

ZIELE	AKTIVITÄTEN	INDIKATOREN / AUSWERTUNG VON ZIELEN UND ERGEBNISSEN	RISIKEN UND HYPOTHESEN
ZIEL 1 VERANSTALTUNGEN RUND UMS LESEN ANBIETEN		700-900 VERANSTALTUNGEN WERDEN JEDES JAHR IN 8-12 KANTONEN MIT 2 BUSSEN, FAHRÄDERN, KISTEN IM ZUG USW. VON 15-20 MITARBEITERN MIT 4-5 VZÄ DURCHGEFÜHRT.	
UNTERZIEL 1.1 Jährlich werden zwischen 700 und 900 Veranstaltungen durchgeführt, wobei ein Gleichgewicht zwischen den Kantonen und zwischen den Sozial-, Bildungs- und Kulturpartnern besteht.	<ul style="list-style-type: none"> • Kontakt zu potenziellen Partnern • Planung von Veranstaltungen • Einteilung der Mitarbeitenden auf Veranstaltungen • Durchführung von Veranstaltungen • Analyse der Statistiken und mögliche Verbesserungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltungen werden durchgeführt • Die Zielgruppe ist anwesend und zufrieden • Der Partner ist zufrieden • Die Mitarbeitenden sind zufrieden • Die Veranstaltungen sind abwechslungsreich 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitmangel bei der Suche nach neuen Partnerschaften • Mangel an Personal, Mangel an Flexibilität des Personals • Ungleichgewicht zwischen Regionen oder Typen von Partnerschaften
UNTERZIEL 1.2 Die meisten Veranstaltungen finden in periurbanen und ländlichen Gebieten, in benachteiligten Stadtteilen und entlang der Sprachgrenzen statt.	<ul style="list-style-type: none"> • Kontakt zu ausgewählten Partnern • Schulung der Mitarbeiter in Zweisprachigkeit und interkultureller Arbeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokalisierung der Veranstaltungen • Anzahl der durchgeführten Schulungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Andere Partner mobilisieren unsere Ressourcen • In diesen Regionen fehlt es an finanziellen Ressourcen.
UNTERZIEL 1.3 Der Verein ist in einer 3. Sprachregion (Tessin oder Graubünden) tätig.	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktaufnahme mit potenziellen Partnern in diesen beiden Kantonen • Bildung eines neuen Teams 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl der Kontakte in diesen beiden Kantonen • Durchführung von Veranstaltungen in diesen beiden Kantonen 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitmangel für die Suche von Kontakten • Mangel an Interesse in den Zielkantonen

<p>ZIEL 2 Bewahrung/Akquisition eines qualitativ hochwertigen Buchbestandes</p>		<p>300-500 BÜCHER WERDEN JEDES JAHR GEKAUFT, EIN DRITTEL DAVON IN FREMDSPRACHEN. 100-300 BÜCHER WERDEN JEDES JAHR VON UNKRAUT BEFREIT. DER BESTAND WÄCHST, MIT DEM ZIEL EINES 3. BUSSES.</p>	
<p>UNTERZIEL 2.1 Alte oder beschädigte Bücher werden von aussortiert und ersetzt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Jährliche Aussortierung (10%) Regelmässiger Unterhalt der Bücher (Waschen, Reparatur) 	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl der aussortierten Bücher Zeit für Reinigung und Reparatur 	<ul style="list-style-type: none"> Mangel an HR-Ressourcen Mangel an Finanzierung Ziellose Einkäufe
<p>UNTERZIEL 2.2 Der Bestand an Büchern für 12- bis 25-Jährige ist umfangreich und von guter Qualität, ähnlich wie der Bestand für 0- bis 12-Jährige.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kauf und regelmässige Ausstattung mit Neuerscheinungen Suche nach geeigneten Büchern 	<ul style="list-style-type: none"> Anzahl der gekauften und ausgestatteten Bücher für jedes Alter Die gekauften Bücher werden gelesen Die 12- bis 25-Jährigen besuchen die Veranstaltungen und bleiben vor Ort. 	<ul style="list-style-type: none"> Ideale Bücher gibt es nicht Ziellose Einkäufe
<p>UNTERZIEL 2.3 Der Bestand an fremdsprachigen Büchern wird regelmässig erweitert und verbessert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Regelmässiger Kauf von Neuheiten Reisen um Fachbuchhandlungen zu besuchen 	<ul style="list-style-type: none"> Die Bücher in den Fremdsprachen sind vielfältig und von hoher Qualität. Die Zielgruppe findet Bücher in ihrer Muttersprache. 	<ul style="list-style-type: none"> Die Bücher sind nicht in allen Sprachen von gleicher Qualität und Zugänglichkeit.

<p>ZIEL 3 VERANSTALTUNGEN UND ANIMATIONS-MATERIAL ANBIETEN, DIE AUF DAS JEWEILIGE ZIEL-PUBLIKUM ZUGESCHNITTEN SIND.</p>	<p>DIE ANIMATOR:INNEN VERFÜGEN ÜBER VERSCHIEDENE KOMPETENZEN UND WERKZEUGE, UM MIT UNTERSCHIEDLICHEN ZIELGRUPPEN ZU ARBEITEN (LESER, NICHT-LESER, FAMILIEN, SCHULEN, FREMDSPRACHIGE, JUGENDLICHE UND JUNGE ERWACHSENE USW.).</p>		
<p>UNTERZIEL 3.1 Das Angebot ist für die Partner klar (Erstellung und Aktualisierung eines Katalogs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entwurf eines Aktivitätenkatalogs • Druck und Bereitstellung des Katalogs auf unserer Website • Regelmässige Aktualisierung des Katalogs • Verbreitung des Katalogs unter den Partnern 	<ul style="list-style-type: none"> • Der Katalog existiert • Es wird verwendet • Es ist auf dem neuesten Stand, in Papierform und auf unserer Website. 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Zeit reicht nicht aus, um diese Arbeit gut zu erledigen • Der Katalog ist zu anspruchsvoll und einigen Mitarbeitern fehlen die Ressourcen, um ihn zu erfüllen. • Der Katalog ist zu starr und die Veranstaltungen verlieren an Spontaneität.
<p>UNTERZIEL 3.2 Der Verein bietet qualitativ hochwertige Schulaktivitäten rund um das Lesen und die Mehrsprachigkeit an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung vorhandener pädagogischer Dossiers • Entwicklung von zwei neuen Dossiers pro Jahr • Weiterbildung der Mitarbeiter • Durchführung von Veranstaltungen für Schulen 	<ul style="list-style-type: none"> • Dossiers existieren • Neue Dossiers werden angelegt • Anzahl der Veranstaltungen • Das Personal ist geschult 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Zeit reicht nicht aus, um neue Dossiers zu erstellen • Zu viele Schulen wenden sich an uns und es fehlt uns die Zeit für andere Partner.
<p>UNTERZIEL 3.3 Der Verein bietet spezielle Aktivitäten für allophone Personen und Asylbewerberzentren an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aufnahmen von Lesungen in den verschiedenen Migrationssprachen • Produktion der aufgezeichneten Lesungen in Audio- und Videoformat • Übersetzung von Visual Novels in die Sprachen der UMA (unbegleitete minderjährige Asylsuchende) • Produktion von Podcasts in leichtem Französisch und in HSK • Schaffung von spezifischen Veranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Jährlich werden 50 Lesungen in 8-10 Sprachen aufgezeichnet. • Bereitstellung von Tablet-PCs und Kopfhörern • Übersetzung von Visual Novels in 6-8 Sprachen • Produktion von 10 Französisch-Podcasts A1, A2, B1 und 3 HSK-Podcasts pro Jahr • Veranstaltungen finden statt • Die Mitarbeiter werden geschult 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Ressourcen (Finanzen, Personal) • Mangelnde Resonanz und Interesse der Asylunterkünfte • Unangemessene Inhalte

<p>UNTERZIEL 3.4 Der Verein bietet spezielle Aktivitäten für Familien an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassung der Schulaktivitäten für Familien mit Spielen und interaktiven Ausstellungen (QR-Codes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Aktivitäten werden angepasst • Das Personal ist geschult 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Ressourcen (Finanzen, Personal)
<p>UNTERZIEL 3.5 Der Verein bietet spezielle Aktivitäten für 12- bis 25-Jährige an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl an geeigneten Büchern • Einrichtung einer speziellen Bereich • Bereitstellung von digitalem Material • Digitale Erweiterungen (QR-Codes) • Produktion von Visual Novels 	<ul style="list-style-type: none"> • Bücher werden gekauft • Ein Bereich ist eingerichtet • Digitale Paravents ?? werden erstellt • QR-Code-Fortsetzungen werden erstellt • Mindestens 2 Visual Novels werden jedes Jahr produziert. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Ressourcen (Finanzen, Personal) • Inhalte sind inadäquat
<p>UNTERZIEL 3.6 Der Verein bietet themenspezifische Veranstaltungen für Spezialwochen und diverse Anlässe an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entwurf eines Angebots für Themenwochen • Kalender möglicher Festivals und besonderer Anlässe (Bibloweekend, Erzählnacht usw.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Model existiert • Der Kalender existiert und wird aktualisiert • Potenzielle Partner werden kontaktiert 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangelndes Interesse von potenziellen Partnern • Mangelnde Verfügbarkeit von Mitarbeitern

ZIEL 4 VERBESSERUNG DER KOMPETENZEN VON ERWACHSENEN BEI DER VERMITTLUNG VON LESEFREUDE UND DER PRAXIS DER MEHRSPRACHIGKEIT		IN ZUSAMMENARBEIT MIT BIBLIOTHEKEN, PHS UND FRANZÖSISCHKURSEN FÜR MIGRANTEN BIETET BAIN DE LIVRES / BÜCHERBAD SCHULUNGEN FÜR ELTERN, LEHRPERSONEN UND FRANZÖSISCHLERNENDE AN.	
<p>UNTERZIEL 4.1 Der Verein trägt dazu bei, die Fähigkeiten der Eltern bei der Vermittlung von Lesefreude und Mehrsprachigkeit zu verbessern.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Informations-/Diskussionsangebots für Eltern in Zusammenarbeit mit Bibliotheken, Quartierzentren usw. • Einführung von kleinen Fortbildungsveranstaltungen, die in unsere Veranstaltungen «Né pour lire» integriert sind 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Partner werden kontaktiert • Das Angebot ist klar und von hoher Qualität • Die Schulungen finden statt 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenzielle Partner sind nicht interessiert • Eltern nehmen nicht teil
<p>UNTERZIEL 4.2 Die Vereinigung trägt zur Verbesserung der Kompetenzen von Lehrpersonen bei der Vermittlung von Lesefreude und Mehrsprachigkeit bei.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines Angebots für neue Lehrpersonen • Entwicklung eines Weiterbildungsangebots für aktive Lehrpersonen 	<ul style="list-style-type: none"> • Die PH/FH von FR, VD, BENEJU, VS, NW werden kontaktiert. • Zusammenarbeit kommt zustande • Schulungen werden für neue Lehrpersonen und in Form von Fortbildungen durchgeführt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenzielle Partner sind nicht interessiert • Die Zusammenarbeit erfordert zu viele Ressourcen (Zeit, Energie, Finanzen).
<p>UNTERZIEL 4.3 Der Verein trägt zur Verbesserung der Kompetenzen erwachsener Französischlernender bei, indem er die Freude am Lesen vermittelt und die Mehrsprachigkeit praktiziert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines spezifischen Angebots (Kurse und Podcasts) • Werbung für dieses Angebot • Schulung der Mitarbeiter:innen 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot ist vorhanden (Kursmaterial, Podcasts in leichtem Französisch und in HSK). • Mitarbeiter:innen werden geschult • Angebot wird genutzt 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenzielle Partner sind nicht interessiert • Zusammenarbeit erfordert zu viele Ressourcen (Zeit, Energie, Finanzen). • Angebot an Podcasts ist nicht bekannt.

<p>ZIEL 5 ENTWICKLUNG DES ANGEBOTS AN KULTURELLEN UND TRANSMEDIALEN INHALTEN, DIE FÜR ALLE ZUGÄNGLICH SIND UND DIE DIE HEUTIGE VIELFÄLTIGE SCHWEIZ REPRÄSENTIEREN.</p>		<p>3 PODCASTS «KULTURKAPSEL», 3 AUSGABEN DER ZEITSCHRIFT «LE PLOUF» AUF FRANZÖSISCH UND 1 AUF DEUTSCH, 10 LEICHT ZU HÖRENDE PODCASTS, 3 PODCASTS IN 10-12 SPRACHEN ÜBERSETZT, 50 VORLESEVIDEOS IN 8-10 SPRACHEN, 2 VISUAL NOVELS, 1-2 AUSSTELLUNGEN WERDEN JÄHRLICH PRODUZIERT</p>	
<p>Unterziel 5.1 Der Verein produziert 3 Exemplare seiner Zeitschrift «Le Plouf» pro Jahr. 1 Exemplar pro Jahr wird ins Deutsche übersetzt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Teamsitzungen • Verfassen und Korrektur der Texte • Layout und Druck • Vertrieb 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitschriften werden gedruckt und verteilt • die Artikel sind von hoher Qualität • Die Zeitschrift ist das Ergebnis von Teamarbeit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht alle Mitarbeiter:innen nutzen die Ressource. • die Zeitschrift findet nicht ihr Publikum
<p>Unterziel 5.2 Der Verein produziert Podcasts mit «Kulturkapseln», die die heutige pluralistische Schweiz erklären.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche und Verfassen • Aufnahme und Schnitt • Ausstrahlung 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 Kulturkapseln werden jedes Jahr produziert • Sie stehen auf den wichtigsten Hörplattformen zur Verfügung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte sind inadäquat • Angebot an Podcasts ist nicht bekannt.
<p>Unterziel 5.3 Der Verein produziert Videos und MP3-Audios von Kinderbüchern, die in den Sprachen der Migration vorgelesen werden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kauf von Büchern • Anstellen der Lektor:innen • Bearbeitung und Vertonung 	<ul style="list-style-type: none"> • 50 Videos in 8-10 Sprachen werden jedes Jahr hochgeladen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Ressourcen (Finanzen, Personal)
<p>Unterziel 5.4 Der Verein produziert leicht hörbare Podcasts für Migrant:innen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Suche nach Themen • Verfassen und Aufnehmen • Bearbeiten und online stellen • Werbung für das Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 «leicht zu hörende» Podcasts werden jedes Jahr produziert. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inhalte sind inadäquat • Das Angebot an Podcasts ist nicht bekannt.
<p>Unterziel 5.5 Der Verein übersetzt eine Auswahl der einfach zu hörenden Podcasts in die wichtigsten Migrationssprachen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einsatz von Dolmetscher/Lektor:innen • Übersetzung von Texten • Bearbeitung und Vertonung • Werbung für das Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 Podcasts werden jedes Jahr in 10-12 Sprachen übersetzt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Ressourcen (Finanzen, Personal) • Inhalte sind inadäquat • Das Angebot an Podcasts ist nicht bekannt.

<p>Unterziel 5.6 Die Organisation erstellt Visual Novels für 12- bis 25-Jährige, die in die Sprachen der UMA übersetzt werden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Produktion von Novels (Drehbuch, Zeichnungen, Erzählung usw.). • Übersetzung von Texten • Werbung für das Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> • Jedes Jahr werden 2 neue Visual Novels geschaffen. • Visual Novels werden in die Hauptsprachen der UMA übersetzt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Ressourcen (Finanzen, Personal) • Inhalte sind inadäquat • Das Angebot ist nicht bekannt
<p>UNTERZIEL 5.7 Für Jugendliche von 12 bis 25 Jahren und für Familien kreiert der Verein multimediale Ausstellungen, die während der Veranstaltungen zur Verfügung stehen (siehe Ziel 3).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe 3.4 und 3.5 	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe 3.4 und 3.5 	

ZIEL 6 STÄRKUNG DER IDENTITÄT VON BAIN DE LIVRES / BÜCHERBAD		DIE IDENTITÄT VON BAIN DE LIVRES / BÜCHERBAD IST KLAR, AUCH OHNE DEN BUS. DIE MITARBEITENDEN WISSEN, WAS UND WIE SIE KOMMUNIZIEREN MÜSSEN. DIE VERSCHIEDENEN TRANSMEDIALEN RESSOURCEN WERDEN SINNVOLL EINGESETZT.	
UNTERZIEL 6.1 Der Verein erstellt einen Kommunikationsplan	<ul style="list-style-type: none"> • Schreiben des Konzepts (Ziele, Zielgruppen, Hauptbotschaften, Kommunikationsachsen, Plan) • Umsetzung • Jährliche Auswertung und Neudefinition 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Konzept existiert • Es wird regelmässig konsultiert und aktualisiert. • Die Mitarbeiter:innen wissen, was und wie sie kommunizieren müssen • Bain de livres / Bücherbad wird als mehrsprachiger Verein zur Förderung des Lesens und der Freude am Lesen wahrgenommen (Identität ohne das Bus-Tool). 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Konzept wird nicht befolgt • Kommunikation erfolgt nur in Einzelfällen
UNTERZIEL 6.2 Die Website ist eine Inhaltsseite, ein Ort, an dem alle Aktionen zentralisiert werden.	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmässige Aktualisierung und Unterhalt der Website • Stermatische??? Weiterleitung der gesamten Kommunikation auf die Website • Schulung der Mitarbeiter:innen für die Nutzung der Website in den Animationen 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Website ist auf dem neuesten Stand • Anzahl der Besuche pro Monat • Anzahl der Ausbildungstage 	<ul style="list-style-type: none"> • Die Mitarbeiter:innen sind nicht bereit, sich auf den neuesten Stand zu bringen und die Technologie zu nutzen. • Die Website ist aus Zeitmangel nicht aktuell.
UNTERZIEL 6.3 Soziale Netzwerke werden sinnvoll genutzt	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines Publikationskalenders • Erstellung eines Plans für Publikationen (Nachrichten, Schwerpunkte, Zielpublikum, Ziele) 	<ul style="list-style-type: none"> • Soziale Netzwerke werden intelligent genutzt • Die Publikationen sind vielfältig: Angebote, Rückmeldungen zu Veranstaltungen und diverse Inhalte. • Anzahl der Follower und Interaktionen 	<ul style="list-style-type: none"> • Der Kalender und der Plan werden nicht eingehalten. • Die gewählten Schwerpunkte sind unpassend. • Wenig Interaktion

<p>UNTERZIEL 6.4 Mitglieder und Geldgeber/Partner werden regelmässig informiert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Versand eines Newsletters 4- bis 8-mal pro Jahr Personalisiertes Mailing • Versand des Jahresberichts und des Le <i>Plouf</i> per Post 	<ul style="list-style-type: none"> • Anzahl von Newslettern • Anzahl der Papiersendungen • Anzahl der Mailings • Rücksendungen, Öffnungsraten usw. • Anzahl der neuen und treuen Mitglieder 	<ul style="list-style-type: none"> • Partner und Geldgeber sind nicht an unseren Sendungen interessiert (schlecht ausgerichtet, zu häufig, etc.).
<p>ZIEL 7 SCHAFFUNG EINER KLAREN STRUKTUR AUF DER GRUNDLAGE EINES AGILEN FÜHRUNGSMODELLS</p>		<p>JEDER MITARBEITENDE HAT SEIN EIGENES PFLICHTENHEFT. DAS ORGANIGRAMM ENTHÄLT ARBEITSGRUPPEN, IN DENEN SICH DIE MITARBEITER:INNEN ENGAGIEREN. DIE ZUSAMMENARBEIT WIRD GEFÖRDERT UND WICHTIGE ENTSCHEIDUNGEN WERDEN EINVERNEHMLICH GETROFFEN.</p>	
<p>ZIEL 7.1 Bain de livres / Bücherbad hat eine klare Struktur, die sowohl intern als auch extern gut bekannt ist und auf einem agilen Führungsmodell basiert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmässige Durchführung von Ausbildungstagen, Intervention und Co-Working (2- bis 4-mal pro Jahr) • Erstellung von Pflichtenheften für alle Mitarbeiter:innen • Jährliche Beurteilungsgespräche für Mitarbeiter:innen auf Monatsbasis • Bildung von Arbeitsgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Organigramm ist auf dem neuesten Stand • Die Spezifikationen sind auf dem neuesten Stand • Teil- und Teamsitzungen finden regelmässig statt (mindestens 2 Teamsitzungen pro Jahr, 3 bis 4 Sitzungen pro Jahr für jede Arbeitsgruppe). • Die Mitarbeiter:innen engagieren sich 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an Klarheit und einer gemeinsamen Vision • Mangelnde Akzeptanz bei einigen Mitarbeiter:innen • «Natürliche» Tendenz zur Rückkehr einer vertikalen Hierarchie

ZIEL 8 BEITRAG ZU DEN ZIELEN DER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG DES BUNDES		DER VEREIN VERBESSERT DIE CHANCENGLEICHHEIT UND DEN SOZIALEN ZUSAMMENHALT; ER TRÄGT ZU NACHHALTIGEN KONSUM- UND PRODUKTIONSMUSTERN BEI; ER IST IN DEN BEREICHEN KLIMA, ENERGIE UND BIODIVERSITÄT AKTIV.	
ZIEL 8.1 Bain de livres / Bücherbad verbessert die Chancengleichheit und den sozialen Zusammenhalt (Bereich 1)	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivitäten zur Förderung des Lesens in benachteiligten Stadtteilen • Angebot von Büchern in Fremdsprachen • Bekämpfung von Geschlechterstereotypen und Rassismus • Sehr niedrigschwelliges Angebot 	<ul style="list-style-type: none"> • Liste der Partner • Besucherstatistiken • Qualität und Auswahl von Büchern in HSK • Qualität und Auswahl der Bücher zu den Themen Gender und Zusammenleben / Vermittlungsangebot • Kostenlos, keine Eingangstüre, keine Registrierung • Podcasts, Videos, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mangel an finanzieller Unterstützung • Zeitmangel • Mangel an HR
ZIEL 8.2 Bain de livres / Bücherbad trägt zu nachhaltigen Konsum- und Produktionsmustern bei (Bereich 2).	<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl der Partner nach Nachhaltigkeitskriterien • Kauf von Büchern in unabhängigen Buchhandlungen • Gestaltung des Veranstaltungsmaterials mit möglichst geringer Umweltbelastung • Durch die Veranstaltungen wird das Bewusstsein für Themen wie Ernährung, Produktionsmittel, Klimawandel usw. geschärft. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Bank und BVG • Nachhaltiger Einkauf • Sensibilisierte und geschulte Mitarbeiter:innen • Sensibilisierte Zielgruppe 	<ul style="list-style-type: none"> • Die umgesetzten Massnahmen haben nur geringe Auswirkungen auf die Nutzer:innen.

ZIEL 8.3

Bain de livres / Bücherbad ist in den Bereichen Klima, Energie und Biodiversität (Bereich 3) aktiv.

- Reduzierung der Treibhausgasemissionen durch den Kauf eines Elektrobusses, die Teilnahme an einer Plattform für die gemeinsame Nutzung von Cargobikes und die Entwicklung eines Images ohne das Instrument «Bus».
- Sensibilisierung von Mitarbeiter:innen und Nutzer:innen durch die Schaffung von spezifischen Veranstaltungen
- Kontakte, um dieses Ziel zu fördern (Nachhaltigkeitsfestivals, Nachhaltigkeitswochen usw.).
- 3. Bus (elektrisch)
- Teilnahme an der Plattform carvelo2go
- Cargo-Velos überall dort verfügbar, wo wir aktiv sind (2 Velos auf unseren Namen in Porrentruy)
- Schulveranstaltungen «Eine Welt, die Bestand hat».
- Veranstaltung für Familien analog zu Schulveranstaltung
- Visual Novel zum Thema Nachhaltigkeit
- Teilnahme an Festivals und thematischen Veranstaltungen
- Mangel an finanziellen Mitteln
- Eingeschränkte Möglichkeiten für Veloeinsätze