

Uta Keite

Eine Bücherhalle auf zwei Beinen

Ehrenamtliche Medienboten bringen Hamburger Senioren und Behinderten die Bibliothek ins Haus

Bereits mehrfach preisgekrönt wurde ein noch junges Projekt der Bücherhallen Hamburg: Ehrenamtliche Medienboten bringen seit März 2007 älteren, hausgebundenen Personen, unabhängig davon, ob diese in den eigenen vier Wänden oder in einem Heim wohnen, Medien der Bücherhallen Hamburg kostenlos und regelmäßig in das private Umfeld. Auch institutionelle Kunden wie Seniorenwohnanlagen, Behinderteneinrichtungen oder Tagesstätten werden bedient, denn diese können komplette Medienkisten ausleihen oder einen Medienboten »buchen«, der dort vor Gruppen regelmäßig vorliest.

Rund 120 Medienboten – jung und alt, 75 Prozent Frauen, knapp die Hälfte Berufstätige – betreuen derzeit 250 Menschen: 160 einzelne Kunden und rund 90 Gruppenkunden in 16 Senioren- und Behinderteneinrichtungen. Die Ehrenamtlichen besuchen ihre Kunden, deren Durchschnittsalter bei 81 Jahren liegt, zuverlässig einmal monatlich nach vorheriger Terminabsprache und weisen sich mit einem offiziellen Medienboten-Ausweis aus. Sie bringen die zuvor bestellten Medien mit, nehmen neue Wünsche

Durch professionelle Fortbildungen wird eine hohe Arbeitsqualität der Zeitspender gewährleistet.

entgegen, lesen auf Wunsch vor und nehmen sich für jeden einzelnen Besuch viel Zeit.

Zur Kundenakquise haben die Bücherhallen Hamburg diverse aufeinander abgestimmte Maßnahmen aufgelegt: Neben einer intensiven Kontaktpflege zu Institu-

tionen (Seniorenheime, Sozialverbände, Behinderteneinrichtungen) arbeiten die Medienboten eng mit weiteren Dienstleistern zusammen, die bereits in Kontakt mit der Zielgruppe stehen und somit den Medienboten als »Türöffner« dienen (zum Beispiel Essen auf Rädern, Pflegedienste oder Hausärzte). Denn hausgebundene Menschen sind aufgrund ihrer Lage, ihres Alters und der fehlenden Perspektive oftmals misstrauisch und brauchen Vertrauensbrücken.

Ergänzend zu dieser systematischen Netzwerkarbeit unterstützen eine kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (lokal, regional, überregional), Plakate und Flyer in allen 37 Bücherhallen-Standorten sowie die Teilnahme an Wettbewerben das Projekt öffentlichkeitswirksam.

Ziele des Projektes

Der Medien-Lieferservice der Bücherhallen Hamburg verfolgt drei wesentliche Ziele: Er ermöglicht hausgebundenen Menschen nicht nur den Zugang zu Bibliotheksdienstleistungen und die Teilhabe an Kultur, sondern weit wichtiger ist, dass mit dieser Dienstleistung die Integration und Lebensqualität älterer, nicht (mehr) mobiler Menschen erheblich gesteigert und der Einsamkeit effektiv vorgebeugt werden kann.

Und mit den Medienboten wird bei den Bücherhallen Hamburg das politisch geforderte und gesellschaftlich notwendige bürgerschaftliche Engagement passgenau und strategisch sinnvoll ermöglicht – be-



Die Medienboten bringen die zuvor angeforderten Medien mit, nehmen neue Bestellungen entgegen und lesen auf Wunsch vor. Foto: Krim Grüttner



Für ihr Projekt »Die Medienboten« wurde Uta Keite (linkes Bild) von den Bücherhallen Hamburg beim Bundeswettbewerb »Generationendialog in der Praxis – Bürger initiieren Nachhaltigkeit« mit einem »Leuchtturm« ausgezeichnet – ebenso die Leiterin der Gemeindebücherei in Westoverlingen, Susanne Brandt, für ihr »Egon-Naturgeschichtenprojekt«. Siehe hierzu auch den Info-Kasten auf Seite 638.

Fotos: Rat für Nachhaltige Entwicklung

sonders reizvoll ist für viele ehrenamtliche Zeitspender die kulturell-soziale Kombination.

Medien und Personal

Zur Abwicklung des Projektes wurde in einer Stadtteilbibliothek ein Sonderbestand mit 3 000 Medien, darunter 1 800 Hörbücher, aufgebaut, sodass es durch die Ausleihen der Medienboten-Kunden nicht zu Engpässen im normalen Bücherhallen-Bestand kommen kann – insbesondere die Hörbücher haben eine sehr hohe Absenzquote. Außerdem haben diese Medien keine Fristbeschränkung. Zur Auswahl der Medien erhält jeder Kunde und jeder Ehrenamtliche einen eigenen Katalog des Bestandes.

Seit 2007 ist mit Gerhard Kessel eine hauptamtliche Projektleitung mit 30 Wochenstunden tätig – er hat diese Idee gemeinsam mit der Bücherhallen-Direktion entwickelt und das Projekt lange Zeit zunächst ehrenamtlich betreut.

Qualitätsmanagement

Permanente Qualitätskontrollen sind selbstverständlich: Einkauf der Medien, Buchhaltung sowie Marketing und Fundraising durch bibliothekarisches Fachpersonal, sorgfältige Auswahl der Ehrenamtlichen durch die hauptamtliche Projektleitung (individuelle Einstellungsgespräche, dabei konsequente Ablehnung nicht geeigneter Bewerber), Beschäftigungsverträge, die Rechte und Pflichten beider Seiten regeln, sowie die Kontrolle, dass die Besuche regelmäßig erfolgen.

Durch professionelle Fortbildungen wird eine hohe Arbeitsqualität der Zeitspender gewährleistet: Mehrmals im Jahr werden Seminare zu »Vorlesen lernen«, »Literatur« (Klassiker, Neuerscheinungen, Biografien, Literaturgeschichte, Internetrecherche et cetera), aber auch im Bereich »Kommunikation mit älteren Menschen« oder »Demenz« angeboten. Ergänzend

dazu gibt es monatliche Treffen zum Erfahrungsaustausch – und selbstverständlich auch gesellige Veranstaltungen wie Sommerfeste oder Weihnachtsfeiern.

Als »Gegenleistung« für das bürgerschaftliche Engagement erhalten die Ehrenamtlichen eine kostenlose Bücherhallen-Kundenkarte (45 Euro). Außerdem werden die Fahrtkosten erstattet, und für jeden Ehrenamtlichen wird eine Unfall- und Haftpflichtversicherung abgeschlossen – alle diese Bausteine zusammen sind unverzichtbare Bestandteile der Anerkennungskultur.

Finanzierung

Es war den Bücherhallen Hamburg von Anfang an wichtig, das bürgerschaftliche Engagement strikt vom bibliothekarischen Hauptamt zu trennen und damit zu verdeutlichen, dass bibliothekarische Aufgaben nur durch qualifiziertes, bezahltes Fachpersonal zu leisten sind. Daher wurde für dieses Projekt gezielt ein

neuer Rechtsträger – die gemeinnützige Bücherhallen Medienprojekte GmbH – gegründet.

Durch diese Organisationsform wurde auch die Akquise von Drittmitteln erheblich erleichtert – denn wer spendet schon

Zur Abwicklung des Projektes wurde in einer Stadtteilbibliothek ein Sonderbestand mit 3 000 Medien, darunter 1 800 Hörbücher, aufgebaut.

einem Unternehmen wie den Bücherhallen Hamburg mit einem Jahresumsatz von fast 30 Millionen Euro die Summe von 5 000 oder 10 000 Euro für eine einzelne Dienstleistung? Diese Gründung hat sich ausgezahlt: Das Projekt konnte sich in der bis Ende Februar 2009 laufenden zweijährigen Pilotphase durch die Unterstützung zahlreicher Förderer und Kooperationspartner (unter anderen Stiftungen, Bauge nossenschaften, Unternehmen sowie eine Großspende der ARD-Fernsehlotterie) komplett selbst finanzieren – insgesamt kam ein Betrag von rund 180 000 Euro zusammen.

Nach dem Auslaufen der Pilotphase wird aber derzeit nur noch mit erheblich geringeren Drittmitteln gerechnet, da viele Geldgeber Projekte nur in der Startphase fördern. Zwar ist die Finanzierung der gGmbH aufgrund der für 2009/2010 zugesagten Förderung durch die Hamburger Behörde für Kultur, Sport und Medien zur Hälfte gesichert, die übrigen 50 Prozent müssen aber weiterhin extern akquiriert werden, um das Projekt weiterentwickeln zu können – eine zeitintensive, anspruchsvolle Tätigkeit.

Auszeichnungen und besondere Kooperationen

Die Medienboten beteiligen sich bewusst an einer Vielzahl von Wettbewerben, denn die damit verbundene Medienre-



Uta Keite, Diplom-Bibliothekarin und Diplom-Kulturmanagerin, ist seit März 2008 Referentin der Direktion der Bücherhallen Hamburg. Zuvor jeweils mehrjährige Tätigkeiten

als Leiterin der Stadtbibliothek Georgsmarienhütte (Niedersachsen), Korrespondentin einer bundesweiten Fachzeitung für Hotellerie und Gastronomie, Geschäftsführerin von New Generation (gemeinnützige Kultur- und Bildungseinrichtung für Menschen ab 50) sowie Redakteurin und Pressereferentin in einem Hamburger Redaktionsbüro. Uta Keite, Jahrgang 1966, Mutter von vier Töchtern, engagiert sich ehrenamtlich im Sozial- und Bildungsbereich. – Kontakt: uta.keite@buecherhallen.de

sonanz – und mit Glück ein Preisgeld – lohnt die zeitintensive Bewerbungsprozedur.

Bereits 2006 gewannen die Medienboten den »start art«-Wettbewerb der Hamburgischen Kulturstiftung: Preis war die kostenlose 50-stündige Beratung durch eine im Ehrenamtsbereich erfahrene Expertin, durch die die Implementierung des Medienboten-Projektes professionell unterstützt wurde.

Seit April 2008 sind die Medienboten ein vertraglich fixiertes Corporate Volunteering-Projekt der Montblanc International GmbH: Mehrere Mitarbeiterinnen des Unternehmens engagieren sich als Medienbotinnen. Dafür wurde Montblanc im Oktober 2008 in der Kategorie »Mittleres Unternehmen« mit dem Deutschen Kulturförderpreis ausgezeichnet – verbunden war damit auch ein bundesweites Medienecho für die Medienboten.

Der jüngste Erfolg: Die Medienboten wurden beim bundesweiten Wettbewerb »Generationendialog in der Praxis – Bür-

Nach dem Auslaufen der Pilotphase wird aber derzeit nur noch mit erheblich geringeren Drittmitteln gerechnet, da viele Geldgeber Projekte nur in der Startphase fördern.

ger initiieren Nachhaltigkeit« (siehe Info-Kasten auf Seite 638) als »Leuchtturmprojekt« prämiert.

Und Ende Oktober 2009 werden die Medienboten ihre Auszeichnung als »Ausgewählter Ort im Land der Ideen« in der Veranstaltungsreihe »365 Orte im Land der Ideen« unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten im Rahmen eines Lesefestes entgegen nehmen.

Zehn gute Gründe für die Fortsetzung

Die Medienboten entwickelten sich in den vergangenen zwei Jahren zu einem wichtigen Praxisfeld der Bücherhallen Hamburg, denn sie sind

- gesellschaftlich dringend notwendig, da aufgrund des demografischen Wandels die Zahl potenzieller Kunden ständig weiter steigen wird
- eine zusätzliche Dienstleistung der Bücherhallen, die aufgrund des Engagements der Zeitspender mit einem vertretbaren Aufwand realisierbar ist und sich anderweitig nicht finanzieren ließe, somit schlicht nicht existent wäre
- ein vorbildliches Projekt bürgerschaft-

lichen Engagements, das von den Bücherhallen ausdrücklich gefördert und mit zusätzlichen Ehrenamtsprojekten ausgebaut werden soll

- ein Beispiel für die Kompatibilität von Haupt- und Ehrenamt
- ein Beweis, dass Ehrenamt Hauptamt schafft, gleichzeitig aber auch ein Signal an die Politiker, dass Ehrenamt nicht umsonst zu haben ist
- ein äußerst wirkungsvolles Marketinginstrument, mit dem es gelingt, positive Resonanz in der Öffentlichkeit sowie der örtlichen, regionalen und überregionalen Presse zu generieren
- ein Türöffner für neue Kooperationsmöglichkeiten und Projekte, insbesondere

renamtssektor mittlerweile schätzen und anfragen

Der Medienlieferservice soll systematisch ausgeweitet werden, was bis zu einem gewissen Grad aufgrund der großen Zahl

Die Medienboten entwickelten sich in den vergangenen zwei Jahren zu einem wichtigen Praxisfeld der Bücherhallen Hamburg.

der zur Verfügung stehenden Zeitspender (es gibt Wartelisten) noch nahezu kostenneutral und ohne weiteren hauptamtlichen Stellenzuwachs zu verwirklichen



Wichtig bei den Hausbesuchen: Die Ehrenamtlichen nehmen sich für jeden Kunden viel Zeit.

Foto: Nicola Eisenschink

im sozial-kulturellen Sektor

- ein ideales Projekt, um die vielfältigen Talente sowie innovativen Ideen und Anregungen der Ehrenamtlichen, die als professionelle Bücherhallen-Botschafter agieren, für die Bücherhallen zu nutzen
- eine gutes Argument, um die Diskussion über den von der Politik immer wieder geforderten Einsatz von Ehrenamtlichen in bibliothekarischen Fachaufgaben zu beenden (»Wer schon eine Vielzahl an Ehrenamtlichen beschäftigt, kann das nicht auch noch in den Bibliotheken tun.«)
- ein Impulsgeber für Dritte, welche die Fachkompetenz der Bücherhallen im Eh-

ist. Auch gewährleistet das dichte Netz der Bücherhallen einen weiter wachsenden innerbetrieblichen Leihverkehr der Medienboten-Medien ohne höheren Finanzbedarf. Langfristig aber wird die jetzige 30-Stunden-Stelle wohl nicht mehr ausreichen.

Die Bücherhallen Hamburg werden sich weiter dafür einsetzen, Ehrenamt fördernde Strukturen zu festigen, zu vernetzen und auszuweiten und mit bürgerschaftlich Engagierten passgenaue Angebote für unterschiedliche Zielgruppen neu zu entwickeln. Kurz: Ehrenamt ja bitte. Und gerne mehr davon. ◀