

»Ihre Bibliothek wird geschlossen! Was nun?«

Workshop mit Claudia Lux zum Üben kreativer politischer Strategien

Dank konzentrierter Lobbyarbeit gibt es Anzeichen dafür, dass die designierte IFLA-Präsidentin Claudia Lux mit dem Motto »Bibliotheken auf die Tagungsordnung« auch außerhalb der Bibliothekswelt ankommt: Das »Kulturfrühstück« der Bibliothekare beim Bundespräsidenten Horst Köhler und das Versprechen der Bundesbildungsministerin Annette Schavan (CDU), Claudia Lux zum nächsten IT-Gipfel einzuladen, weisen in diese Richtung. Doch nicht nur »große Politik« zählt, auch die BibliothekarInnen im operativen Geschäft müssen abgeholt werden. Claudia Lux will ihnen die Hilfestellung anbieten, die sie brauchen, um eine Wertschätzung zu erhalten, wie sie etwa die IT-Branche längst genießt. Auf dem Weg zur Hochachtung spielen Workshops und Erfolgsgeschichten eine wichtige Rolle. Womit wir dann beim Leipziger Workshop wären.

Nach drei Impulsreferaten von IFLA-Generalsekretär Peter Lor, von EBLIDA-Direktor Andrew Cranfield und von der BIB-Vorsitzenden Susanne Riedel ging es zur Sache. »Es droht die Gefahr, dass Ihre Bibliothek geschlossen wird – was tun Sie? Mit welchen Partnern, Argumenten, mit welcher Strategie gehen Sie dagegen an?«, fragte Claudia Lux. Es galt, sich in Kleingruppen zusammenzutun und Ideen zu entwickeln – und sogleich verließ etwa ein Drittel der rund 120 Teilnehmer fluchtartig den Raum. Charakteristisch? Die verbleibenden Zuhörer fanden sich zu Kleingruppen zusammen und kamen zu folgenden Ergebnissen:

Partner

Mehrfach wurde vorgeschlagen, Institutionen und Personengruppen einzubeziehen. Etwa: Bibliotheksverbände, Bildungseinrichtungen, Kindergärten, Vereine, Industrie- und Handelskammern, Buchhandel, Elternbeirat, Freundeskreise und Fördervereine, das örtliche Handwerk. Außerdem kämen der Orts-

bürgermeister, die Bibliotheksnutzer, die allgemeine Bevölkerung und Prominente infrage. Als »natürliche Verbündete« gelten für wissenschaftliche Bibliotheken die Wissenschaftler und Institute, für Öffentlichen Bibliotheken etwa Kirchen und Schulen.

Argumente

Nachdem die Partner identifiziert sind und deren Unterstützung sichergestellt ist müssen Argumente her: Wichtig erscheint Aufbau und Pflege eines internen und externen Netzwerkes. Präventives Arbeit ist die »halbe Miete«. Orientierung und Hilfe bei der Herstellung von Öffentlichkeit und Pressekontakten bieten Berufsverband, Förderverein, Leseförderverein, aber auch das Strategiepapier »Bibliothek 2007« und der »BIX«. Der Mehrwert für Politiker, Bürger und Gemeinde könnte in »zehn Thesen für die Bibliothek« herausgearbeitet werden. Schaden kann es nicht, wenn sich Argumente mit (Kenn-)Zahlen untermauern lassen.

Einig waren sich die TeilnehmerInnen darin, dass der Wert der Bibliothek für Kultur, Bildung (Pisa-Studie!) und Wirtschaft öffentlichkeitswirksam dargestellt werden muss, wobei provoziert werden darf, mit Slogans wie: »Postshop statt Museum«, »Flohmarkt statt Heimatmuseum/Heimatverein«. Ein Vorschlag lautete: Emotionale Bindung im Vorfeld schaffen, etwa über Freiwilligenarbeit (Freiwillige als Advokaten).

Strategien

Auch zu »Strategien« gab es viele Vorschläge: Öffentlichkeitswirksame Aktionen scheinen besonders aussichtsreich.

Partner der Bibliothek und der Förderverein könnten in die Pressearbeit einbezogen werden. Netzwerkmitglieder könnten als »Botschaftern der Bibliothek« fungieren, insbesondere Partner und Bibliotheksnutzer, die Mitglied im Kulturausschuss oder parteipolitisch aktiv sind oder gar »Promi-Status« besitzen; das gilt übrigens auch für deren PartnerInnen. Möglicherweise ist gerade jemand Ehepartner eines Landtagsabgeordneten?

In diesem Zusammenhang passt auch der (Protest-)Besuch in politischen Gremiensitzungen. Dabei besteht die Möglichkeit, Parteien und Verwaltung gegeneinander auszuspielen oder einfach nur den Dialog mit ihnen zu suchen.

Zwei konkrete Aktionen wurden erwähnt: Einen Flyer: »Ihr letztes Buch – greifen Sie schnell zu!« an Studierende verteilen und Wissenschaftlern erläutern, dass es in Zukunft »Ihr Zeitschriftenabo« und »Ihre Datenbanklizenz« nicht mehr geben wird. Weitere Aktionen wären Unterschriftenaktionen, Unterstützerfeste, Pressekonferenzen. Da einige Aktionen, wie ein Stammtisch, mit finanziellem Aufwand verbunden sind, wurde vorgeschlagen, Gelder und Sachspenden einzuwerben. Wie man strategisch vorzugehen hat, erklärte ein Teilnehmer so: »Ich suche mir in meiner Bibliothek das Handbuch für professionelles Lobbying heraus.«

Es wird deutlich: Dieser Workshop hat für die operative Ebene nützliche Ansätze vermittelt. Aus meiner Sicht müssten nun Details in Form von Szenarien und Checklisten folgen, wie: »Kampagnenplanung«, »organisierte Pressekontakte«, »praktizierte Lobbyarbeit« und »Schlagkräftige Argumente für alle Fälle«.

Wolfgang Ratzek



Im Workshop von Claudia Lux (links) ging es zur Sache: In Kleingruppen diskutierten die Teilnehmer über Strategien, um eine Bibliothek vor der Schließung zu bewahren.

(Foto: Julia Hellmich)