

Erfolgreiches Crowdfunding als alternative Finanzierungsmethode in Bibliotheken – ein Kriterienkatalog

Raphaela Schneider



Band 48

Band 48
Innovationspreis 2014

**Erfolgreiches Crowdfunding
als alternative Finanzierungsmethode in Bibliotheken
– ein Kriterienkatalog**

Bachelorarbeit
Studiengang Bibliothekswesen
Fakultät für Information- und Kommunikationswissenschaft
Fachhochschule Köln

2014
Verlag: Dinges & Frick GmbH, Wiesbaden

Innovationspreis 2014

**Erfolgreiches Crowdfunding
als alternative Finanzierungsmethode in Bibliotheken
– ein Kriterienkatalog**

Bachelorarbeit
Studiengang Bibliothekswesen
Fakultät für Information- und Kommunikationswissenschaft
Fachhochschule Köln

vorgelegt von:

RAPHAELA SCHNEIDER

2014

Verlag: Dinges & Frick GmbH, Wiesbaden

b.i.t.online – Innovativ

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-934997-61-5

ISBN 978-3-934997-61-5

ISSN 1615-1577

© Dinges & Frick GmbH, 2014 Wiesbaden

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere die des Nachdrucks und der Übersetzung.

Ohne Genehmigung des Verlages ist es nicht gestattet, dieses Werk oder Texte in einem
photomechanischen oder sonstigen Reproduktionsverfahren oder unter Verwendung
elektronischer Systeme zu verarbeiten, zu vervielfältigen und zu verbreiten.

Satz und Druck: Dinges & Frick GmbH, Wiesbaden

Printed in Germany

Vorwort

Der b.i.t.online- Innovationspreis 2014 bietet thematisch ein Spektrum von der alternativen Finanzierung von Bibliotheksprojekten mittels Crowdfunding über die Einbeziehung von Nutzern in den Bestandsaufbau via PDA bis zum Blended Shelf.

Ausgezeichnet wurden in diesem Jahr:*

- Raphaela Schneider: Erfolgreiches Crowdfunding als alternative Finanzierungsmethode in Bibliotheken – ein Kriterienkatalog (Bachelorarbeit Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften, Fachhochschule Köln)
- Lisa Maria Geisler: Was beeinflusst die Auswahl bei der indirekten Erwerbung durch Bibliothekskunden bei der Nutzung des nicht-moderierten Patron-Driven-Acquisition-Modells in der Sächsischen Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek Dresden (SLUB)? (Bachelorarbeit Bibliotheks- und Informationsmanagement Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg)
- Eike Kleiner: Blended Shelf – Ein realitätsbasierter Ansatz zur Präsentation und Exploration von Bibliotheksbeständen. (Masterarbeit Information Engineering Universität Konstanz)

Ob Crowdfunding als webbasierte und partizipative Schwarmfinanzierung ein Finanzierungsmodell für Bibliotheksprojekte darstellen kann, prüft Raphaela Schneider. Eignung und Aussichten von Crowdfunding in Bibliotheken werden dargestellt, ein Kriterienkatalog entwickelt, der typische Ablauf von Crowdfunding-Projekten aufgezeigt und auf erfolgreiche Beispiele wie Antelope Lending Library eingegangen. Bisher lagen weder langfristige Studien zur Crowdfunding-Nutzung vor noch Publikationen für den Einsatz von Crowdfunding in Bibliotheken. An Erfahrungsberichten aus deutschen Bibliotheken mangelt es nicht zuletzt aufgrund der bisher großen Zurückhaltung gegenüber dieser Finanzierungsform, sei es aufgrund grundsätzlicher Ablehnung privater Finanzierung von Bibliotheksprojekten, bürokratischer oder rechtlicher Bedenken oder Unkenntnis über die sich bietenden Möglichkeiten. Dennoch – so das Fazit der Autorin – stellt Crowdfunding eine für Bibliotheken durchaus geeignete Finanzierungsform dar zur Unterstützung von Projektvorhaben, sofern die jeweilige Bibliothek sich der zeitaufwändigen Konzeptentwicklung und Bindung der Unterstützer bewusst ist, keine Hindernisse durch die öffentlichen Träger aufgebaut werden und das verbleibende Restrisiko des Scheiterns tragfähig ist.

Ein ebenfalls in der Fachöffentlichkeit skeptisch, aber viel diskutiertes Modell zur besseren Einbeziehung der Kunden in den Bestandsaufbau durch Patron-Driven-Acquisition steht im Focus der Abschlussarbeit von Lisa Maria Geisler.

* Bibliographische Angaben zu den Büchern

Von Bibliotheksseite oftmals befürchtet wird hierdurch ein Bestandsaufbau initiiert, der sich aus den individuellen Informationsbedürfnissen der Kunden ableitet, so dass die Mehrzahl der Anwenderbibliotheken sich meist noch die letztendliche Erwerbungsentscheidung vorbehält. Auch ist nicht bekannt, welche Auswahlkriterien die Kunden anwenden und wodurch sie in ihrer Entscheidung beeinflusst werden. Zu diesen praxisrelevanten Fragestellungen liegt nun erstmalig eine empirische Untersuchung vor, konkret zum Entscheidungsverhalten von Nutzern bei der Inanspruchnahme von PDA-Angeboten der Sächsischen Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek Dresden.

Die sicherlich durchaus auf andere Hochschulbibliotheken übertragbaren Ergebnisse der Studie zeigen, dass sich die Kunden nicht von spontanen Impulsen leiten lassen, sondern nachvollziehbare Auswahlkriterien nutzen, indem Suchtermini ausgewählt werden und die Relevanz der angezeigten Titel in mehreren Schritten von Sachtitelangabe bis hin zu Kapitelüberschriften überprüft wird und dies umso differenzierter, je größer das Titelanangebot ist, so dass als Schlussfolgerung auch ein nicht-modiertes PDA-Modell eine gute Möglichkeit für den Aufbau eines kundenorientierten Bestands darstellt.

Das Finden der von den Kunden benötigten Medien – damit beschäftigt sich auch die Masterarbeit von Eike Kleiner zum Thema Blended Shelf. Ausgehend von der Beliebtheit der systematischen Medienaufstellung, die dem Kunden ein Stöbern nach thematisch ähnlichen Werken in den Bibliotheksregalen ermöglicht, stellt sich die Frage, wie Kunden, die sich nicht vor Ort befinden oder denen die Medienbestände – da magaziniert – nicht zugänglich sind, dennoch bei ihrer Mediensuche die Vorteile eines Regalbrowsers nutzen können. Über die reine Metadatenanzeige im OPAC ist dafür eine Visualisierung des Bibliotheksbestandes erforderlich, eine realistische Imitation der Regale und Medien, für die es bereits einige Ansätze aus dem kommerziellen, wissenschaftlichen und bibliothekarischen Bereich gibt.

Ziel der Masterarbeit ist das Aufzeigen der Einsatzzwecke des Regals in der digitalen Dimension, indem die Darstellung der Medien zum einen der Anordnung wie in der Bibliothek entsprechen kann; zum anderen können die realen Browsing-Erfahrungen, hier mit digitaler Funktionalität angereichert, andere Sortiermöglichkeiten beispielsweise nach Veröffentlichungsdatum, Titel oder Autor bieten, es können aber auch Bestände verschiedener Bereiche vermischt werden. Das tatsächliche Erscheinungsbild sollte dabei möglichst realitätsnah wiedergegeben werden bis hin zu Titelbild und Logo auf dem Buchrücken – auch kann man die Verfügbarkeit der Werke anzeigen, indem z.B. entliehene Werke semi-transparent dargestellt werden. Nachdem in einer anschließenden Nutzerstudie vorhandenes Nutzerinteresse und Bedarf für realitätsbasierte Browsing-Systeme – nur folgerichtig – bestätigt wurde, ist ein baldiger Real-einsatz in greifbare Nähe gerückt.

Karin Holste-Flinspach,
(Kommission für Ausbildung und Berufsbilder, Vorsitzende)

**Erfolgreiches Crowdfunding
als alternative Finanzierungsmethode
in Bibliotheken
– ein Kriterienkatalog**

Bachelorarbeit

Studiengang Bibliothekswesen
Fakultät für
Informations- und Kommunikationswissenschaften
Fachhochschule Köln

vorgelegt von
RAPHAELA SCHNEIDER

am 11.10.2013 bei Prof. Dr. Ursula Georgy

Abstract

Die Realisierung von außergewöhnlichen Bibliotheksprojekten scheitert häufig am fehlenden Finanzierungszuspruch der Träger. Zur Umsetzung müssen daher andere Wege der Mittelbeschaffung gefunden werden. In den letzten Jahren konnte sich Crowdfunding als alternativer Weg der Projektfinanzierung entwickeln. In dieser Bachelorarbeit wird die Eignung von Crowdfunding für Bibliotheksprojekte untersucht und ein entsprechender Kriterienkatalog für Bibliotheken erstellt. Zunächst wird die Bibliotheksfinanzierung in Deutschland beschrieben, sowie Crowdfunding im Allgemeinen vorgestellt. Darauf basierend wird dessen Einsatz in Bibliotheken in Theorie und Praxis dargelegt. Mithilfe von Leitfäden, Checklisten und Erfahrungsberichten zur Crowdfunding-Initiierung wird im Kriterienkatalog ermittelt, welche Faktoren von den Bibliotheken für die erfolgreiche Projektgestaltung beachtet und erfüllt werden müssen.

Schlagnworte: Bibliothek, Crowdfunding, Projektfinanzierung, Kriterienkatalog, Erfolgsfaktoren

The implementation of extraordinary projects in libraries often fails because of their funding partners' lack of commitment to financing them. In order to implement such projects libraries must find different ways to fund them. In the last years crowdfunding has established itself as an alternative way to raise money. This bachelor thesis analyses the suitability of crowdfunding for library projects and, on this basis, generates a criteria checklist for libraries. The funding of libraries in Germany is described, as well as crowdfunding in general. Building on this, its use for libraries is presented in both theory and practice. The criteria checklist includes guidelines, checklists and field reports of crowdfunding initiation to help determine the success factors libraries must consider and achieve for a successful campaign.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abstract	8
Inhaltsverzeichnis	9
Abbildungsverzeichnis	11
1 Einleitung	11
2 Finanz- und Fördersituation der Bibliotheken in Deutschland	14
2.1 Grundmittelfinanzierung	14
2.2 Drittmittelfinanzierung	16
3 Mittelakquisition für Nonprofit-Organisationen: Fundraising	18
3.1 Das Konzept Fundraising	18
3.2 Wichtige Formen des Fundraisings	19
3.2.1 Spenden	20
3.2.2 Sponsoring	22
4 Theoretische Grundlagen des Crowdfundings	24
4.1 Entstehung des Crowdfundings	24
4.2 Das Prinzip Schwarmfinanzierung	25
4.3 Das Alles oder Nichts-System	27
4.4 Gestaltung eines Crowdfunding-Projektes	28
4.4.1 Ablauf eines Crowdfunding-Projektes	29
4.4.2 Erfolgreiche Crowdfunding-Plattformen	31
4.5 Abgrenzungen zum Crowdfunding	34
4.5.1 Crowdsourcing	35
4.5.2 Crowdinvesting	36
5 Crowdfunding in der Praxis	38
5.1 Crowdfunding für Start-Ups und Kleinunternehmen	38
5.2 Crowdfunding für Politik, Nonprofit- und Wissenschafts- einrichtungen	40
5.3 Erfolgreiche Crowdfunding-Projekte	42

6 Crowdfunding in Bibliotheken	46
6.1 Aktueller Stand	46
6.2 Mögliche Anwendungsbereiche	48
6.3 Nutzung für ergänzende Bibliotheksaufgaben	49
6.4 Crowdfunding-Projekte in Bibliotheken	50
6.5 Geeignete Crowdfunding-Plattformen	52
7 Kriterien für den Erfolg von Crowdfunding-Aktivitäten in Bibliotheken	56
7.1 Voraussetzungen und Projektidee	56
7.2 Kompatibilität mit den Gegebenheiten	58
7.2.1 Zusammenwirken mit der Kulturförderung	58
7.2.2 Grenzen der Handlungsmöglichkeiten in Bibliotheken	60
7.2.3 Unterschiede zur US-Ausgangssituation	62
7.3 Diskussion gesetzlicher Rahmenbedingungen	64
7.4 Veränderungen im Projektmanagement	66
7.5 Ausrichtung von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit	67
7.6 Gestaltung der Kommunikationspolitik	69
7.6.1 Ausbau der Kundenbindung	69
7.6.2 Einsatz unterschiedlicher Massenmedien	71
7.7 Auswirkungen von Crowdfunding-Projekten	73
7.7.1 Nachhaltigkeit der Projekte	73
7.7.2 Entwicklungschancen und Erfolgsaussichten	75
7.8 Mitarbeitermotivation und Engagement	76
8 Fazit	79
Literaturverzeichnis	81
Anhang	97

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Bibliotheksfinanzierung in Deutschland (eigene Darstellung)	14
Abbildung 2:	Spenderpyramide (eigene Darstellung in Anlehnung an Scheibe-Jaeger 1998)	21
Abbildung 3:	Schritte im Crowdfunding-Prozess	29

1 Einleitung

Immer wieder entwickeln sich besonders außergewöhnliche und innovative Projektideen, die gerade durch diese Eigenschaften einen besonderen Nutzen und Vorteil für eine Personengruppe darstellen. Häufig scheitert die Umsetzung solcher Projekte jedoch an der Finanzierung. Dies ist auch in Bibliotheken zu beobachten. Projekte außerhalb des gewohnten Rahmens werden von den Bibliotheksträgern oft besonders kritisch betrachtet und schnell abgelehnt. Zur Realisierung dieser Vorhaben gilt es also, andere Wege der Finanzmittelbeschaffung zu beschreiten. In den letzten Jahren konnte sich dafür die Entwicklung und Etablierung einer neuen Form der Projektfinanzierung beobachten lassen: Crowdfunding. In der vorliegenden Arbeit wird diese zunächst vorgestellt und analysiert. In einem zweiten Schritt soll auf den dort ermittelten Grundlagen die Eignung und Aussichten von Crowdfunding in Bibliotheken geprüft werden. Es soll im Verlauf der Arbeit die Frage beantwortet werden, unter welchen Kriterien die Initiierung von Crowdfunding in einer Bibliothek geeignet ist.

Hierfür muss zunächst die aktuelle Finanz- und Fördersituation der Bibliotheken, sowie das Modell des Fundraisings betrachtet werden, um einen Überblick über die herkömmlich verfügbaren Mittel zu erhalten. In einem nächsten Schritt wird die Finanzierungsmethode Crowdfunding in seinem grundlegenden Aufbau, seinem Ablauf und seiner Abgrenzung vorgestellt. Weiter kann dann seine praktische Anwendung für Unternehmen, Nonprofit-Organisationen und wissenschaftliche Einrichtungen betrachtet und Best-Practice-Beispiele erfolgreicher Crowdfunding-Projekte auf etablierten Online-Plattformen präsentiert werden. Als nächstes lässt sich nun der Einsatz von Crowdfunding in Bibliotheken begutachten und dessen derzeitiger Stand, seine Möglichkeiten und die bisherigen Erfolge analysieren. Schließlich kann darauf basierend eine Kriteriensammlung erstellt werden, die interessierten Bibliotheken eine Entscheidung über den Einsatz von Crowdfunding für ihre Einrichtung erleichtern soll. Dazu wird die seit den ersten größeren Projekterfolgen im Crowdfunding um 2011 stetig wachsende Zahl an entsprechender Fachliteratur aus vor allem Leitfäden und Bestandsaufnahmen, Presseartikeln und Blogbeiträgen analysiert und zusammen mit den wenigen bibliotheksbezogenen Publikationen auf eine Crowdfunding-Initiierung in Bibliotheken übertragen. In der Sammlung werden die Voraussetzungen und Ausgangslage in rechtlicher, organisatorischer und kommunikativer Dimension darge-

legt. Dieser Kriterienkatalog beschränkt sich auf die für Bibliotheken relevanten Merkmale. Wenn die Erfolgsfaktoren sich dabei als für die Bibliothek umsetzbar und tragbar erweisen, dann kann letztlich auch der Einsatz von Crowdfunding für jene Bibliotheken empfohlen werden. Im Folgenden gilt es, die Richtigkeit dieser Hypothese zu überprüfen.

2 Finanz- und Fördersituation der Bibliotheken in Deutschland

Zur Untersuchung der Eignung einer Finanzierung mittels Crowdfunding für deutsche Bibliotheken muss zunächst der Ist-Stand der finanziellen Situation des Landes betrachtet werden. Hierbei zeigt sich, dass die Finanzierung der Bibliotheken in Deutschland breit gefächert ist. An dieser Stelle wird ihr Aufbau nach der grundlegenden Unterscheidung der Finanzierung der Grundmittel durch die Träger von der Finanzierung durch Drittmittel betrachtet.

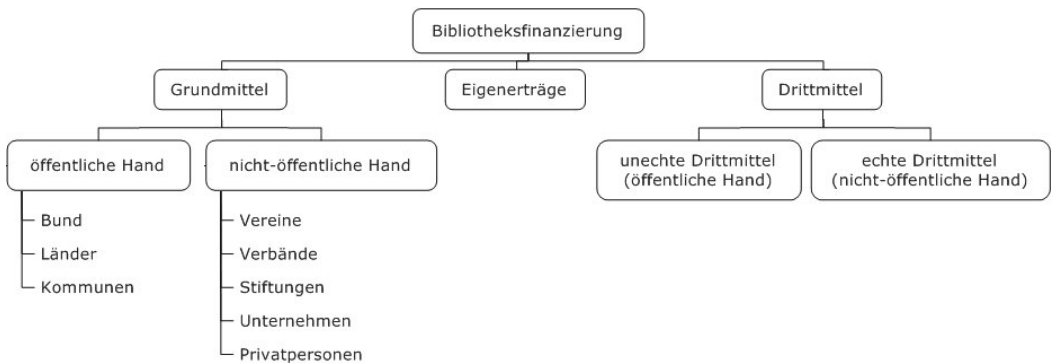


Abbildung 1: Bibliotheksfinanzierung in Deutschland (eigene Darstellung)

2.1 Grundmittelfinanzierung

Allein von staatlicher Seite gibt es in Deutschland eine Vielzahl an Trägern von Bibliotheken, was im deutschen Kulturföderalismus begründet liegt. So haben die einzelnen Bundesländer mit ihrem Selbstverwaltungsrecht gegenüber dem Bund Kulturhoheit, was der sonst geltenden Hierarchie von Bund, Ländern und Kommunen widerspricht. Die Verwaltung von Wissenschaft und Bildung stehen an erster Stelle, was die Wichtigkeit dieser gesetzlichen Regelung für das Bibliothekswesen des Landes erklärt. Da die verschiedenen Bibliothekstypen von unterschiedlicher Relevanz für den Gesamtstaat, das Bundesland oder die Kommune sind, tritt die öffentlichen Hand in der Bibliotheksfinanzierung in den genannten unterschiedlichen Instanzen auf. So unterhält

der Bund zum Beispiel die Deutsche Nationalbibliothek und die Bibliothek des Deutschen Bundestages, wohingegen die Bundesländer für die Landes- und Staatsbibliotheken, sowie die Bibliotheken der Hochschulen und Universitäten verantwortlich sind.¹ Kommunale Träger sind für die Finanzierung der zentralen Kreisbibliotheken und Fahrbibliotheken, der Öffentlichen Bibliotheken und der wissenschaftlichen Stadtbibliotheken zuständig. Mischformen von gemeinsamer Trägerschaft verschiedener Instanzen existieren etwa in Form der kooperativen Finanzierung der Zentralen Fachbibliotheken oder den Instituten der Max-Planck-Gesellschaft.² Außerdem bestreiten die Länder gemeinsam das *Kompetenznetzwerk Bibliotheken*, welches die überregionalen Aufgaben des deutschen Bibliothekswesens regelt und so unter anderem für die Deutsche Bibliotheksstatistik zuständig ist.³ Neben der direkten Förderung durch die Trägerschaft tritt die öffentliche Hand auch indirekt durch beispielsweise die Schaffung von gesetzlichen Grundlagen und Rahmenbedingungen auf.⁴ Weitere Träger von Bibliotheken sind Stiftungen, bzw. Körperschaften des Öffentlichen Rechts.⁵ So ist beispielsweise die Stiftung Preußischer Kulturbesitz Träger der Staatsbibliothek zu Berlin. Neben der öffentlichen Hand gibt es auch nichtöffentliche Träger, die als Vereine und Verbände, Stiftungen, große Wirtschaftsunternehmen oder auch Privatpersonen Bibliotheken finanzieren.

Dem Kulturfinanzbericht 2012 nach stellte die öffentliche Hand 2009⁶ insgesamt 9,1 Milliarden Euro für Kulturausgaben bereit.⁷ Davon entfielen insgesamt 15,1% allein auf die Bibliotheken, was neben den Ausgaben für Theater und Museen den drittgrößten Posten der Kulturfinanzierung darstellt.⁸ Zusammen mit den Ausgaben für Archive bilden sie mit 313,5 Millionen Euro gut ein Viertel (25,6%) der gesamten Kulturausgaben des Bundes.⁹ Für 2012

¹ vgl. Gantert, Hacker 2008, S. 18f

² vgl. ebd.

³ vgl. KNK (Hrsg.) 2003

⁴ vgl. Konrad 2011, S. 113

⁵ vgl. Gantert, Hacker 2008, S. 19

⁶ Durch den zeitlichen Planungsverlauf wird im Kulturfinanzbericht 2012 über die Werte des Jahres 2009 berichtet.

⁷ vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) 2012, S. 12

⁸ vgl. ebd., S. 13

⁹ vgl. ebd., S.32

ist ein Soll-Wert von 326,8 Millionen Euro angesetzt.¹⁰ Der größte Teil der Ausgaben wurde 2009 zu 49,6% von den Gemeinden aufgebracht, gefolgt von den Ländern zu 27,7% und dem Bund zu 22,7%.¹¹

Trotz dieser Zahlen ist die finanzielle Lage der Bibliotheken angespannt. Vielerorts reichen die Mittel nicht zur Grundausstattung aus, vor allem Öffentliche Bibliotheken sind von Etatkürzungen betroffen.¹² Die Wissenschaftlichen Bibliotheken sind durch ihre Position in der Wissenschaftslandschaft zwar gesicherter, trotzdem stehen sie etwa durch die stetig steigende Zahl der Studienanfänger vor der Herausforderung, ein erweitertes Aufgabenspektrum ohne dementsprechende Ressourcenaufstockung zu bewältigen.¹³ Die Öffentlichen Bibliotheken sind durch das Fehlen eines landesweiten Bibliotheksgesetzes nicht festgeschrieben und somit eine freiwillige Leistung der Träger. Problematisch wird dies, wenn sich die finanzielle Lage national und international weiter zuspitzt und die pekuniäre Sicherung der Pflichtaufgaben der Ausgestaltung des ergänzenden Angebots entgeht.

2.2 Drittmittelfinanzierung

Für die Zukunft lässt sich anhand der beschriebenen Finanzlage erahnen, dass es für Bibliotheken in öffentlicher Trägerschaft schwieriger wird, ihren Unterhalt mit den vorhandenen Erstmitteln zu bestreiten. Dennoch gilt es, das bestehende Angebot der Bibliothek zu erhalten und weiter auszubauen. Vom finanziellen Standpunkt aus betrachtet ist daher bei der Mittelbeschaffung für Aktivitäten jenseits des Grundbedarfes die Folgerung eine Steigerung der Zuwendung zu alternativen Finanzierungsquellen.¹⁴ Bei diesen Geldern spricht man von Drittmitteln, da sie mit ihrem expliziten Verwendungszweck eine Ergänzung zu den Erstmitteln aus dem Etat der Träger und den Eigenerträgen durch zum Beispiel Nutzungsgebühren darstellen.¹⁵ Eine projekt- oder

¹⁰ vgl. ebd., S. 46

¹¹ vgl. ebd., S. 56

¹² vgl. Deutscher Bibliotheksverband e.V. (Hrsg.) 2013, S. 11

¹³ vgl. Kommission Zukunft der Informationsinfrastruktur (Hrsg.) 2011, S.17

¹⁴ vgl. Fundraising Akademie (Hrsg.) 2008a, S. 64

¹⁵ vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.) 2013, S. 1

institutsbezogene Förderung einzelner Vorhaben im Wissenschaftsbereich wird dadurch möglich.¹⁶

Hierbei ist zwischen echten und unechten Drittmitteln zu unterscheiden.¹⁷ Als unecht gelten Drittmittel, die hauptsächlich von der öffentlichen Hand bereitgestellt werden und daher mit den Erstmitteln vergleichbar sind. Für Bibliotheken mit Sondersammelgebieten sind etwa die entsprechenden Zuwendungen der Deutschen Forschungsgemeinschaft wichtige unechte Drittmittel, die für die Gewährleistung ihres Sammelauftrages essenziell sind.¹⁸ Echte Drittmittel zeichnen sich durch ihren nicht-staatlichen Ursprung aus.¹⁹ Als Beispiele lassen sich bereitgestellte Mittel von Unternehmen oder Verbänden nennen.

Im Jahr 2012 belief sich laut den Werten der Deutschen Bibliotheksstatistik in den Wissenschaftlichen Bibliotheken die Höhe der Drittmittel auf 54.070.193 Euro bei einer Gesamthöhe der Mittel von 941.269.670 Euro, was einen Anteil von 5,7% ergibt.²⁰ In den Öffentlichen Bibliotheken lag dieser Satz bei 4,6% mit 41.892.320 Euro Drittmittelaufwendungen („Fremdmittel“) und 906.046.665 Euro Gesamtausgaben.

¹⁶ vgl. Deutscher Bundestag (Hrsg.) 2007, S. 501

¹⁷ vgl. Hampe 2009, S. 37

¹⁸ vgl. Bayerische Staatsbibliothek 2013

¹⁹ vgl. Hampe 2009, S. 37

²⁰ vgl. Anhang Höhe der Drittmittel in Bibliotheken

3 Mittelakquisition für Nonprofit-Organisationen: Fundraising

Für Nonprofit-Organisationen wie Bibliotheken gibt es verschiedene Möglichkeiten zur Einwerbung von Drittmitteln. Die strukturierte und organisierte Variante ist dabei das Fundraising, das an dieser Stelle in seinen Grundzügen und für diese Arbeit relevantesten Erscheinungsformen beschrieben wird.

3.1 Das Konzept Fundraising

Der Begriff „Fundraising“ stammt aus den USA und setzt sich aus den englischen Begriffen „fund“ (dt.: Geld, Kapital) und „to raise something“ (dt.: etwas aufbringen) zusammen.²¹ Eine annähernde Übersetzung ins Deutsche wäre „Kapitalbeschaffung“, jedoch ist diese nicht ganz treffend, da Fundraising über die bloße Geldbeschaffung hinausgeht. Die Definition nach Urselmann beschreibt Fundraising vielmehr als

[...] die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer steuerbegünstigten Organisation, welche darauf abzielen, alle benötigten Ressourcen (Geld-, Sach- und Dienstleistungen) durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Ressourcenbereitsteller (Privatpersonen, Unternehmen, Stiftungen, öffentliche Organisationen) zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen.²²

Hierbei stehen nicht die finanziellen Mittel im Zentrum, sondern die benötigten Ressourcen selbst. Erreicht wird dies durch ein Netzwerk aus Spendern, wobei ein besonderer Fokus auf die individuelle, möglichst vertrauensvolle und dauerhafte Beziehung zwischen der Fundraising-betreibenden Organisation und den Förderern gelegt wird, weswegen man auch von Relationship Fundraising spricht.²³ Auf diese Weise soll ein beidseitiger Nutzen aus der Beziehung entstehen: Nicht nur die Fundraising-betreibende Organisation zieht durch die bereitgestellten Mittel ihre Vorteile, sondern auch die Förderer bekommen Wertschätzung durch Beteiligung vermittelt, teilweise wird dies

²¹ vgl. Haibach 2006, S. 19f

²² Urselmann 2012, S. 11

²³ vgl. ebd., S. 23

durch positive Gratifikationen in Form von Sach- oder symbolischen Gütern unterstützt.²⁴

Die so entstehende Komplexität des Systems verdeutlicht die Notwendigkeit eines detaillierten Fundraising-Konzeptes.²⁵ Diese verbindet die Buchhaltungs- und Budgetverwaltung mit der um Förderer und Fördermittel werbenden Öffentlichkeitsarbeit. Fundraising ist damit eine typische Schnittstellenaufgabe, die zur Sicherstellung der Uneingeschränktheit in ihrem Aufgabenfeld nach Möglichkeit eine eigenständige Abteilung bilden sollte.²⁶

In den USA existieren bereits seit den 1990er Jahren gezielte Fundraising-Aktivitäten in Bibliotheken. Bereits in Stellenausschreibungen wird dort auf Aufgaben im Fundraising verwiesen.²⁷ Einige Public Libraries beschäftigen professionelle Fundraiser.²⁸ In Deutschland hingegen fand bisher keine dementsprechende Professionalisierung statt. Zwar haben bereits nach einer Umfrage im Rahmen einer Masterarbeit von Sabine Bachofner und Iris Hoffmann aus dem Jahr 2012 knapp 90% der 119 befragten Bibliotheken Fundraising-Erfahrung gesammelt, jedoch erfolgte dies eher einmalig und projektbezogen.²⁹ Langfristige und strategische Planungen sind hierzulande daher selten anzutreffen.³⁰

3.2 Wichtige Formen des Fundraisings

In der Praxis kann Fundraising viele Formen annehmen. Beispiele für mögliche Fundraising-Strategien sind Sponsoring, Spenden, Mäzenatentum, EU-Finanzmittel oder Stiftungen. Jedoch werden die Begrifflichkeiten häufig synonym benutzt und so die inhaltlichen Abgrenzungen aufgelöst.³¹ Als Beispiel lässt sich hier eine Überschrift der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 07.12.2006 anführen. In „Harvard ist der Maßstab – Die ,International Univer-

²⁴ vgl. Urselmann 2006, S. 15

²⁵ vgl. Fundraising Akademie (Hrsg.) 2008b, S.90

²⁶ vgl. ebd., S. 101

²⁷ vgl. Winston, Dunkley 2002, S. 179f

²⁸ vgl. Albanese 2002, S. 40

²⁹ vgl. Bachofner, Hoffmann 2012, S. 131

³⁰ vgl. ebd., S. 183

³¹ vgl. Hampe 2009, S. 25

sity Bremen' heißt nach einer Rekordspende bald nach ihrem 200-Millionen-Euro Mäzen ‚Jacobs University‘“ wird fälschlicherweise Sponsoring, Spendenwesen und Mäzenatentum gleichsetzt.³² Bedingt des gesetzten Umfangs dieser Arbeit kann nicht auf alle Kooperationsformen des Fundraisings eingegangen und deren Unterschiede definiert werden. Für das Bibliothekswesen sind Sponsoring und Spenden die relevantesten und häufigsten Formen, weswegen die beiden an dieser Stelle vorgestellt werden.

3.2.1 Spenden

Grundsätzlich ist die Spende „eine Übertragung von Ressourcen [...] die freiwillig erfolgt und der keine äquivalente materielle Gegenleistung des Empfängers gegenübersteht“³³, wobei sie „zur Förderung mildtätiger, kirchlicher, religiöser, wissenschaftlicher und der als besonders förderungswürdig anerkannten gemeinnützigen Zwecke geleistet“³⁴ wird. Spendegegenstände können sowohl Finanzmittel, als auch Sach- oder Dienstleistungen sein. Entscheidend ist die Entstehung einer Vermögensminderung beim Spender.³⁵

Im Mittelpunkt stehen die Elemente der Freiwilligkeit und der Unentgeltlichkeit.³⁶ Freiwilligkeit bedeutet, dass die Geberbereitschaft der eigenen unabhängigen Entscheidung des Spenders entspringt. Die Unentgeltlichkeit beschreibt das Fehlen des Gegenseitigkeitsaspekts, wonach für die Spende keine Gegenleistung vereinbart ist. Weiter können Spenden steuerlich geltend gemacht werden und sind meist einmalig oder von kurzer Dauer.³⁷ Letzteres kann durch die Gesponserten ausgebaut werden, indem eine möglichst langfristige Bindung und Spendenerhöhung der Gebenden angezielt wird. Als Darstellung auf der Spenderpyramide bedeutet dies, dass aus der Basis der breiten Öffentlichkeit gewonnene Interessenten zur Erstspende überzeugt werden müssen. Durch etwa wachsendes Vertrauen gilt es anschließend, diese zum Mehrfachspender und weiter zum Dauerspender zu etablieren und als Großspender zu gewinnen. Die Spitze der Pyramide bilden Stifter und

³² vgl. Lucius 2006

³³ Schneider 1996, S. 50

³⁴ Hampe 2009, S. 27

³⁵ vgl. Georgy, Schade 2012, S. 539

³⁶ vgl. ebd.

³⁷ vgl. Hampe 2009, S. 29

Erblasser. Wie an der Pyramidenform erkennbar ist, nimmt dabei mit wachsendem Spendenbetrag die Anzahl der Spender ab. Nach dem Pareto-Prinzip steuern so 80% der Spender in der Pyramidenbasis 20% der Spenden bei, wohingegen die 20% Spender in der Spitze den größten Teil von 80% des Spendenvolumens aufbringen.³⁸ Hierbei zeigt sich die Wichtigkeit von langfristigen Beziehungen zu den Spendern, da diese maßgeblich für den Erfolg sind.

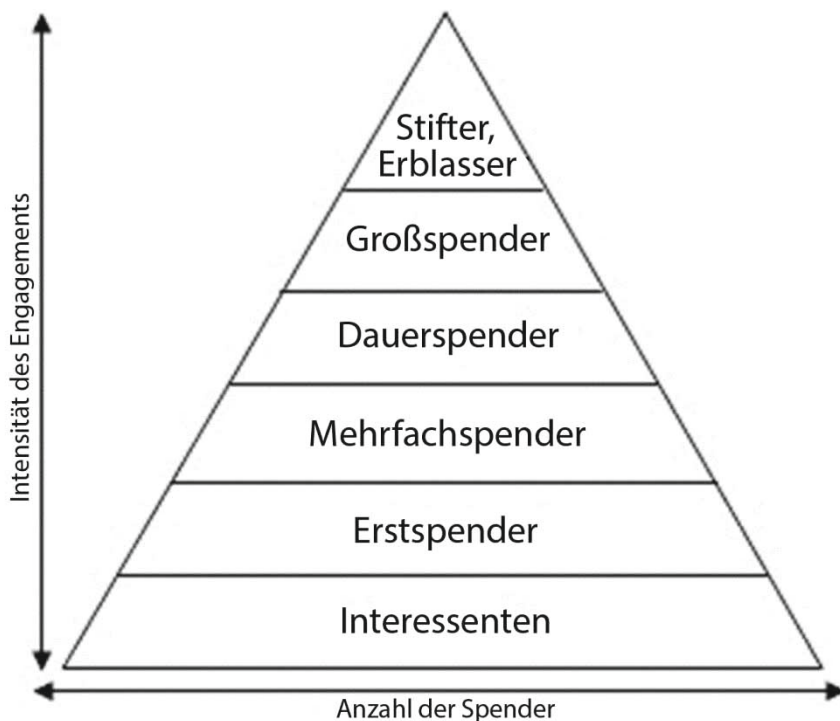


Abbildung 2: Spenderpyramide (eigene Darstellung in Anlehnung an Scheibe-Jaeger 1998)³⁹

³⁸ vgl. Urselmann 2012, S. 27

³⁹ Abbildung als eigene Darstellung in Anlehnung an Scheibe-Jaeger 1998, S. 118

Im Jahr 2012 wurden laut des Deutschen Spendenrates in Deutschland insgesamt etwa 4,2 Milliarden Euro gespendet.⁴⁰ Davon entfällt der Löwenanteil auf die Gruppe der humanitären Hilfe, in der für Bibliotheken entscheidenden Gruppe Kultur- und Denkmalpflege ist ein deutlicher Zuwachs zu verzeichnen.⁴¹ Auch die Zahl der Neuspender ist von 4,1 Millionen auf 5,5 Millionen Bundesbürger stark gewachsen.⁴²

3.2.2 Sponsoring

Im Gegensatz zum Spenden kann Sponsoring definiert werden als

die vertraglich vereinbarte Förderung einer Einzelperson, einer Gruppe von Menschen, Organisationen oder Veranstaltungen in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen mit der Erwartung einer (meist nicht monetären) Gegenleistung, die dem Sponsor nutzt (z.B. eine materielle Prämie oder eine Dienstleistung [...]).⁴³

Diese Förderung umfasst die gesamte Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle, sowie sämtliche damit verbundene Aktivitäten in der zu unterstützenden Angelegenheit.⁴⁴ Dabei ist das Gegenseitigkeitsverhältnis von zentraler Bedeutung.⁴⁵ Die Geberseite handelt somit nicht mehr unentgeltlich und altruistisch, sondern auf Grundlage einer bindenden Vereinbarung in Form eines Sponsoringvertrages.

Aus dem strategischen Vorgehen im Sponsoring ergeben sich zwei wesentliche Elemente, die für den Erfolg essenziell sind. Hier wären zum einen die Sponsoringziele wie zum Beispiel positiver Imagegewinn, Kundenpflege, Mitarbeitermotivation, Erfüllung des öffentlichen Auftrages und Schaffung von Freiräumen für Kultur zu nennen.⁴⁶ Das zweite Erfolgselement ist das Sponsoringkonzept, das sowohl breitere Auswahl- und Anpassungsmöglichkeiten des Vorhabens an die individuellen Zielsetzungen beider Vertragsseiten ermög-

⁴⁰ vgl. GfK, Deutscher Spendenrat e.V. 2013, S. 9

⁴¹ vgl. ebd., S. 16

⁴² vgl. ebd., S. 18

⁴³ Hemer u. a. 2011, S. 52

⁴⁴ vgl. Bruhn 2003, S. 5

⁴⁵ vgl. Hampe 2009, S. 21

⁴⁶ vgl. Heinze 2009, S. 78ff

licht, aber auch in der Öffentlichkeit als gezieltes Werbe- und Kommunikationsinstrument eingesetzt werden kann.⁴⁷

In Deutschland wurden 2012 knapp 4,4 Milliarden Euro im Sponsoringbereich erwirtschaftet.⁴⁸ Der Sponsoringmarkt in der Bundesrepublik befindet sich damit stark im Wachstum. Der größte Teil der Erträge wurde mit 2,8 Milliarden Euro in der Sparte Sport erreicht, das Kultursponsoring kann Einnahmen in Höhe von 300 Millionen Euro verzeichnen.

⁴⁷ vgl. ebd., S. 77f

⁴⁸ vgl. Förderlotse 2012

4 Theoretische Grundlagen des Crowdfundings

Die Umsetzung der Fundraising-Strategie kann viele Formen annehmen. Eine mögliche Maßnahme einer Fundraising-Kampagne ist dabei das Crowdfunding. Dieses soll im Folgenden in Theorie und Praxis allgemein, als auch bibliotheksspezifisch vorgestellt werden. Grundsätzlich bezeichnet das Crowdfunding ein

webbasiertes und partizipatives Finanzierungsmodell [...], bei dem Projektideen durch die Unterstützung von einer unbekanntem Ressourcenmenge finanziert werden. Diese erhalten keine „Unternehmensanteile“ oder „Gewinne“ bei Erfolg eines Projektes sondern sind private Förderer, welche ggf. einen Anreiz (z.B. Einladung zur Premiere seitens des Projektinitiators) erhalten.⁴⁹

Basierend auf dieser Definition wird nun Crowdfunding in seinem Aufbau und Ablauf beschrieben.

4.1 Entstehung des Crowfundings

An erster Stelle ist die Herausbildung des Crowfundings zu erläutern. Die Grundidee des Crowfundings, sich ein Projektvorhaben von der breiten Masse in kleinen Beiträgen finanzieren zu lassen, ist nicht neu. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist die Finanzierung des Sockels der Freiheitsstatue in New York. Diesem Gemeinschaftsprojekt zwischen den Völkern Frankreichs und der USA drohte 1885 aus Kapitalmangel der US-Seite für den Sockelbau der Baustopp.⁵⁰ Daraufhin veröffentlichte der Herausgeber Joseph Pulitzer in seiner Zeitung *New York World* einen Aufruf an seine Leser und bat diese um Unterstützung des Projektes. Im Gegenzug wurden alle Geldgeber namentlich in der Zeitung erwähnt. Auf diesem Weg konnten 100.000 US-Dollar⁵¹ gesammelt werden, zu denen die knapp 120.000 Unterstützer meist weniger als jeweils einen Dollar beisteuerten. Ein aktuelleres Beispiel ist die Wahlkampffinanzierung des amtierenden US-Präsidenten Barack Obama. Auch dieser

⁴⁹ tyclips.me (Hrsg.) 2012, S. 74

⁵⁰ vgl. Daily Crowdsourc

⁵¹ Im weiteren Verlauf der Arbeit wird der US-Dollar nur noch als Dollar bezeichnet.

setzte in seiner ersten Wahlperiode verstärkt auf die Unterstützung der Masse seiner Wähler statt auf zahlungskräftige Lobbyisten.⁵²

Insgesamt konnte sich die Etablierung des Crowdfunding-Modells gemeinsam mit dem Aufstieg des Internets entwickeln.⁵³ Bereits im Jahr 2000 wurde mit *ArtistShare* eine erste Crowdfunding-Plattform gegründet, die Musiker bei der Albumfinanzierung durch ihre Fans unterstützen sollte.⁵⁴ 2006 folgt die Plattform *SellaBand* diesem Beispiel und noch im selben Jahr formuliert Michael Sullivan in seinem Blog *fundavolag* schließlich den Begriff Crowdfunding. 2009 geht in den USA die Plattform *Kickstarter* online und löst die thematische Begrenzung des Crowdfundings auf den künstlerischen Kreativmarkt. Durch die größere thematische Ungebundenheit etabliert sich *Kickstarter* schnell zum Marktführer. Als erste deutsche Crowdfunding-Plattform nimmt 2010 *Startnext* seine Tätigkeiten auf. Mit der wachsenden Zahl größerer Erfolge ab 2011 kann sich Crowdfunding schließlich auf dem internationalen Projektfinanzierungsmarkt etablieren. Im April 2012 konnten die deutschen Crowdfunding-Plattformen erstmalig die Gesamtkapitalmenge von einer Million Euro überschreiten.⁵⁵ Das erste Halbjahr 2013 konnte auf den deutschen Plattformen bereits alleine 2,05 Millionen Euro verzeichnen.⁵⁶ International setzt als erstes Projekt mit einem erwirtschafteten Gesamtbetrag in zweistelliger Millionenhöhe die Kampagne zur Finanzierung der e-Paper-Watch *Pebble* (siehe Kapitel 5.3) einen weiteren Meilenstein.

4.2 Das Prinzip Schwarmfinanzierung

Zum Verständnis der rasanten Gewinnsteigerungen im Crowdfunding muss dessen Finanzierungsprinzip betrachtet werden. Beim Crowdfunding wird der benötigte Gesamtbetrag des Projektvorhabens durch eine Vielzahl an Geldgebern aus der Crowd bereitgestellt. Crowd bezeichnet dabei alle online

⁵² vgl. Wolff 2012, S. 1

⁵³ vgl. ebd.

⁵⁴ vgl. tyclipso.me (Hrsg.) 2012, S. 17

⁵⁵ vgl. Munique 2012b, S. 15

⁵⁶ vgl. für-gründer.de 2013a, S. 10

über eine gemeinsame Plattform ansprechbaren Personen.⁵⁷ Aus diesem Grund wird im Crowdfunding von Schwarmfinanzierung gesprochen.

An dieser Stelle werden die Hauptakteure im Crowdfunding-Prozess definiert. Dabei sind zunächst die zu finanzierenden Vorhaben zu nennen.⁵⁸ Diese treten in Gestalt der Projektinitiatoren auf, die dem interessierten Publikum ihre Idee auf der Crowdfunding-Plattform präsentieren und von ihr überzeugen wollen. Die bereits beschriebene Crowd bildet die Gruppe der Geld- und Kapitalgeber. Außerdem ist die Intermediäre in Form der Crowdfunding-Plattform aufzuführen, die der Interessensvermittlung zwischen Kapitalsuchenden und Kapitalgebern dient.

Die Motivation zur Unterstützung kann für die Crowd dabei unterschiedliche Gründe haben. Zum einen lockt die Chance zum Mitwirken und Fördern an einem kreativen Prozess, mit dessen Werten und Zielen sich der Geldgeber identifizieren kann.⁵⁹ Weiter kann der Aufbau von Reputation ein Grund zur Interaktion sein, da durch die Transparenz von Crowdfunding-Projekten auch das Engagement der Beteiligten öffentlich sichtbar ist.⁶⁰ Außerdem bietet der Erhalt der Gegenleistungen, auch Dankeschöns genannt, einen Anreiz. Dem Konsumgedanken entsprechend lockt zum Beispiel das neu entwickelte Produkt ebenso wie die Teilnahme an exklusiven Events.⁶¹ Hinzu kommt, dass die Nachfrage nach bedürfnisorientiert zugeschnittenen Produkten wächst und der einfache Kauf für den Konsumenten nur mehr geringen Reiz darstellt.⁶² Die Wertschätzung des Produkts und dessen Herstellung wird durch die eigene Beteiligung auf eine neue, emotionalere Ebene gehoben.

Der wichtigste Vorteil für den Initiator an der Beteiligung der Crowd ist die Möglichkeit zur Nutzung der sogenannten Weisheit der Masse. Die weltweit zugänglichen Plattformen bilden einen „global workforce“⁶³, der sich durch die Zusammenführung unterschiedlicher Qualifikationen und soziologischer Hintergründe der Projektbeteiligten auszeichnet. Erfolge erzielten solche Wissenssammlungen bereits in der jüngeren Vergangenheit, Wikipedia ist hierbei

⁵⁷ vgl. Theil, Bartelt 2011, S. 11

⁵⁸ vgl. Hemer u. a. 2011, S. 33

⁵⁹ vgl. ebd., S. 41

⁶⁰ vgl. tyclipso.me (Hrsg.) 2012, S. 21

⁶¹ vgl. Hemer u. a. 2011, S. 41

⁶² vgl. Theil, Bartelt 2011, S. 11

⁶³ vgl. Eisfeld-Reschke, Pelzer, Wenzlaff 2012, S. 10

als Beispiel anzuführen. Primäres Ziel für den Einsatz der Weisheit der Masse ist es, eine große Sammlung von Meinungen und Einschätzungen zu erzeugen, sie zu erfassen und zu analysieren.⁶⁴ Dies ermöglicht eine bessere langfristige Erfolgseinschätzung einzelner Aktivitäten und Trends. Alternativ spricht man daher auch von Schwarmintelligenz oder Collective Knowledge. Der anhaltende Kontakt zwischen den Kapitalsuchenden und Kapitalgebern ist dabei unerlässlich (siehe Kapitel 7.6).

4.3 Das Alles oder Nichts-System

Weiter kommt im Crowdfunding häufig das sogenannte Alles oder Nichts-Prinzip zum Einsatz, das es für die Kapitalplanungen mit Crowdfunding-Erträgen zu bedenken gilt. Zwar kann der Einsatz anderer Finanzierungsprinzipien als das Alles oder Nichts-Modell oder dessen Kombination mit Anderen vorkommen, allerdings ist dies recht ungewöhnlich.⁶⁵ Als Beispiele lassen sich das Micro-lending- oder Equity-Modell nennen, auf die in dieser Arbeit aufgrund ihrer geringen Relevanz nicht weiter eingegangen wird. Beim Alles oder Nichts-Modell muss der Projektinitiator zunächst vor Kampagnenstart eine Zielsumme angeben, die zur erfolgreichen Umsetzung der Projektidee mindestens erzielt werden muss.⁶⁶ Wenn diese Summe während der Projektlaufzeit erreicht und überschritten wird, gilt die Finanzierung als erfolgreich. Der Kapitalsuchende erhält nach Ende der Projektlaufzeit diesen Betrag ebenso wie die darüber hinausgehenden von den Kapitalgebern zugesagten Gelder. Wird die angestrebte Summe nicht im festgelegten Zeitraum erwirtschaftet, so gilt das Projekt als gescheitert, die bis dato zugesicherten Gelder werden nicht an den Initiator vermittelt und fallen stattdessen an die Unterstützer zurück.

Auf diese Weise kann den Unterstützern in einem gewissen Maße Schutz ihrer Gabe zugesichert werden, da sich die Erfolgsaussichten der Realisierung der Projektidee und der Kampagnenerfolg gegenseitig bedingen.⁶⁷ Eine dem Angekündigten entsprechende Projektumsetzung mit lediglich einem Bruchteil des benötigten Kapitals ist nicht realistisch. Da die Unterstützer den Initia-

⁶⁴ vgl. ebd., S. 23f

⁶⁵ vgl. Hemer 2011, S. 16

⁶⁶ vgl. Theil, Bartelt 2011, S. 5

⁶⁷ vgl. ebd.