

Strategie der Schweizerischen Bibelgesellschaft 2012 – 2016

Übergeordnetes Ziel:

Die Schweizerische Bibelgesellschaft (SB) unterstützt und fördert die weltweite Übersetzungs- und Verbreitungsarbeit innerhalb des Weltbundes der Bibelgesellschaften. Bis zum Jahre 2016 soll die weltweite bibelgesellschaftliche Arbeit mit einem jährlichen Beitrag von CHF 500'000.00 unterstützt werden können.

Für die einzelnen Arbeitsbereiche der SB hat der Vorstand gemeinsam mit der GL verschiedene Massnahmen zur Erreichung dieses übergeordneten Zieles festgelegt. Unter anderem sind dies:

Vorstand: Gründung eines Patronatskomitee (PAKO)

Die SB gründet ein PAKO mit Personen, die bereit sind, mit ihrem guten Namen für die SB einzustehen und so dazu beitragen, dass längerfristig das Spendeneinkommen der SB gesteigert werden kann.

Bibelverkauf: Der Verkauf kommt in die Gewinnzone und trägt längerfristig zur Deckung der strukturellen Kosten in der SB bei.

Produkte-Entwicklung: Herausgabe einer deutschsprachigen Bibel für orthodoxe Christen

Bibelmission: Unterwegs in den Kirchgemeinden und im Internet

Roll-Ups (Stellwände) für Kirchgemeinden entwickeln mit dem Ziel, das Interesse an der Arbeit der SB zu wecken und so neue Spenderinnen und Spender zu akquirieren. Gleichzeitig soll mit Roll-Ups ein konkretes Projekt vorgestellt werden, an welchem die SB beteiligt ist.

Mit einem Internet-Blog zur Bibel (Neuerscheinungen, Kommentar zu einer Übersetzung, Hilfen für Bibelarbeiten etc.) diejenigen Menschen ansprechen, die sich im Internet orientieren.

Fundraising: Mit Kreativität zu neuem Spendeneinkommen, d.h.:

- Gewinnung von Neuspenderinnen (s/auch Patronatskomitee und Bibelmission)
- Fundraising bei Stiftungen und Firmen aufbauen
- Spender überzeugen sich persönlich davon, was ihr Engagement bewirkt (Projektreisen)

Kommunikation/Marketing/Zeitschrift: Schärfung des Profils

Um die Arbeit der SB besser bekannt zu machen, werden alle Kommunikationskanäle genutzt. Sowohl unsere Zeitschrift „die Bibel aktuell“, resp. „la Bible aujourd’hui“, der Internet- und Facebook-Auftritt, die eigenen Bibel-Apps und der Newsletter verfolgen ein Ziel: Das Profil der SB bis im Jahre 2016 so zu schärfen, dass der Name „Schweizerische Bibelgesellschaft“ gleichgesetzt wird mit: „Die NPO, die sich für die weltweite Bibelübersetzung und Bibelverbreitung einsetzt.“

Die Strategie leitet sich ab aus Statuten und Leitbild der SB, das heisst:

Statuten Art. 2 Zweck:

Die SB unterstützt und fördert die Übersetzung, Herstellung und Verbreitung von Bibeln, Bibelteilen und biblischer Literatur im In- und Ausland. Sie engagiert sich dafür, die Bibel in verständlichen, modernen und den Bedürfnissen angepassten Formen zu den Menschen zu bringen.

Leitbild Punkt 1.2:

Die SB weckt und fördert auf verschiedene Arten das Verständnis für ihre Arbeit, damit die Bibel allen Menschen in ihrer Muttersprache zugänglich gemacht werden kann. Sie bietet ihr Fachwissen, ihre Dienstleistungen und Erfahren allen interessierten Kreisen an.

Leitbild Punkt 1.4

Die SB betreibt eine aktive Spendenwerbung und bittet um Gaben, Kollekten und Legate. Sie entwickelt entsprechendes Informations- und Werbematerial und verbreitet es.

Die Strategie wurde vom Vorstand der Schweizerischen Bibelgesellschaft anlässlich der ordentlichen Vorstandssitzung vom 24. Januar 2012 in der dritten Lesung verabschiedet.