



EINDRAPPORTAGE  
**De fysieke digitale bibliotheek**

6 april 2016

## INHOUD

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1   | Inleiding .....   | 3  |
| 2   | Verbreding van de digitale dienstverlening.....               | 3  |
| 2.1 | De Bibliotheek-apps in de Bibliotheek.....                    | 4  |
| 2.2 | Het Tabletcfé .....   | 5  |
| 2.3 | Narrowcasting – informatievoorziening in de Bibliotheek.....  | 6  |
| 2.4 | Inspelen op actualiteiten.....                                | 8  |
| 2.5 | Digitale prentenboeken .....                                  | 9  |
| 3   | Organisatie .....   | 10 |
| 3.1 | E-team .....  | 10 |
| 3.2 | Contentbeheer .....   | 11 |
| 3.3 | Medewerkers .....   | 13 |
| 4   | Gebruik digitale dienstverlening verbeteren .....             | 13 |
| 5   | Evaluatie .....   | 14 |
| 5.1 | Doel 1 .....  | 14 |
| 5.2 | Doel 2 .....  | 14 |
| 5.3 | Doel 3 .....  | 14 |
|     | Bijlage 1: Keuze iOS of Android .....                         | 15 |
|     | Bijlage 2: Vragenlijst Kennisapps en Tablets .....            | 18 |
|     | Bijlage 3: Oefening Tablet en Apps.....                       | 21 |
|     | Bijlage 4: Evaluatie appschermen .....                        | 24 |
|     | Bijlage 5: Poll over verbreding digitale dienstverlening..... | 26 |
|     | Bijlage 6: Narrowcasting.....                                 | 27 |
|     | Bijlage 7: Thema 70 jaar bevrijding .....                     | 28 |
|     | Bijlage 8: Procesbeschrijving redactieteam .....              | 31 |
|     | Bijlage 9: Taken en verantwoordelijkheden redactieteam .....  | 36 |
|     | Bijlage 10: Verslag Brainstorm .....                          | 37 |

## COLOFON

### Fysieke digitale bibliotheek



Auteur: Merit van Breukelen, ProBiblio/Bibliotheek Zoetermeer

©ProBiblio, april 2016

De ondersteuning van het openbare bibliotheekwerk door ProBiblio in Noord- en Zuid-Holland is mede mogelijk dankzij substantiële subsidie van de Provincie Noord-Holland en de Provincie Zuid-Holland.



## 1 INLEIDING

Vanwege de digitale ontwikkelingen is de Bibliotheek Zoetermeer in september 2014 gestart met het project rondom de vernieuwing en verbreding van de digitale dienstverlening. De Bibliotheek heeft zich met dit project drie doelen gesteld, namelijk:

- De lijnorganisatie zo inrichten dat het verbeteren van de digitale dienstverlening een vaste plek krijgt, waardoor de Bibliotheek sneller en met meer oog voor kwaliteit kan inspelen op digitale ontwikkelingen.
- De digitale pro-activiteit van alle medewerkers bevorderen, waardoor de digitale dienstverlening breder binnen de organisatie wordt gedragen en de kwaliteit van de dienstverlening verbetert.
- Door bovenstaande de digitale uitstraling van de Bibliotheek verbeteren; medewerkers kunnen klanten beter informeren en helpen, waardoor het gebruik van de digitale dienstverlening toeneemt. Het Biebpanel-onderzoek van 2014 geldt hierbij als nulmeting.

In deze rapportage *De fysieke digitale Bibliotheek* wordt beschreven wat er tot nu toe is gerealiseerd, waarom hiervoor is gekozen, hoe het is aangepakt en wat we ervan hebben geleerd. Daarnaast is een evaluatie toegevoegd waarin we evalueren wat het project heeft opgeleverd.

## 2 VERBREIDING VAN DE DIGITALE DIENSTVERLENING

Dit hoofdstuk beschrijft de activiteiten die binnen het project zijn opgepakt om de digitale dienstverlening in de Bibliotheek te verbreden. Per onderdeel van de dienstverlening zijn vijf vragen beantwoord.

|          |  |
|----------|--|
| Waarom?  | Uitleg van de reden om de dienstverlening te realiseren. |
| Wat?     | Uitleg wat de dienstverlening inhoudt.                   |
| Waar?    | Uitleg waar de dienstverlening is gerealiseerd.          |
| Hoe?     | Uitleg hoe de dienstverlening tot stand is gekomen.      |
| Geleerd? | Uitleg wat de Bibliotheek tot nu toe heeft geleerd.      |

Het is belangrijk om te weten dat de Bibliotheek sinds de overgang op een vernieuwde technische omgeving per 1 januari 2015 langdurig last heeft gehad van storingen. Dit viel buiten het project, maar heeft wel invloed gehad op de voortgang. Waar van toepassing, wordt dit aangegeven.

## 2.1 De Bibliotheek-apps in de Bibliotheek



### Waarom?

- 1 Het aantal beschikbare apps van de Bibliotheek wordt steeds groter, maar de bekendheid onder klanten en bezoekers van de Bibliotheek is nog beperkt. Van de BiebPanel-leden geeft 40% aan dat er behoefte is aan online mogelijkheden tot verlengen, reserveren enzovoort, terwijl maar 10% daadwerkelijk weet dat deze dienstverlening al beschikbaar is.
- 2 Aan medewerkers in de frontoffice wordt steeds vaker gevraagd naar de werking en mogelijkheden van deze apps, met name naar de mogelijkheden om e-books te lezen.

### Wat?

De Bibliotheek wil klanten en bezoekers laten kennismaken met de Bibliotheek-apps door ze beschikbaar te stellen in de Bibliotheek. Het is voor klanten en bezoekers mogelijk om de apps zelf te bekijken en medewerkers kunnen de apps introduceren bij klanten.

Om apps te laten zien, kun je kiezen tussen een iOS of Android gestuurd systeem. Er is gekozen om 20 inch Android-touchschermen in de Bibliotheek te plaatsen (zie bijlage 1 voor een uitgebreide onderbouwing van deze keuze). Hieronder de drie belangrijkste argumenten om voor deze oplossing te kiezen:

- een groter scherm is prettig in gebruik, zeker bij demonstratie en instructie
- de mogelijkheid om beheerorganisatie uit te besteden
- de mogelijkheid om meerdere apps te tonen en de schermen te beveiligen tegen ongewild gebruik

Op de touchschermen zijn alle Bibliotheek-apps te vinden, aangevuld met interessante websites en apps die de Bibliotheek onder de aandacht van de klanten wil brengen. De schermen worden beheerd door Lancom. Dit betekent dat zowel het onderhoud als noodzakelijke aanpassingen bij hen is belegd.

### Waar?

Er zijn vier Android-schermen beschikbaar binnen de Bibliotheek Zoetermeer. Hiervan zijn twee schermen geplaatst in de Hoofdbibliotheek in de buurt van de balies en beide filialen zijn ook voorzien van een scherm.

### Hoe?

Bij de introductie van de Android-schermen zijn de volgende stappen doorlopen:

- 1 Het kennisniveau van medewerkers is getoetst aan de hand van een lijst met vragen die frontoffice-medewerkers moesten beantwoorden over de Bibliotheek-apps en het gebruik van tablets (vragenlijst is opgenomen in bijlage 2).
- 2 Er zijn Android-tablets beschikbaar gesteld voor de frontoffice-medewerkers met weinig of geen ervaring met tablets of Android om het zich eigen te maken (zie bijlage 3 voor de handelingen die de medewerkers moesten uitvoeren).
- 3 Indien een medewerker moeite had met een handeling op de tablet of met een app, dan kon een ervaren collega worden gevraagd voor verdere uitleg.
- 4 Schermen zijn geplaatst en ingericht op alle locaties.
- 5 De medewerkers hebben een instructie gekregen in het gebruik van de schermen.
- 6 Na twee maanden is het gebruik van de schermen onder medewerkers geëvalueerd (zie bijlage 4 voor een uitwerking van deze evaluatie).
- 7 Vervolgacties zijn uitgezet om de dienstverlening te verbeteren.

### Geleerd?

- 1 Alle schermen moeten apart worden ingericht door Lancom, zodat ze ook individueel kunnen worden aangepast.
- 2 Het plaatsen van schermen in de Bibliotheek betekent niet dat klanten en bezoekers er ook automatisch mee aan de slag gaan (vervolgactie: brainstorm activatie van digitale componenten in de Bibliotheek. Zie hoofdstuk 'Verbeteren gebruik digitale dienstverlening').
- 3 Voldoende kennis bij medewerkers is niet voldoende om het gebruik van de schermen te garanderen (vervolgactie: brainstorm activatie van digitale componenten in de Bibliotheek. Zie hoofdstuk 'Verbeteren gebruik digitale dienstverlening').
- 4 Medewerkers moeten de tijd krijgen om de nieuwe dienstverlening onder de aandacht van de bezoekers te brengen (deze tijd was helaas niet beschikbaar vanwege de technische storingen).
- 5 Een stabiele wifi-verbinding is essentieel voor een goede dienstverlening. Indien deze niet goed functioneert, dan haken de bezoekers en medewerkers sneller af.
- 6 Wijzigingen moeten ruim van tevoren bij Lancom worden doorgegeven zodat wijzigingen op het gewenste moment zijn doorgevoerd.
- 7 Het beheer van de schermen moet worden belegd in de organisatie, zodat dit meegaat met de ontwikkelingen.
- 8 Bij deze schermen is het niet mogelijk om het geluid op één niveau vast te zetten, dus het geluid staat uit of de bezoeker kan het aanpassen.

## 2.2 Het Tabletcafé



## Waarom?

Bij de start van de e-book-dienstverlening hadden veel klanten vragen over het gebruik van de website en de app. Daarnaast hadden zij ook behoefte aan ondersteuning bij het gebruik van hun tablet. Denk aan vragen als 'hoe zet ik wifi aan', 'hoe zet ik een app op mijn tablet' enzovoort. Aan de balie was er echter niet voldoende tijd om de klanten te helpen met deze vragen.

## Wat?

Om tijd vrij te maken om deze vragen te beantwoorden, is in samenwerking met SeniorWeb het Tabletcafé opgestart. Elke woensdagmiddag beantwoorden twee medewerkers van de Bibliotheek en/of Seniorweb gedurende twee uur vragen over het gebruik van tablet en apps. Het Tabletcafé is gratis, open voor iedereen zonder dat men zich hoeft aan te melden.

Naast het Tabletcafé organiseert de Bibliotheek in samenwerking met ProBiblio ook periodiek e-bookworkshops voor klanten van de Bibliotheek.

## Waar?

Het Tabletcafé wordt gehouden in de Hoofdbibliotheek.

## Hoe?

Het Tabletcafé is via de gebruikelijke kanalen bekendgemaakt bij de klanten en bezoekers van de Bibliotheek (website, sociale media, poster, narrowcasting, folders) en medewerkers hebben klanten met vragen gewezen op de mogelijkheid van het Tabletcafé.

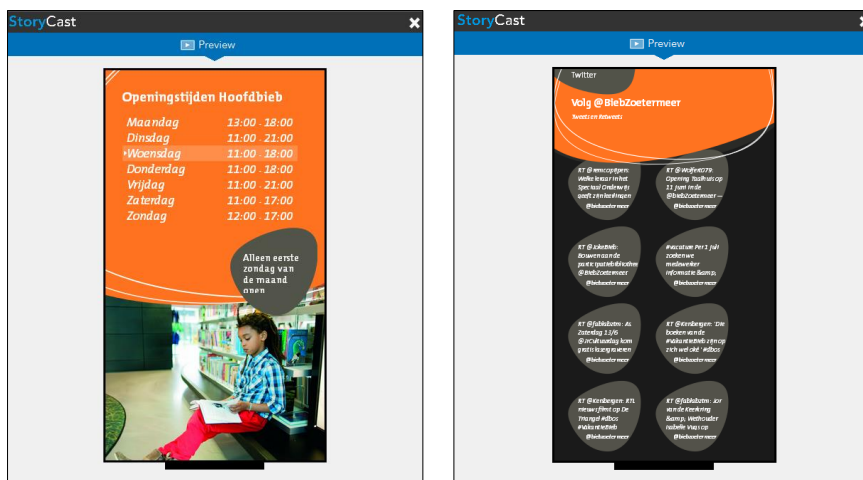
In het begin werd de medewerker bij het beantwoorden van vragen ondersteund door ProBiblio. Toen deze medewerker goed was ingewerkt, werd zij ondersteund door collega's. Daarnaast zijn alle frontofficemedewerkers verplicht om minimaal twee keer te ondersteunen bij het Tabletcafé.

De gemiddelde opkomst is twaalf deelnemers per keer. Sommigen blijven twee uur, anderen stellen een vraag en gaan daarna weer weg.

## Geleerd?

- 1 Deze activiteit moet actief onder de aandacht van de klanten en bezoekers gebracht worden.
- 2 Klanten en bezoekers van de vestigingen komen minder snel naar de Hoofdbibliotheek.
- 3 Medewerkers hebben een brede kennis nodig van verschillende soorten tablets en de apps om vragen te kunnen beantwoorden.
- 4 Klanten zijn niet altijd bereid of in de gelegenheid om terug te komen om hun vragen te stellen in het Tabletcfé.

## 2.3 Narrowcasting – informatievoorziening in de Bibliotheek



### Waarom?

- 1 De Bibliotheek wil de klanten en bezoekers op de hoogte houden van de activiteiten en nieuwtjes. In het verleden werden zij vaak geïnformeerd met posters en flyers. Het effect van deze communicatie was beperkt, ook omdat er een wildgroei aan communicatie-uitingen ontstond.
- 2 De Bibliotheek heeft enkele jaren geleden de klanten via narrowcasting-schermen geïnformeerd. Dit waren schermen van een externe partij die ook gevuld werden met reclame-uitingen. Het contract met deze externe partij liep af en is niet verlengd.

### Wat?

De Bibliotheek wilde de klanten blijven informeren via narrowcasting, maar dan met een actueel systeem waarmee meer kon dan alleen het plaatsen van tekst en afbeeldingen.

DokLab ontwikkelde een narrowcasting-systeem dat aansluit bij de wensen van de Bibliotheek. De keuze is op DokLab gevallen vanwege het brede aanbod van mogelijkheden. Want naast afbeeldingen en tekst plaatsen, heeft dit systeem ook de volgende opties:

- Nieuwsitems via een RSS-feed
- Tweets van of over de Bibliotheek
- Boekpromotie
- Filmpjes
- Agenda

Daarnaast wordt het systeem nog doorontwikkeld op basis van de wensen van de Bibliotheek. Zie bijlage 6 voor een verdere uitwerking voor de keuze van een narrowcasting-systeem.

De schermen van DokLab werken met een aparte mediaplayer om extra belasting van het wifi-netwerk te vermijden.

### Waar?

Alle vestigingen hebben een narrowcasting-scherm bij de ingang van de Bibliotheek dat zowel tijdens als buiten openingstijden zichtbaar is.

### Hoe?

De Bibliotheek liep mee in de projectfase van DokLab om input te geven bij de ontwikkeling van het systeem. De schermen zijn in april 2015 geplaatst. De content voor de players is tot nu toe bepaald en geplaatst door het projectteam, maar dit wordt overgedragen aan het redactieteam (zie hoofdstuk 'Organisatie').

### Geleerd?

- 1 Om narrowcasting-schermen goed te beheren is nodig:
  - aanlevering van content (periodieke aanpassing)
  - aanlevering van hoogwaardige beelden (hoge resolutie)
  - twee medewerkers die elkaar kunnen vervangen
  - als ook gekozen wordt voor actualiteiten, dan moet dit structureel aangepakt worden
- 2 Betrokkenen moeten voorbereid zijn op kinderziektes bij de ontwikkeling van een nieuw systeem.
- 3 De schermen bij de ingang geven veel licht. Dit kan vervelend zijn voor omwonenden. Vanwege klachten worden de schermen 's avonds eerder (automatisch) uitgezet.



## 2.4 Inspelen op actualiteiten



### Waarom?

Na een brainstorm in de projectgroep is een lijst opgesteld met mogelijkheden om de digitale dienstverlening in de Bibliotheek verder uit te breiden. Medewerkers konden hierover meestemmen via een poll (zie de uitslag van de poll in bijlage 5). Hieruit kwam naar voren dat 70% van de medewerkers de digitale dienstverlening wilde inzetten om actualiteiten onder de aandacht te brengen van bezoekers en klanten.

### Wat?

Op basis van de uitkomst van de poll heeft de projectgroep een pilot georganiseerd rondom het thema 70 jaar Bevrijding. Hierover werden de bezoekers zowel met fysieke als digitale middelen geïnformeerd.

#### Aanbod:

- Thematafel, aangekleed met een Nederlands vlag en (continue aangevuld) met een breed aanbod boeken, dvd's en cd's.
- Appschermpjes met apps en informatieve websites (zie bijlage 7)
- YouTube-filmpjes, via de beamer
- De Rotunda<sup>1</sup>, gevuld met boeken
- Op Facebook werd dagelijks aandacht besteed aan het thema
- Via het narrowcasting-scherm werden bezoekers geïnformeerd over het aanbod

<sup>1</sup> Rotunda is een touchscreen waar bezoekers worden geattendeerd op een specifiek deel van de collectie. Boeken kunnen ook meteen gereserveerd worden vanuit het scherm.



- Een activiteit in het teken van het thema

De volgende ideeën zijn ook besproken, maar niet uitgevoerd:

- Een fakkelroute om bezoekers te laten zien waar in de Bibliotheek aandacht aan het thema werd besteed
- Activiteit in het FabLab waar kinderen iets konden maken gerelateerd aan het thema
- Spel ontwikkelen voor groepen
- Op geplande tijden het afspelen van een dvd zoals 'De Soldaat van Oranje'
- Meedoen met selfie-actie van Comité 4 en 5 mei

### Waar?

In de Hoofdbibliotheek was het volledige aanbod beschikbaar. In de vestigingen was een beperkt aanbod met de thematafel, appschermen, Rotunda en narrowcasting.

### Hoe?

De projectgroep heeft de volgende stappen gevolgd:

- 1 Thema bepalen op basis van actualiteit
- 2 Thema uitwerken en mogelijkheden voor de dienstverlening bespreken
- 3 Starten met uitvoeren van actiepunten
- 4 Collega's instrueren
- 5 Communicatie naar klanten en bezoekers
- 6 Materialen bijhouden op thematafel en overige dienstverlening
- 7 Afronden en opruimen
- 8 Evalueren

### Geleerd?

Het proces is geëvalueerd (zie bijlage 7), waarvan de belangrijkste leerpunten zijn:

- 1 Taakverdeling beter bepalen, met actiepunten en planning.
- 2 ICT kost meer tijd dan verwacht, waardoor niet alles tegelijk is opgestart. Hier meer voorbereidingstijd voor inplannen.
- 3 Ruimte maken om tijdens het thema nieuwe ideeën uit te voeren. Dit houdt het aanbod dynamisch en vernieuwend voor klanten.
- 4 Maak in het digitale aanbod ook gebruik van beschikbaar materiaal en probeer niet alles zelf te ontwikkelen (voorbeeld: YouTube-filmpjes of e-booklijsten).

## 2.5 Digitale prentenboeken



### Waarom?

De Bibliotheek wil de kinderen en de ouders laten kennismaken met het aanbod van digitale prentenboeken.

**Wat?**

De digitale prentenboeken van Bereslim en Wepboek worden getoond via de Android-schermen. Het betreft touchschermen die op kinderhoogte worden gehangen met stoeltjes ervoor en op een aantrekkelijke achtergrond.

**Waar?**

Op dit moment alleen in de Hoofdbibliotheek, omdat door bouwkundige problemen en problemen met Wifi de installatie in de twee vestigingen nog niet is gelukt.

**Hoe?**

- 1 In de Hoofdbibliotheek is Wepboek op een Android-scherm geplaatst. Aangekondigd was dat Bereslim via HTML5 vanaf september 2015 via een Android-scherm getoond zou kunnen worden. Dit is echter tot op heden nog niet mogelijk; het scherm werkt nog niet naar behoren.
- 2 Om de digitale prentenboeken te promoten is er een nieuwe flyer gemaakt en de Maand van het Digitale Prentenboek georganiseerd. De medewerkers zijn extra geïnformeerd, via mail en intranet.

**Geleerd?**

- 1 Er komt toch meer bij kijken om een dergelijk systeem werkend te krijgen. Het is niet alleen het bestellen van schermen, maar er zitten veel meer zaken aan vast.
- 2 In het begin van het project had er meer technische en bouwkundige expertise bij betrokken moeten worden.
- 3 Contact en overleg met belanghebbenden – Lancom, teamleider Vestigingen, team Logistiek, timmerman enzovoort – kosten veel tijd en geduld.
- 4 De leverancier van de schermen is zijn afspraken over de planning en installatie niet goed nagekomen.
- 5 Promoten van nieuwe digitale dienstverlening werkt alleen goed als de apparatuur werkt.

**3 ORGANISATIE**

Het doel van het project was om de digitale uitstraling van de Bibliotheek te vergroten en het gebruik van de digitale dienstverlening te bevorderen. De realisatie verliep via drie zaken: de verbreding van de digitale dienstverlening in de Bibliotheek, de organisatie zo inrichten dat er beter ingespeeld kan worden op digitale ontwikkelingen en medewerkers meer betrekken bij de dienstverlening. In het voorgaande hoofdstuk is uitgebreid ingegaan op de verbreding van de dienstverlening. In dit hoofdstuk wordt de borging van de digitale dienstverlening binnen de organisatie toegelicht.

**3.1 E-team**

Om de ontwikkelingen op digitaal vlak in de gaten te houden en te vertalen naar de Bibliotheek is het e-team opgericht. Hierna worden de functies, taken en verantwoordelijkheden van het e-team beschreven en hoe de organisatie betrokken wordt bij de digitale ontwikkelingen.

**Waarom?**

De Bibliotheek wil borgen dat digitale ontwikkelingen worden gevolgd en dat gekeken wordt welke ontwikkelingen kunnen bijdragen aan haar dienstverlening.

**Wat?**

De Bibliotheek heeft een e-team opgesteld dat verantwoordelijk is voor:

- Beleid ontwikkelen op het gebied van digitale dienstverlening
- Ontwikkelingen op het digitale vlak in de gaten houden (ieder vanuit eigen expertise)
- Brainstormmomenten organiseren over vernieuwing van de dienstverlening

- Aanspreekpunt vormen voor nieuwe digitale ideeën binnen de organisatie
- Nieuwe producten en diensten introduceren en testen (eventueel met betrokken medewerkers)
- Nieuwe producten en diensten overdragen nadat deze zijn getest en uitgewerkt

#### **Wie?**

Het e-team bestaat uit drie medewerkers:

- Adviseur ICT
- Specialist Informatie en Ontwikkeling
- Medewerker Informatie en Ontwikkeling
- Adviseur Marketing

Er is gekozen voor de samenstelling van een klein team, waarnaast per onderwerp medewerkers uit de organisatie betrokken kunnen worden. De adviseur Marketing is ook hoofdredacteur van het redactieteam en vormt de linking pin tussen deze twee groepen.

#### **Hoe?**

- 1 Een klein e-team, per onderwerp aangevuld met andere medewerkers, zorgt voor draagvlak en een brede verantwoordelijkheid binnen de organisatie. De inzet van de e-teamleden wordt per periode bepaald op basis van de gestelde doelen.
- 2 Na de brainstorm over het gebruik van de bestaande digitale dienstverlening (zie hoofdstuk 4) heeft het e-team zich als eerste doel gesteld om deze dienstverlening te verbeteren. Het e-team heeft een lijst opgesteld met alle beschikbare ideeën, voorzien van actiepunten. Deze actiepunten zijn belegd en opgenomen in de jaarplannen van de teams binnen de Bibliotheek.
- 3 Daarnaast zijn ook de ideeën rond vernieuwing van de digitale dienstverlening geïnventariseerd en deze zijn belegd binnen de projecten die nu lopen voor de realisatie van Centrum LIB.
- 4 Het e-team organiseert ook themamaanden waarbij een bepaald onderdeel van de (digitale) dienstverlening onder de aandacht van zowel medewerkers als klanten wordt gebracht. Dit gebeurt via posters, extra informatie op de website, sociale media en een koppeling tussen de fysieke en digitale dienstverlening.
- 5 Het e-team monitort de voortgang van de actiepunten, houdt nieuwe ontwikkelingen in de gaten en is het aanspreekpunt voor nieuwe ideeën.

#### **Geleerd?**

De inzet van het e-team heeft een positief effect op de verbetering en vernieuwing van de digitale dienstverlening, met name doordat:

- Nieuwe ideeën laagdrempelig kunnen worden belegd.
- Actiehouders in de organisatie zijn aangewezen.
- De actiepunten worden gemonitord op voortgang.

De volgende aandachtspunten zijn benoemd:

- De bekendheid van het e-team onder medewerkers kan nog verbeteren.
- Het e-team kan zich in de Bibliotheek nog meer profileren als het team dat zich richt op de digitale dienstverlening.
- Verdere concretisering van de rol van het e-team is noodzakelijk.

### **3.2 Contentbeheer**

Door inzet van digitale contentdragers, zoals narrowcasting of appschermen, ervaart het projectteam dat het steeds belangrijker wordt om het beheer rondom de content van zowel digitale als online contentdragers te organiseren. Om dit goed in te vullen, is een redactieteam opgericht.

#### **Waarom?**

Het aantal kanalen waarmee de Bibliotheek communiceert, groeit. Waar eerst voornamelijk gecommuniceerd werd via fysieke contentdragers, worden de digitale communicatiemiddelen steeds belangrijker. Om de kwaliteit van de communicatie te waarborgen en te zorgen dat de kanalen juist worden ingezet, wordt een redactieteam ingericht.

### **Wat?**

Het redactieteam is verantwoordelijk voor:

- Promotiekalender opstellen en bijhouden met alle communicatiemiddelen (posters, flyers, website, media (krant), sociale media, narrowcasting, appschermen enzovoort)
- Zorgen dat de informatie-uitingen zoals afgesproken in het redactieteam worden uitgevoerd (dit hoeft niet per definitie door de redactieteamleden, maar ze zijn wel aanspreekpunt)
- Toetsen of informatie-uitingen voldoen aan de afgesproken kwaliteitseisen
- Evaluatie en bijsturing op basis van *lessons learned*

In bijlage 8 is de procesbeschrijving van het redactieteam opgenomen met de gemaakte afspraken.

### **Wie?**

Het redactieteam bestaat uit een hoofdredacteur en redactieleden, afkomstig uit de verschillende teams. De taakverdeling is uitgewerkt in bijlage 9.

### **Hoe?**

Opstartfase:

- Redactieteamoverleg tweemaal per maand
  - Promotiekalender opstarten en bijhouden
  - Kwaliteitsafspraken maken
  - (Bij)sturen op kwaliteit
- Workshops organiseren (voor redactieteam en betrokken medewerkers)
  - Persbericht schrijven (als basistekst voor andere communicatie-uitingen)
  - Beeldbewerking
  - Sociale media
  - CMS website
  - Drukwerk aanleveren

Beheerfase:

- Redactieteamoverleg eenmaal per maand
- Promotiekalender opstarten en bijhouden
- (Bij)sturen op kwaliteit

### **Geleerd?**

De inzet van het redactieteam wordt als positief ervaren. Dit komt door:

- De promotiekalender geeft een goed overzicht van wat er moet gebeuren.
- De werkzaamheden zijn breder belegd in de organisatie.
- Door de monitorende rol van de hoofdredacteur worden de kwaliteit en uniforme uitstraling gewaarborgd.
- Medewerkers zijn zich meer bewust van het belang van communicatie rond activiteiten en andere bibliotheekgerelateerde zaken.
- Tijdens de overleggen komen ook nieuwe initiatieven aan bod.

De volgende aandachtspunten zijn benoemd:

- Het kost de redactieleden nog veel tijd om de werkzaamheden uit te voeren, maar dit moet in de loop van de tijd minder worden.
- De redactieleden moeten in de toekomst meer zelfstandig gaan werken en zich bewuster worden van hun rol binnen het team.

### 3.3 Medewerkers

De intentie was om medewerkers proactief te betrekken bij de dienstverlening om hun betrokkenheid te vergroten. Vanwege de aanvankelijke ICT-storingen hadden zij echter geen ruimte en tijd om zich op nieuwe ontwikkelingen te richten. Daarom is afgesproken om eerst de standaarddienstverlening optimaal te laten functioneren voordat actief wordt ingezet op de vernieuwde dienstverlening. Het project heeft dit doel dus niet kunnen realiseren en dit is inmiddels belegd bij het e-team.

## 4 GEBRUIK DIGITALE DIENSTVERLENING VERBETEREN

Tijdens dit project, maar ook in eerdere trajecten, is duidelijk geworden dat het digitale aanbod in de Bibliotheek niet vanzelfsprekend leidt tot gebruik door bezoekers en klanten. Vraag was dus hoe de digitale dienstverlening geïntensiveerd kon worden. Tijdens een brainstorm onder begeleiding van Babette Egges van ProBiblio is gezocht naar een antwoord op deze vraag. Bij deze brainstorm waren naast medewerkers van de Bibliotheek Zoetermeer ook twee medewerkers van andere bibliotheken aanwezig en twee 'wilde ganzen'. Dit zijn mensen van buiten de bibliotheekbranche en die vanuit een nieuwe invalshoek naar de vraag kunnen kijken.

In bijlage 10 is een verslag opgenomen waarin is toegelicht welke stappen tijdens de brainstorm zijn genomen om tot onderstaande oplossingen te komen. Een aantal hiervan wordt verder uitgewerkt en getoetst op haalbaarheid.

|                        |  |  |
|------------------------|--|--|
| Nog niet realiseerbaar |  | <b>Geel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Koppeling digitale dienstverlening Bibliotheek en device van klant of bezoeker</li> <li>Na inname van een boek, direct een bericht sturen om de ervaring ermee te delen via sociale media of op scherm</li> <li>Schermen multifunctioneel gebruiken voor bijvoorbeeld activiteiten als fitness.</li> <li>Mensen vanuit huis content laten toevoegen aan het scherm</li> </ul> |
| Realiseerbaar          | <b>Blauw</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rondleiding van nieuwe leden langs dienstverlening; integreren in inschrijfproces</li> <li>Met signing aangeven wat klant bij een scherm kan verwachten of doen</li> <li>Geluid gebruiken om aandacht te trekken</li> <li>Dienstverlening promoten</li> <li>Andere naam voor dienstverlening (Clooney i.p.v. Rotunda)</li> <li>Ludieke actie rondom scherm (aanraken van Clooney)</li> </ul> | <b>Rood</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Samenwerking met partijen waaronder ondernemers in de omgeving</li> <li>'Rotunda op reis': Schermen plaatsen bij externe partijen</li> <li>Inhoud schermen ook vanuit huis te bekijken</li> </ul>   |
|                        | <b>Gewoon</b>  | <b>Origineel</b>   |

**Blauw** dit zijn de ideeën die gisteren al gerealiseerd hadden kunnen worden

**Rood** dit zijn de innovatieve ideeën die nu uitgevoerd kunnen worden.

**Geel** dit zijn de innovatieve ideeën van de toekomst, het vergt tijd om deze te realiseren.

## 5 EVALUATIE

Deze evaluatie is gebaseerd op de drie doelen die de Bibliotheek zich had gesteld aan het begin van het project. Een belangrijk punt om mee te nemen is dat de Bibliotheek gedurende het gehele project last heeft gehad van technische problemen door de vernieuwing van de technische omgeving. Hoewel dit buiten het project lag, heeft dit wel impact gehad op het realiseren van de gestelde doelen.

### 5.1 Doel 1

De lijnorganisatie zo inrichten dat het verbeteren van de digitale dienstverlening een vaste plek krijgt, waardoor de Bibliotheek sneller en met meer oog voor kwaliteit kan inspelen op digitale ontwikkelingen.

Dit doel is bereikt met de oprichting van het e-team voor de verbetering en vernieuwing van de digitale dienstverlening en het redactieteam voor het leveren van kwalitatieve content voor zowel digitale als online contentdragers.

Belangrijkste leerpunten bij de oprichting van het e-team en redactieteam:

- 1 Om een succes van beide teams te maken moeten zij aansluiten op bestaande processen en er niet naast staan. Daarom zijn bijvoorbeeld de actiepunten van het e-team aan de jaarplannen gekoppeld.
- 2 De aanpak moet officieel een onderdeel van het takenpakket worden van medewerkers inclusief tijd vrijmaken voor de werkzaamheden.
- 3 De teams moeten bekend zijn bij alle medewerkers en medewerkers moeten regelmatig geïnformeerd worden over de voortgang van de teams.

### 5.2 Doel 2

De digitale pro-activiteit van alle medewerkers bevorderen, waardoor de digitale dienstverlening breder binnen de organisatie wordt gedragen en de kwaliteit van de dienstverlening verbetert.

Er zijn verschillende activiteiten ontplooid om de pro-activiteit onder medewerkers te bevorderen, zoals het meelopen met het Tabletcafé en de mogelijkheid om kennis van de Bibliotheek-apps te toetsen. Dit heeft onder een deel van de medewerkers een positief effect gehad in de bewustwording van de mogelijkheden met de digitale dienstverlening. Dit waren echter vaak de medewerkers die al openstonden voor digitale ontwikkelingen.

De medewerkers die minder openstaan voor ontwikkelingen op digitaal vlak, ervoeren veel overlast van de technische problemen. Hierdoor hadden zij geen ruimte om een pro-actievere houding aan te nemen tegenover de digitale dienstverlening.

Dit doel is dus gedeeltelijk geslaagd en wordt verder opgepakt vanuit het e-team.

### 5.3 Doel 3

Door bovenstaande de digitale uitstraling van de Bibliotheek verbeteren; medewerkers kunnen klanten beter informeren en helpen, waardoor het gebruik van de digitale dienstverlening toeneemt. Het Biebpanel-onderzoek van 2014 geldt hierbij als nulmeting.

Er is nog geen nieuw onderzoek uitgevoerd onder de klanten naar de ervaringen met de digitale dienstverlening. Het is dus nog niet bekend of dit doel is gehaald.



## BIJLAGE 1: KEUZE IOS OF ANDROID

Om apps te kunnen tonen, kwamen we al snel uit bij een tablet, waarbij de eerste vraag was met welk besturingssysteem het beste gewerkt kan worden, iOS of Android. Windows was al eerder afgevallen in verband met het beperkte aanbod van apps.

De voorkeur ging uit naar overal dezelfde oplossing gebruiken omdat dit makkelijker is voor medewerkers, inclusief systeembeheerders.

Bij de keuze voor iOS of Android is gekeken naar de volgende vragen:

- In welke mate voldoet het systeem om te voorzien in de gewenste dienstverlening om klanten te informeren over apps en websites?  
Conclusie => beide besturingssystemen zijn hiervoor geschikt
- Wat is het aanbod van apps?  
Conclusie => het aanbod van apps is groter in de Play Store (Android), maar betaalde en professionele apps zijn vaak eerder beschikbaar via App Store (iOS)
- Is het mogelijk om de tablets goed te beveiligen in de publieke ruimte?  
Conclusie => er is een groter aanbod in houders voor de iPad dan voor Android tablets.
- Is het mogelijk om de tablet af te schermen voor beperkte toegankelijkheid?  
Conclusie => het is in beide gevallen mogelijk om de tablet af te schermen. iOS heeft echter één groot nadeel: er kan maar één app getoond worden in een afgeschermd situatie. Android heeft deze beperking niet.
- Is het mogelijk om de tablets intern en extern te beheren?  
Conclusie => beide systemen zijn zowel intern als extern te beheren.

Gekozen is voor Android. Doorslaggevend was dat er maar één app getoond kan worden op een iOS tablet in een afgeschermd situatie en dat Android deze beperking niet kent.

Hieronder worden de twee opties verder uitgewerkt.

### iOS

De voor- en nadelen van de iOS-tablets (iPad) op een rijtje:

#### **Voordelen**

- Gebruiksvriendelijk
- Groot aanbod van kwalitatieve apps (1,2 miljoen)
- Reeds aanwezige ervaring met inzet van iPad in zakelijke dienstverlening en bibliotheken
- Doorontwikkeld besturingssysteem
- Is goed af te schermen

#### **Nadelen**

- Slechts één app beschikbaar in afgeschermd situatie
- Geen goedkope tablets beschikbaar
- Geen verschillende afmetingen beschikbaar

#### **Randvoorwaarden**

Voorwaarden om een iPad in te kunnen zetten, zijn:

- Een elektriciteitsaansluiting
- Stabiele en sterke wifi-verbinding zonder of met éénmalige inlog

### Beveiliging

Er is een groot aanbod van houders voor een iPad. De iPad moet in de houder nog goed te gebruiken zijn en tevens beveiligd zijn tegen diefstal. Niet alle houders zijn goed beveiligd, waardoor het relatief makkelijk is om de iPad uit de houder te verwijderen. Een houder waarmee inmiddels veel ervaring is opgedaan is die van H2Interactive: <http://www.h2interactive.eu/publieke-ipad/ipadhouders>

### Beheer

Het is mogelijk om de iPad zowel intern als extern te beheren.

#### *Intern beheer*

Via de Mini Mac Server is het mogelijk om tot dertig Apple-devices te beheren op afstand. Hierdoor kan een medewerker de tablets resetten, apps toevoegen of verwijderen en andere instellingen op afstand aanpassen.

De Bibliotheek Zuid-Kennemerland is onlangs gestart met het beheren van de iPads met behulp van de Mini Mac Server. De beheerder heeft ongeveer een volle dag nodig gehad om zich het systeem eigen te maken met filmpjes op You Tube. Daarnaast kost het beheer gemiddeld twee uur per week.

#### *Extern beheer*

Het is ook mogelijk om het beheer uit te besteden bij een externe partij. Een voorbeeld hiervan is H2Interactive ([www.h2interactive.eu](http://www.h2interactive.eu)). Het tarief valt dan uiteen in een vast bedrag per jaar voor het beheer en een variabel bedrag voor het doorvoeren van wijzigingen.

### Android

De voor- en nadelen van de Android-tablet op een rijtje:

#### **Voordelen**

- Groot aanbod van tablets van verschillende prijsniveaus en afmetingen
- Groot aanbod van apps (1,3 miljoen), sommige apps zijn echter minder geschikt voor tablet omdat ze zijn ontwikkeld voor de smartphone

#### **Nadelen**

- De afschermingsmogelijkheden van Android zijn beperkt. Hiervoor is extra software nodig
- Weinig ervaring met de inzet van Android in een zakelijke omgeving

#### **Randvoorwaarden**

Voorwaarden om een Android-tablet te kunnen inzetten:

- Een elektriciteitsaansluiting
- Stabiele en sterke wifi-verbinding zonder of met éénmalige inlog
- Afhankelijk van Android-scherm of -tablet is het ook mogelijk om met een datakabel te werken

### Beveiliging

Voor Android-tablets zijn ook houders beschikbaar, met name voor Samsung-tablets. Houd er bij de aanschaf van de Android-tablet rekening mee dat er veel minder houders beschikbaar zijn en ook niet voor alle Android-tablets.

Een voorbeeld van een houder voor de Samsung is Vogel's TabLock:

<http://www.vogels.com/professioneel/advies-en-support/tablock-accessories.htm>

### Beheer

Ook het beheer van de Android-tablet is zowel intern als extern te beleggen.

*Intern beheer*

Om een Android-tablet te kunnen beheren is extra software nodig. De projectgroep is uitgekomen op SureLock van 42Gears, een app waarmee een Android-tablet is af te schermen. Met SureMDM is de tablet ook op afstand te beheren.

De projectgroep heeft een proefversie van de software SureLock getest en was positief over het gemak van het systeem en de mogelijkheden voor de afscherming. Omdat de groep uiteindelijk heeft gekozen voor extern beheer, is deze software echter niet volledig getest en zijn er geen gebruikservaringen.

Go4Mobility, <http://www.go4mobility.eu/mobility-software/42-gears>, is de Nederlandse reseller van de software van 42Gears.

*Extern beheer*

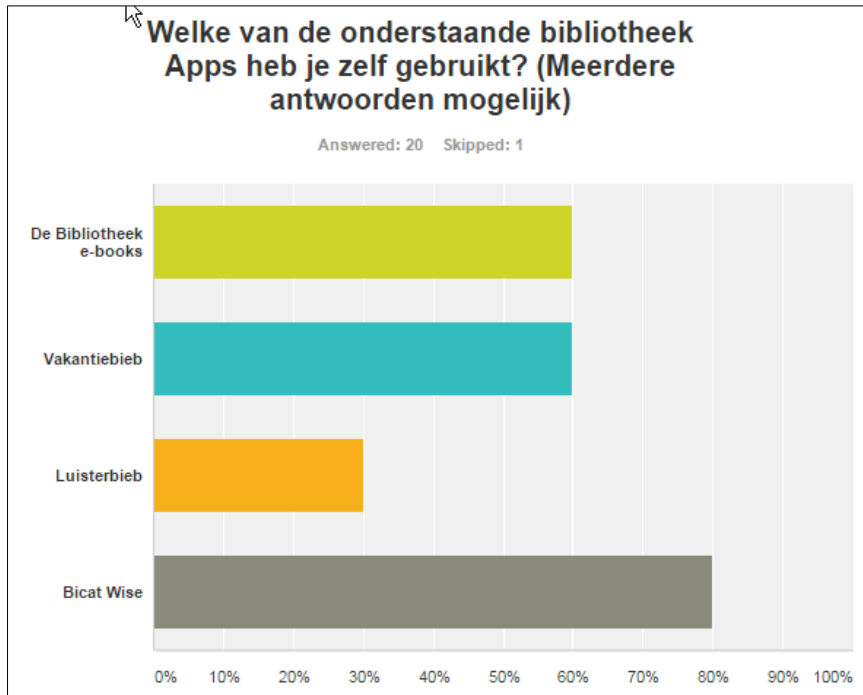
Voor het externe beheer van de Android-tablet heeft de projectgroep gekozen voor Lancom. Een bekende in de bibliotheekwereld, die de Android Touch pc heeft ontwikkeld voor de Bibliotheken Schiedam en Zuid-Hollandse Delta.

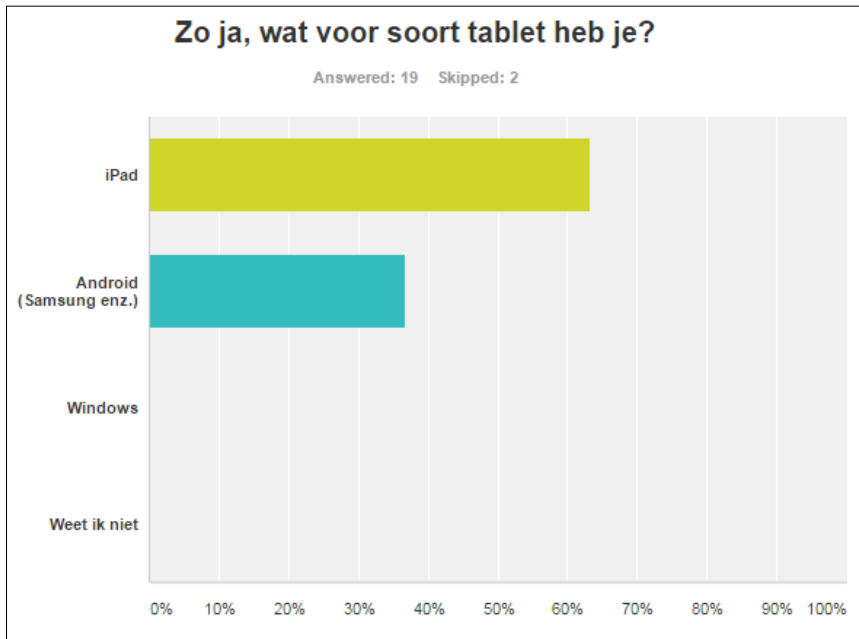
Lancom, <http://www.lancom.nl/pages/oplossingen/lancom-touch-pc-bibliotheken.php>, levert Android touchschermen van 20 inch waarop apps en websites in een afgeschermd omgeving getoond en gebruikt kunnen worden. Lancom gebruikt ook SureLock om zijn systeem af te schermen. Zij verzorgt het beheer en kan op afstand apps toevoegen en verwijderen. Ze kan de dienstverlening ook aanbieden op tablet-formaat.

Het tarief is een all-inclusive prijs per scherm per maand: er is geen beperking in het aantal aanpassingen dat wordt aangevraagd.

## BIJLAGE 2: VRAGENLIJST KENNISAPPS EN TABLETS

Onderstaande vragenlijst is voorgelegd aan de frontoffice-medewerkers om duidelijkheid te krijgen over de kennis van het gebruik van tablets en de Bibliotheek-apps.





**Om in te schatten wat jouw kennis en kunde is op het gebied van apps en tablets, hebben we drie profielen opgesteld.**

Kennisniveau 1:

- Ik heb nooit/zelden een tablet gebruikt
- Ik heb nooit/zelden in de App Store of Play Store gezocht naar een app
- Ik heb nooit/zelden een app gedownload op een tablet of smartphone
- Ik weet niet hoe ik wifi aan- of uit- moet zetten op een tablet
- Ik heb weinig/geen kennis van de Bibliotheek-apps

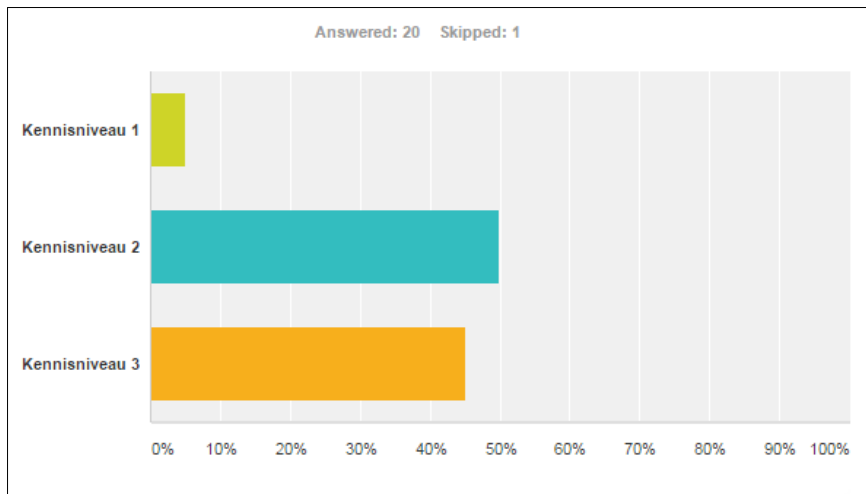
Kennisniveau 2:

- Ik heb soms/regelmatig een tablet gebruikt
- Ik heb soms/regelmatig in de App Store of Play Store gezocht naar apps
- Ik heb soms/regelmatig een app gedownload op een tablet of smartphone
- Ik weet na even kijken hoe ik wifi aan- of uit- moet zetten op een tablet
- Ik heb een beetje kennis van de Bibliotheek-apps

Kennisniveau 3:

- Ik heb vaak een tablet gebruikt
- Ik heb vaak in de App Store of Play Store gezocht naar apps
- Ik heb vaak een app gedownload op een tablet of smartphone
- Ik weet precies hoe ik wifi aan- en uit- moet zetten op een tablet
- Ik maak op regelmatige basis gebruik van de Bibliotheek-apps

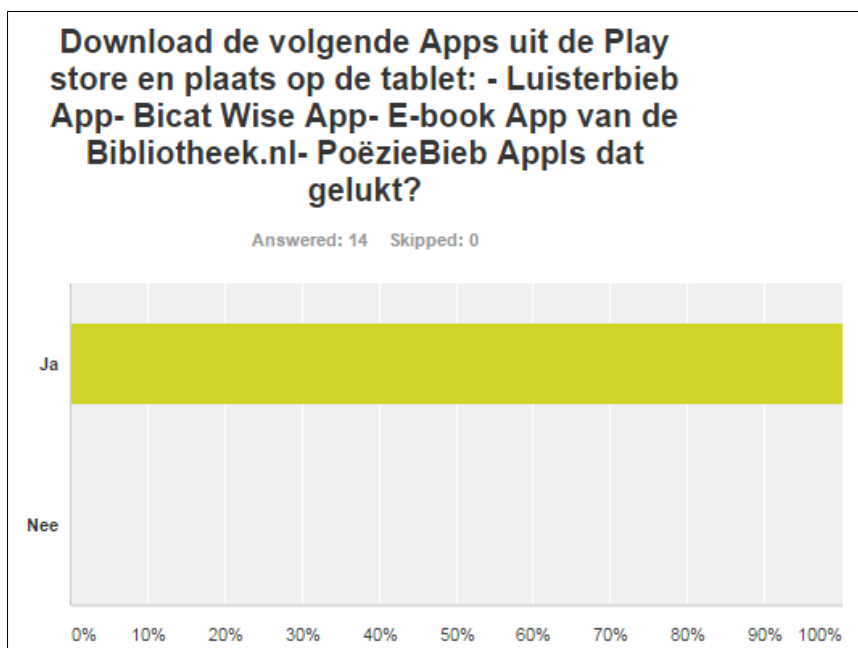
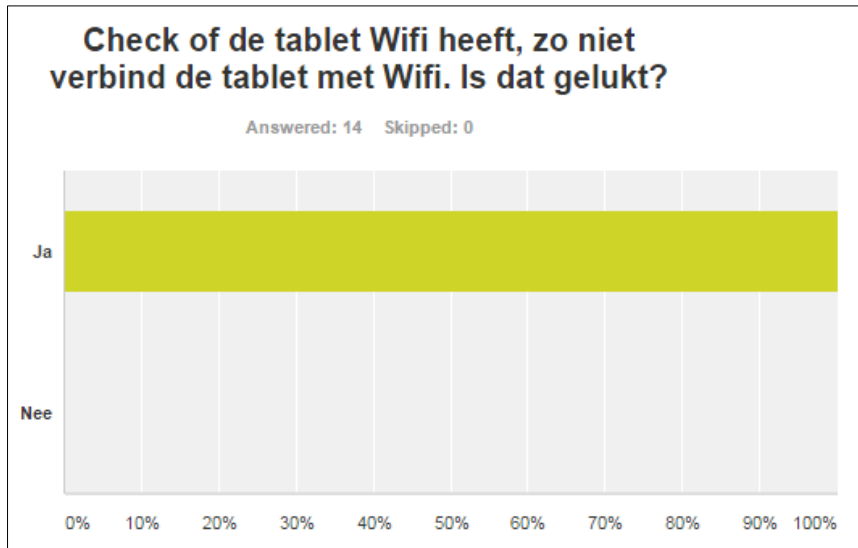
Kruis het profiel aan dat het beste bij je past.





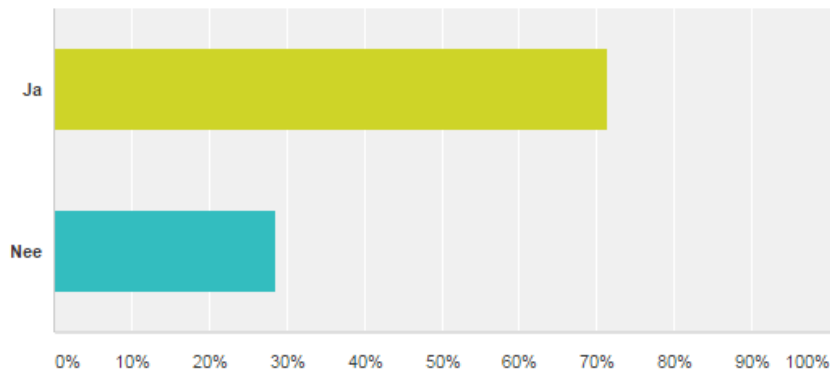
### BIJLAGE 3: OEFENING TABLET EN APPS

Onderstaande lijst is gebruikt om bij medewerkers te toetsen of de basiskennis in het gebruik van een tablet en apps daadwerkelijk aanwezig was.



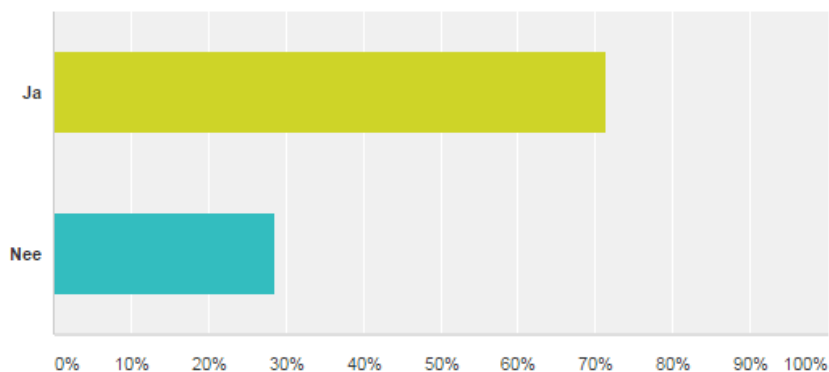
**Maak een mapje aan en plaats deze 4 Apps  
in deze mapls dat gelukt?**

Answered: 14 Skipped: 0



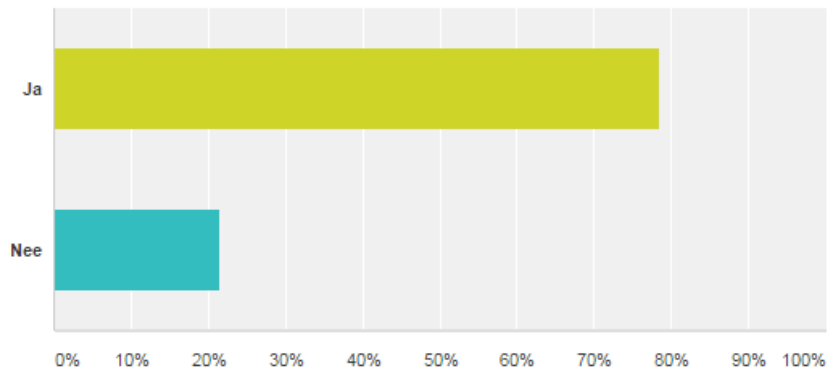
**Leen een boek via de e-book website van  
de bibliotheek en open dit boek op de tablet  
(tip: kijk het instructiefilmpje op  
<http://veelgestelde-vragen.bibliotheek.nl>). Is  
dat gelukt?**

Answered: 14 Skipped: 0



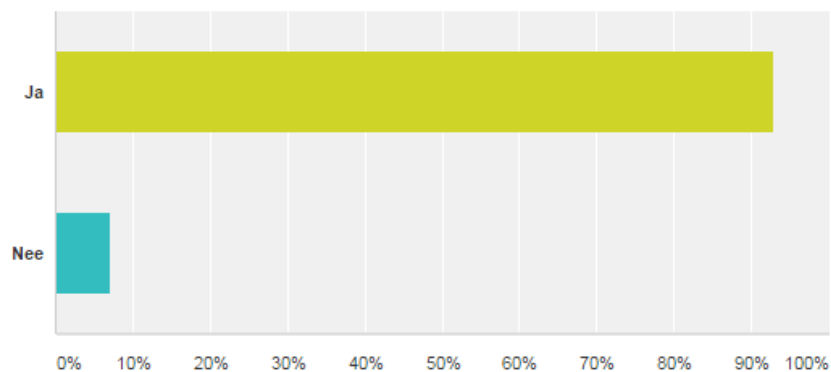
### Download een luisterboek in de Luisterbieb App en speel deze af. Is dat gelukt?

Answered: 14 Skipped: 0



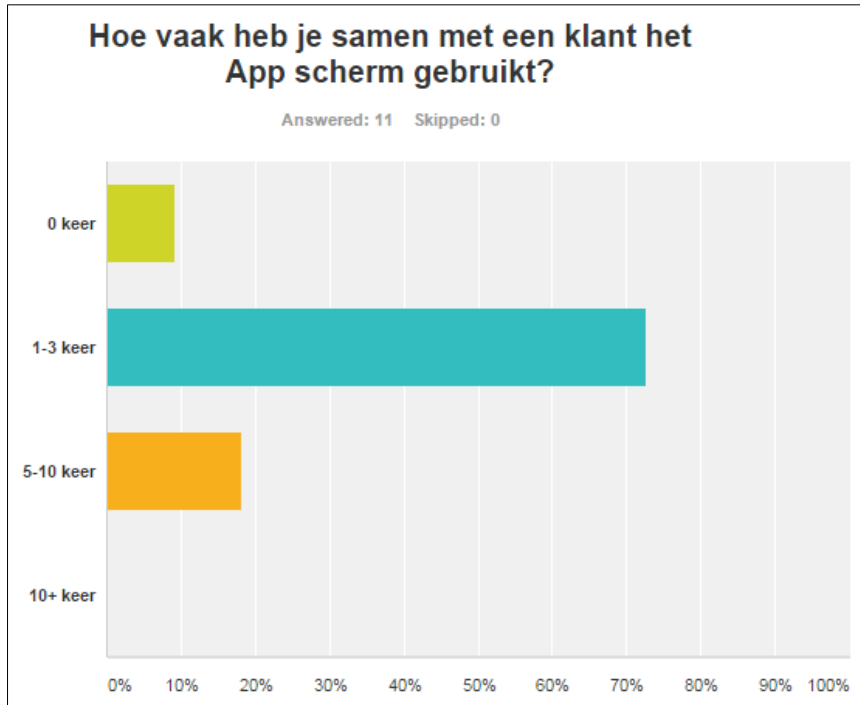
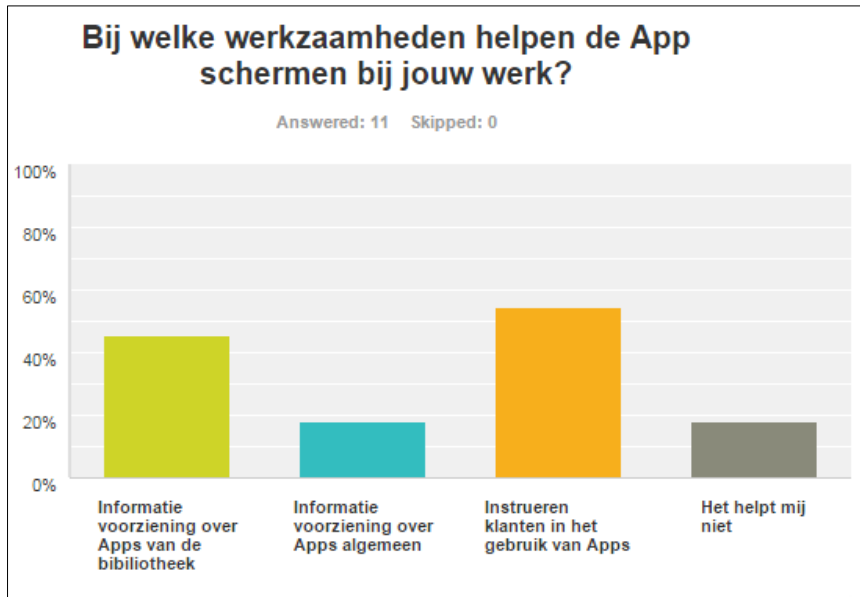
### Log in op de Bicat Wise App en reserveer een boek uit de lijst met persoonlijke adviezen. Is dat gelukt?

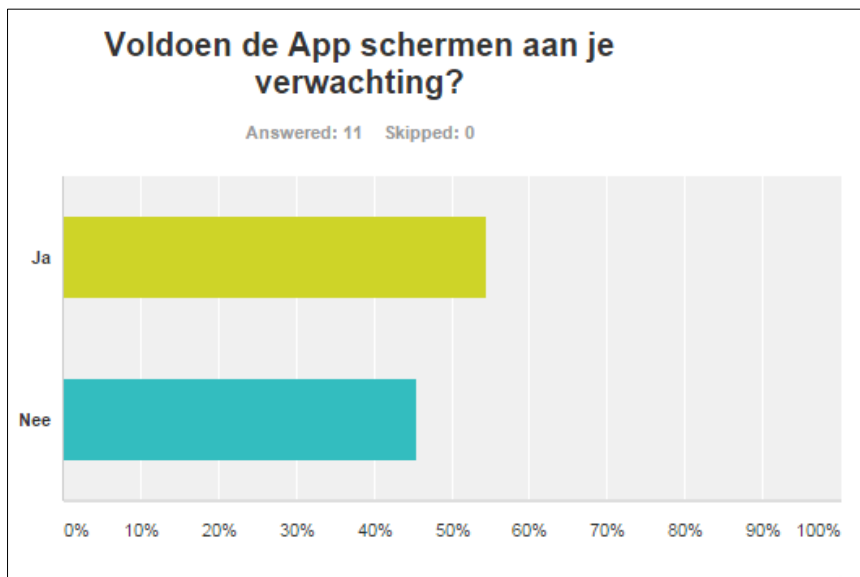
Answered: 14 Skipped: 0



## BIJLAGE 4: EVALUATIE APPSCHERMEN

Onderstaande vragenlijst is rondgestuurd om medewerkers te vragen naar hun ervaringen met de appschermen in de drie vestigingen van de Bibliotheek.





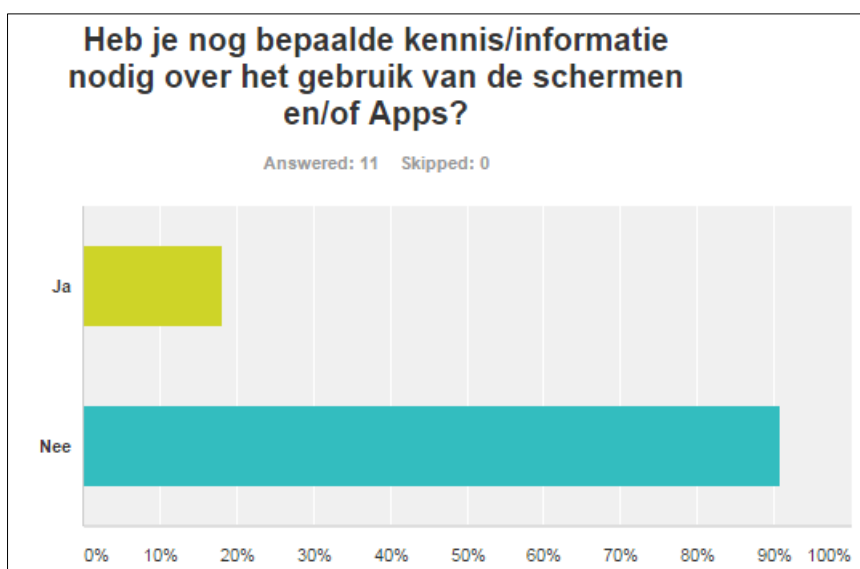
#### Waarom voldoen de schermen wel/niet aan de verwachting?

Een aantal genoemde redenen waarom de schermen wel aan de verwachting voldoen:

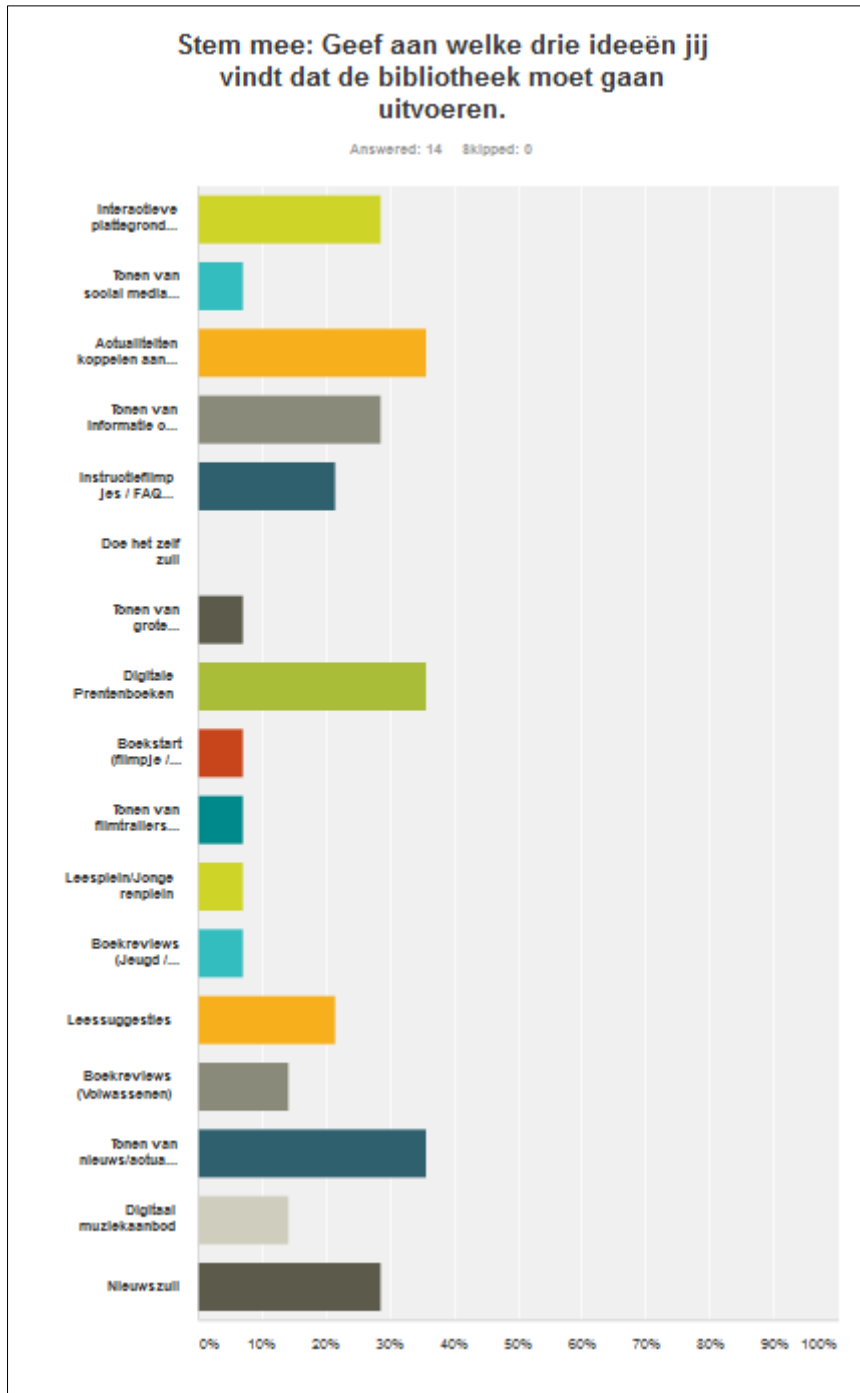
- Het is makkelijk in het gebruik
- Je kunt de klant laten zien hoe de apps eruit zien, hoe ze werken, wat bijvoorbeeld het verschil is tussen de 'Vakantiebieb' en 'de Bibliotheek' (de e-books) en welke voordelen de Bibliotheek-apps bieden.
- Ze bieden de mogelijkheid om samen met klant de apps te bekijken en in te spelen op hun vragen.

Een aantal genoemde redenen waarom de schermen niet aan de verwachting voldoen:

- Klanten zijn alleen geïnteresseerd als er problemen zijn of zij moeite hebben met de Bibliotheek-apps.
- De meeste vragen gaan over het moeilijke inloggen, wachtwoorden en hoe de klanten e-books kunnen downloaden. Op de schermen worden de apps al weergegeven en ingelogd en de vragen gaan juist over de stappen ervoor.



## BIJLAGE 5: POLL OVER VERBREIDING DIGITALE DIENSTVERLENING





## BIJLAGE 6: NARROWCASTING

Veel bibliotheken werken al met narrowcasting en er zijn verschillende leveranciers die het systeem kunnen leveren. Hieronder volgt een kort overzicht van een aantal mogelijke leveranciers die al bekend zijn in de bibliotheekbranche.

### **CleverDisplay** [www.cleverdisplay.nl](http://www.cleverdisplay.nl)

CleverDisplay heeft een aantal grote bedrijven als klant en ook enkele bibliotheekorganisaties. Dit systeem is net als de andere systemen op afstand te besturen vanuit één locatie. Het systeem ondersteunt een groot aantal computerformaten en CleverDisplay levert verschillende soorten schermen, zowel met ingebouwde als losse players. Naast een eenmalige aanschaf geldt een maandelijks bedrag voor onderhoud en beheer.

### **Speak** [www.speak.nl](http://www.speak.nl)

Speak is een bekende naam in de bibliotheekbranche en heeft al meerdere bibliotheken voorzien van narrowcasting. Vooral de flexibiliteit van de organisatie, het gebruiksgemak van de software en de prijs worden vaak genoemd als reden om voor Speak te kiezen.

### **Doklab** [www.doklab.nl](http://www.doklab.nl)

Doklab is een nieuwe speler op de narrowcasting-markt en heeft de eerste schermen uitgerold. Bibliotheek Zoetermeer hoort bij de eerste bibliotheken waar Doklab schermen heeft geplaatst. Deze Bibliotheek had voor aanvang van het project al gekozen voor Doklab als leverancier, dus binnen het project is geen selectieprocedure doorlopen.

## **Randvoorwaarden**

Om narrowcasting in te voeren is een aantal stappen van belang:

- 1 Bepalen welke informatie gedeeld moet worden met de bezoeker van de bibliotheek
- 2 Schermenplan bepalen: op welke plek moet welke informatie worden getoond
- 3 Content vaststellen en schermen vullen
- 4 Zorgen voor elektra en internetaansluiting in de buurt van de te plaatsen schermen
- 5 Schermen plaatsen door leverancier

Aandachtspunten:

- Zorg dat de scherminstellingen goed staan, zodat een scherm niet in de slaapstand gaat.
- De schermen werken vaak zowel op wifi als met een vaste internetverbinding. Houd er rekening mee dat als er met Wifi wordt gewerkt, dit invloed heeft op de beschikbare bandbreedte in de bibliotheek.

## **Beheer**

Het beheer van de narrowcasting-schermen ligt bij de leverancier. Het vullen van de schermen wordt in de bibliotheek gedaan. De medewerker(s) die zich hiermee bezighouden, moeten zich het CMS eigen maken.

Daarnaast moet gekeken worden hoe de informatie wordt aangeleverd bij de contentbeheerder van de schermen. Sommige bibliotheken werken hiervoor met een webredactie met medewerkers uit verschillende teams, andere bibliotheken beleggen deze rol bij één team.

## BIJLAGE 7: THEMA 70 JAAR BEVRIJDING

### Overzicht van de getoonde websites en apps

<http://www.4en5mei.nl/nieuws/nieuwsbericht/145>  
<http://www.4en5mei.nl/educatie>  
<http://www.4en5mei.nl/educatie/lesmateriaal voortgezet onderwijs/schooltv weekjournaal/>

### Informatie Tweede Wereldoorlog

<http://www.lesmateriaaloorlogenvrede.nl/>  
<http://www.schooltv.nl/zoekresultaten/?q=categorie%3A%22Wereldoorlogen%22>  
[http://www.schooltv.nl/no\\_cache/video/crid/20071029\\_5mei/](http://www.schooltv.nl/no_cache/video/crid/20071029_5mei/)  
<http://www.npogeschiedenis.nl/na-de-bevrijding.html>  
<http://www.regiocanons.nl/zuid-holland/zuid-holland/zuid-holland-in-de-tweede-wereldoorlog/links-en-literatuur>  
<http://www.entoen.nu/tweedewereldoorlog>  
<http://hetverhalenarchief.nl/bevrijding/ uit gahetna.nl>

### Bevrijdingsfestivals

<http://www.bevrijdingsfestivals.nl/>  
<http://www.bevrijdingsfestivalwageningen.nl/>  
[http://www.promotiezoetermeer.nl/evenementen/evenementenkalender-2015/mei/copy\\_of\\_bevrijdingsfestival](http://www.promotiezoetermeer.nl/evenementen/evenementenkalender-2015/mei/copy_of_bevrijdingsfestival)  
<http://www.bevrijdingsfestivaldenhaag.nl/programma/bevrijdingsfestival-5-mei/>

### Apps

Duifkopter  
 5 mei National Comité  
 Liberation route  
 NTR  
 Oorlogsmonumenten

### Evaluatie Aanpak Thema 70 jaar bevrijding

#### Organisatie

- Erg hapsnap door het gebrek aan een duidelijke actielijst met actiehouder.
- Creatieve ideeën gedurende het traject; deze zijn echter maar gedeeltelijk opgepakt doordat er geen tijd voor was of omdat ze niet verder zijn uitgewerkt.

#### Locatie

- Ondanks afstemming vooraf is toch bij plaatsing de locatie veranderd omdat de naastgelegen trap onveilige situaties voor kinderen zou kunnen opleveren.
- De tafels stonden erg in de loop.
- Op deze locatie verwachtten mensen een andere functie (nieuwe aanwinsten) en geen themacollectie.
- Mooi dat beide kanten van de displaytafel gebruikt konden worden.
- Locatie is ook afhankelijk van thema, dus eigenlijk is voor themaplaatsing geen standaardplek aan te wijzen.

- Er was geen link tussen de plekken in de bibliotheek waar aandacht werd besteed aan het thema. Mensen moeten op het thema gewezen worden door bijvoorbeeld een plattegrond op het appscherm te plaatsen.

### **Mensen**

- Taken en verantwoordelijkheden waren niet goed belegd waardoor het onduidelijk was wie wat en wanneer zou oppakken.
- Werkzaamheden waren erg gebonden aan personen. Als een persoon er niet was, dan werden werkzaamheden niet overgenomen.
- Het kost ongemerkt toch veel tijd, maar dat kwam ook omdat het de eerste keer was.

### **ICT**

- Lancom heeft er een week over gedaan om de schermen om te zetten naar de juiste instelling.
- Het Let's Learn-scherm is slecht toegankelijk. Slechts een beperkt aantal mensen weet hoe het werkt en waar de sleutels zijn.

### **Aanbod**

- Er was maar weinig interesse in het digitale aanbod.
- Het aanvullen van de fysieke collectie werd goed opgepakt en boeken werden steeds opnieuw aangevuld (ondanks dat er pas laat gecommuniceerd was).
- Breed fysiek aanbod.
- Digitaal aanbod: leerpunt is dat we moeten uitgaan van wat er al is en niet alles zelf willen bepalen (bijvoorbeeld beschikbare e-booklijsten via Leesplein/boekenblog of een lijst met YouTube-filmpjes). Soms komt het aanbod wel laat beschikbaar.
- De beschikbare filmpjes kwamen niet tot hun recht zonder geluid. Daardoor trokken ze ook weinig publiek.
- Risico dat Rotunda, Let's Learn en narrowcasting maar door één persoon beheerd wordt.

### **Aankleding**

- In eerste instantie saai en niet herkenbaar. De vlag was wel een goede aanvulling.
- Kijken of er een structurele oplossing mogelijk is voor de aankleding, zodat die herhaald ingezet kan worden voor thema's.

### **Sociale media**

- Zijn later opgestart dan de andere activiteiten.
- Daarna is er dagelijks gedeeld => 1.420 bereik via Facebook
- Posts:
  - De post over Rotunda scoorde redelijk hoog
  - De boekentips scoorden laag/gemiddeld
  - Er is een vraag gesteld, maar daar is geen reactie op gekomen
  - De informatie over het bevrijdingsfestival in Zoetermeer heeft het hoogste gescoord
  - Activiteiten scoren over het algemeen wel goed
- Onderling afstemmen over frequentie en soort berichtgeving
- Twitter is maar beperkt ingezet

### **Communicatie**

- De onderlinge afstemming verliep goed ondanks dat er geen echte vergaderingen waren gepland.
- De medewerkers zijn laat geïnformeerd over het thema.
- Zeker de frontoffice moet beter geïnformeerd worden met een werkinstructie zodat men weet wat er verwacht wordt.
- Op de website is geen aandacht besteed aan het thema (met uitzondering van de activiteit van 4 mei)

Er is nog niet onderzocht welke impact dit traject heeft gehad op de uitleen van e-books of er was geen tracking op het digitale aanbod. Voortaan zou deze informatie wel beschikbaar moeten zijn.

## BIJLAGE 8: PROCESBESCHRIJVING REDACTIETEAM

### Hoofdstuk 1: Overzicht communicatiekanalen Bibliotheek Zoetermeer

#### 1 INTERNE COMMUNICATIE

|   |
|---|
| Intranet voor alle medewerkers          |
| Teamoverleg voor teamleden              |
| Koffiebijeenkomst voor alle medewerkers |

#### 2 DIGITALE & ONLINE COMMUNICATIE

|   |
|---|
| <b>Nieuwsbrieven / E-mail</b>   |
| E-mailmarketing   |
| Facebook  |
| Twitter   |
| LinkedIn  |
| <b>Website</b> Nieuwsitem, agenda-item, tabbladenbanner homepage, widget homepage of op bestaande of nieuwe webpagina |
| <b>Website partners of derden</b>   |

#### 3 COMMUNICATIE IN DE VESTIGINGEN

|  |
|--|
| <b>Baliedisplay</b>                      |
| <b>Narrowcasting</b> schermen            |
| <b>Draaideur Hoofdbibliotheek</b> entree |
| <b>Stoepbord</b> bij de entree           |
| <b>Poster A3</b> op posterwand           |

#### 4 PRINTMEDIA

|  |
|--|
| <b>Mailing</b> naar leden, buurtbewoners en niet-leden |
| <b>Flyer</b> in display en op de balies                |

|  |
|--|
| <b>Folder</b>  |
| <b>Brochure</b>  |
| <b>Posters</b> voor op de posterwand, stoepborden of lokale partijen |

## 5 PR/PERS

|   |
|---|
| <b>Bellen pers en extra mail</b>                      |
| <b>Persbericht</b>                                    |
| <b>Persuitnodiging</b>                                |
| <b>Advertentie</b> (UIT-agenda of aparte advertentie) |

### Hoofdstuk 2: werkwijze

Het redactieteam bespreekt maandelijks aan de hand van de communicatie- of promotiekalender wat er gedaan moet worden om een boodschap uit te zenden via interne en externe kanalen. De redactieleden ontvangen content vanuit de teams. Elk redactielid vertegenwoordigt een team en stuurt het team aan op tijdige levering van de content.

De content bestaat meestal uit een basistekst plus foto. Deze basistekst wordt bewerkt naar gelang het kanaal dat ervoor wordt ingezet. Voor bijvoorbeeld Twitter en Facebook gaat het om kortere, bondiger en pakkender teksten dan voor een persbericht of de website. De basistekst moet in ieder geval alle elementen bevatten die doorgaans in een persbericht staan (de 5 w's en h).

### Hoofdstuk 3: deadline aanleveren content

Om alle kanalen optimaal te kunnen inzetten, is tijdige aanlevering van content belangrijk. Met name als het gaat om activiteiten met kaartverkoop voor lezingen en workshops et cetera of wanneer het drukwerk betreft dat per seizoen aangepast moet worden.

Voor drukwerk geldt dat de informatie minstens **twee maanden** voor publicatie voorhanden moet zijn. Vanaf dat moment kan een verdere indeling over de kanalen in de kalender worden gezet.

Een persbericht over een activiteit met kaartverkoop wordt minimaal **twee weken** tot maximaal **drie weken** voor plaatsing in de krant verzonden.

Voor ad hoc persberichten is het belangrijk de deadline van de huis-aan-huisbladen aan te houden. Maandagmiddag of dinsdagochtend aanleveren, betekent plaatsing in de krant van woensdag. Voor het AD, Zoetermeer Actief en andere nieuwswebsites is er geen deadline, zij plaatsen iedere dag.

Persberichten worden door het secretariaat verstuurd. Een extra belronde verzorgt de eigenaar van het persbericht. Er is een lijst van persmedia met contactgegevens beschikbaar.



## Hoofdstuk 4: persbericht

Een persbericht is een kant-en-klaar bericht voor de redactie van week- en dagbladen. In het bericht staat zo kort mogelijk vermeld wat de nieuwsaarde is. De Bibliotheek verstuurt jaarlijks tussen de 150 en 200 persberichten. De berichten over activiteiten worden vaak al eerder gemaakt als deze zijn opgenomen in de promotiekalender. De persberichten worden uiterlijk twee weken voor het plaatsvinden van de activiteit verzonden.

### Hoe werkt het?

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Contactpersoon</b>          |  |
| <b>Aanleveringsvoorwaarden</b> | Vul in het format zoveel mogelijk informatie in, maar beperk het bericht tot maximaal 1 A4. Lever de concepttekst aan bij de hoofdredacteur, die de tekst redigeert en de gecorrigeerde tekst voor akkoord terugstuurt. Naast het invullen van het format dien je een passend beeld aan te leveren (in hoge resolutie) en een URL (naar de website van de Bibliotheek) met meer informatie. Je geeft aan naar welke regionale en eventueel nationale dagbladen je het bericht wilt verzenden. De definitieve versie wordt verzonden naar de media. |
| <b>Deadline</b>                | Lever het ingevulde format uiterlijk 2 weken voorafgaand aan het versturen aan bij de hoofdredacteur (let op, een persbericht wordt doorgaans 3 á 4 weken tevoren al verzonden!).  |
| <b>Format</b>                  | Zie <i>G:\Sjablonen\Landelijke huisstijl\persbericht</i>   |
| <b>Meer informatie</b>         | Zie perslijst hierboven, de perslijst wordt regelmatig bijgewerkt.   |

### Tips voor de inhoud van het persbericht

#### Zorg voor een opvallende titel

Fris, kort en een call-to-action werken goed. Bibliotheek noemen vooraan in titel werkt beter dan achteraan.

#### Structuur

Vermeld 'Persbericht', plaats, datum, tijdstip, opvallende titel, intro (korte en bondige samenvatting), de uitwerking (achtergrondinformatie en verdere context), afsluiten met noot voor de redactie (voor meer informatie verwijzen naar contactpersoon met naam en emailadres, telefoonnummer). Plaats vóór de noot voor de redactie 'niet voor publicatie', je wilt immers niet dat deze gegevens verder worden verspreid. Ten slotte kun je een bijlage toevoegen, zoals beeld of een interessante rapportage. Dit wordt vaak gewaardeerd door de ontvanger.

#### Eerste alinea

Het komt wel eens voor dat media alleen de eerste alinea van een persbericht overnemen en publiceren. Daarom is het handig om in deze alinea, ook wel intro of lead genoemd, de vijf W's en de H te vermelden: wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe.

#### Pyramidemethode

Denk aan de pyramidemethode: geen lange inleiding maar direct to the point komen.

#### Gebruik van afkortingen, eigennamen en aantallen

Schrijf getallen niet voluit, afkortingen wel. Gebruik geen lange eigennamen, of alleen de eerste keer en gebruik daarna een afkorting. Dat geldt ook voor eigennamen van partners. Zo vergroot je de leesbaarheid. Gebruik dit ook als argument als partners er bezwaar tegen maken.

### Schrijfstijl en aantal woorden

Persberichten bestaan doorgaans uit maximaal uit één A4. Schrijf kort en bondig en probeer dubbele informatie te vermijden. Wees zakelijk, formuleer helder en houd je aan de feiten. Zorg voor korte alinea's rond één afgebakend onderwerp. Schrijf in de actieve vorm, vermijd hulpwerkwoorden zoals zullen, worden, en kunnen. Schrijf in de derde persoon. 'Ik' en 'wij' alleen gebruiken in citaten. Voor een goede leesbaarheid heeft een zin niet meer dan twaalf woorden.

### Schrijffouten

Spelling, grammatica en structuur zijn essentieel. Een fout in een persbericht schaadt je imago. Laat je persbericht door een digitale spellingscheck gaan en laat je persbericht nalezen door een collega.

### Verzenden

Verstuur het persbericht als bijlage in pdf, niet in Word. Beeldmateriaal en eventueel andere documenten in aparte bijlages versturen.

## Hoofdstuk 5: beeldmateriaal

Voor iedere activiteit moet goed en duidelijk beeldmateriaal aangeleverd worden. Indien er drukwerk gemaakt wordt (posters, flyers et cetera) is een drukwerkbestand nodig, het liefst in .eps of .ia formaat (minimaal 2 MB). Plaatjes van internet zijn dus niet geschikt.

Voor online gebruik (website, sociale media en digitale nieuwsbrief) is een kleine afbeelding in .jpg formaat voldoende. Meestal is in cms-tools maximaal 500 kb toegestaan. Een grote afbeelding heeft toch de voorkeur, want in Photoshop kan de afbeelding dan bijgesneden en verkleind worden tot een staande en een liggende variant. Staand voor de nieuwsbrief, liggend voor de website en sociale media.

Zorg dat je je beeldmateriaal altijd netjes bijsnijdt. Dat kan heel makkelijk op je iPad door voor 'Wijzig' te kiezen. Knip grote delen van plafonds weg en gebruik eventueel een filter als de afbeelding overbelicht of wazig is. Probeer de essentie van de afbeelding in het midden te krijgen.

Maak liever een close-up van wat iemand doet, dan een overzichtsfoto, tenzij je wilt laten zien hoe druk het is. Vraag altijd toestemming voordat je iemand herkenbaar in beeld brengt.

## Hoofdstuk 6: sociale media (Facebook en Twitter)

Voor nieuwsgeving op de sociale media kan wekelijks een agenda worden samengesteld waarin de boodschappen en momenten van zenden worden vastgelegd (*ter discussie in het redactieoverleg*). Er zijn vanuit de teams meerdere redacteurs die Facebook en Twitter kunnen bewerken. Ieder team is verantwoordelijk voor zijn eigen content. Ter discussie staat nog het werken met platformen als Tweetdeck of Hootsuite.

Berichten over activiteiten worden opgenomen in de promotiekalender.

Berichten over landelijke ontwikkelingen, trends, campagnes et cetera kunnen gedeeld of geretweet worden (check wel eerst of iemand anders dat niet al gedaan heeft. Bij Twitter is dat makkelijk te zien omdat de retweet-knop groen wordt als een bericht al geretweet is.) Check eerst de tijdlijn van de Bibliotheek alvorens je een bericht deelt.

Gebruik op Twitter een hashtag als je wilt dat je bericht makkelijk is terug te vinden. Geef kernwoorden een hashtag, maar niet meer dan twee per tweet.

Gebruik waar mogelijk altijd een foto en een link naar de website of de catalogus.

Minimaal tweemaal per week een bericht over de collectie: #actueel of #aanwinst. Altijd een call to action!

## **Hoofdstuk 7: narrowcasting**

De narrowcasting-schermen in de Hoofdbibliotheek en vestigingen krijgen wekelijks een update. Dit wordt opgenomen in de promotiekalender.

## **BIJLAGE 9: TAKEN EN VERANTWOORDELIJKHEDEN REDACTIETEAM**

### **Hoofdredacteur**

- Redactieteamvergaderingen voorzitten
- Laatste check uitvoeren op teksten en beeldmateriaal
- Basisdocument opstellen met kwaliteitsnormen:
  - Uitgangspunten voor tekst, beeldverwerking en dergelijke
  - Uitgangspunten per kanaal
  - Uitgangspunten voor een persbericht (is basistekst)
  - Uitgangspunten voor interne communicatie (informer en instrueren)
- Schijf Marketing & Communicatie opruimen en herindelen
- Website: homepage bijhouden
- Workshops initiëren en organiseren
- Communicatiekalender voor alle kanalen opstellen en bewaken
- Kwaliteit bewaken

### **Redactieleden**

- Input aandragen voor communicatiekalender en terugkoppeling hierop
- Teksten opstellen voor verschillende kanalen per onderwerp (of uitbesteden aan verantwoordelijke) => persbericht is basis voor overige teksten
- Beeldmateriaal selecteren
- Tekst en beeldmateriaal opslaan op centrale schijf (toegankelijk voor alle betrokkenen)
- Werkzaamheden uitzetten (bijvoorbeeld drukwerk, narrowcasting, advertenties)
- Producten onderhouden op de website
- Activiteiten invoeren in de agenda op de website
- Interne communicatie verzorgen => informeren en instrueren van medewerkers (voordat extern wordt gecommuniceerd)

## BIJLAGE 10: VERSLAG BRAINSTORM

### Warming-up

Duidelijk is dat het digitale aanbod in de Bibliotheek niet vanzelfsprekend leidt tot (meer) gebruik. Tijdens een brainstorm onder begeleiding van Babette Egges van ProBiblio wordt gezocht naar mogelijkheden om het gebruik te intensiveren. Hierbij zijn naast medewerkers van de Bibliotheek Zoetermeer ook twee medewerkers van andere bibliotheken aanwezig en twee mensen van buiten de branche. De deelnemers stellen zich aan elkaar voor op basis van een meegebracht voorwerp, variërend van een foto van een vaas, gehaakte poppetjes, een reisgids en een cd van Julio Iglesias.

### Uitleg creatief denken

Als intro wordt een filmpje getoond waarbij twee mensen 'vast komen te zitten' op een stilstaande roltrap. Dit illustreert het vaste denkpatroon waarin we vaak blijven zitten. De wereld om ons heen is een jungle aan informatie, die de hele dag op ons af komt. Ons brein verwerkt deze informatie automatisch door 'snelwegen aan te leggen' door deze jungle. Zo weet je bijvoorbeeld bij brand in huis direct dat je naar buiten moet.

Maar als je creatief aan de slag wilt, werken deze patronen vaak belemmerend. Dit is geïllustreerd met de afbeelding van het zoenende stelletje waarin kinderen negen dolfijnen zien. Samenvattend: het brein is een krachtige patroon-maker en snelle patroon-hergebruiker, maar een slechte patroon-doorbreker.

### Oefening vuile schoenen

De groep wordt in drieën gedeeld en gevraagd om oplossingen te bedenken voor de Bibliotheek in Bredasdorp in Zuid-Afrika. Volgens een briefje op de deur mogen mensen niet met vieze schoenen de bieb in omdat ze 'de stoomskoonmaak nie kan bekostig nie'. Na de eerste, voor de hand liggende oplossingen zoals schoenen uit, schoonmaken bij de deur en overschoentjes aantrekken, worden de vaste patronen al voorzichtig doorbroken. Met als uitschieter een kabelbaan in de Bibliotheek!

### Thema van de dag

De centrale vraag luidt: 'Hoe kunnen we ervoor zorgen dat klanten staan te dringen voor de schermen'. Uiteenlopende ideeën worden op gele post-its geschreven waarbij we nog wat hulp krijgen van Mohammad Ali, George Clooney en Madonna; in totaal meer dan honderd ideeën.

### Kiezen

Vervolgens kiezen we de beste ideeën door de ideeën te rubriceren in 'gisteren' (blauw), 'vandaag' (rood) en 'morgen' (geel). Iedere deelnemer mag per kleur drie stickers plakken op de beste en leukste ideeën. Uit de meest bestickerde ideeën kiezen de deelnemers vervolgens de ideeën die ze graag verder willen uitwerken. Hiervan diepen drie groepjes elk één idee verder uit. Tot slot krijgt ieder groepje één minuut om hun idee te pitchen voor de rest van de groep en te verkopen aan de opdrachtgever.

### Afsluiting

De opdrachtgever geeft aan dat er naast de uitgewerkte ideeën veel andere interessante ideeën zijn en belooft deze met de collega's van andere bibliotheken te delen, en dat er in ieder geval één idee volledig uitgewerkt zal worden.