

Nieuwsbrief Nieuw Bibliotheekwerk

nr. **5a**, jaargang **10**, mei 2010. **Special over franchising en Formuleorganisatie**

Uitgave: 8 PSO's en NvD. Redactie: Wim Keizer, tel. 023 – 5546387, e-mail wkeizer@soobbozh.nl

Van de redactie

Mari Nelissen van de Bibliotheek Maasland (Oss e.o.) en **Hans Derks** van de Bibliotheek Den Bosch zijn niet de enige bibliotheek-directeuren met twijfels over en bedenkingen bij de plannen van de tien directeuren die met een zachte franchiseformule vorm willen geven aan een formuleorganisatie *Bibliotheek Nederland*.

Dat blijkt uit de reacties op een mail van mij aan ca. dertig directeuren, verspreid door het hele land. Maar er zijn ook directeuren die het initiatief vrijwel onverkort omarmen en van plan zijn mee te doen. Het aantal tegenstanders en twijfelaars, althans bij degenen die reageerden, is echter groter.

Zijdelings werd ik erop geattendeerd dat van de tien initiatiefnemers er sinds december al drie elders hun heil hebben gezocht (Breda, Delft, Utrecht) en één is overgestapt van bibliotheek naar PSO (Zwolle).

Ik mailde 26 april: "In de *Nieuwsbrief Nieuw Bibliotheekwerk* van april publiceerde ik bijgaande artikelen over en n.a.v. de Formuleorganisatie "Bibliotheek Nederland", een initiatief van tien directeuren, n.l. die van de Bibliotheken Groningen, Zwolle, Utrecht, Alkmaar (Kennemerwaard), Haarlem, Delft, Oosterschelderegio, Breda, Eindhoven en Heerlen.

Ik ben benieuwd wat je ervan vindt en of je ook van plan bent mee te doen. Of deel je (meer) de mening van Mari Nelissen (Oss, Maasland) en/of Hans Derks (Den Bosch)? Zou je daar voor de Nieuwsbrief iets over willen schrijven?"

Bijgaand de 14 reacties, een bont geheel aan meningen, waaruit in elk geval blijkt dat het openbare bibliotheekwerk *pluriformiteit* nog altijd hoog in het vaandel heeft staan, zowel voor zichzelf als de burgers dan wel de consumenten, klanten en/of gasten.

De koppen en de tussenkopjes zijn (meestal) van mij.

Wim Keizer,
17 mei 2010

Willen we modieuze string of degelijke onderbroek?

Sjaak Driessen

Het is 11 mei 2010. Ik kom net thuis van een kennismakingsgesprek met de nieuwe vertrouwenspersoon voor de bblthk. Seksuele intimidatie, agressie en andere belangwekkende onderwerpen passeerden de revue. Het leek alsof het afgesproken was: Netwerk op Nederland 1 had het onder andere over kindermode en hoe kinderen van zes jaar en ouder eruit wilden zien: als sex-symbolen, gewild door het grote publiek, maar waarvan ze zelf nog weinig begrepen. Die kloof werd feilloos gedicht door een ouder die niet schroomde om haar platte verlangen te projecteren op haar kind. **Michel Houellebecq** zou er zo voor naar Nederland willen komen.

Om dit beeld te overstemmen ging ik op zoek naar authenticiteit en geloofwaardigheid en kwam uit bij **Hans Achterhuis**, zijn nieuwste boek, 'De utopie van de vrije markt', en bij VPRO Tegenlicht van 3 mei, 'Dramademocratie. De reality check'.

Achterhuis benadrukt dat **zorgen voor** (burgers) verworden is tot **zorgen dat** (klanten), met alle publieke legitimatieproblemen van dien. De reality check laat zien dat de burger niet gek is en eerder kiest voor waarden dan voor flinterdunne programma's. De kredietcrisis, de falende marktwerking op tal van terreinen, het afnemend vertrouwen van burgers in instituties die hen houvast gaven en nog zouden moeten geven, getuigen hiervan.

Eerst doen, dan denken

Inmiddels telt de openbare bibliotheekmarkt een branchevereniging, een sectorinstituut, een digitale bibliotheek die je moet voorzien van .nl en een uitdijend aantal bv's en andere constructies om het naoorlogse 'eigen waar eerst' aan de vrouw en man te brengen: de klanten.

De Bibliotheek Nederland schrijft in haar programma van 14 september 2009 onder 'Toekomstvisie': 'Wij stellen voor om een centrale strategie uit te werken waarin de bibliotheek van de toekomst wordt beschreven.' Die visie komt na de spreiding van vestigingen, de inrichtings- en formuleconcepten, speciale formules, collecties, normeringen, en de inkoop. Met andere woorden eerst doen en dan denken. In dit alles, als ik het goed heb, wordt rond de twee miljoen euro vernieuwingsgeld geïnvesteerd.

Niets meer over inhoud

Ondertussen zijn we, in tijd gezien, verder en lijkt de formule zich te ontwikkelen tot een gestandaardiseerde inrichting van bibliotheekwinkels met bijbehorende sexy waar, die een omzetting, gemeten in aantal uitleningen, van 20% moet realiseren. Het harde deel van de franchise. Ik heb me laten vertellen dat wanneer dat - gezien de langzame natuurlijke ontstoffelijking van de distributiefunctie - niet meteen gaat lukken, er om niet een hebbedingetje in elk boek, elke dvd, cd etc. wordt gestopt, dat pas na registratie in eigen zak mag worden gestoken. Over de zachte (inhoudelijke) delen van de franchise hoor en lees ik niets meer.

Plat en opportunistisch

Ik kan geen aanknopingspunten ontdekken van een sterk op de cosmetica gerichte beweging met een duurzame lokale of landelijke strategie. Het komt allemaal nogal plat en opportunistisch over. En wat plat is, daar kan makkelijk overheen gewalst worden. De bibliotheken zijn voor de dienstverlening aan hun burgers meer dan 80% afhankelijk van de lokale overheid. Zonder stevige lokale verankering is er geen duurzame en lokaal gediensstige verbinding met het bovenlokale (lees: provinciaal en landelijk) mogelijk. Alle landelijke charters en innovatierapporten ten spijt. Wie lokaal, in weerwil van de maatschappelijke ontwikkelingen, de distributiefunctie tot speerpunt verheft, en daarin de schaarse euro's investeert in plaats van in andere functies, functies die toekomstbestendiger zijn, die ...Door verandering van beleid verandert immers de omgeving niet.

Publiek domein

Zoals gezegd is het ook niet eenvoudig om een logische inhoudelijke en strategische verbinding of afgeleide te ontdekken met het landelijke. Het meest ultieme referentiekader

hier is, zo lijkt mij: 'Naar een nieuwe bibliotheekwet. Proeve van een wettelijke regeling voor het openbare bibliotheekwerk'. Daar wordt met geen woord gerept over winkels, klanten, consumenten, franchiseformules, logo's, huisstijl, of anderszins. Wel over de inhoud, over burgers, het publieke domein, over waarachtige openbare bibliotheken die in dienst staan van verschillende waarheden - pluriformiteit. Binnen zo'n context is de burger burger, in plaats van koning klant. En wanneer die burger zich niet als burger maar als consument gedraagt, dan zijn er altijd nog de Bol-punt-coms, Bruna's, Ako's, Librissen, Free Record-shops enzovoort, die ook zonder subsidie bereid zijn om te leveren.

Kloof

Ik kan niet goed meer overzien hoe groot de kloof is tussen wat wij op het hoogste niveau belijden, waar we naar streven, en hoe hieraan in de praktijk inhoud wordt gegeven. Bestuurlijk: rijk, provincie en gemeente. Inhoudelijk: sectorinstituut, bibliotheek.nl, VOB, PSO's, diverse BV's, enzovoort. Franchiseformules, winkels en andere waren kunnen die kloof niet dichten. Ze fungeren eerder als vergrootglazen waardoor te zien is dat de vorm nogal dominant is ten opzichte van een duurzame inhoud.

Groot voorstander van franchise

Denk nu niet dat ik tegen franchise ben. Nee, ik ben daar een groot voorstander van wanneer het gaat om echte en ter zake doende inhoud. Trouwens, we doen volgens mij al jaren aan franchising. Denk aan de dienstverlening van NBD/Biblion, de databanken, Nederland Leest, enzovoort. Of zoals vroeger, in het papieren tijdperk, voorafgaand aan de Tweede Kamerverkiezingen, dat je dan een serie documentatiemappen kreeg van je franchiseorganisatie over alle deelnemende partijen en hun programma's. Nu moet elke bibliotheek die informatie zelf bij elkaar sprokkelen. Tal van mogelijkheden zie ik om zo'n franchise tot een succes te maken. Vooral met behulp van de digitale bibliotheek, van landelijke tot lokale informatie, waar burgers zich lokaal en bovenlokaal verbonden voelen.

Kortom: een degelijke onderbroek is geloofwaardiger en duurzamer dan een modieuze string.

De auteur is directeur van de bblthk (Wageningen).

Winkelconcept combineren met ouderwetse service

Barend Eikelenboom

Het initiatief van de franchisegroep waardeer ik zeer. Ik heb dan ook een aantal bijeenkomsten over de franchise bezocht waaronder begin april in Zwolle-Zuid. Ik ben echter tot de conclusie gekomen dat ik er, in ieder geval op dit moment, niet aan mee zal doen. Ik deel de mening van **Hans Derks** dat de bibliotheek geen winkel is maar een belangrijke cultureel-maatschappelijke instelling met een sterk lokaal karakter en lokale betrokkenheid.

Toegevoegde waarde nodig

Dat we ons willen laten zien als een deel van een groter geheel vind ik goed, maar dan moet dat grote geheel wel een toegevoegde waarde hebben boven de lokale bibliotheekdienstverlening. Een goed landelijke digitaal aanbod via Bibliotheek.nl, thuisgebruiklicenties voor bibliotheekleden, een landelijke e-bookdatabank voor lokale leners en dat allemaal onder hetzelfde bibliotheeklogo, of keurmerk voor mijn part, want anders zien we dat logo bij meer dan de helft van de bibliotheken niet terug. En dan een vette reclamecampagne eroverheen. Dat geneuzel over marketing hebben we nu wel gehad. Als we graag Albert Heijn als inspirerend voorbeeld willen zien, laten we dan zijn reclamebureau nemen.

Geen uitleenfabriek

Evenals de franchisegroep ben ik een groot voorstander van toepassing van het winkelconcept. In Bussum doen we dat al een aantal jaren tot grote tevredenheid. Maar dan wel in combinatie met de ouderwetse bibliotheekservice dat je min of meer elk boek via de catalogus kan terugvinden. De gerichtheid van de franchisegroep op een grote toename van het aantal uitleningen deel ik niet. De bibliotheek is geen uitleenfabriek, maar een basisvoorziening die een centrale plaats inneemt in het lokale culturele en educatieve aanbod. Een plek waar het prettig verblijven is, waar je met elkaar afspreekt, waar scholieren samen huiswerk maken. Vervlakking van het aanbod door te grote gerichtheid op het scoren van zoveel mogelijk uitleningen zal door de subsidiegever ook niet overal met evenveel enthousiasme worden begroet.

Geen instituut erbij

Tenslotte is het wat mij betreft noodzakelijk dat het eventuele franchiseproces ondergebracht wordt bij de branchevereniging of één van onze andere landelijke instituten (NBD bijvoorbeeld). Daar hebben we er inmiddels zoveel van dat we bij nog één erbij het spoor helemaal bijster raken. Bovendien zal anders het financiële voordeel voor de deelnemers dat ons wordt voorgespiegeld, verdampen in overheadkosten van een directeur, staf en bureau.

Dus hulde voor het initiatief, maar laten we het puntje bij het paaltje houden. De nuance bewaken, de traditionele waarden van de bibliotheek koesteren, zoeken laten uitmonden in vinden en niet doorschieten in een formule waarin de lokale bibliotheek zijn karakter verliest en vervaagt in uniforme vervlakking.

De auteur is directeur van de Bibliotheek Naarden-Bussum.

Franchiseformule moet, vanwege brede bibliotheek

Jan Gommer

Ik steun het initiatief van de club van tien. Het is een terechte en noodzakelijke poging om meer uit de bibliotheek te halen. Om met gezamenlijke inzet van middelen één van onze belangrijkste kerntaken en logistieke processen te vernieuwen. Gericht op klantenbinding, meer omzet en duurzaam ondernemerschap. Het beschikbaar stellen van de collectie en de raadpleeg- en uitleenfunctie is nog steeds – in termen van omzet en bedrijfsmiddelen – de belangrijkste reden van ons bestaan. Het is de meer harde kant van ons werk waarvan de resultaten van oudsher goed te meten zijn. En omzetstijging doet het altijd beter dan omzetsdaling, ook bij de bibliotheek. Ik zie de gebruiker op dat onderdeel als consument. Hij komt wat halen en neemt geen genoegen meer met een rechttoe-rechtaan presentatie. Drie van de vier bezoekers bepalen hun keuze in de bibliotheek. Dat betekent dat we op dat onderdeel marktgericht moeten worden en de klant als consument moeten benaderen.

Voordeel halen

Wanneer de pilots succes hebben en tot meer leden en uitleningen leiden, dan is het

wijs om de processen die daarmee verbonden zijn onder te brengen in een franchise-formule, rekening houdend met verschillende typen bibliotheken (naar omvang en functie). Uitgangspunt moet zijn dat in de eigen organisatie voordeel gehaald kan worden door samen slimmer in te kopen en meer omzet te halen. De efficiencyvoordelen en inkoopkortingen vinden hun weg in de organisatie, bij voorkeur richting de digitale bibliotheek en de brede maatschappelijke functie van de bibliotheek, gericht op de nieuwsgierige en lerende burger. Denk aan de educatieve activiteiten op het gebied van mediawijsheid, de taal- en leesbevordering, de digitale dienstverlening en de lokale programmering. Functies die we een hoge waardering toekennen, maar waarvoor we vaak de middelen bij elkaar moeten schrapen of afhankelijk zijn van projectgelden.

Franchiseformule positief benaderen

De franchiseformule wil ik positief benaderen en ondersteunen. Veel moet zich nog bewijzen. Ook al worden er kleine successen geboekt, het einddoel blijft de Bibliotheek Nederland.

Met de voorgestelde zachte franchiseformule zie ik niet dat we de lokale autonomie verliezen. Van welke leermeester is de uitspraak: 'de bibliotheek is een landelijke zaak, die zich lokaal manifesteert'?

Als de franchiseformule een succes wordt, zijn we in staat om ons lokaal nog scherper te profileren. Daar worden zowel consument als burger beter van.

De auteur is directeur van de FlevoMeer Bibliotheek (Noordoostpolder, Urk, Lelystad, Dronten en Zeewolde).

Franchisemodel niet urgent, maar Bibliotheek.nl wel

Erno de Groot

De franchisediscussie is bepaald niet nieuw en blijft draaien om de vraag wat decentraal nodig is en wat centraal bepaald wordt.

1^{ste} constatering:

De bibliotheek is een uniek fenomeen. Een publiek domein waarin veel mag en weinig moet. Een plek op het snijvlak van ontspanning, ontplooiing en persoonlijke ontwikkeling.

2^{de} constatering:

De bibliotheek is in zichzelf een formule of concept dat al was bedacht voordat deze termen in zwang kwamen. Een uniek concept want er is geen concurrent.

3^{de} constatering:

Een kennelijk maatschappelijk relevant concept want overheden subsidiëren deze functie.

Een concept wat om aanpassingen en vernieuwing vraagt? Jazeker, maar wel met de bibliotheek als vertrekpunt, want dat zijn wij en niet iets anders.

Voorzichtigheid

Daar ligt ook de kern van mijn voorzichtigheid ten aanzien van wat nu franchise genoemd wordt en eerder zichtbaar is geworden als winkel- en retailconcepten. Waar heb ik behoefte aan om als regionale bibliotheekorganisatie beter te presteren wat door krachtenbundeling landelijk ontwikkeld kan worden?

Wel:

Er zijn vele onderwerpen die zich lenen voor een landelijk ondersteuning. Productontwikkeling digitale diensten, een efficiënt werkend financieel model op basis van producten, een landelijke marketingstrategie waarbinnen de landelijke bibliotheekpas en slimme landelijke campagnes passen.

Een goed werkend informatiesysteem, kentallen en een expertisecentrum voor bouw en inrichting en vooral: de digitale bibliotheek.

Daarvoor moet mogelijk eigen autonomie worden ingeleverd om een sterk stelsel te ontwikkelen. Dat doen we ook al provinciaal in Utrecht als het gaat om automatisering, tarieven en collecties.

Niet:

Is het nodig om in een formule- of franchise-model te stappen?

Wat mij betreft niet. Althans niet zoals gepresenteerd op de bijeenkomst van de Bibliotheek Nederland op 8 april in Zwolle-Zuid. Retail, winkelconcepten of hoe je het verder wil benoemen zijn ontwikkeld voor omzetvergroting en winstmaximalisatie. Het is geënt op een ander, commercieel concept dan de bibliotheek. Het bedrijfsmodel vraagt daarbij om herinvesteringen in inrichting die niet realistisch zijn. Laat onverlet dat goed uitgewerkte bibliotheekmodellen bruikbaar kunnen zijn.

Veel te leren

Bibliotheken kunnen veel leren van andere werkvelden. Vanuit de retail: aantrekkelijke inrichting en presentaties waar al veel naar is gekeken door interieurarchitecten die de afgelopen jaren prachtige bibliotheken hebben gerealiseerd en veel kennis hebben ontwikkeld. De CPNB voor landelijke marketingacties, BOL en andere virtuele bedrijven die ons bewust hebben gemaakt van Internet-aanwezigheid en leveringssnelheid. Bekijk goed hoe anderen het doen en pas het daar toe waar het voor de bibliotheek relevant is.

Ongemakkelijk gevoel

Een ongemakkelijk gevoel is ontstaan bij het doorschieten naar onderdelen als het project collectie, het project inkoop en de financiële projecten. Niet wat betreft de onderwerpen, maar vooral door het gebrek aan voortbouwen op bestaande ontwikkelingen. Laten we vooral vermijden dat De Bibliotheek Nederland probeert iets nieuws uit te vinden voor wat er al is.

De Nederlandse bibliotheken hebben met NBD/Biblion een centrale dienstverlener van formaat waar het gaat om collectie en inkoop. Daar moet een vraag worden neergelegd als het gaat om inkoop, snelle levering en het doorontwikkelen van collectieprofielen.

Bibliotheek.nl: daar moet het gebeuren

Als groot voorstander om landelijk te doen wat lokale bibliotheken kan helpen hun dienstverlening te verbeteren kijk ik met veel belangstelling en begeerte uit naar de Stichting Bibliotheek.nl. Daar moet het volgens mij gebeuren als het gaat om de innovaties die wij nodig hebben. Als dat gaat leiden tot "de digitale bibliotheek Nederland" juich ik dat van harte toe. Dat de bibliotheken veel baat kunnen hebben bij een expertisecentrum bouw en inrichting is duidelijk. Er is in de afgelopen jaren op allerlei wijze kennis ontstaan, van grote stadsbibliotheken, cultuurhuizen, hybride vormen etc. Hier kan lokaal veel winst worden bereikt als die kennis omgezet wordt in bruikbare documentatie, kengetallen, een leveranciers-index etc. Een landelijk beeldmerk (hoe lelijk ook) en goede campagnes kunnen ons ondersteunen. De bibliotheek hoeft niet opnieuw uitgevonden te worden, de fysieke bibliotheek zal lokaal en regionaal bloeien als wij met elkaar landelijk de juiste urgenties aanpakken.

De uitrol van een franchisemodel hoort daar wat mij betreft (nog) niet bij.

De auteur is directeur van de Bibliotheek Eemland (Amersfoort e.o.).

To franchise or not? Een dilemma: nee

Christine Kempkes

Franchise?

Zeker, een enorme sprong voorwaarts, de bibliotheken springen over hun schaduw. Samen een merk zijn in Nederland is noodzakelijk. Zie de ontwikkelingen om ons heen, ik schets ze niet, want iedereen ...

"Het gaat er niet om iets geheel nieuws te zien, maar om te bedenken wat nog niemand bedacht heeft over wat iedereen ziet", zei **Schopenhauer**.

Dat we ons verbinden aan bibliotheek.nl moet!

Als we, ik hoop snel, de digitale bibliotheek hebben, dan moeten bijvoorbeeld tarieven gelijk, of moet de bewoner van Venray meer betalen dan die in Groningen?

En zeker: variatie moet.

Bibliotheken zijn culturele ondernemingen, plekken waar in de regio betekenis aan gegeven wordt door het ondernemerschap van directeuren en hun teams.

En dat is buffelen, want de ene gemeente wil niet meer betalen, andere wel. Directeuren: geen speelbal van politieke kleur, maar partner en als het moet luis in de pels.

Ik ben ook eigenwijs en zeg: nee, bij mij in de prachtbibliotheek van **Hans Ruijssenaars** en **Aat Vos** op het stadsplein, nee daar... daar geen inrichtingsconcept, het past er niet en tóch twijfel ik. Daarom heb ik voor Raad van Toezicht en het team op 8 juni **Tineke van Ham** uitgenodigd om te komen vertellen. Haar verhaal te doen. Zien, luisteren, afwegen en voelen wat het doet.

Kasten door midden gezaagd

In Uithoorn zijn we zojuist open gegaan, met een "sort of". De franchiseformule was maar deels tot ons doorgedrongen en de formule stond nog niet echt, zoals nu. We hebben gebruik gemaakt van de inspiratie van mijn collega's uit Almere, Amsterdam, Eindhoven, Zwolle. We hebben In Uithoorn gewerkt volgens het *cradle to cradle* principe: de oude

kasten door midden gezaagd en bekleed met nieuw materiaal, prachtig, en een totaal andere indeling. Het loopt er storm, mensen praten en ontdekken nieuwe boeken, gezinnen in de regenachtige meivakantie verblijven er uren en ouders zeggen: ik heb de bibliotheek opnieuw ontdekt.

Displays, en ja: het is wennen, de leden en gasten gedragen zich anders. Je verwacht meer bij de Bijenkorf dan bij de Lidl, van dozen en pallets naar etalages.

Het verbinden van oud en nieuw, het streven naar duurzame relaties staat wat ons betreft op één.

Kortom: franchise ja. In strijd met ondernemerschap? Nee.
Het beste van de twee verenigen.

Beste Bibliotheek van Nederland

Nog een ding:

De beste bibliotheek van Nederland... Ik zag tot mijn verrassing in een oproep van de redactie van Bibliotheekblad dat wij die zelf kiezen. En dat de top 10 bezocht wordt door geheimzinnige gasten.

Wij? Zijn wij onze eigen gast, zien wij scherp?

Door welke bril dan? De roze bril, de zonnebril? De leesbril natuurlijk.

De Libris-boekhandel, hun geschiedenis en kleur, we kunnen ervan leren.

Laten we dan óns *beste boek* kiezen... en daar ons geld aan uit geven, daar ziet de gast ook iets van!

Felix Rottenberg als voorzitter van de jury en directeuren en medewerkers van een paar bibliotheken in de jury; zo zetten we hen ook eens in het spotlight.

Want het Bibliotheekblad, met alle respect, dat leest mijn gast niet. En de lezer in Vlissingen, vindt die het leuk als zij weet dat de bibliotheek Amstelveen de beste is?

De auteur is directeur van de Amstelland Bibliotheken (Amstelveen, Aalsmeer en Uithoorn).

Behoeftte aan koffer met retail-marketinginstrumenten

Hans Lastdrager

Ik kan mij goed vinden in de mening van **Mari Nelissen** en **Hans Derks**.

De bibliotheek is bij uitstek een lokale instelling die lokaal gefinancierd wordt. Die lokale verschillen horen bij de bibliotheek, ik denk dat het een groot deel van haar charme is, een deel van haar identiteit.

Overall waar je komt een andere opvatting over dezelfde uitgangspunten. De agenda voor de toekomst.

Ik ga niet deelnemen aan de franchise-formule, maar als daar goede en bruikbare ideeën uitkomen zal ik die zeker overnemen. Ik zou het liever zien als een koffer met retailmarketing-instrumenten die we lokaal kunnen inzetten.

De auteur is directeur van de Bibliotheek Hoorn.

Van zelfstandige bibliotheek naar franchiseorganisatie

Marion Mertens

Franchise is niet slechts een trendy inrichting.

In een aantal jaren zijn wij in Hengelo gegroeid van volledig zelfstandige bibliotheek, via ad hoc samenwerking voor een specifiek doel/product, naar provinciaal samenwerken op basis van een meerjarenprogramma, waarin keuzes voor bepaalde projecten voor allen staan en waarin je niet altijd zelf meewerkt tot het afnemen van landelijk producten /diensten die zijn ontwikkeld door enigszins branchevreemde deskundigen en tot het vooraf structureel begroten voor provinciaal en landelijk ontwikkelde producten diensten. Franchise slechts een winkel van producten en diensten die de bibliotheek afneemt om aan lokale klanten aan te bieden?

Organisatieontwikkeling

Overgaan tot franchise betekent organisatieontwikkeling, een organisatieontwikkeling binnen de afzonderlijke bibliotheek en tegelijkertijd een organisatieontwikkeling van de bibliotheek tot een ketenorganisatie in een netwerk.

Franchise beweegt zich op strategisch niveau waar een landelijke visie op innovatie en ontwikkeling (waar en welke) geformuleerd wordt en op tactisch niveau door provinciaal uitplaatsen van aansturing en monitoring op collectioneren en gebruik van (digitale)producten en diensten. Met behulp van franchise wordt de collectie beter afgestemd op de klant, vanaf de aanschaf tot de

plaatsing in de heringerichte bibliotheek en de collectieadviesing aan klanten door medewerkers.

Continu proces

De andere wijze van presenteren van de collectie en benadering van de klant is een continue proces en vraagt verdiepte doelgroepen en collectiekennis van de bibliotheekmedewerker. In de lokale frontoffice en backoffice geeft dat wijzigingen van werkprocessen en functieprofielen. Franchise betekent ook dat je tijdens het operationele proces steeds in contact met het netwerk staat, o.m. met de regionale/provinciale aansturing door formulemanagers. Franchise is geen statisch iets, het is niet slechts het incidenteel afnemen van een artikel waarna je verder zelf regelt hoe je dit in de lokale bibliotheek opneemt.

Franchise biedt zowel de branche als de lokale bibliotheken enerzijds, door de schaal-grootte, kwalitatief hoogwaardige en effectieve product- en dienstinnovatie. Franchise biedt tegelijkertijd een effectiever en efficiënter bedrijfsvoering. Franchise is de sleutel tot bestendigen en uitbouwen van lokaal succes en lokale verankering.

De auteur is directeur van de Bibliotheek Hengelo.

Kat uit de boom kijken

Charles Noordam

Wij hebben op dit moment geen plannen om aan te sluiten. We hebben net een start gemaakt met een nieuwe huisstijl en dan ligt het ook niet erg voor de hand. Wij hebben er wel opgelet dat onze huisstijl combineerbaar is met het landelijke logo. We achten het niet uitgesloten dat we op een later tijdstip tot een ander inzicht komen. Op zich zien we namelijk ook de voordelen, met name op het gebied van gemeenschappelijke marketing-campagnes. Je zou kunnen zeggen dat we de kat uit de boom kijken.

Geen principiële stellingname dus.

De auteur is directeur van de Bibliotheek Den Haag.

Behoeft aan formule Multifunctionele accommodatie

Ria Oudega

Graag reageer ik vanuit de Bibliotheek in Arnhem op de artikelen en daarop volgende reacties over de ontwikkeling van de formuleorganisatie Bibliotheek Nederland. Wij volgen die ontwikkelingen met grote belangstelling.

De Bibliotheek in Arnhem is niet meteen aangehaakt, omdat bij de ontwikkeling van formules aanvankelijk wat minder aandacht leek te zijn voor de formule *Multifunctionele accommodatie*. Ik ben blij dat er, zoals de plannen nu zijn, ook voor bibliotheken in een multifunctionele accommodatie een formule ontwikkeld gaat worden.

De gemeente Arnhem zet namelijk sterk in op het realiseren van multifunctionele centra en brede scholen en als bibliotheek zijn wij daar met twee van onze drie vestigingen nauw bij betrokken. Het zijn intensieve, tijdrovende en regelmatig verrassende trajecten.

Hart van de wijk

Eén van onze vestigingen is met 8 andere partners sinds een jaar gehuisvest in een multifunctioneel centrum in Vogelaar-/kracht-/prachtwijk Presikhaaf. Het centrum moet steeds meer de functie gaan vervullen van *Hart van de wijk*. We zijn daar als partners niet slechts voordeurdelers, maar werken ook inhoudelijk steeds meer samen.

Heel veel afstemming

In 2013 (volgens planning) verhuizen we met onze hoofdvestiging naar een groot multifunctioneel centrum waarin ook vijf partners uit het culturele en educatieve veld hun plek zullen hebben. Wij zijn intensief aan de slag met alle partners om de samenwerking en het gebouw vorm en inhoud te geven. Er moet heel veel afgestemd worden, een boeiend en af en toe spannend proces. Zo'n proces met diverse partners uit andere sectoren heeft een geheel eigen dynamiek, zeker als je ook programmatisch goed wilt afstemmen en het gebouw een zekere eenheid wilt laten uitstralen (verschil winkelcentrum of warenhuis). Je kunt dan echt niet dwingend met je bibliotheekformule lopen zwaaien.

Vanuit onze ervaringen tot nu toe en de ervaringen die we nog gaan opdoen kunnen we, denk ik, ook een bijdrage leveren aan de

formule voor de multi-functionele-accommodatie.

Positief, maar geen strak keurslijf

Het zal duidelijk zijn. Wij staan positief tegenover het ontwikkelen van formules en de franchiseorganisatie. We hechten overigens wel sterk aan de toevoeging **soft**. Dat houdt keuzemogelijkheden in en niet een strak keurslijf. Een franchiseorganisatie kan een goede structuur bieden waarbinnen we als bibliotheken krachtiger kunnen samenwerken, betere kwaliteit kunnen bieden en ons beter kunnen profileren.

Het zou prachtig zijn als wij er in slagen in onze branche een nieuwe dimensie toe te voegen aan het begrip franchising, dat we tot nu toe toch vooral kennen in de profitsector. Ik ben er niet bang voor dat we met meer gezamenlijkheid en eenheid het eigen, lokale karakter van bibliotheken zullen verliezen, zoals sommigen vrezen. Hoewel we als we instappen een deel los moeten laten, ben ik er van overtuigd dat er voldoende eigenzinnigheid en autonomie in onze sector zit om de couleur locale te behouden.

Met winkelformule geen winkel

Ik ben af en toe verbaasd over de discussie over de vergelijking met winkels. In Arnhem hebben we goede ervaringen met toepassingen uit de retail die een aantal jaren geleden zijn ingevoerd, maar er kan natuurlijk nog veel en veel meer gebeuren. Het is overigens niet de winkelformule zoals die nu in enkele bibliotheken is toegepast.

Het toepassen van de zgn. winkelformule in bibliotheken maakt van een bibliotheek nog geen winkel. Een bibliotheek is voor mij ook geen winkel. Daar draait alles om de omzet in euro's. Toch hebben we, of we willen of niet, veel kenmerken van winkelbedrijven. In bibliotheken gaat het uiteindelijk ook om omzet, maar dan om andere omzet. Ik strooi in bepaalde situaties maar wát graag met bijv. onze grote aantallen leden en uitleningen en andere stevige getallen, onze omzet. Men is altijd onder de indruk.

(Als we daar in de nabije toekomst nog het maatschappelijk rendement van bibliotheken aan toe kunnen voegen, krijgen die grote getallen nog meer betekenis.)

Het toepassen van de winkelformule blijkt duidelijk meer klanten en meer uitleningen op te leveren. Is de klant daarmee alleen als consument benaderd en niet als burger? Ik vind het een uiteentrekken van iets wat je niet uiteen kunt halen. We willen toch alle-

maal zo veel mogelijk klanten in onze bibliotheken? Vanuit het contact met die klant die al over onze drempel is, gebeurt er meer dan alleen maar uitlenen. Wij zijn er als bibliotheken toch allemaal op gericht onze klanten zo lang mogelijk "binnen te houden" en aan ons te binden met wat wij te bieden hebben? En wij willen toch ook, waar mogelijk, die third place zijn? Of zijn dit geen vanzelfsprekendheden?

Geen onderscheid burger/consument

De Bibliotheek in Arnhem heeft, ongetwijfeld net als vele andere collega's, als "hogere doel" dat we willen bijdragen aan de culturele en maatschappelijke participatie van de burger en wij willen betekenis geven en van betekenis zijn en daarnaast heel veel leesplezier bieden. Wij doen er alles aan om dit te realiseren.

Onze klanten komen voor een paar uur ontspanning, iets leren, iets opzoeken en vinden, iets ontdekken, werken, samenwerken, de krant lezen, even zomaar zitten, etc. Ze komen in persoon in onze vestigingen of in onze bussen, bezoeken ons digitaal of wij zoeken op locatie onze klanten op. Vaak kunnen onze medewerkers van extra betekenis zijn, maar ook regelmatig niet. Al die bezoekers zijn onze klant, ik kan en wil het onderscheid consument of burger niet maken.

Kortom: Wij zijn zeer benieuwd hoe Bibliotheek Nederland zich verder ontwikkelt en hoe we er straks ons voordeel mee kunnen doen.

De auteur is directeur van de/Bibliotheek (Arnhem).

Formule-/franchiseorganisatie moet geen zaken over doen

Gerard Reussink

Ik ben op basis van de *Agenda voor de Toekomst* een voorstander van de ontwikkeling om meer samen te doen en ons merk landelijk met meer eenheid neer te zetten. We moeten ophouden met alles zelf te willen doen. We worden allemaal met heel veel gemeenschapsgeld gefinancierd en we zullen spoedig merken dat het een te grote luxe is dat we elkaars resultaten en producten niet voldoende gebruiken.

Te veel van het goede

De formule-/franchiseorganisatie lijkt me een goed initiatief om daar eens wat meer lijn in te brengen en overtolligheid weg te snijden, mits ook die organisatie de zaken niet over gaat zitten doen.

Er moet dus gebruik gemaakt worden van wat er al is en voortgebouwd worden op het bestaande.

Voortekenen zijn op dit moment wat dat betreft nog niet hoopgevend: op het gebied van e-books levert NBD/Biblion al een e-portal. Bibliotheek.nl heeft alles rond het rechtenmanagement door TNO uit laten zoeken, de inkoopcommissie van de VOB werkt aan een inkoopmodel en tenslotte gaat de franchiseorganisatie zich er ook op oriënteren. Dat laatste is naar mijn mening iets teveel van het goede. We missen nog een goed mechanisme van werkverdeling en prioriteitstelling. Mijn hoop is wat dat betreft gevestigd op de VOB en het SIOB.

Navelstaren vermijden

Naar mijn mening moet er nog wel het een en ander ontwikkeld worden aan het formulemanagement. Zo moet vermeden worden dat we naar onze Nederlandse navel gaan zitten staren. In andere Europese landen hebben ze ook goeie en soms betere resultaten bereikt. Denemarken is een heel goed voorbeeld.

Er moet ook over de marktwerking worden nagedacht. Het risico dat we ons ontwikkelen tot monopsonist (een markt waarin er vele aanbieders zijn en slechts een afnemer) is geen aantrekkelijke gedachte voor producten zoals bijvoorbeeld ICT of andere technologische zaken. De ontwikkeling is daarin wereldwijd en wij zijn (ook met z'n allen) een kleine speler. Als wij de deur dicht doen voor de concurrentie dan blijven we achter. We moeten de ontwikkelingen wel bij blijven benen.

Maatwerk nodig

Tenslotte nog dit: elke bibliotheek is zeer afhankelijk van de bestuurlijke en financiële steun van de lokale overheden. Je zult daar toch zichtbaar moeten zijn met lokale producten, zeker als het gaat om de inbreng van de bibliotheek op sociaal, educatief en participatief vlak. Je moet daar eigen aansprekende resultaten en meerwaarde laten zien. Ook dan kun je gebruik maken van gezamenlijk ontwikkelde standaarden en formules. Maar

die moeten wel als maatwerk aangeboden kunnen worden.

Tot nu toe ben ik nog een afwachtende deelnemer: ik wil wel meedoen, maar ik kan voor een aantal ontwikkelingen niet wachten op wat er aangeboden wordt en mag voor sommige zaken als gemeentelijke dienst ook nog niet. Ik ben wel bereid om anderen te laten delen in onze resultaten en verwacht dat de PSO's daar een distribuerende rol in kunnen gaan spelen.

De auteur is directeur van de Bibliotheek Rotterdam.

De Bibliotheek Nederland: de droom van onze klant?

Marga Rosier

Een landelijke franchiseformule, landelijke richtlijnen, een landelijk logo, landelijke tarieven...

Na de introductie van bibliotheek.nl stort (een deel van) de bibliotheekbranche zich nu op het concept van De Bibliotheek Nederland. Ik begrijp uit de berichtgeving dat onze klant zich direct thuis dient te voelen in iedere Nederlandse bibliotheek, dat iedereen blindelings vierentwintig uur per dag virtueel en fysiek de weg moet kunnen vinden naar De Bibliotheek Nederland, dat iedereen overal met dezelfde pas kan lenen en terugbrengen en dat iedereen daarom graag lid wil zijn van deze 'Bibliotheek Nederland'.

Vragen

Maar hoe succesvol is nu eigenlijk bibliotheek.nl? Hoeveel van onze klanten hebben een beeld bij bibliotheek.nl of maken gebruik van landelijke diensten? Hoeveel van onze klanten willen overal in Nederland herkenbare, eenvormige bibliotheekvestigingen aantreffen, waar ze vooraf al weten wat ze er kunnen aantreffen? Wat vertellen onze klanten ons keer op keer in onze klantenquêtes over onze dienstverlening?

En wat vinden onze geldschieters, de gemeenten, van deze ontwikkeling? Diezelfde gemeenten, die met hun jaarlijkse subsidie van € 520 miljoen verwachten dat hun bibliotheek zich verankert in de lokale gemeenschap, zich inzet in de gezamenlijke strijd tegen lokale laaggeletterdheid en zich lokaal profileert?

In de buurt

Ik denk dat onze klanten vooral gebruik van onze diensten maken omdat we bij hen in de buurt zitten, omdat ze lekker makkelijk bij ons binnen kunnen lopen, een fijn boek kunnen uitzoeken dat meteen mee naar huis kan. Ik denk dat onze klanten niet geïnteresseerd zijn in wat de bibliotheek in het zuiden, noorden of oosten van het land aan kan bieden, tegen welke tarieven dan ook, zolang ze maar prettig bij hun eigen, lokale bibliotheek terecht kunnen.

Lokale wensen vervullen

Ik denk dat onze geldschieters, de gemeenten, zij die ons bestaan kunnen maken en breken, volstrekt niet geïnteresseerd zijn in logo's, richtlijnen, certificeringnormen en franchiseformules, zolang wij hen maar kunnen garanderen dat wij hun lokale wensen vervullen tegen een optimale prijs en prestatie. Dat wij, indien gewenst, allianties aangaan met andere lokale culturele instellingen, het gemeentearchief, scholen, welzijnsorganisaties. En dat wij vooral aansluiten bij hun beleidsprogramma's, waarmee we concreet laten zien dat we een belangrijke functie hebben bij de bestrijding van laaggeletterdheid.

Fundamenteel punt van zorg

Ik heb nog een fundamenteel punt van zorg als het gaat om De Bibliotheek van Nederland. Volgens de deskundigen hebben wij te maken '... met een aantal generieke marktontwikkelingen waar een overaanbod van producten bij een moordende prijsconcurrentie heeft geleid tot marktverzadiging en de klant nauwelijks nog in staat is om onderscheid tussen producten te maken. Daarbij is de klant vanwege de crisis kritischer dan ooit. Dus moeten wij ons storten op retailformules, vraaggericht gaan werken, klanten gaan verleiden ons te bezoeken'.

Ik weet niet hoe het met andere bibliotheken gesteld is, maar wij hebben juist in tijden van crisis een enorme toeloop naar onze vestigingen. Meer leden en bezoekers dan ooit. Wij zijn namelijk geen winkel. En vraaggericht werken? Laten we niet uit het oog verliezen dat wij een maatschappelijke functie hebben, niet een commerciële. Dat we daar subsidie voor krijgen en niet zo'n klein beetje ook. Dus juist als onze klanten niet weten dat voorlezen al voor hele kleine baby's belangrijk is, zijn wij er om hen op dit belang te wijzen en hen hiermee te helpen. Juist als kinderen

denken dat lezen saai en moeilijk is, zijn wij er om hen te helpen lezen te accepteren als iets dat belangrijk is, en daarnaast ook leuk kan zijn.

Maatschappelijk nut

De huidige financiële crisis zorgt er voor dat onze gemeenten weer eens stil staan bij het nut en de functie van bibliotheken, veelal hun grootste kostenpost in de cultuursector. Zich oprecht de vraag stellen of ze wel behoefte hebben aan een bibliotheek. Met de aangekondigde gemeentelijke bezuinigingen gaan we allemaal te maken krijgen en de gevolgen hiervan zullen zeer pijnlijk zijn voor de hele bibliotheekbranche. Ik praat toch liever over het maatschappelijk nut van de bibliotheek met mijn gemeenten, dan over het verleiden van de klant in hun rol als consument. Dat veel van onze klanten met plezier boeken lezen is fantastisch, maar we krijgen toch vooral subsidie voor de stimulering van de taalontwikkeling en leesvaardigheden van onze klanten. Ik ben genoeg socialist om van mening te zijn dat als bibliotheken alleen maar voor het leuke lezen bestaan onze subsidie vooral moet worden ingetrokken. Per direct.

Twee vragen centraal

Dat neemt niet weg dat ik het geweldig vind om gebruik te maken van door andere bibliotheken ontwikkelde producten en diensten (zoals Boekstart en de ontwikkelingen rond eBooks), en ook graag bereid ben om door ons ontwikkelde zaken ter beschikking te stellen. Dat geldt ook voor producten die uit deze franchisebeweging kunnen komen. Maar daarbij staan altijd de vragen centraal: wat heeft onze klant hieraan, en wat levert het onze gemeente op?

De auteur is directeur van de Bieb voor de Zaanstreek.

Heel Nederland? Begin met Bibliotheek Franchise Groep

Nan van Schendel

Altijd een genoeg als collega's met bevlogen ideeën komen. Inspiratie en vergezichten, een visie op de samenleving en hoe we daar als bibliotheken in moeten acteren. Deze tijd vraagt om grote stappen vastbe-

raden voorwaarts en Bibliotheek Nederland klinkt 'big'. Tien leuke collega's die een idee gaan uitwerken met innovatiegeld van het ministerie. Het was niet een geheel nieuw idee, maar dat geeft niet. Iedereen weet dat het daadwerkelijk realiseren van iets 10% inspiratie en 90% transpiratie kost.

Paar dingen zitten me dwars

Franchise is een nogal ruim begrip. Daarom ben ik naar twee bijeenkomsten van Bibliotheek Nederland gegaan, heb een artikel in Bibliotheekblad en een nieuwsbrief voorbij zien komen. Het lijkt me een serieuze poging om bibliotheken voor minder kosten meer te laten presteren. Het middel is soft franchise: standaardisering van processen en centrale inkoop van middelen levert winst op. Er valt naar mijn idee in onze branche nog 'winst' te halen bij het uitvoeren van delen van het werk.

Toch loop ik niet warm voor Bibliotheek Nederland. Er zitten me 'n paar dingen dwars.

Gebrek aan een ziel

In Boekblad Magazine van 5 februari 2010 stond een interessante analyse over Selexyz. In de 18 jaar van haar bestaan zijn de vele zelfstandige boekhandels die samen de Boekhandelsgroep vormen gegroeid naar Selexyz dat een centraal geleide keten is die door cijfers wordt gestuurd. Het gaat niet helemaal goed met Selexyz. Ketens van breed geassorteerde boekhandels zijn ook in het buitenland geen succesformule meer: Borders UK is failliet en er zijn twijfels over de houdbaarheid van Waterstone's. In de analyse in Boekblad is de oorzaak het gebrek aan een ziel dat door kostenbesparingen groter wordt. De liefhebber gaat liever naar een boekverkoper die hart voor de zaak heeft. Geen keten maar een franchiseformule waarmee de lokale eigenaar alle ruimte krijgt om zijn eigen markt te bewerken en zijn ambachtelijkheid uit te leven. De passie voor authentiek bibliotheekwerk, voor het lokale ondernemerschap en de daarbij horende rol van 'n franchiseorganisatie heb ik niet geproefd in Bibliotheek Nederland.

Nieuwe organisatie erbij ongewenst

In een gesprek met de directeur van een MegaPraxis werd me duidelijk hoe een en ander bij hem in zijn werk gaat. Het aanbod en de plek die de materialen krijgen in de winkel liggen vast. Hij krijgt 10% vrije ruimte van het hoofdkantoor. Hij gebruikt die nooit,

het levert hem geen winst op. Wij hebben als bibliotheekbranche in tegenstelling tot de meeste franchiseorganisaties geen hoofdkantoor. We hebben een Vereniging die we zelf bekostigen, een sectorinstituut en een stichting bibliotheek.nl die worden gefinancierd door het Rijk en veel provinciale instellingen die met provinciaal geld werken. Nog een nieuwe organisatie erbij lijkt me zeer ongewenst. Bovendien zullen we het kantoor van Bibliotheek Nederland uit lokale middelen moeten financieren. Daar moet een buitengewoon overtuigend verhaal tegenover staan, willen we dat in Gouda doen.

Maak verhaal geloofwaardig

Uit de wereld van de zorg is het Oogziekenhuis in Rotterdam een bijzonder voorbeeld. (Zie vorige Nieuwsbrief). Het gaat zijn eigen werkwijze in franchise aanbieden aan andere ziekenhuizen. Het is een geloofwaardig verhaal, omdat ze het concept zelf hebben beproefd. Ze weten heel precies waar ze het over hebben. Dat is (nog) niet 't geval bij de bibliotheken die samen Bibliotheek Nederland opzetten. Het zijn forse organisaties dus ze moeten iets met zeggenschap kunnen produceren. Laat ze dat eerst gezamenlijk uitvoeren. Onder de noemer van de *Bibliotheek Franchise Groep*. Dan zien we daarna wel of heel Nederland mee doet.

De auteur is directeur van de Bibliotheek Gouda.

Formule voor kerntaken verdient het zich te bewijzen

Mannes Westra

De 'bende van tien' zoals **Rob Pronk** zichzelf en zijn negen 'handlangers in franchise' noemt heeft het initiatief genomen om te komen tot een franchiseformule voor openbare bibliotheken. Die moet er toe leiden dat bibliotheken die zich er aan onderwerpen betere resultaten boeken. Een betere collectie, sterkere verkoopkracht en verbeterde efficiency. Hun eigen woorden.

Mari Nelissen en **Hans Derks** hebben er moeite mee. De bibliotheekbezoeker is meer dan een consument. De bibliotheek is meer dan een winkel. Met die benadering ben ik het helemaal eens. Maar ik vind dat de inrichting van de bibliotheek niet bepalend is voor hoe de bibliotheek de gebruiker ziet. Ik zie grote voordelen in de formule. Voordelen

zowel in de bedrijfsresultaten als bij investeringen.

Geen eenheidsworst

Een formule die bibliotheken helpt zijn kerntaken beter te vervullen, o.a. door een groter bereik te genereren, verdient het om zich te kunnen bewijzen.

En natuurlijk maakt het de bezoeker in Den Helder niet uit hoe de bibliotheek in Tilburg is ingericht. Maar, nu de afgelopen twee jaar is gebleken dat er in ons eigen werkgebied (Kop van Noord-Holland) meer bezoekers verschillende vestigingen gebruiken, is het voor die bezoeker wel prettig als die vestigingen volgens eenzelfde formule zijn ingericht. Ik geloof ook niet dat het tot eenheidsworst zal leiden. Elk bibliotheekgebouw is anders. In elk gebouw zal een formule weer anders worden toegepast.

Gaan wij nu direct de gehele formule implementeren? Nee, daar hebben we het geld niet voor.

Maar we willen wel gefaseerd, te beginnen met de nieuwe huisstijl, gebruik gaan maken van de formule. En nieuwbouw is misschien een mooie gelegenheid om een hele vestiging volgens de formule in te richten.

De auteur is directeur van de KopGroep Bibliotheken (Kop van Noord-Holland en Texel).

Marketing nuttig; marketeers mogen tent niet overnemen

Chris Wiersma

Ik ben een voorstander van franchising. Het kan helpen om een eenduidig en overtuigend beeld neer te zetten naar de klanten en de Nederlandse samenleving. De overwegingen van **Hans Derks** deel ik niet. Iedereen zegt altijd die aparte winkeltjes zo leuk te vinden, maar de ketens overleven, men koopt er dus niet. Voor de argumenten van **Mari Nelissen** heb ik meer sympathie. Ik zie ook wel de gevaren van een al te zeer op marketing gerichte benadering – marketing is een nuttige hulpwetenschap, maar de marketeers mogen de tent niet overnemen. Het gaat uiteindelijk om de maatschappelijke waarde die je levert.

Ik heb zelf een wat complexe relatie met dit initiatief. Ik ondersteun franchising wel, maar vond de eerste notitie waarop het subsidie is gevraagd en gekregen wat schamel van ana-

lyse en overtuigingskracht. Zo vind ik bijvoorbeeld 20 procent meer uitleningen en 10 procent meer leden nogal mager onderbouwd. Verder ben ik wat allergisch voor woorden als ONZE TOEKOMST (het stuk voor de VOB-ledenvergadering) en BIBLIOTHEEK NEDERLAND (wat denken ze well!).

Wij hebben besloten voorlopig niet mee te doen, later misschien wel.

Laat *brand story* maken

Ik zou beginnen met de beschrijving van het merk openbare bibliotheek en hoe je wilt dat dit zich manifesteert in de context van dorp, wijk en stad – en in de digitale omgeving. Wij hebben zo'n *brand story* laten ontwikkelen en dat was erg behulpzaam om de identiteit van de bibliotheek zoals je die wil communiceren te bepalen. Daarmee geef je ook een richting voor ontwerpers, inrichters, marketeers en anderen. Als je zoiets niet doet, loop je het risico wel erg instrumenteel bezig te gaan en je over te leveren aan de marketeers.

*De auteur is directeur van **denieuwebibliotheek** (Almere).*

Colofon

De Nieuwsbrief Nieuw Bibliotheekwerk is een uitgave van de volgende 9 organisaties: Biblionet Drenthe, Biblioservice Gelderland, Servicecentrum Flevolandse Bibliotheken (SFB), BibliotheekService Centrum Utrecht (BiSC), ProBiblio (Noord- en Zuid-Holland), Zeeuwse Bibliotheek, Cubiss (Noord-Brabant), Bibliotheekhuis Limburg en Vereniging Netwerk van Directeuren (NvD)

De relatie tussen deze 9 organisaties en de redacteur is geregeld in een redactiestatuut.

De Nieuwsbrieven zijn digitaal ontsloten op de website van de Vereniging Netwerk van Directeuren, www.libraryservices.nl/nvd of www.netwerkvandirecteuren.nl.

Feiten en opinies

"Comment is free, but facts are sacred".

De feiten zijn de feiten. Die behoren zo correct mogelijk te worden weergegeven. Daar mag u de redacteur op aanspreken.

Opinies, van wie dan ook, zijn maar opinies, maar wel beter naarmate ze meer op feiten steunen of althans niet met de bekende feiten in tegenspraak zijn.

Opinies mag u aanvechten. Graag zelfs. De bibliotheekvernieuwing verdient discussie in het openbaar. Reacties worden geplaatst als voornaam, achternaam en (indien aanwezig) functie vermeld worden. Ze kunnen worden gemaïld aan wkeizer@soobbozh.nl.