

**Haushaltskonsolidierung in Bibliotheken:  
Instrumente und Methoden für die  
Bibliotheksarbeit in schwierigen Zeiten**

**Petra Häuslbauer und Claudio Schmidt**  
**Bibliothekshops und**  
**Bibliotheksgastronomie**

Erarbeitet in einem Seminar des Studiengangs  
Bibliotheks- und Medienmanagement  
an der Hochschule der Medien Stuttgart,  
Sommersemester 2005  
Dozentin: Cornelia Vonhof

## Kurzfassung

In diesem Beitrag zum Virtuellen Handbuch möchten wir aufzeigen, inwieweit die innovative Idee der Einrichtung eines Bibliotheksshops bzw. eines Bibliothekscafés dazu beitragen kann neue Wege der Kundenorientierung und damit evtl. auch der Haushaltskonsolidierung zu gehen.

Da es in Deutschland nur wenige Cafés und Shops in Bibliotheken gibt, möchten wir auch einen Vergleich ziehen mit dem Ausland, denn in den USA als auch in Großbritannien und Australien gibt es seit Anfang und Mitte der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts Cafés und Shops in Bibliotheken.

Diese Entwicklung, geboren aus der Konkurrenzsituation zwischen Bibliotheken und Buchhandlungen, hält nach wie vor an, denn Bibliotheken in den angloamerikanischen Ländern geht es bei dieser Art von Einrichtungen um die Kundenorientierung und -bindung und damit verbunden auch darum zusätzliche Mittel für den Bibliotheksetat einzunehmen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung .....</b>	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>1 Organisation.....</b>	<b>4</b>
1.1 Konzept.....	4
1.2 Räumliche Lage und Gestaltung.....	4
1.3 Shop/Café-Planung und –Einrichtung.....	5
1.4 Kulturmerchandising .....	6
1.5 Sortiment und Produkte in Bezug auf einen Bibliotheksshop .....	7
1.6 Angebote von Bibliothekscafés.....	7
1.7 Personal und Organisation .....	8
1.8 Einkauf.....	8
1.9 Service und Verkauf.....	9
<b>2 Rechtliche Rahmenbedingungen .....</b>	<b>10</b>
2.1 Trägerschaft und Rechtsformen .....	10
2.1.1 Modell der Konzessionsvergabe.....	10
2.1.2 Modell der Selbstbewirtschaftung .....	11
2.2 Urheber- und verlagsrechtliche Gesichtspunkte in Bezug auf einen Shop.....	11
2.3 Rechtliche Rahmenbedingungen für die Gastronomie .....	12
<b>3 Wirtschaftlicher Erfolg .....</b>	<b>13</b>
<b>4 Umfrage .....</b>	<b>15</b>
<b>5 Beispiele .....</b>	<b>16</b>
5.1 Bibliothekscafés .....	16
5.1.1 ÖB und Fachstellen .....	16
5.1.2 WB .....	18
5.1.3 Ausland .....	21
5.2 Bibliotheksshops .....	23
5.2.1 WB .....	23
5.2.2 Ausland .....	24
<b>6 Fazit.....</b>	<b>27</b>
<b>7 Literaturverzeichnis.....</b>	<b>28</b>
7.1 Monographien und Aufsätze .....	28
7.2 Internetquellen .....	29
7.3 Persönliche Kontakte .....	31

# 1 Organisation

## 1.1 Konzept

Um einen Bibliotheksshop bzw. ein Bibliothekscafé betreiben bzw. aufbauen und verpachten zu können, bedarf es der Entwicklung eines eigenen Profils durch ein schriftliches Konzept.

Das Konzept sollte nicht nur kommerzielle Aspekte berücksichtigen, sondern auch eine Vielzahl von Bezügen zur Bibliothek herstellen, denn der Shop bzw. das Café sollte natürlich in den Kontext der Bibliothek passen.

Alle relevanten Faktoren – vom Warenangebot/Produktangebot bis zu den Serviceleistungen – sollten in Beziehung zueinander stehen und aufeinander abgestimmt sein.

Die Kunden sollten das Konzept auf Anhieb verstehen.

Vor allen Dingen ein Bibliotheksshop muss Teil eines integrierten Marketingkonzepts sein, denn die Shopartikel sind nicht nur Konsumgut, sondern fungieren auch als Werbeträger für die Einrichtung – also für die Bibliothek.

Das Café im Gegensatz dazu trägt mehr zur Imagebildung bei. Es ist ein weicher Faktor für die Bibliothek. Das Café ist im Marketingkonzept auch mit zu berücksichtigen bzw. damit abzustimmen (Corporate Design), allerdings muss auf die Art des Betriebs s.u. Rücksicht genommen werden.

## 1.2 Räumliche Lage und Gestaltung

Die räumliche Lage ist durch die Architektur einer Bibliothek meist vorgegeben; allerdings sollte der Shop bzw. das Café frei zugänglich sein und sich in einer übersichtlichen Lage befinden.

In Bezug auf Gestaltung, Ladenbau und Design hat man hier i.d.R. mehr Möglichkeiten und sollte sich hier professionell beraten lassen.

Ein Shop kann nicht nur in stationärer Lage agieren und präsent sein, sondern auch auf einer gut gestalteten Homepage verfügbar sein.

### 1.3 Shop/Café-Planung und –Einrichtung

Die Eröffnung eines Shops bzw. eines Cafés sollte gut vorbereitet sein. Die Leitung der Bibliothek bzw. die Verwaltung der Stadt sollte sich durch Einzelhandel, Gastronomie und Ladenbauer beraten lassen.

Um zu prüfen, ob ein Shop oder ein Café sinnvoll und Erfolg versprechend für eine Bibliothek sein kann, ist folgende Checkliste hilfreich:

- Welche Zielgruppe erreiche ich ohnehin, welche kann ich zusätzlich erreichen?  
Zielgruppenanalyse (Einwohner, Touristen, etc.)
  
- Welche Produkte will und kann ich themen- bzw. ereignisbezogen anbieten?
  - o Es gilt das Gesetz des Marktes.
  - o Das Produktangebot wird in harter Konkurrenz zu anderen Einrichtungen stehen (Buchhandlungen, Museumsshops, Cafés, Bars, etc.)
  - o Die Produkte sollten einen Bezug zur Institution, zu bestimmten Themenfeldern der Bibliothek haben.
  - o Dadurch können Produkte gleichzeitig auch einen Werbe- und Multiplikatoreneffekt haben.
  
- Welche infrastrukturellen und räumlichen Möglichkeiten stehen mir zur Verfügung?
  - o Hier gilt es die richtige Lage im Gebäudekomplex der Bibliothek zu finden.  
  
Der Shop bzw. das Café sollten am „point of sale“ bzw. am „point of need“ angesiedelt sein. Dem Kunden wird so ein Wohlfühl-Ambiente suggeriert: er lässt sich zum Shopping überreden bzw. setzt sich zu einem gemütlichen Drink ins Café.
  - o Es kommt nicht auf die Größe an, sondern auf die Lage und die geschickte Präsentation und geschmackvolle Einrichtung.
  
- Welche personellen Möglichkeiten habe ich?
  - o Personalauswahl ist Baustein zum Erfolg
  - o Evtl. Freiwillige, Ehrenamtliche, 1-Euro-Kräfte
  
- Welche Konkurrenz befindet sich in der Nähe bzw. vor Ort?

Falls ein Pächter für den Shop bzw. das Café vorgesehen ist, benötigt man eine längere Planungszeit, damit sich Pächter und Bibliotheksleitung und –mitarbeiter einander annähern können. Ein Pächter sollte die Bibliothek als Organisation kennen lernen, damit er in seinem Shop bzw. Café möglichst viele der vorhandenen Ideen (in Sachen Kundenorientierung, etc.) mit umsetzen kann.

## 1.4 Kulturmerchandising

Bei der Einrichtung eines Shops in einer kulturellen Einrichtung kommt man nicht umhin sich mit dem Begriff und Inhalt des Kulturmerchandising auseinanderzusetzen. Im Handbuch Kulturmanagement heißt es hierzu: „Kulturmerchandising ist der visuell attraktive Vertrieb von selbst entwickelten oder zugekauften Produkten in Kultureinrichtungen mit dem Ziel wirtschaftlichen Erfolges.“<sup>1</sup>

Das Problem in Sachen Kulturmerchandising spiegelt sich in Deutschland in der Auffassung wieder, dass Kultur und Kommerz nicht vereinbar wären. Des Weiteren stünden die organisatorischen und steuerrechtlichen Hemmnisse im Weg.

Zusätzlich werden Kultureinrichtungen in Deutschland immer noch überwiegend von öffentlichen Trägern finanziert.

„Kein im Kulturbetrieb Verantwortlicher sollte sich scheuen, in seinem Bereich die Aussichten auf ein modernes Kulturmerchandising zumindest intensiv und sorgfältig zu prüfen.

Nicht in allen Fällen wird das Ergebnis der Untersuchung so ausfallen, dass sich ein ausreichendes Produktsortiment für das jeweilige Kulturereignis anbietet, nicht in jedem Fall wird ein wirtschaftlicher Erfolg möglich sein, nicht immer werden die strukturellen, personellen und finanziellen Rahmenbedingungen erlauben, sinnvolles und Erfolg versprechendes Merchandising zu initiieren. Nicht Einheitsmuster versprechen Erfolg, sondern in jedem Einzelfall muss individuell diskutiert und nach Ergebnissen gesucht werden. Hierbei kann jeder aus den Erfahrungen bereits bestehender Einrichtungen im In- und vor allem Ausland lernen.“<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> [Kulturmerchandising – ein Definitionsversuch] –In: Handbuch Kulturmanagement. Loseblattsammlung. Kapitel D 2.3, S. 4

<sup>2</sup> [Kulturmerchandising – ein Definitionsversuch] –In: Handbuch Kulturmanagement. Loseblattsammlung. Kapitel D 2.3, S. 9

## 1.5 Sortiment und Produkte in Bezug auf einen Bibliotheksshop

Für das Sortiment bzw. die Produkte gilt:

- hohe Qualitätsstandards
- ausgewähltes Sortiment und evtl. auch Spezifikation (für Spezialbibliotheken)
- auch originelle preisgünstige Artikel gefragt
- auch bibliotheksspezifische Eigenprodukte bilden eine wichtige Komponente im Sortiment

Das Sortiment kann folgende Artikel umfassen:

- Geschenkartikel
- Bücher
- Druckerzeugnisse jeglicher Art mit Bezug zur Einrichtung, zur Stadt, zur Region, zu besonderen Persönlichkeiten etc.
- Plakate
- Kalender
- Textilien
- Bleistifte
- Repliken
- Grafiken
- ...

Sehr viele Produkte sind im Grundtyp im Großhandel zu beschaffen, d.h. Bleistifte, Kaffeetassen und T-Shirts in unterschiedlichen Größen, Farben und Qualitäten

müssen nur noch mit dem gewünschten Logo oder Schriftzug versehen werden. Dasselbe kann man auch mit Stofftaschen, Einpackpapier, Notizbüchern etc. machen.

Bei der Sortimentsauswahl sollte man darauf achten, dass nicht ausschließlich buchhandelstypische Produkte gekauft werden.

## 1.6 Angebote von Bibliothekscafés

Das Spektrum der Cafés reicht von Kaffee in Thermoskannen, über Kaffeeautomaten bis hin zum professionellen Betrieb. Im Folgenden ist unter Bibliothekscafé immer der letzte Punkt gemeint, also ein Café mit Personal und geregelten Öffnungszeiten.

Das Angebot von Bibliothekscafés entspricht dem von konventionellen Gastronomiebetrieben. Meistens werden neben warmen, diversen nicht-alkoholischen und alkoholischen Getränken, auch kleine Snacks oder richtige Mahlzeiten angeboten.

Die Preise sind oft etwas niedriger als in anderen Einrichtungen (Beispiel: Preisliste Café Viva).

## 1.7 Personal und Organisation

Das Personal der Bibliothek als auch des neuen Betriebs sollte umfassend informiert werden, damit sie motiviert werden können.

Das Personal des Shops bzw. des Cafés sollte u.a. folgende Qualifikationen mit sich bringen:

- Motivation
- Kompetenz in An- und Verkauf
- Organisationstalent
- Kommunikationsfähigkeit
- Offenheit und Interesse an der Betreuung des gesamten Sortiments

## 1.8 Einkauf

Der Einkauf sollte zur Programmatik der Bibliothek passen und darauf abgestimmt werden. Ebenso ist es wichtig, den Einkauf auf die Erwartungen und die Bedürfnisse der Kunden auszurichten.

Des Weiteren ist es wichtig, mit gutem Geschick an den Einkauf heran zu gehen:

- Informationsbeschaffung über das Sortiment bzw. die Produkte und die Händler in Bezug auf die Shops: auf Verkaufsmessen gehen
  - o z.B. Annual Meeting and Exposition (weltweit größter Kulturmerchandising-Markt)
  - o z.B. Salon Professionel des Objets Dérivés des Patrimoines, du Merchandising et des Licences – Museum Expressions (internationale Museumsmesse in Paris)
- Kaufmännisches Know-How aneignen
- gute Zahlungskonditionen aushandeln können (Rabatte, Valuta, Skonti, etc.)



## 1.9 Service und Verkauf

- Regale und Mobiliar sollte kunden- und kindgerecht sein
- Ware sollte kundenfreundlich präsentiert sein
- Dekoration
- bei Sortiment mit Büchern auch Leseecke einrichten

## 2 Rechtliche Rahmenbedingungen

### 2.1 Trägerschaft und Rechtsformen

Bezüglich der Trägerschaft und der Rechtsformen für einen Shop bzw. ein Café gibt es vielfältige Möglichkeiten; jedoch gilt es abzuwägen, was sinnvoll ist, was sich mit welchen Ressourcen realisieren lässt.

- Trägerschaft der Stadt mit gutem Kontakt, um haushaltsrechtliche Möglichkeiten voll ausnutzen zu können
  - o Pächtermodell
  - o Selbstbewirtschaftung
  - o Freundes- oder Förderkreis
- GmbH oder andere Rechtsformen

#### 2.1.1 Modell der Konzessionsvergabe

Bei der Konzessionsvergabe werden z.B. die Räumlichkeiten, in welchen ein Café oder ein Shop betrieben werden sollen, an Dritte verpachtet. Im Vertrag wird dann festgeschrieben, dass der Pächter in eigenem Namen und auf eigene Rechnung einen der Bibliothek förderlichen Shop bzw. Café betreibt. Die Verantwortung und das Risiko für die Einrichtung, die Auswahl des Sortiments bzw. der Produkte, die personelle Ausstattung trägt der Betreiber.

Vorteile:

- geringer organisatorischer Aufwand für die Bibliothek
- geringer kostenmäßiger Aufwand für die Bibliothek

Nachteile:

- nur begrenzt durchsetzbare Einflussnahme auf den Betrieb des Shops bzw. des Cafés durch die Bibliothek

Einnahmen:

- Miete/Pacht (allerdings an die Stadt gehend)

### 2.1.2 Modell der Selbstbewirtschaftung

Bei dem Modell der Selbstbewirtschaftung gründet die Bibliothek mit eigenen Sachmitteln und eigenem Personal einen Shop bzw. ein Café oder gründet eine GmbH, welche dann rechtlich und wirtschaftlich selbstständig agiert.

Vorteile:

- intensivere Möglichkeit zur Kontrolle und Einflussnahme
- stärkere Identifizierung der Beschäftigten mit der Bibliothek

Nachteile:

- kostenmäßige Belastung
- organisatorische Belastung seitens der Bibliothek

## 2.2 Urheber- und verlagsrechtliche Gesichtspunkte in Bezug auf einen Shop

- Urheberrecht
  - o Zu beachten bei Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst, deren Urheber nicht länger als 70 Jahre verstorben sind
  - o gilt vor allen Dingen bei Eigenproduktionen im künstlerischen Bereich (Herstellung von (Ausstellungs-)Katalogen, Postkarten und dergleichen)
  - o Bei Unsicherheiten: beraten lassen
  - o Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (UrhG)
  - o Verordnung über die Urheberrolle (VO Urh.-Rolle)
  - o Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie (KUG)
  - o Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (MarkenG)
- Preisbindung
  - o Gilt, wenn im Shop Bücher verkauft werden, die preisgebunden sind
  - o Buchpreisbindungsgesetz (BuchPrG)
  - o Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)

## 2.3 Rechtliche Rahmenbedingungen für die Gastronomie

Um ein Gaststättengewerbe ausüben zu können, müssen verschiedene Voraussetzungen erfüllt werden. Diese sind u.a.:

- erforderliche Zuverlässigkeit
- lebensmittelrechtlichen Kenntnissen
- Eignung der Räume

Die genaueren Angaben regelt das Gaststättengesetz. „In der Fassung vom 20.11.1998 gehört zum Gaststättengewerbe, wer

- 1) Getränke zum Verzehr an Ort und Stelle verabreicht (Schankwirtschaft),
- 2) zubereitete Speisen zum Verzehr an Ort und Stelle verabreicht (Speisewirtschaft),
- 3) Gäste beherbergt (Beherbergungsbetrieb).

Unter 1) und 2) fallen Betriebe wie Gaststätte, Gastwirtschaft, Restaurant, Wirts-, Kaffee-, Speisehäuser, Taverne, aber auch Bars, Kabarett und Speisewagen; unter 3) Betriebe wie Hotel, Rasthaus, Motel, Fremdenheim, Gasthaus und Ähnliche bis zur Herberge und zur Berghütte.“<sup>3</sup>

Für den Betrieb sind nur die Fälle 1 und 2 von Bedeutung. Um eine Gaststätte betreiben zu können benötigt man eine „Konzession. Diese darf mit Nebenbestimmungen, insbesondere Auflagen verbunden werden, z.B. für Lärm schützende Maßnahmen zu sorgen. Die Gaststättenerlaubnis gilt für eine bestimmte Betriebsart (z.B. Diskothek, Schankwirtschaft, Speisewirtschaft [oder Bibliothekscafé]), für bestimmte Räumlichkeiten und für eine bestimmte Person (Wirt)“<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Der Brockhaus multimedial, 2001

<sup>4</sup> Deutsche Wikipedia (Zugriff: 14.06.2005)

### 3 Wirtschaftlicher Erfolg

Der wirtschaftliche Umsatz lässt sich ganz klar an folgenden betrieblichen Kennzahlen bzw. Kennziffern festmachen (Betriebliche Kennziffern zu berücksichtigen je nach Träger und Rechtsform des Shops bzw. des Cafés):

- Umsatzkennzahlen
  - o Umsatz pro Käufer/Besucher
  - o Umsatz der einzelnen Produktkategorien
  - o Umsatz je beschäftigte Person
  - o Personalkosten in Prozent des Umsatzes
  - o Umsatz je m<sup>2</sup> Verkaufs- bzw. Geschäftsräume in EUR
- Lagerkennzahlen
  - o Ermittlung des durchschnittlichen Lagerbestandes
  - o Lagerumschlagsgeschwindigkeit
  - o Entwicklung des Lagerbestands im Vergleich zum Vorjahresbestand
  - o Lagerbestand je beschäftigte Person
  - o Lagerbestand je m<sup>2</sup> Geschäftsraum
  - o Warenlager-Rentabilität
- Kostenkennzahlen
  - o Gesamtkosten in Prozent des Gesamtumsatzes
  - o Einzelne Kostenarten in Prozent zum Umsatz und im Vergleich zum Vorjahr und in Prozent zu den Gesamtkosten
- Erfolgskennzahlen
  - o Handelsspanne
  - o Betriebshandelsspanne
  - o Steuerliches Betriebsergebnis
  - o Neutrales Ergebnis
  - o Steuerliches Unternehmensergebnis
  - o Betriebswirtschaftliches Ergebnis
- Rentabilitätskennzahlen
  - o Umsatzrentabilität
  - o Eigenkapitalrentabilität
  - o Gesamtkapitalrentabilität
- Finanzierungskennzahlen
  - o Liquiditätskennzahlen
- Bilanzkennzahlen

Die Kennziffern sind ein wesentlicher Teil des Instrumentariums, mit dem die betriebswirtschaftliche Situation beurteilt werden kann. Sie sind Grundlage bei Entscheidungen über die zukünftige Entwicklung eines Shops bzw. eines Cafés.

Um diese Aspekte so gut wie möglich beim Betrieb berücksichtigen zu können, sind vor allen Dingen betriebswirtschaftliche Kenntnisse, eine sorgfältige Buchführung und eine gute EDV-Ausstattung (Warenwirtschaftssystem) von Nöten.

Des Weiteren sollte man darauf achten, sich mit anderen vergleichbaren Institutionen auszutauschen und zu vergleichen, denn ein Erfahrungsaustausch im Kulturbereich kann ungemein positive Effekte auf den eigenen Betrieb haben.

## 4 Umfrage

Um festzustellen in wie weit Bibliotheksshops und Cafés in der Praxis betrieben werden, haben wir eine Umfrage in der Mailingliste Inetbib gestartet.

Folgende Fragen wurden gestellt:

1. Gibt es einen Bibliotheksshop / ein Bibliothekscafé?
2. Seit wann gibt es die Einrichtung?
3. Haben Sie in der Vergangenheit über die Einrichtung eines Bibcafes/-shops nachgedacht und sich dagegen entschieden? Was waren die zentralen Gründe?
4. Planen Sie zukünftig die Einrichtung eines Cafes/Shops? Welche Ziele verfolgen Sie dabei?
5. Warum wurde ein Shop / ein Café eingerichtet?
6. Welches Konzept bzw. welche Idee liegt der Einrichtung zu Grunde?
7. Wie wird die Einrichtung betrieben? (Verpachtung, Eigenbetrieb, etc.)
8. Wohin fliesen die eingenommenen Gelder?
  - a. Für was werden die Gelder verwendet?
9. Wie ist der Einkauf organisiert? Wer legt fest was angeboten wird?
10. Werden auch Produkte aus eigener Herstellung verkauft?
11. In wie weit trägt die Einrichtung zur positiven Imagebildung für die Bibliothek bei?

Nur falls es einen Bibliotheksshop gibt:

12. Ist der Shop vor Ort, nur online oder beides?

Geantwortet haben 31 Bibliotheken, (18 WB, 8 ÖB, 4 Spezialbibliotheken und eine Institutsbibliothek). 24 von ihnen haben keinen Shop oder Café. Nur eine Bibliothek hat beides. Drei jeweils einen Shop oder ein Café.

Geplant ist bei 2 Bibliotheken einen Shop bzw. ein Café einzurichten. 10 haben in der Vergangenheit darüber nachgedacht und die Idee verworfen.

Die Gelder fliesen bei Verpachtung an den Träger, bei Eigenbetrieb werden sie für den Bucherwerb genutzt bzw. gespendet.

Eindeutig waren die Antworten zum Image der Bibliothek: Ein Shop / ein Café trägt zu einer angenehmeren Atmosphäre und einem positiven Image bei.

## 5 Beispiele

### 5.1 Bibliothekscafés

#### 5.1.1 ÖB und Fachstellen

##### 5.1.1.1 Lesecafé Stadtbibliothek Viersen

Beim Neubau der Stadtbibliothek 1990 wurde ein Selbstbedienungsautomat in der 3. Etage eingerichtet. Nachdem es zu vermehrten Störungen kam (ein Kakaobecher wurde aus 11m Höhe durch den Innenschacht auf die Verbuchungstheke geworfen, Kinder tobten herum und Gegenstände wurden von der Dachterrasse heruntergeworfen), wurde der Automat entfernt, da keine Beaufsichtigung ermöglicht werden konnte.

Auf Wunsch der Lokalpolitiker und vieler Bibliotheksbesucher wurde im November 2004 wieder ein Cafe im 3. Obergeschoss der Bibliothek mit Ausblick auf die Viersener Innenstadt eröffnet. Es ist an den Öffnungstagen nachmittags von 14.30 – 17.30 Uhr und samstags von 10 – 13 Uhr geöffnet.

Das Lesecafe wird von Ehrenamtlichen betreut. In Zusammenarbeit mit der Freiwilligenzentrale der Diakonie sowie Werbung im eigenen Haus hat sich ein Stamm von ca. 15 Freiwilligen gebildet. Es werden warme und kalte Getränke angeboten und am Tisch serviert.

Aus gewerberechtlichen Gründen gibt es keine festen Preise, die Besucher werden um eine Spende gebeten. Die eingenommenen Spenden werden zum Kauf neuer Getränke, auch mal Blumen, neue Sonnenschirme u.ä. benutzt, wobei die Unkosten gedeckt sein müssen. Falls noch Gelder übrig sind, werden diese am Jahresende für karitative Zwecke gespendet (z.B. Viersener Tafel, Hospizbewegung).

Der Einkauf wird von einer Bibliotheksmitarbeiterin betreut und organisiert.. Sie ist Ansprechpartnerin für die Freiwilligen. Zusätzlich wird von ihr der Neukauf in Absprache mit den Freiwilligen organisiert.

Das Angebot an Getränken umfasst in der Regel die gängigen Softdrinks und diverse Kaffee- und Kakaovarianten aus der Angebotspalette der Kaffeemaschine.

Das Lesecafe erweitert die Angebotspalette der Stadtbibliothek, die Freiwilligen bringen neue Besucher und Nutzer ins Haus. Ebenso steigert es die angenehme Atmosphäre der Bibliothek.



#### 5.1.1.2 [Zeitungs-Café „Hermann Kesten“](#) in der Zentralbibliothek Nürnberg

Das Zeitungs-Café ist nach dem Nürnberger Schriftsteller und Ehrenbürger Hermann Kesten benannt.

Das Café ist in der Bibliothek angelegt (Kreuzgang und Garten) und verfügt über eine große Anzahl an Zeitschriften und Zeitungen.

Angeboten werden Kaffee und andere Getränke.

Geöffnet ist das Café während der Öffnungszeiten der Bibliothek und zu besonderen Veranstaltungen in der Bibliothek. Es kann auch für Privatfeiern gebucht werden.

Das Café ist verpachtet.

### 5.1.1.3 Beispiele der Fachstelle Stuttgart

Im Betreuungsgebiet der Fachstelle Stuttgart gibt es keine Bibliothek, die in Eigenregie ein kommerzielles Café mit einem umfangreichen Angebot betreibt.

Angeboten wird:

- Kaffeeautomaten (Münzautomaten oder Käschen): Die Betreuung ist meist un-  
aufwändig: zusätzliche Ausstattung für die Bibliothek ist eine Geschirrspülma-  
schine.

Beispiele sind u.a. Neckarsulm, Aichwald, Schwäbisch Hall oder Backnang.

- Kaffee in Warmhaltekanne
- In unmittelbarer Nähe der Bibliothek kommerzielle Gastronomie

Beispiele: Aalen, Schwäbisch Gmünd.

## 5.1.2 WB

### Cafeteria – WLB Stuttgart

Die Cafeteria der WLB befindet sich im Erdgeschoss der Bibliothek. Sie verfügt über ca. 40 Sitzplätze, einen Raucher und Nicht-Raucherbereich und eine Ausschanktheke. Sie wird neben Nutzern der Bibliothek von Personen aus dem nahegelegenen Justizviertel genutzt.

Die Cafeteria ist verpachtet und wird von der Pächterin mit 2-3 Angestellten bewirtschaftet. Die Pacht geht an das Hochbau- und Liegenschaftsamt. Dieses ist auch für Investitionen und Einrichtung der Cafeteria verantwortlich.

Die Cafeteria hat bis 18.00 Uhr geöffnet.

Angeboten werden warme und kalte Getränke (auch Alkoholische) und Speisen. Diese reichen von kleinen Snacks, wie eine Butterbrezel, über Salate und Suppen bis zu größeren Imbisse und Pizzen. Außerdem werden noch verschiedene Kuchen angeboten

## Café Viva – UB Lüneburg



Das Café Viva wurde 1997 im Foyer der UB Lüneburg eröffnet. Betrieben wird es vom Campus Lüneburg e.V., dieser ging 1993 aus einem Projekt des ASTA hervor und unterstützt seitdem den ASTA und hat z.T. Aufgaben eines Studentenwerks übernommen.

Angeboten werden Snacks (Salate, Kuchen) und warme wie kalte Getränke.

Geöffnet hat das Café Viva von Mo-Do: 9.45 - 17.30 Uhr

Zusätzlich bietet das Café noch ein Wissenscafé an: eine Sammlung von Büchern, Zeitschriften, Magazinen, Biographien und Sammlungen. Das ganze gibt es auch online auf den Seiten des Cafés.

Das Wissenscafé bietet Informationen für die Produktion wissenschaftlicher Werke. Unter einigen Links der Onlineversion kann man auch Werke veröffentlichen.

Eine Auswahl aus der Preiskarte des Café Viva

<p><b>Kaffee &amp; Tee</b></p> <p><b>Tasse Kaffee</b> "aus fairem Handel" 0,80 €</p> <p><b>Becher Kaffee</b> "aus fairem Handel" 1,10 €</p> <p><b>Espresso</b> "aus fairem Handel" 1,10 €</p> <p><b>Latte Macchiato</b> "aus fairem Handel" 1,90 €</p> <p><b>Becher Milchkaffee</b> "aus fairem Handel" 1,30 €</p> <p><b>Schale Milchkaffee</b> "aus fairem Handel" 1,80 €</p> <p><b>Cappuccino</b> "aus fairem Handel" 1,30 €</p> <p><b>Becher Tee</b> "Bioqualität" 1,00 €</p> <p><b>Becher Yogi-Tee</b> "Bioqualität" 1,30 €</p>	<p><b>Wasser, Saft &amp; Limo</b></p> <p><b>Wasser 0,25 l</b> 0,80 €</p> <p><b>Fanta, Cola, Sprite, Lift-Apfelschorle 0,5 l</b> 1,10 €</p> <p><b>Apfelsaft / Orangensaft 0,2 l</b> "Bioqualität" 1,00 €</p> <p><b>Mangosaft 0,2 l</b> "Bioqualität" 1,30 €</p> <p><b>Voelkel Schorle 0,5 l</b> (diverse Sorten) "Bioqualität" 1,60 €</p>
<p><b>Kakao &amp; Milch</b></p>	<p><b>Joghurt &amp; Gebäck</b></p>

<b>Heißer Kakao</b> 1,30 € <b>Heißer Kakao mit Sahne</b> 1,50 € <b>Caro-Kaffee</b> 1,30 € <b>Heiße Milch</b> "Bioqualität" 1,10 € <b>Heiße Milch mit Honig</b> "Bioqualität" 1,30 €	<b>Joghurt</b> (diverse Sorten) 1,00 € <b>Muffin / Donuts</b> 1,00 € <b>Gebäck</b> "Bioqualität" 2,00 €
<b>Brötchen</b>  <b>Belegtes Brötchen</b> (ganz) 1,30 € <b>Käse-Brötchen-Snack</b> (aus der Mikrowelle) 1,30 €	<b>Schokoriegel</b>  <b>Schokoriegel</b> (diverse Sorten) 0,80 € <b>Schokoriegel</b> "Bioqualität" 1,00 €

### Cafe Libretto – Bibliothek Geschichtswissenschaften, Marburg

Das "Cafe Libretto" wurde erstmals auf Vorschlag einer im Fachbereich tätigen Historikerin und einer Mitarbeiterin der Institutsbibliothek 1999 durchgeführt.

Kuchen und Torten wurden von Mitarbeitern gebacken und gespendet, dazu gab es Kaffee und Tee. Der Erfolg (finanziell und sozial) war überwältigend, so dass im Dezember 1999 Cafe Libretto Nr. 2 veranstaltet wurde.

Inzwischen gab es Libretto Nr. 12. Das Angebot hat sich gewaltig erweitert: über Chili con Carne und Würstchen, zu Waffeln etc. Alles beruht nach wie vor auf "Kuchenspenden" seitens der Mitarbeiter. Die Veranstaltung findet einmal pro Semester statt.

Seit dem letzten Cafe (12) steht das Ganze unter einem regionalen Motto.

Nummer 12: Kölsche Küche; geplant sind Bayern und Hessen.

Dem Cafe Libretto ist fast immer ein kleiner Bücherbasar angeschlossen, bei dem Bücherspenden aus Privatbeständen verkauft werden.

Das eingenommene Geld wird ausschließlich zum Bücherkauf für die Bibliothek verwendet. Die Studenten sind können Anschaffungsvorschläge zu machen.



### 5.1.3 Ausland

#### **Crazy Mocha Café - Carnegie Library of Pittsburgh**

Die Carnegie Library of Pittsburgh hat, nach einer Renovierung ihrer Zentrale, 2004 eine Kaffeebar eröffnet. Diese wird von der örtlichen Cafékette Crazy Mocha Coffee betreiben. Ziel der Bibliothek war es mehr auf die Bedürfnisse der Nutzer einzugehen und so einen Platz zum Ideenaustausch und der Erholung für die Nutzer zu schaffen.

Die Öffnungszeiten entsprechen denen der Bibliothek. Angeboten werden warme und kalte Getränke, sowie Sandwichs. Zusätzlich werden noch Artikel der Bibliothek an der Bar verkauft.

#### **Bookplate – National Library of Australia**

Bookplate ist das Café der Nationalbibliothek von Australien. Im Gegensatz zu den anderen Cafés ist das Bookplate mehr ein Restaurant. Es sieht sich als Mischung von beidem (Café und Restaurant) an.

Bookplate bietet eine breite Auswahl an Speisen und Getränken. Es ist nicht möglich Tische zu reservieren, wohl aber das ganze Café für Empfänge, Hochzeitsfeiern o.ä. außerhalb der Öffnungszeiten zu mieten.

Das Café befindet sich im Erdgeschoss der Bibliothek und bietet einen...

Hier eine Auswahl der Angebote:

- Gebäck und Kuchen
- Frühstück
- Belegte Brötchen
- Salate
- Tagesessen
- Kaffee (im Sinne von Mahlzeit)
- Geschäftsessen
- Hochzeitsempfänge
- Partys
- Offizielle Essen

### **Café Biblioteca by Charlie, Hayden Library – Arizona State University**

Das Café Bibliotheca ist das Neuste von vier Cafés, welche von Charlie Mitchell auf dem Campus der Arizona State University betrieben werden.

Es befindet sich im Eingangsbereich der Hayden Library.

Wie in den anderen Cafés werden auch hier warme und kalte Getränke und Snacks angeboten. Zusätzlich ist es mit WLAN Zugängen zum Internet ausgestattet.

Geöffnet hat das Café Montags bis Freitags und Sonntags.

Es verfügt ähnlich wie das Crazy Mocha Café über eine Terasse.

## 5.2 Bibliotheksshops

### 5.2.1 WB

#### [Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen – Bibliotheksshop](#)

Die SUB Göttingen bietet seit 1993 einen Bibliotheksshop an und zwar stationär in der UB als auch in Form eines Online-Shops. Der Shop wird vom Personal der SUB betrieben. Die Einnahmen aus den Shops werden zu Neuausgaben jeglicher Art verwendet, wobei die SUB natürlich über die Art und Weise der Verwendung entscheidet.

Da die Georg-August-Universität bereits über einen Universitätsverlag verfügt, war es kein weiter Weg zur Einrichtung eines Bibliotheksshops, v.a. um sich neue (attraktive) Distributionswege zu erschließen.

Folgende Publikationen werden angeboten:

- CD-ROMS
- Göttinger Bibliotheksschriften
- Publikationen der Georg-August-Universität Göttingen
- Arbeiten aus der SUB Göttingen
- Ausstellungsführer
- Werke von Carl Friedrich Gauß
- Hainberg-Schriften
- Veröffentlichungen der SUB

## 5.2.2 Ausland

### [Los Angeles Public Library in LA, California – Library Store](#)

Die LAPL hat seit 1993 einen Bibliotheksshop. Der Shop wurde zuerst als „Save the books“-Kampagne betrieben als die LAPL wegen Brandstiftung zum größten Teil zerstört wurde. Nach der Neueröffnung wurde der Shop mit anderem Konzept neu eröffnet, um zusätzliche Mittel für die Bibliothek einzunehmen. Er ist eine Einrichtung der Library Foundation of Los Angeles und wird durch deren Personal (2 Vollzeit- und 2 Teilzeitkräfte sowie Ehrenamtliche) betrieben. Die Einnahmen (ca. 500.000 US-\$) fließen zum einen Teil in den Etat der Bibliothek, zum anderen Teil unterstützen sie die Arbeit der Stiftung.



Verkauft wird auf 200 m<sup>2</sup> im Grunde genommen alles, was zusätzliche Einnahmen bringt, vor allen Dingen Utensilien zum Schreiben und zum Lesen, aber auch Textilien, Krawatten, Souvenirs, Spielsachen für Kinder. Es wird versucht durch alle Artikel die Interessengruppen emotional und sachlich anzusprechen. Hier wird event-shopping ein Teil des gegenwärtigen Lebensgefühls betrachtet.

### [Roddenbery Memorial Library in Cairo, Georgia – Library Bookstore and Library Store](#)

Die RML betreibt seit über 5 Jahren ein Antiquariat und einen Bibliotheksshop.

Der Shop als auch das Antiquariat wurden bei einem Anbau zum alten Gebäude mit eingerichtet. Der Shop ist eine Art Geschenkartikelladen und im Antiquariat werden



Bücherspenden als auch ausgesonderte Bücher verkauft. Mit beiden Einrichtungen wird das Ziel verfolgt zusätzliche Mittel für die Bibliothek einzunehmen.

Der Shop als auch das Antiquariat werden vom Personal der Bibliothek betrieben. Daneben gibt es noch einen Freundeskreis, welcher auch ehrenamtliches Personal zu besonderen Gelegenheiten (Tag der offenen Tür, Feste, etc.) zur Verfügung stellt.



Die erzielten Einnahmen kommen alle der Bibliothek zugute. Sie werden verwendet um neue Bücher anzuschaffen, um Leseförderungsprojekte oder Projekte in der Erwachsenenbildung zu finanzieren etc.

Verkauft werden hier Bücher lokaler Autoren und Textilien mit Bibliotheksbezug. Die Bibliothek nennt das „Bookwear“. Auf den verschiedenen T-Shirts befinden sich Slogans wie „Books Reign“ oder „Books Open Doors“ oder „Expand Your Universe – Read“.

Daneben gibt es noch etwas Besonderes: der Staat Georgia erlaubte es der Bibliothek einen Fonds einzurichten, welcher von der Bibliothek „Enterprise fund“ genannt wird. Die Bibliothek legte dazu einen Fonds von 2000 US-\$ bei einer Bank mit einer bestimmten Laufzeit an. Inzwischen haben sich innerhalb von 5 Jahren 6700 US-\$ angesammelt. Wenn sich eine bestimmte Summe generiert hat, so Alan Kaye – der Direktor der Bibliothek – wird das Geld für weitere Projekte oder Intensivierung von bereits in der Entwicklung befindlichen Projekten verwendet.

### [Biblioteca Alexandrina – Library Shop](#)

Der Shop existiert seit 2002. Das ist auch das Jahr der Neueröffnung der Biblioteca Alexandrina.

Er wird betrieben von der Sales Unit, welches Teil der Bibliotheksverwaltung ist.

Der Shop ist ganz nach dem Leitbild der Bibliothek ausgerichtet und wird dementsprechend betrieben:

- The world's window on Egypt
- Egypt's Window on the world
- A leading institution of the digital age
- A center of learning, tolerance dialogue and understanding

Die Einnahmen des Shops fließen in den Bibliotheksetat, um spezielle Projekte zu finanzieren.

Sortiment:

- Publikationen der Biblioteca Alexandrina
- Bücher über Alexandria und Ägypten in Arabisch, Englisch, Französisch, Italienisch, Deutsch, Griechisch, etc.
- Ägyptische Souvenirs aus dem Alten und Neuen Ägypten

Die Idee einen Shop einzurichten kam von zwei Mitarbeiter, Mrs. Layla Abdel Hady und Ingy A. Gad, um die vier Hauptziele des Leitbildes in einer Art stationären Öffentlichkeitsarbeit zu verwirklichen und den Touristen der Bibliothek einiges zu bieten.

### [National Library of Australia Melbourne – Library Shop](#)

Der Bibliotheksshop der National Library of Australia befindet sich im Foyer der Bibliothek und ist vom Typ her eigentlich eher eine Buchhandlung mit einem Schwerpunkt auf Australiana. Des Weiteren werden hier Merchandising-Produkte sowie Publikationen der National Library verkauft. Neben dem stationären Handel gibt es auch einen Online-Shop.

### [State Library of New South Wales Sydney – Library Shop](#)

Der Bibliotheksshop der SLNSW, welcher seit 1988 existiert, ist eine Spezialhandlung für Australiana. Er gehört dem Library Council der New South Wales – einer staatlichen Einrichtung. Dieser Bibliotheksrat stellt auch das Personal für den Shop und organisiert alles in Abstimmung mit der Bibliothek.



Weitere beispielhafte Bibliotheksshops:

- [Carnegie Library of Pittsburgh, Library Shop](#)
- [Library of Congress, LoC Shop](#)
- [New York Public Library, Library Shop](#)
- [Trinity College Dublin, Library Shop](#)
- [British Library, Bookshop and Souvenir Shop](#)

## 6 Fazit

Generell lässt sich sagen, dass das Betreiben von Bibliotheksshops und Bibliothekscafés gute Zusatzeinrichtungen sind; in manchen Fällen – wie gezeigt – ist ein rentables Geschäft möglich, wovon auch die Bibliothek profitieren kann.

In den meisten Fällen jedoch dienen solche Einrichtungen eher „nur“ der Imageförderung und leisten somit nominell nur einen geringen Beitrag zur Haushaltskonsolidierung.

In Deutschland können in den meisten Fällen die Einnahmen nicht flexibel verwendet werden und somit ist kein wirtschaftlicher Betrieb möglich.

Die beispielhaften Bibliotheksshops und –cafés im Ausland sollten uns anregen, selbst innovativ und kreativ an solche Ideen heranzugehen, keine Scheu zu haben vor Aufwand und Umsetzung, denn – wie dargestellt – sind solche Zusatzeinrichtungen nicht nur da, um zusätzliche Mittel einzustreichen, sondern auch um einen engeren, intensiveren Kontakt zum Kunden herzustellen, ihn dauerhaft zu binden, um so das Image der Bibliothek weiter zu fördern.

## 7 Literaturverzeichnis

### 7.1 Monographien und Aufsätze

ABC des Buchhandels – Wirtschaftliche, technische und rechtliche Grundbegriffe für den herstellenden und verbreitenden Buchhandel. Würzburg: Lexika Verlag, 2001

Cartwright, Helen: Change in store? In: Library and Information Research (2004), 28. H. 88, S. 13-26

Coffman, Steve: What if you ran your library like a bookstore? In: American libraries (1998), 29, H. 3, S. 40-46

Compania Media (Hg.): Der Museumsshop. Positionen – Strategien – Sortimente. Ein Praxisführer. Bielefeld: transcript, 1999

Eugster, Christine: Museen – Organisation, Finanzierung und Betriebsgestaltung. Working paper de l'IDHEAP no 20/2000. Chavannes-près-Renens: IDHEAP, 2000

Gaststätte. Der Brockhaus multimedial, 2001

Handbuch Kulturmanagement: die Kunst, Kultur zu ermöglichen – Losebl.-Ausgabe. Stuttgart: Raabe, 1998

Hinze, Franz: Gründung und Führung einer Buchhandlung. Frankfurt am Main: Braumann, 2001

St. Lifter, Evan: What Public Libraries must do to survive. In: Library Journal (2001), 126, H. 6, S. 60-62

## 7.2 Internetquellen

Biblioteca Alexandrina – Library Shop

<http://www.bibalex.org/English/Bookshop/overview.htm>

(Zugriff: 20.06.2005)

Bookplate – Café der National Library of Australia

<http://www.bookplate.com.au>

(Zugriff: 14.06.2005)

Café Libretto –Bibliotheksgeschichtswissenschaften, Marburg

<http://www.uni-marburg.de/geschichte/Bibl/libretto.html>

(Zugriff am 14.07.2005)

Carnegie Library of Pittsburg – Library Shop

<http://www.store.yahoo.com/carnegielibraryofpittsburgh/about-the-collection.html>

(Zugriff: 07.06.2005)

Cartwright, Helen: Change in store? Dissertation. University of Sheffield

<http://dagda.shef.ac.uk/dissertations/2000-01/cartwright.pdf>

(Zugriff: 14.06.2005)

Gaststätte – Rechtslage in Deutschland

<http://de.wikipedia.org/wiki/Gastst%C3%A4tte>

(Zugriff: 14.06.2005)

Grundsätze zur Ausstattung von Öffentlichen Bibliotheken

<http://www.tub.tu-harburg.de/fs/>

(Zugriff: 07.06.2005)

Library of Congress – LoC Shop

<http://www.loc.gov/shop/>

(Zugriff: 07.06.2005)

HdM 2005: Haushaltskonsolidierung in Bibliotheken – Bibliotheksshops und Bibliotheksgastronomie

Los Angeles Public Library – Library Store

<http://www.ifla.org/cgi-bin/store/>

(Zugriff: 07.06.2005)

National Library of Australia – Library Bookshop

<http://www.nla.gov.au/nlashop.html>

(Zugriff: 07.06.2005)

New York Public Library – Library Shop

<http://www.thelibraryshop.org/info.html>

(Zugriff: 07.06.2005)

Roddenbery Memorial Library – Library Store

[http://www.rmlibrary.org/library\\_store.htm](http://www.rmlibrary.org/library_store.htm)

(Zugriff: 07.06.2005)

Stadtbibliothek Nürnberg – Zeitungs-Café Hermann Kesten

[http://www.stadtbibliothek.nuernberg.de/zentralbibliothek/zeitungs\\_cafe.html](http://www.stadtbibliothek.nuernberg.de/zentralbibliothek/zeitungs_cafe.html)

(Zugriff: 1115.06.2005)

State Library of New South Wales – Library Shop

<http://www.sl.nsw.gov.au/shop/>

(Zugriff: 07.06.2005)

Trinity College Dublin, Library Shop

<http://www.tcd.ie/Library/Shop/>

(Zugriff: 07.06.2005)

### 7.3 Persönliche Kontakte

Kari Afschar, Director of Retail Services, Library Store, Los Angeles Public Library, California - [kafschar@lapl.org](mailto:kafschar@lapl.org)

Karolina Dorndorf, Dipl.Bibl., Bibliothek Geschichtswissenschaften, Marburg - [dorndorf@ub.uni-stuttgart.de](mailto:dorndorf@ub.uni-stuttgart.de)

Astrid Engels, Dipl.Bibl., Stadtbibliothek Viersen - [Astrid.Engels@viersen.de](mailto:Astrid.Engels@viersen.de)

Ingy A. Gad, Head of Sales Unit, Biblioteca Alexandrina, Alexandria, Ägypten - [sales@bibalex.org](mailto:sales@bibalex.org)

Alan L. Kaye, Director, Roddenbery Memorial Library, Cairo, Georgia - [rml@rmlibrary.org](mailto:rml@rmlibrary.org)