaaten.

BiblioFreak in der Schweiz

Der Erfolg in den USA bewog OCLC, die Kampagne im deutschsprachigen Europa zu lancieren. Am Testlauf 2013 nahmen fünf Bibliotheken in Deutschland, Österreich und der Schweiz teil. Aufgrund der positiven Reaktionen beschloss ein breit abgestütztes nationales Aktionskomitee, die Kampagne unter dem Schlüsselbegriff «BiblioFreak» in der Schweiz umzusetzen, und zwar in drei Landessprachen. Die auf zwei Jahr angelegte Kampagne wird von Bund und Kantonen finanziert. Bereits haben 19 Kantone ihre Unterstützung zugesagt. Trägerschaft ist die Schweizerische Konferenz der Kantonsbibliotheken.

BiblioFreak Schweiz verfolgt zwei Strategien: Zum einen geht es darum, Bibliotheken in Gespräch zu bringen, ihre Bekanntheit steigern und die vielfältigen Leistungen der Bibliotheken sichtbar machen. Zum andern soll der Kreis der Nutzerinnen und Nutzer erweitert, das (lokal)politische Engagement für Bibliotheken zu aktivieren und so das nachhaltige Engagement der Träger gesichert werden. Offizieller Start ist am 23. April 2015, dem internationalen Tag des Buches.

Kernelement sind auch hierzulande Testimonials: Menschen bekennen sich öffentlich zu ihrer Bibliothek und erklären, warum sie BiblioFreaks sind. Den wichtigsten Part spielen aber die Bibliotheken und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit eigenen Ideen und nicht alltäglichen Aktionen sollen sie dafür sorgen, dass ihre Bibliothek im regionalen Umfeld stärker wahrgenommen wird. Das bisherige Echo übertrifft die Erwartungen der Kampagnenverantwortlichen bei Weitem: Ursprüngliches Ziel war es, bis Ende 2016 300 Bibliotheken für eine Mitarbeit zu gewinnen. Inzwischen haben sich schon über 180 Bibliotheken angemeldet, und das noch vor dem offiziellen Start. Das Spektrum der mitwirkenden Institutionen reicht vom kleinen, mobilen Bibliobus im Jura über das Informations- und Medienzentrums der Zürcher Hochschule der Künste und die Pro Senectute Bibliothek bis zur Nationalbibliothek in Bern und spiegelt die Vielfalt der Bibliothekslandschaft Schweiz. Die Imagekampagne BiblioFreak will dafür sorgen, dass sie auch in Zukunft so vielfältig bleibt. www.bibliofreak.ch

{Medientext, 3500 Zeichen}

Zürich, 19. April 2015



Haben Sie gewusst ...

...dass eine durchschnittliche Schul- und Gemeindebibliothek in einer Gemeinde mit weniger als 10 000 Einwohnerinnen und Einwohner über 0,8 Vollzeitstellen verfügt? Und dass sie pro Jahr 11 000 Besucherinnen und Besucher empfängt und durchschnittlich eine Veranstaltung pro Monat durchführt?

BiblioFreak: Eine nationale Imagekampagne für Bibliotheken

Bibliotheken haben ihr Angebot in den letzten Jahren stark ausgebaut und den modernen Informationsbedürfnissen angepasst. Trotzdem ist ihr Image bei vielen Nicht-NutzerInnen immer noch das einer leicht angestaubten Bücherausleihstation. Längst bieten Bibliotheken aber mehr: Sie sind Veranstaltungsort und Treffpunkt, sie sind Lesesaal, Lernort und Internet-Café, und sie sind Garant, dass verlässliche Informationen – sei es in digitaler oder analoger Form – allen Interessierten niederschwellig zur Verfügung stehen. Bibliotheken und ihre breite Angebotspalette sollen in der Öffentlichkeit besser wahrgenommen werden, um auf diese Weise neue Nutzergruppen zu erschliessen und die Finanzierung zu sichern. Das sind die Ziele der nationalen Imagekampagne BiblioFreak, die von einem breit abgestützten Aktionskomitee getragen und finanziert von Bund und Kantonen, am 23. April 2015, dem Welttag des Buches, startet.

Das bisherige Echo übertrifft die Erwartungen der Kampagnenverantwortlichen bei Weitem: Ursprüngliches Ziel war es, bis Ende 2016 300 Bibliotheken für eine Mitarbeit zu gewinnen. Inzwischen haben sich schon über 180 Bibliotheken angemeldet, und das noch vor dem offiziellen Start. Das Spektrum der mitwirkenden Institutionen reicht vom kleinen, mobilen Bibliobus im Jura über das Informations- und Medienzentrum der Zürcher Hochschule der Künste bis zur Nationalbibliothek in Bern und spiegelt die Vielfalt der Bibliothekslandschaft Schweiz. Die Imagekampagne BiblioFreak will dafür sorgen, dass sie auch in Zukunft so vielfältig bleibt.

Mehr dazu: www.bibliofreak.ch

{Medientext, 1500 Zeichen}

Zürich, 19. April 2015

A portrait of a young man with dark hair and glasses, wearing a black V-neck shirt, against a black background. The text 'Ich bin HiphopFreak' is overlaid on the lower part of the image. Below the main text, there is a smaller line of text: 'Meine Bibliothek unterstützt mich, zum Beispiel mit coolen Magazinen über B-Boying.' To the right of this is the logo 'BiblioFreak.ch' and a small note: 'BiblioFreak.ch unterstützt von Bund und Kantonen'.

Haben Sie gewusst ...

... dass eine öffentliche Bibliothek in einer Gemeinde mit mehr als 10 000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Durchschnitt über 100 000 Besucherinnen und Besucher zählt und durchschnittlich eine Veranstaltungen pro Woche durchführt?

Weitere Informationen & Kontakt

Für weitere Informationen zur Kampagne und zur Bibliothekslandschaft Schweiz wenden Sie sich bitte an die Geschäftsstelle. Sie vermittelt Ihnen auch gerne Interviewpartner sowie Kontakt zu Fachpersonen und Institutionen.

Geschäftsstelle BiblioFreak

Herbert Staub, Ankerstrasse 65, 8004 Zürich
info@bibliofreak.ch

BiblioFreak News

www.bibliofreak.ch

www.facebook.com/bibliofreakCH

Aktueller Stand der mitwirkenden Bibliotheken

www.bibliofreak.ch/page/Teilnehmer

Bildmaterial

Hochaufgelöste Bilder (300 dpi) steht Ihnen als Download auf www.bibliofreak.ch/page/Medien zur Verfügung.
©bibliofreak.ch/Dominic Büttner

Die Bilder sind im Zusammenhang mit einem Hinweis auf die BiblioFreak-Kampagne honorarfrei. Wir bitten, das Copyright zu erwähnen.



Haben Sie gewusst?

Weiteres Zahlenmaterial zur Bibliothekslandschaft Schweiz erhalten Sie in der Bibliotheksstatistik 2014 von Statistik Schweiz: www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/02/02.html

BiblioFreak in Kürze

ULR	www.bibliofreak.ch
Facebook	www.facebook.com/bibliofreakCH
Trägerschaft	Schweizerische Konferenz der Kantonsbibliotheken SKKB
Aktionskomitee	Verein BiblioFreak
Geschäftsstelle & Medienkontakt	Herbert Staub, Ankerstr. 65, 8004 Zürich info@bibliofreak.ch Tel. +41 79 374 67 83
Start	23. April 2015, Welttag des Buches
Laufzeit	bis Ende 2016 (Option auf Verlängerung)
Budget	rund Fr. 300 000.–
Unterstützung	Bundesamt für Kultur 19 Kantone (Stand 19. April 2015) Bibliomedia Schweiz Genossenschaft Schweizer Bibliotheksdienst SBD Bibliothek Information Schweiz BIS Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der allgemeinen öffentlichen Bibliotheken SAB / CLB Online Computer Library Center OCLC Bill & Melinda Gates Foundation
Mitwirkende Bibliotheken	180 Bibliotheken (Stand: 19. April 2015) aktueller Stand: www.bibliofreak.ch/page/teilnehmer