

# Interface: de Bibliotheek in het digitale tijdperk

Visienotitie Commissie Digitale  
Bibliotheek



## Aanbieding

Een visie op de toekomst van de digitale bibliotheek is in feite een visie op de toekomst van de openbare bibliotheek. De digitale bibliotheek en de fysieke bibliotheek zijn immers geen afzonderlijke entiteiten. De Bibliotheek is een hybride organisatie die zich op talloze manieren en in talloze verschijningsvormen manifesteert: fysiek, digitaal, stand alone en samen met andere instellingen. De digitale bibliotheek bestaat dus niet los van de fysieke bibliotheek, net zomin als er een fysieke bibliotheek zonder digitale toepassingen bestaat. Het gaat dan ook niet langer om de vraag: hoe ziet de digitale bibliotheek van de toekomst eruit? Het gaat om de vraag: hoe kan de toekomstige openbare bibliotheek van waarde zijn voor zoveel mogelijk burgers. En welke (infra)structuren, content en mensen zijn daarvoor nodig?

Over deze vragen heeft de Commissie Digitale Bibliotheek zich afgelopen tijd gebogen, met als resultaat deze visienotitie. De notitie is niet bedoeld als het definitieve antwoord, maar als een 'betaversie' die in dialoog met branche en samenwerkingspartijen verder vervolmaakt kan worden. Digitale ontwikkelingen voltrekken zich nu eenmaal in hoog tempo en zijn in veel opzichten onvoorspelbaar. Wij kunnen dus ook niet vertellen hoe de bibliotheek van de toekomst er precies uit zal zien. Wel kunnen we op een nieuwe manier naar de samenleving kijken: vanuit nieuwe uitgangspunten en met nieuwe vormen van waardecreatie in ons achterhoofd. En vanuit die houding onderzoeken en experimenteren.

De Commissie Digitale Bibliotheek nodigt daarom iedereen van harte uit om een bijdrage te leveren aan deze visie. Tot het einde van dit jaar ontvangen we graag reacties via [www.debibliotheken.nl](http://www.debibliotheken.nl), <http://bibliothek20.ning.com>, group Vereniging van Openbare Bibliotheken op [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) en via twitter en blogs. Op 23 november is er 's middags in de Bibliotheek van Gouda een expertmeeting (aanmelden via de VOB). En natuurlijk zijn we in gesprek met andere branchecommissies en collega's van Bibliotheek.nl en het Sectorinstituut. In januari 2012 convergeert de inhoud van deze notitie in de landelijke branchestrategie.

## Waar is de Bibliotheek voor?

De Bibliotheek richt zich op de persoonlijke ontwikkeling van mensen en de verbetering van hun kansen in de maatschappij. Het gaat om emancipatie: het stimuleren van zelfstandigheid, gelijkwaardigheid en participatie, zodat burgers volwaardig aan de samenleving deel kunnen nemen.

In de Engelse taal is daar een mooi woord voor: *empowerment*. Het betekent: mensen sterker maken zodat zij zelf de verantwoordelijkheid kunnen nemen voor hun leven. Dat is belangrijk omdat de overheid steeds meer overlaat aan de eigen verantwoordelijkheid van burgers. Als burger moet je in staat zijn om bewust, kritisch en actief in de maatschappij te participeren. Door in je eigen onderhoud te voorzien, door sociaal betrokken te zijn, door je democratische rechten uit te oefenen en door je voortdurend te blijven ontwikkelen. Dat vraagt nogal wat van mensen. Je hebt kennis, (informatie) vaardigheden en onderscheidingsvermogen nodig. Leesvaardig zijn en goed geïnformeerd zijn, vormen daarbij basisvoorwaarden.

De Bibliotheek werkt aan de ontwikkeling van taal- en leesvaardigheid, kennis, burgerschapsvaardigheden en cultureel- en historisch bewustzijn. Er zijn ook andere instellingen die dat tot hun takenpakket rekenen, maar wat de Bibliotheek onderscheidt, is dat zij hieraan werkt door mensen in contact te brengen met bronnen van informatie, kennis en cultuur. Fysieke en digitale bronnen die nagenoeg alle onderwerpen en thema's omvatten die van belang zijn in een mensenleven. Bronnen die je verder helpen, die een antwoord vormen op een specifieke vraag of behoefte, die je inspireren, die je begrip voor andere standpunten en levenswijzen bijbrengen. Maar ook: bronnen die je kunt delen met gelijkgestemden. Al die bronnen tezamen vormen 'de collectie van de bibliotheek'.

Gezien de overvloed aan content en collecties, blijft het aanbieden van een voor ieder toegankelijke en deskundig samengestelde collectie onverminderd van belang. Waardetoevoeging zal in de toekomst het verschil maken. En daarbij gaat het vooral om het toevoegen van nieuwe, actieve waarden, zoals het aanbrengen van samenhang, betekenis en interpretatie.

Door de enorme groei van het informatieaanbod is het voor veel mensen ondoenlijk geworden om te onderscheiden wat de moeite waard is om te weten, wat feiten zijn en wat opinie. Er is behoefte aan duiding. Hier ligt een gouden kans voor de Bibliotheek om zich te ontwikkelen tot de onmisbare schakel tussen burgers en informatie. De interface die van informatie een begrijpbaar en doorwrocht verhaal maakt. Bibliothecarissen kunnen dat. Zij beschikken over onderscheidingsvermogen en hebben de kennis, de aandacht en de ervaring om informatie te selecteren, te duiden en er zinvolle verbanden in aan te brengen zodat het begrijpelijker wordt voor mensen. De bronnen, de collecties waarover de gezamenlijke bibliotheken in Nederland beschikken, dienen daarbij als basis.

Dit vraagt wel om wezenlijk andere werkprocessen, waarbij contentpartners én gebruikers worden ingezet om nieuwe waarden rondom die collecties te creëren.

Kennis is niet langer voorbehouden aan experts. Op internet kan iedereen zich manifesteren als informatieproducent, schrijver, deskundige, muzikant of filmmaker. Er is onbeperkte interactie mogelijk, waardoor mensen gewend zijn te kunnen reageren, iets toe te kunnen voegen. Het zijn coproducten van informatie en cultuur geworden.

In de toekomst bestaat de collectie van de Bibliotheek niet alleen uit fysieke en digitale bronnen, maar ook uit mensen. Mensen in de samenleving die over kennis beschikken die zij willen delen met anderen, mensen die samen iets waardevols toe willen voegen aan de bronnen van de Bibliotheek en haar samenwerkingspartners.

De Bibliotheek van de toekomst brengt mensen in contact met informatie, kennis en cultuur maar ook met elkaar. Meerwaarde creëren, samen met partners en gebruikers, staat de komende jaren centraal.

De fysieke en de digitale bibliotheek werken in nauwe verwevenheid samen om de beste totaaloplossing aan gebruikers te bieden. Beide richten zich op het leveren van een waardevolle bijdrage aan de persoonlijke ontwikkeling van mensen. Dat gebeurt op talloze manieren: door fysieke en digitale dienstverlening te leveren, in een gebouw, op internet of *in the cloud*.

De digitale bibliotheek moet de komende jaren zichtbaarder en actiever worden. Uitdaging is dichterbij de gebruikers te komen en gebruikers dichterbij de bibliotheek te laten komen: door transparant te zijn en toegevoegde waarde te bieden vanuit oprechte interesse in hun wensen en behoeften.

Concreet willen we in 2015 de volgende doelen bereikt hebben:

1. Zoekresultaten uit de digitale bibliotheek staan bovenaan in Google.
2. De digitale bibliotheek staat in de top 10 van meest gevolgde partijen op sociale media.
3. 40% van onze leden gebruikt onze digitale bronnen.
4. 20 miljoen e-books worden via de bibliotheken afgenomen (15-20% van onze uitleningen)
5. 50% van ons tijdschriftenbestand is digitaal te raadplegen.
6. 75% van de instellingen voor het basisonderwijs maakt gebruik van de digitale producten die in de educatieve formule 'De Bibliotheek op School' worden aangeboden.
7. De digitale bibliotheek is de belangrijkste aanbieder van e-learning programma's op het gebied van mediawijsheid voor individuen.
8. Klantsystemen zijn geïntegreerd; we kennen de specifieke behoeften van klanten.

# “In the past you were what you owned. Now you are what you share”

Charles Leadbeater



## Voor wie doen we het?

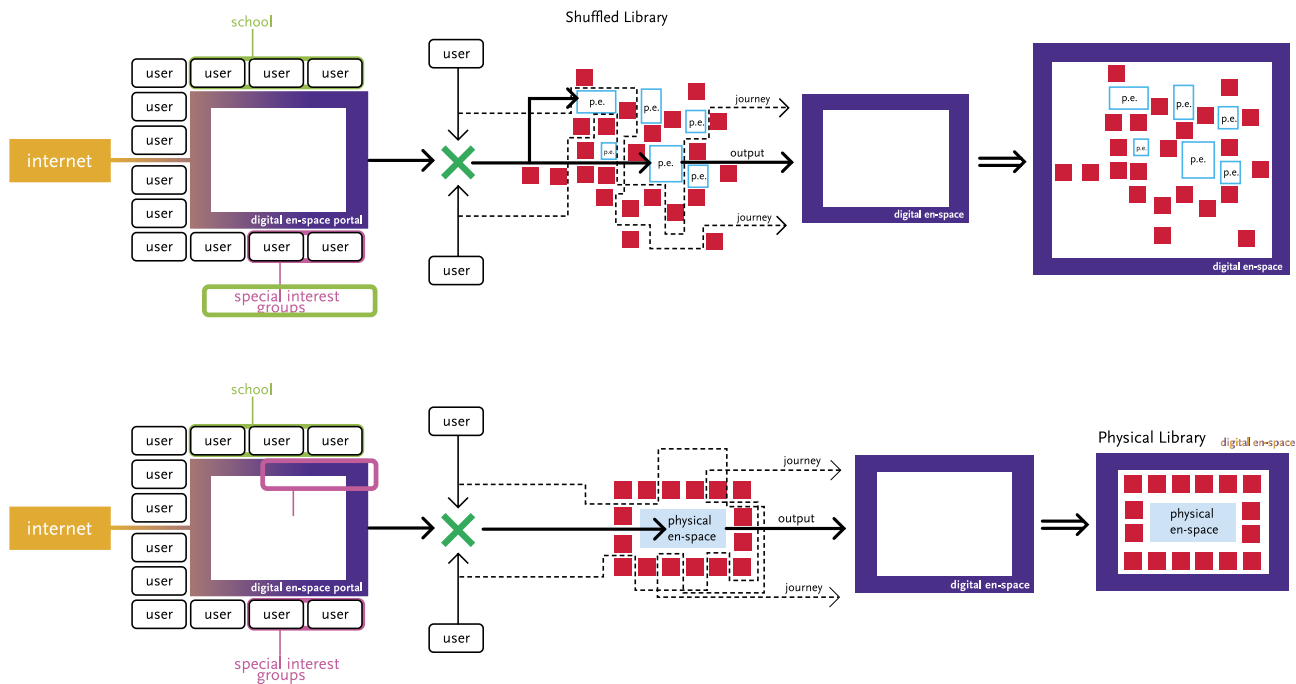
Een belangrijk kenmerk van digitale informatie is dat het niet plaatsgebonden is, maar op talloze manieren en in talloze samenstellingen aan gebruikers kan worden getoond. Differentiatie naar doelgroepen is in principe eenvoudig te regelen.

De strategie is om de komende jaren te focussen op:

- De nieuwsgierige Nederlander, die exploratie als drijfveer heeft.
- De lerende Nederlander, die zich vooral op participatie richt.
- De e-lezers: de liefhebbers van lezen en literatuur.
- Het onderwijs, vanuit de behoefte aan thematische - en naar onderwijsniveau gedifferentieerde content.

Om te beginnen is het zaak bestaande klantgroepen mee te nemen naar het digitale domein. Het gaat dan om de klantgroepen uit de Mosaic-analyse en om de jeugd, die nu 50% van het ledenbestand van bibliotheken uitmaakt. In **‘De Klant is koningin’** is per klantgroep aangegeven waar de interesses liggen en welke digitale dienstverlening er gebruikt wordt. Dat zijn goede aanknopingspunten voor het bepalen van de juiste strategie richting de verschillende klantgroepen. Voor ‘de lerende Nederlander’ is, naast een goed gestructureerd informatieaanbod, ook een e-learning aanbod op z’n plaats. Daarbij gaat het vooral om e-cursussen gericht op inburgering en participatie. Ook de jeugd rekenen we tot de doelgroep lerende Nederlanders. Voor hen is een groter aanbod nodig, want het huidige percentage jeugdcontent staat niet in verhouding tot het aantal jeugdleden. Nauw overleg met onderwijspartners is vereist, omdat het vrijwel altijd content betreft die voor onderwijsdoeleinden wordt gebruikt. De differentiatie naar doelgroepen en de precieze invulling van de behoefte per doelgroep zal in afstemming met de Commissie Strategie en de Commissie Marketing verder aangescherpt moeten worden.

## THE NEW LIBRARY STARTS TODAY



Beeld uit: 'What if...' bibliotheken 2040

## Meerwaarde creëren, hoe doe je dat?

De Nationale Bibliotheek Catalogus vormt de basis van de websites van bibliotheken. Gebruikers krijgen hiermee toegang tot een ware schatkamer aan collecties. In één handeling kunnen de collecties van alle openbare bibliotheken, **Koninklijke Bibliotheek** en andere partners doorzocht worden. Media kunnen vervolgens op een eenvoudige manier aangevraagd worden.

De collecties in deze schatkamer zijn ook nog eens verrijkt door koppelingen met externe bronnen en websites. Daarnaast zijn er dossiers en digitale etalages rond allerlei thema's.

Gebruikers kunnen hun persoonlijke informatiebehoefte regelen d.m.v. personaliseringssoftware en hebben de mogelijkheid zelf tags en recensies toe te voegen en te delen met anderen.

Toch begint het dan pas echt. Want nu en in de toekomst draait het om ondernemen met de beschikbare content. Nieuwe content toevoegen; content zodanig arrangeren dat nieuwe combinaties en nieuwe betekenis ontstaat; informatieve, handige en verrassende selecties samenstellen voor verschillende doelgroepen etc. Dat alles zoveel mogelijk in cocreatie met partners en gebruikers.

Daarmee staat de Bibliotheek, waar het interactie met gebruikers betreft, nog maar aan het begin.

De volgende stap is het stimuleren van interactie tussen gebruikers en hen de mogelijkheid geven communities te vormen rondom thema's en interessegebieden. Het betekent dat de Bibliotheek moet bouwen aan waardenetwerken: netwerken van bibliotheekmedewerkers, externe experts en gebruikers. Mensen die hun persoonsgebonden kennis toevoegen, permanent of incidenteel, en daarbij gebruik maken van de bronnen van de openbare bibliotheek, beschikbare kennis op internet, hun eigen kennis en hun sociale netwerken.

Zo kan de bibliotheek van de toekomst zich ontwikkelen tot een kenniswerkplaats, een plek waar gebruikers geprikkeld worden om nieuwe kennis te creëren, waar zij kunnen reflecteren op bestaande kennis en kennis met anderen kunnen delen. Die plek kan digitaal zijn of in een (gedeeld) gebouw. Alles is mogelijk.

Het gaat in de toekomstige bibliotheek niet alleen meer om lenen, maar ook om delen: bronnen, kennis, wijsheid, ervaringen, samenhang, verhalen, leesplezier.

Zoals Charles Leadbeater zegt:  
*"In the past you were what you owned. Now you are what you share"*



## Content en diensten

Waar het content en diensten betreft, zijn er volop mogelijkheden om toe te groeien naar waardevermeerdering. Belangrijk is dat er een substantiële hoeveelheid kwaliteitscontent beschikbaar is. Bibliotheken besteden nu een relatief klein deel van hun mediabudget aan de aankoop van e-content. Het ligt voor de hand om dit percentage meer in de pas te laten lopen met het tempo van digitalisering en tevens op zoek te gaan naar nieuwe doelgroepen en mogelijkheden.

Een groot aanbod is echter niet het enige dat telt. De digitale bibliotheek moet in letterlijke en figuurlijke zin dichterbij de gebruiker komen. Dat betekent o.a. meer energie steken in gemakdiensten. Het thuisgebruik van de online bestanden staat wat dat betreft nog steeds bovenaan het verlanglijstje. Het betekent ook: meer gepersonaliseerde diensten ontwikkelen waarmee de Bibliotheek haar persoonlijke relatie met de klant kan versterken. Cocreatie en sociale media spelen daarin een grote rol.

En ten slotte moet de digitale bibliotheek zich in verschillende gedaanten kunnen manifesteren. Aan de slag dus met nieuwe vormen van contentdistributie.

### E-books

Hoewel het e-book nu definitief lijkt door te breken, is de toekomst ongewis. De rechtenkwestie is vooralsnog niet geregeld, het aanbod blijft nog ver achter bij dat van het papieren boek en ondertussen neemt het aanbod aan illegale downloads op internet toe. Het is bovendien een markt waarop gemakkelijk nieuwe concurrenten van de Bibliotheek kunnen toetreden. Google introduceert dit najaar een platform voor e-books en Amazon is begonnen met het uitlenen van studieboeken via de Kindle-app. Het duurt niet lang meer of ook Bol.com gaat e-books uitlenen onder het motto 'huren is het nieuwe kopen'.

De branche zal alles op alles moeten zetten om een positie te verwerven in de e-bookmarkt. In eerste aanleg doen bibliotheken dit samen met uitgevers. Het tempo dat hier echter de laatste jaren getoond wordt, is zorgelijk. Dat terwijl de Bibliotheek een groot publieksbereik heeft, in direct contact staat met gebruikers en een imago heeft van betrouwbaarheid en authenticiteit. Het is een sterke partij die in staat is e-books van de nodige context te voorzien, maar die ook beschikt over kwalitatief goede fysieke collecties. Het lezen van printmedia schijnt nog altijd de meest ideale manier te zijn om tekst werkelijk goed in je op te nemen. De Bibliotheek moet dus ook van *slow reading* blijven. Bibliotheken kunnen zich als zodanig profileren en het e-book aanbod completeren met een omvangrijke collectie fysieke boeken.

## Infrastructuur

Vasthouden aan een gezamenlijke infrastructuur is van essentieel belang voor het slagen van onze doelen. De solide basis die zo ontstaat, voorkomt versnippering, leidt tot kostenbesparing en geeft ruimte voor de ontwikkeling van nieuwe functies en diensten. Om de continuïteit van die basis te waarborgen, zullen bibliotheken elkaar moeten contracteren.

Standaardisatie zorgt voor optimale flexibiliteit. Doordat de standaardbouwstenen steeds weer anders gecombineerd kunnen worden, is een eindeloze variatie aan nieuwe widgets en applicaties mogelijk. Ontwikkeld door de branche zelf, maar ook door andere partijen.

De [Widgetstore van Bibliotheek.nl](http://Widgetstore.vanBibliotheek.nl) die eind 2011 volledig operationeel is, bevat al een aantal widgets. Dit zijn applicaties die snel toegang verschaffen tot veelgevraagde informatie, zoals actuele nieuwsberichten of een boeken top-10. Interne en externe partijen hebben volop mogelijkheden om meer van dit soort innovatieve, slimme en handige toepassingen te bouwen en aan te bieden in de Widgetstore. Bibliotheken hebben vervolgens de vrijheid om deze naar believen te integreren in hun websites.

Om gebruikers mogelijkheden tot cocreatie te bieden, moet er voor hen het nodige 'gereedschap' beschikbaar zijn om *user generated content* toe te voegen, zelf content te verrijken of mooie en slimme combinaties van content te maken.

1. Steven Rosenbaum. – [Content is king no longer](#). en Seth Godin. – [The future of the library](#).

### Meersporenbeleid

Gezien de ongewisse status van het overleg met uitgevers lijkt het logisch om niet op één paard te wedden in deze. De Bibliotheek moet nu al laten zien dat ze iets te bieden heeft op het terrein van e-books. Dat betekent alternatieve wegen zoeken om het aanbod uit te breiden. De deal die Bibliotheek.nl onlangs heeft gesloten met uitgeverij Bloomsbury is daar een voorbeeld van. Via Public Library Online biedt Bloomsbury een aantal online te lezen boeken aan. In eerste instantie worden internationale titels aangeboden, later gevolgd door Nederlandstalige titels en Nederlandse content die Bibliotheek.nl zelf gaat verzamelen bij en via bibliotheken.

[www.bibliotheekblad.nl/nieuws](http://www.bibliotheekblad.nl/nieuws) en

[www.publiclibraryonline.com](http://www.publiclibraryonline.com)

Er wordt ook verder gewerkt aan uitbreiding van de **e-books eregalen** met nog meer, van context voorziene, rechtenvrije boeken. Op het gebied van rechtenvrije boeken zouden de Nederlandse bibliotheken een sterke gidsfunctie kunnen organiseren door het aanbod op een goede manier te ontsluiten.

Daarnaast is gezamenlijke inkoop van online cursusmateriaal voor educatieve en maatschappelijke doeleinden nodig, evenals onderwijscontent en content voor de jeugd. Wat de laatste twee categorieën betreft, liggen er volop kansen op samenwerking met de publieke omroep. Denk aan thema's die aan de orde komen in het Jeugdjournaal, Het Klokhuis en Willem Wever.

De Bibliotheek kan zich positioneren als de partner die in staat is deze content naar een breder publiek te brengen.

### Content curation

Voldoende kwalitatief goede content bieden is belangrijk, maar net zo essentieel is het arrangeren en verrijken van die content, oftewel: *content curation*.

Tot voor kort was de algemeen heersende mening dat het succes van een website afhangt van de hoeveelheid content die wordt aangeboden. *Content is king*, zo luidde het adagium. De laatste tijd is er een kentering in dit denken zichtbaar. Steeds vaker horen we van trendwatchers en webprofeten dat de toekomst schuilt in content curation: het arrangeren en groeperen van content (waaronder ook *user generated content*) zodat een betekenisvol geheel ontstaat: voor individuen of groepen van individuen met een specifieke behoefte of interesse.

Een mix van content en *content curation* is een strategie die de Bibliotheek uitstekend past. Het is ook een strategie die meteen kan worden ingezet. Er is immers geen afhankelijkheid van de uitkomst van rechtenkwesties. Of het nu gaat om een positie in de e-book markt of om een sterke positie op het terrein van e-content, voor beide geldt dat de bibliotheken gezamenlijk een substantieel budget vrij zullen moeten maken voor inkoop en curatie van content.

### Sociale media

Kenmerkend voor *content curation* is het delen van resultaten via sociale media. Op Hyves, Facebook en Twitter vinden lijstjes en selecties hun weg naar gebruikers, waardoor ze kunnen groeien in omvang en kwaliteit. Een prima manier om cocreatie met gebruikers te stimuleren.

Sociale media zijn sowieso onontbeerlijk als het om het creëren van meerwaarde gaat. Veel bibliotheken hebben een account aangemaakt op Facebook of Hyves en gebruiken die vooral om informatie over de eigen dienstverlening te 'zenden'. De interactie tussen bibliotheek en leden blijft daardoor beperkt.

Voor de toekomst is een meer actieve opstelling nodig. Leden van een bibliotheek-Hyve of Facebook-groep vormen immers niet automatisch een waardenetwerk. Daar is meer voor nodig. Er moet een vraag of een gezamenlijke interesse in het midden liggen. Pas dan ontstaat er een levendig platform waar mensen, met actieve inbreng van de Bibliotheek, hun passie delen. (Zie voorbeeld '30 Day Book Challenge' onderaan dit document)

### Nieuwe distributievormen

De opkomst van mobiele technologie heeft consequenties voor het contentaanbod van bibliotheken. Websites zijn niet langer zaligmakend. De mobiele technologie waarmee je overal op internet kunt, wordt geavanceerder en raakt de komende jaren wijdverspreid. Het bezit van een smartphone is al bijna net zo normaal als het bezit van een pc. De wijze waarop mensen informatie tot zich nemen, is daardoor sterk aan het veranderen. Een smartphone gebruik je doorgaans niet om op het web te surfen, maar om informatie pasklaar binnen te halen via een app.

Om tegemoet te komen aan deze nieuwe vormen van 'informatieconsumptie' moet de digitale bibliotheek content gevarieerd aan kunnen bieden. Op het juiste moment, op de juiste plaats en via het juiste medium. De digitale bibliotheek moet altijd bij je zijn, altijd benaderbaar zijn, waar je ook bent: in je woonomgeving, op school, op je werk, onderweg in de trein etc. [www.bibliotheekapps.nl](http://www.bibliotheekapps.nl)

## Personeel en organisatie

Bibliotheekorganisaties voelen zich uitgedaagd om op basis van de beschikbare content innovatieve toepassingen te bedenken: voor de lokale gemeenschap, voor het onderwijs, voor mensen persoonlijk. Dit zorgt voor meer betrokkenheid bij de digitale bibliotheek en maakt tevens de zichtbaarheid op lokaal niveau groter. Het is van groot belang om innovatiekracht te mobiliseren: alle ramen en deuren moeten wijd open voor gebruikers, externe experts, samenwerkingspartners en alliantiepartijen. Kortom, iedereen die met behulp van de content van Bibliotheek.nl iets moois en iets nieuws wil creëren. Het principe van 'open innovatie' is dat je iets weggeeft om er vervolgens meer voor terug te krijgen. Daarmee realiseert de Bibliotheek het uiteindelijke doel van vernieuwing, ooit eens treffend omschreven door Bert Mulder als *'the urge to be more alive: socially, economically and cultural'*.

Op tal van plaatsen in het land ontstaan ideeën: in (Plus) bibliotheken, bij PSO's, in [de LibrarySchool](#), in het [Innovatielab van Saxion Hogeschool](#) etc. Door enige regie te voeren op de ideeënuitswisseling, ontstaat meer ontwikkelkracht en de mogelijkheid op te schalen naar landelijk niveau.

Op lokaal niveau zullen bibliotheekmedewerkers zich een andere houding en andere werkprocessen eigen moeten maken. Er is een omslag nodig van het passief aanbieden van bronnen naar een meer actieve rol, waarin de focus ligt op inhoud, op het creëren van meerwaarde, op het aanbieden van context en op het ontwikkelen van onderscheidende kennis en kwaliteit. Dat vraagt om betrokken collega's met gedegen inhoudelijke kennis; flexibele, open en creatieve geesten die innovatief ondernemen, die de interactie met de klant zoeken en die in staat zijn (potentiële) samenwerkingspartners te enthousiasmeren. Ook maatschappelijk bewustzijn is noodzakelijk; weten wat er speelt in de (lokale) samenleving, weten wat mensen raakt en welke vragen hen bezighouden. Om te weten wat 'de nieuwsgierige mens' drijft, zijn er uiterst nieuwsgierige bibliothecarissen nodig.

Het betekent dat de competentie-index<sup>2</sup>, die in juli 2011 is gepubliceerd door het SIOB, aangevuld zal moeten worden met de eisen die aan die nieuwe bibliothecaris worden gesteld.

# *"the urge to be more alive: socially, economically and cultural".*

Bert Mulder

## Partners en allianties

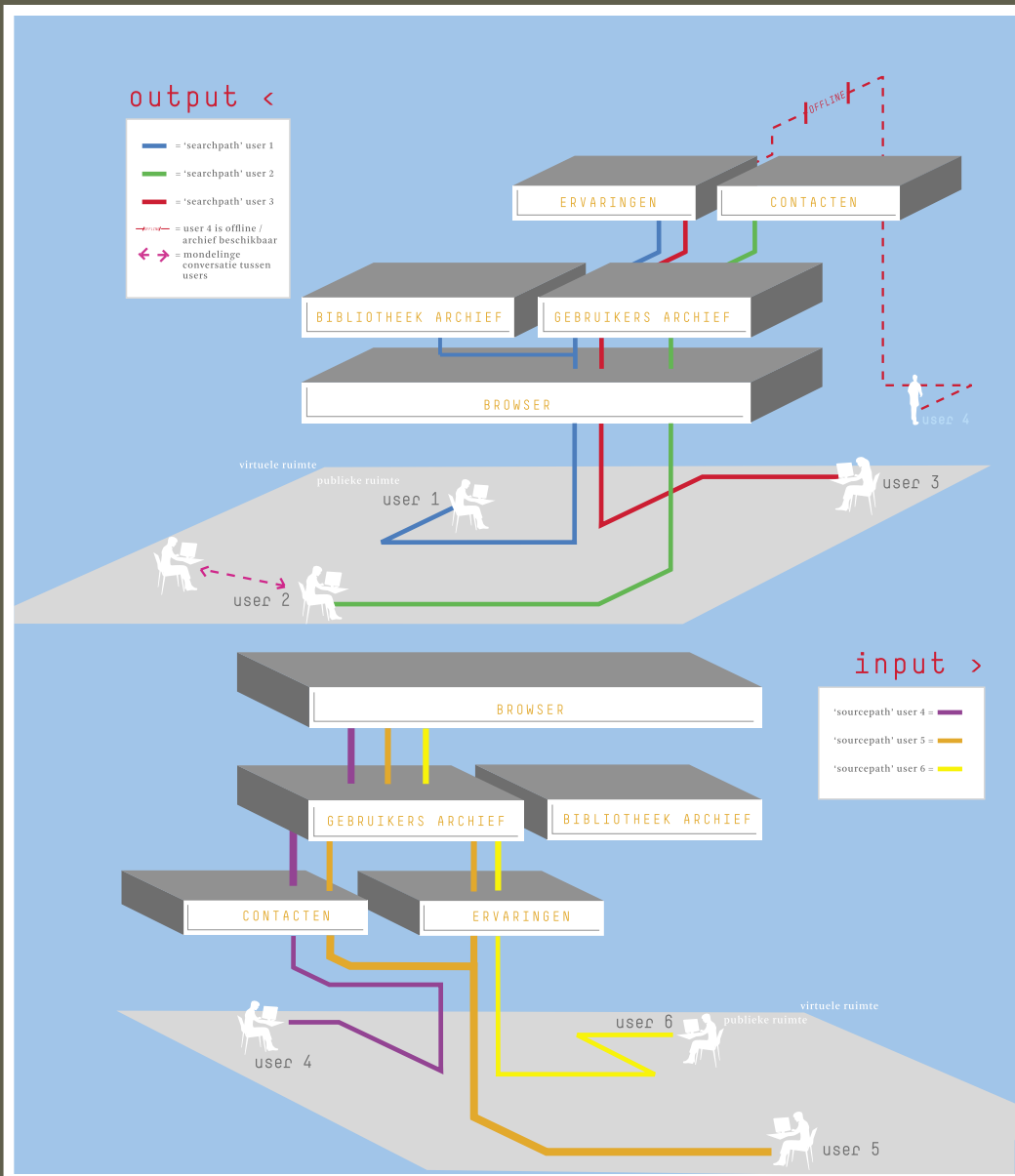
Naast cocreërende burgers, spelen partners en allianties een cruciale rol in de creatie van meerwaarde. In de eerste plaats komt het aan op goede samenwerking tussen de branchepartners. VOB, SIOB, Bibliotheek.nl, NBD/Biblion, de Plusbibliotheken zullen hun rol en positie ten opzichte van elkaar opnieuw moeten bepalen. Om die schatkamer van de digitale bibliotheek verder gevuld te krijgen, is een krachtig netwerk nodig waarin partijen eensgezind en in synergie optrekken.

Daarnaast is samenwerking met landelijke partijen als de Koninklijke Bibliotheek en de NOS van levensbelang. Koppeling met hun bestanden levert straks een schat aan aanvullend tekst- beeld- en geluidsmateriaal op. In samenwerking met deze partijen kunnen verdere ideeën voor nieuwe contentcombinaties, themasites en dossiers uitgewerkt worden. Voorwaarde is dat de samenwerkingspartners het belang van context en cocreatie onderschrijven. De branche zal daarover met hen in gesprek moeten.

Uiteraard kunnen ook lokale partners bijdragen aan het toevoegen van content en context. Veel bibliotheken hebben een samenwerkingsverband met lokale erfgoedinstellingen. De digitale bibliotheek kan o.a. worden ingezet om verhalen en herinneringen aan bijzondere plekken en gebouwen te verzamelen en op die manier de onderlinge contacten tussen buurtbewoners te vergroten.

Daarnaast gaat de branche actief op zoek naar minder voor de hand liggende samenwerkingsverbanden en allianties. Een goed voorbeeld is samenwerking met Seats2Meet, een organisatie die on- en offline ruimte biedt om elkaar te ontmoeten, te werken, te cocreëren en kennis en ideeën uit te wisselen.

2. Competentie-index voor het bibliotheekveld, uitgave van het Sectorinstituut Openbare Bibliotheken, Programma opleidingen SIOB, Den Haag, juli 2011.



Beeld uit: 'What if...' bibliotheken 2040

## Financiering

Vanwege de eenvoud van aansturing is het een goede zaak dat OCW de kosten van het bouwen van de infrastructuur (mogelijk tot en met 2016) voor haar rekening neemt. Maar om de regie van de digitale bibliotheek in handen te houden, moet de branche zelf ook investeren. Dat kan door de inbreng van OCW te matchen met een aanzienlijk bedrag voor e-content, opgebracht door de branche.

Daarbij is het van belang een goede balans te vinden tussen de uitgaven aan content en de middelen die besteed worden aan het creëren van meerwaarde met behulp van die content. Het heeft immers geen zin enorme bedragen aan content uit te geven als niet ook wordt geïnvesteerd in het arrangeren en verrijken van die content.



## Waarmee beginnen?

De komende drie jaar concentreert de Bibliotheek haar innovatiekracht rond de thema's taal en lezen, o.a. met nieuwe, opvallende toepassingen.

Het gaat daarbij niet zozeer om instrumentele toepassingen zoals een app om boeken te verlenen. Juist de creatieve en verrassende ideeën zijn belangrijk. Er zijn tal van informatieve, handige, inspirerende, verrassende of onverwachte digitale toepassingen te bedenken die van waarde zijn voor gebruikers. Het gaat erom dat bibliotheken, met nieuwe vormen van waardecreatie in het achterhoofd, voortdurend onderzoeken wat het beste aansluit bij de persoonlijke behoeften en levenssfeer van individuen of groepen van individuen in de samenleving.

Dit alles met gebruikmaking van de ontwikkelkracht van partners en gebruikers. Met hun creativiteit, kennis en deskundigheid kan een enorme impuls gegeven worden aan innovatie.

Een paar voorbeelden:

## 30 Day Book Challenge

Via sociale media nemen mensen deel aan de '30 Day Book Challenge', waarbij zij een maand lang elke dag een bepaald boek bespreken dat op de een of andere manier met hun leven verweven is. Aan de hand van prikkelende vragen worden mensen uitgenodigd deel te nemen. Welk boek heeft je leven veranderd? Met wel boekpersonage zou je bevriend willen zijn? Welk boek uit je jeugd is je het meest bijgebleven?

Zie: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)



## De Boekenkast van Nederland

De Boekenkast van Nederland, gebouwd met innovatiemiddelen van het ministerie van OC&W, is een nieuwe dienst van DOK Delft die leden van de bibliotheek in staat stelt hun eigen boekenbezit te delen met anderen. Na het aanmaken van een account op de speciale website, kun je de Boekenkast vullen met boeken die anderen van je mogen lenen. Ook kun je eenvoudig zoeken naar boeken die anderen te leen aanbieden. Als iemand een boek bij jou wil lenen, kun je via de Boekenkast een afspraak maken om het boek over te dragen. Of je kunt het boek afgeven bij de bibliotheek, waar de aanvrager het kan ophalen en op een later moment terugbrengen. Het prototype van deze nieuwe dienst wordt momenteel in de praktijk getest.

Prachtig idee dat mensen in staat stelt zelf een beetje bibliothecaris te worden. Het is bovendien een mooi voorbeeld van de combinatie van de fysieke en de digitale bibliotheek als in  $1 + 1 = 3$ .

Het geeft ook een nieuwe dimensie aan het begrip 'Collectie Nederland': een collectie die niet alleen voor de mensen is, maar ook van de mensen.

Meer informatie: [Margot Nicolaes, DOK Delft](#)

## Five Books Archive

Website TheBrowser.com biedt nieuwsgierige en leergierige lezers een selectie van interessante nieuwsitems en artikelen op internet. Ook wordt dagelijks (!) een deskundige geïnterviewd over de vijf beste boeken op zijn of haar specifieke thema of vakgebied. De onderwerpen variëren van 'de vijf beste inleidingen in de filosofie' tot 'de vijf belangrijkste romans over New York'.

Dergelijke beargumenteerde aanbevelingen van bekende deskundigen zouden een waardevolle aanvulling zijn voor de digitale etalages: om ze verder uit te diepen en om de nodige landelijke publiciteit te genereren.

Zie: <http://thebrowser.com>

### Colofon

Tekst: Joyce Sternheim

Eindredactie: VOB-commissie Digitale Bibliotheek

Vormgeving: Trapped in Suburbia

Foto's: Jurriaan Brobbel

Illustraties: 'What if...' bibliotheken 2040

Dit werk is gelicenseerd onder een Creative Commons Naamsvermelding-NietCommercieel-GeenAfgeleideWerken 3.0 Unported. Bezoek <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> om een kopie te zien van de licentie of stuur een brief naar Creative Commons, 444 Castro Street, Suite 900, Mountain View, California, 94041, USA.

