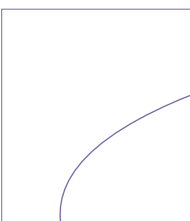
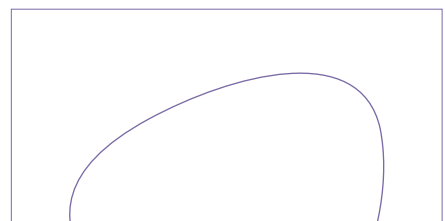
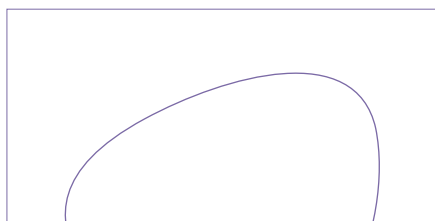
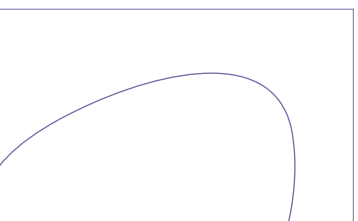
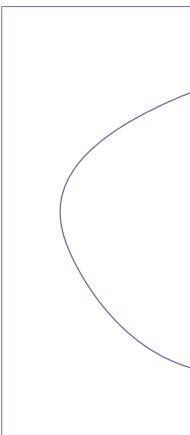
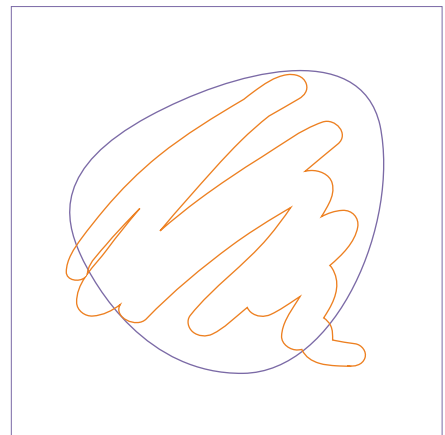
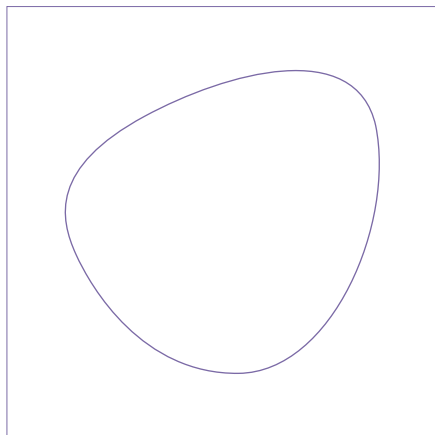
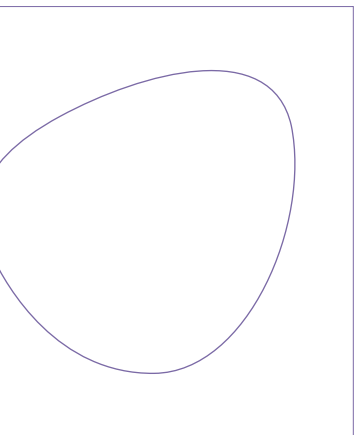
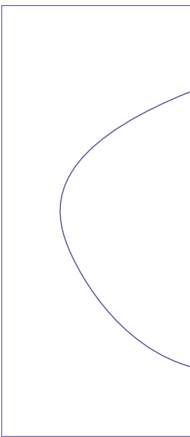
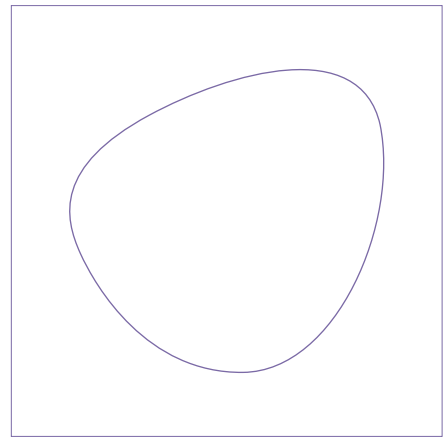
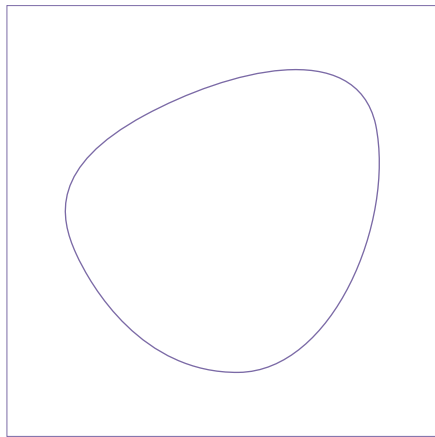
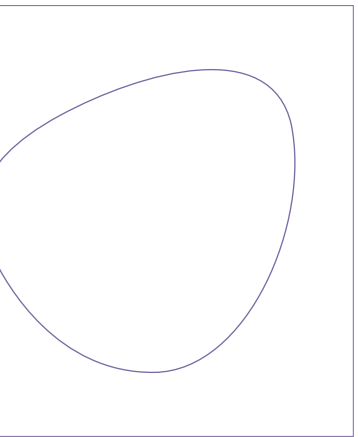
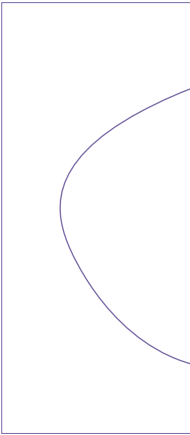
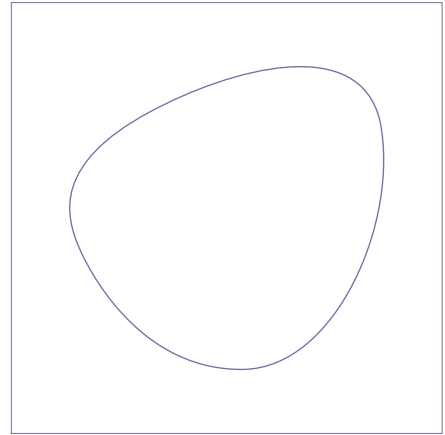
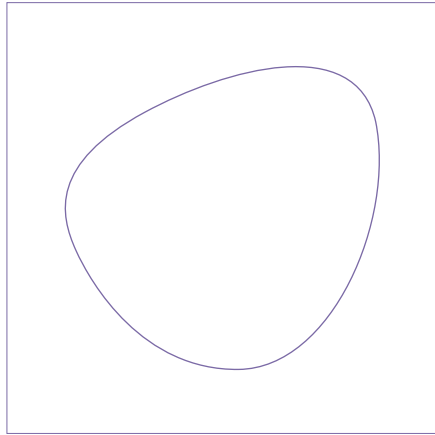
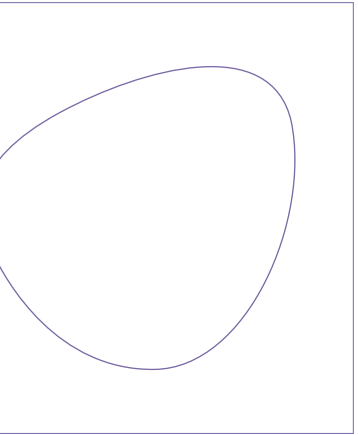
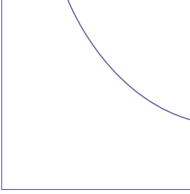
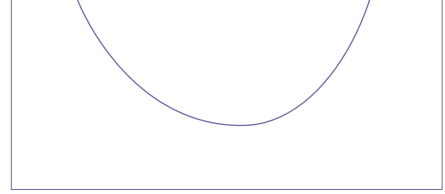
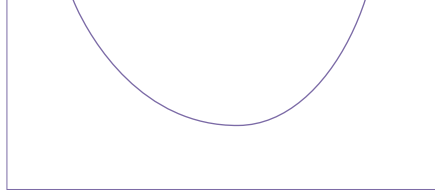


Vereniging van Openbare Bibliotheken
Handreiking public affairs en lobby voor bibliotheken
Gemeenteraadsverkiezingen 2014





Handreiking public affairs en lobby voor bibliotheken Gemeenteraadsverkiezingen 2014

Inhoudsopgave

Leeswijzer 3

1 Laat je waarde zien 4

Citaten uit de interviews 5

- Vraag nooit direct om geld: 5
- Maar laat in hoofdlijnen zien wat de bibliotheek aanbiedt en betekent. 5
- Maak het concreet met doelgroepen, aansprekende voorbeelden en cijfers, 5
- (Of maak bijvoorbeeld een productenboek). 6
- Kijk wat de bieb kan betekenen bij actuele omstandigheden. 6
- Dat het geld kost is logisch, maar volgt later, na de inhoud. 6

Bijdragen uit de workshop 7

2 Contact continueren 9

Citaten uit de interviews 10

- Houd regelmatig contact en ga persoonlijk langs; 10
- Op relevante momenten en daarbuiten, zonder te overvoeren. 10
- Let op wie je focust en blijf neutraal. 11
- Laat (nieuwe) politici kennismaken met de bibliotheek en nodig ze uit. 11
- Wees herkenbaar en laat regelmatig je gezicht zien. 11
- Ga naar netwerken, bijeenkomsten en de ondernemersvereniging; 12
- Maak gebruik van sociale media. 12

Bijdragen uit de workshop 13

3 Informatie en ideeën aandragen 15

Citaten uit de interviews 16

- Stuur partijen de plannen van de bibliotheek; 16
- Eventueel met teksten voor opname in politieke programma's. 16
- Wees proactief door mee te denken en ideeën aan te dragen; 16
- En voorbereid op besluiten door oplossingen en alternatieven klaar te hebben. 17
- Altijd in overleg, dat zorgt voor een constructieve samenwerking. 17

Bijdragen uit de workshop 18

4 Betrouwbaar en attent zijn 19

Citaten uit de interviews 20

- Wees betrouwbaar door binnen begrotingen en tijdspaden te blijven, 20
- Kom afspraken na en meld bij verhindering af met de reden. 20
- Licht politici in over ontwikkelingen, aanstaande besluiten en persaandacht. 20
- Wees attent door geschenken en uitnodigingen te sturen. 21
- Zorg voor een gastvrije ontvangst. 21

Bijdragen uit de workshop 22

5 Branding en samenwerking 23

Citaten uit de interviews 24

- Wees zichtbaar en herkenbaar in het dorp of stad. 24
- Maak gebruik van free publicity, 24
- Speel in op activiteiten, 24
- Laat een politiek debat in de bibliotheek plaatsvinden. 24
- Werk samen met andere organisaties, 25
- Maar ook met andere bibliotheken. 25

Bijdragen uit de workshop 26

Inleiding

Op 19 maart 2014 zijn de volgende gemeenteraadsverkiezingen. De Vereniging van Openbare Bibliotheken biedt u als lid van de VOB deze handreiking aan. Om u te faciliteren en te stimuleren en uw verhaal naar de politiek en de (nieuwe) politici nog beter voor het voetlicht te krijgen. Voor u als bibliothekdirecteur zijn de gemeenteraadsverkiezingen het moment om de bibliotheek bij de nieuwe spelers in de lokale politiek onder de aandacht te brengen en eventuele nieuwe strategische relaties te bouwen. U heeft opnieuw de kans om relaties aan te gaan met politieke partijen en politici. We hopen en verwachten dat u met deze handreiking nog beter beslagen ten ijs komt. We wensen u een goede lobby.

Ap de Vries
directeur VOB

Leeswijzer

In september 2013 heeft de VOB acht workshops gehouden door het land om de bibliotheken voor te bereiden op de gemeenteraadsverkiezingen. Als input voor deze bijeenkomsten zijn meerdere bibliothekdirecteuren en wethouders geïnterviewd (persoonlijk, telefonisch en schriftelijk). Naar aanleiding van de interviews waren er vijf hoofdlijnen met bijbehorende uitwerkingen te onderscheiden die tijdens de workshops punt voor punt behandeld zijn. In dit document staan deze hoofdlijnen en uitwerkingen, met de citaten van de geïnterviewde mensen en de aanvullingen die in de workshops door de deelnemers zijn gedaan. Belangrijk om op te merken is dat er niet altijd inhoudelijk consensus is. Wat voor de ene bibliotheek geldt, hoeft niet voor de andere te gelden. Het aantal en de grootte van gemeenten, of het een stedelijke gebied of platteland is, de specifieke persoonlijkheden op de verschillende posities met eigen voorkeuren en wensen... allerlei factoren zorgen ervoor dat er verschillende keuzes gemaakt worden in aanpak. Desalniettemin geven alle citaten, tips, ervaringen en opmerkingen een breed scala aan te ondernemen (of juist achterwege te laten) stappen op weg naar de gemeenteraadsverkiezingen. Bibliotheken zullen uiteraard naar eigen inzicht keuzes moeten maken wat wel en niet bij hen past. De VOB bedankt alle deelnemers aan de workshops voor hun bijdragen.

Mensen die we geïnterviewd hebben en waarvan citaten opgenomen zijn:

Hans van Velzen, Openbare Bibliotheek Amsterdam (OBA)

Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer

Ankie Kesseler, Bibliotheek A tot Z

Mariet Wolterbeek, Regiobibliotheek Z-O-U-T

Ad Cardon, wethouder Alblasserdam

Hans Haring, wethouder Zoetermeer

Peter van Ostaijen, wethouder Leidschendam-Voorburg

Mannes Westra, KopGroep Bibliotheken

Jos Debeij, Bibliotheek Deventer

1

Laat je waarde zien

- Vraag nooit direct om geld;
- Maar laat in hoofdlijnen zien wat de bibliotheek aanbiedt en betekent.
- Maak het concreet met doelgroepen, aansprekende voorbeelden en cijfers,
- (Of maak bijvoorbeeld een productenboek).
- Kijk wat de bieb kan betekenen bij actuele omstandigheden.
- Dat het geld kost is logisch, maar volgt later, na de inhoud.

- **Vraag nooit direct om geld:**

“Op het moment dat iemand zeurt om geld, geven ze altijd hetzelfde antwoord: er is geen geld, er zijn bezuinigingen, iedereen moet inleveren en dat geldt ook voor de bieb.” [Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer](#)

“Wat je dus zeker niet moet doen is meteen het gesprek al openen en over geld gaan beginnen en in een soort klaagverhaal terecht komen.” [Hans van Velzen, OBA](#)

- **Maar laat in hoofdlijnen zien wat de bibliotheek aanbiedt en betekent.**

“Ik merk dat politici vaak te weinig weten over wat de bibliotheek doet. Bijvoorbeeld voor de educatie, hoeveel rondleidingen wij doen voor de scholen, hoe we ze ondersteunen met allerlei pakketten voor de verbetering van de leeseducatie en dat vinden ze erg interessant. En bijvoorbeeld: hoe werken we samen met de ouders, met de ouderenbond. Heel belangrijk om echt te laten zien wat je doet en wat dus ook de waarde is van de bibliotheek, ook om het daarmee breder te maken dan alleen het uitleenproces.” [Hans van Velzen, OBA](#)

“Probeer in je informatie die je geeft naar wethouders, ambtenaren en raadsleden toe te zien te overvoeren met alle mogelijke details. Alle informatie over landelijke programma's zijn interessant binnen de bibliotheek maar zou ik zeker niet met iedereen gaan delen. Dan raak je de aandacht kwijt.” [Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer](#)

- **Maak het concreet met doelgroepen, aansprekende voorbeelden en cijfers,**

“Ik merk betrokkenheid van politici als ik specifieke doelgroepen ga noemen; bijvoorbeeld ‘weet u wel dat de OBA de enige organisatie is waar het percentage allochtonen onder de jeugd groter is dan onder de Nederlandse groepen.’ Dan gaan er ineens lichtjes branden en raken mensen betrokken. Of ‘weet u dat de bieb de enige instelling is waar ouders veel komen’. Dat is iets tegen vereenzaming, een sociaal bindmiddel, integratie... In Amsterdam zijn wij de nummer twee waar ZZP-ers komen. Dat zijn zaken waar ze door getriggerd worden en bovendien ook meer te weten komen over wat je doet.” [Hans van Velzen, OBA](#)

“Politici raken betrokken doordat je als bibliotheek uitlegt aan de raadsleden hoe belangrijk de bibliotheek is, en is de bibliotheek belangrijk? Ja, dat is zij. 30% van de mensen in Nederland is lid van de openbare bibliotheek, 70% van de mensen komt er een keer per jaar en vrijwel alle kinderen tot 18 jaar zijn vanwege hun schoolverplichtingen ook lid van de bibliotheek.” [Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer](#)

“Vertaal zaken in cijfers die mensen aanspreken. Je kan richting de politiek simpelweg de uitleen- en bezoekerscijfers noemen, maar in plaats van dat ik zeg: ‘we trekken 2 miljoen bezoekers per jaar’ zeg ik: ‘wij trekken 50 arena’s per jaar’. Dat onthouden ze, net als mijn formule: ‘ik ben 7 dagen open van 10 tot 10’. Je moet een paar van die goede statements hebben.” [Hans van Velzen, OBA](#)

- **(Of maak bijvoorbeeld een productenboek).**

“Wij hebben een productenboek gemaakt waarin we alles wat we doen, voor welke doelgroep, op welk thema het inspeelt en wat het kost, zichtbaar maken voor de gemeente. De gemeente heeft gezegd op welke terreinen zij willen dat wij een rol spelen en daar hebben we de producten ook naartoe geschreven. Dat verantwoorden we ieder jaar. Dus we zijn volkomen zichtbaar en transparant.” [Mariet Wolterbeek, Regiobibliotheek Z-O-U-T](#)

- **Kijk wat de bieb kan betekenen bij actuele omstandigheden.**

“Er spelen altijd actuele zaken in de gemeente waarbij de bibliotheek ondersteuning kan verlenen. Het is daarom belangrijk om je goed te oriënteren op wat er speelt in de gemeenschap. Zo speelt op dit moment in Amsterdam de inburgering een grote rol omdat er veel rijksmiddelen wegvallen. Wij springen nu heel duidelijk in dat gat door te laten zien dat wij daar de voorzieningen voor hebben.” [Hans van Velzen, OBA](#)

“Bibliotheken moeten zich niet terugtrekken op hun eigen terrein zonder oog voor de wereld om zich heen. Op school moeten kinderen nu met de iPad werken, dan moet zo’n bieb ook zorgen voor voldoende iPads en computers. Je moet aansluiten bij wat er gebeurt. En als er geen vraag meer naar boeken is, haal ze uit de kast en gooi ze weg. Ga met de tijd mee. Zeker met informatieoverdracht. Dat gaat zo snel momenteel, maak er zelf ook goed gebruik van. Blijf bij de samenleving. Wat daar gebeurt is de maatstaf.” [Peter van Ostaijen, wethouder Leidschendam-Voorburg](#)

- **Dat het geld kost is logisch, maar volgt later, na de inhoud.**

“Geld volgt, dat komt later. Het gaat er eerst om wat je inhoudelijk doet voor de gemeente en wat je doet voor de inwoners van de gemeente. En dat dat uiteraard betaald moet worden, dat begrijpt iedereen.” [Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer](#)

“Geld is belangrijk, maar dat komt op het eind. Ik vraag één keer geld per jaar en dat gaat over de begroting. Ik ga niet tussendoor over kleine zaakjes praten. Je moet een beetje uit de hoek blijven van ‘ze vragen alleen maar geld’. Ze moeten denken: ‘bibliotheek: goede instelling’. En dat het ook geld kost is eigenlijk logisch.” [Hans van Velzen, OBA](#)

Discussievraag:

Wat doet u om uw bieb in de kijker te spelen?

Het in de kijker spelen van de bieb, blijkt uit de verschillende workshops, is niet eenvoudig. Sommige bibliotheken nodigen alle raadsleden uit voor een bijeenkomst. De opkomst is bij de een aanzienlijk hoger dan bij de ander, zonder duidelijk aanwijsbare reden daarvoor.

Als tips worden door bibliotheken gegeven:

- Organiseer een minisymposium, kies een thema uit en praat daarover, bijvoorbeeld de effecten van de bibliotheek op school. Eindig met een actueel thema waarover ze vragen mogen stellen, bijvoorbeeld e-books en geef de genodigden ook meteen een rondleiding door de bibliotheek. Simpel maar doeltreffend: bel de genodigden persoonlijk op, dat verhoogt de kans op deelname.
- Een bibliotheek heeft een tour georganiseerd langs verschillende vestigingen wat werkte omdat goed zichtbaar werd wat de bibliotheek allemaal te bieden heeft. Een tour is natuurlijk tijdrovend en kost geld (wat ook zichtbaar is voor de politici) dus je kan in plaats van een tour ook een video maken en deze persoonlijk aanbieden aan de raadsleden.
- Sluit in een bijeenkomst zoveel mogelijk aan bij wat er in het collegeprogramma staat en welke prioriteiten de genodigden (of degenen die komen) hebben en waar raakvlakken zijn. Wat betreft aansluiten bij beleidsdoelstellingen en actuele omstandigheden wordt de Wmo genoemd. Partijen trekken zich op dit moment terug en er ligt een kans voor bibliotheken voor bijvoorbeeld het bieden van een Wmo loket in de bieb, al zijn niet alle bibliotheken het hierover eens dat de bieb hierop moet inspelen. Verder kunnen bibliotheken laten zien wat zij kunnen betekenen bij laaggeletterdheid en digitalisering in het kader van transitie. Dat de laaggeletterdheid toeneemt, is de ervaring, raakt de politiek en daar kan je je verhaal op afstemmen. Omdat het verhaal van de bibliotheek nog steeds over boeken gaat, is het niet vreemd dat ambtenaren ook nog steeds denken dat het om boeken gaat. Probeer het onafhankelijk van de drager te maken en het product 'lezen' te verkopen. Het gaat om leesplezier en leesbevordering, om taal en hoe je woorden tot je neemt.

- Probeer het verhaal niet altijd zelf te vertellen, maar laat dat ook een ander doen. Zoek naar een ambassadeur van jouw bibliotheek, bijvoorbeeld enthousiastelingen in jouw eigen buurt.
- Opgemerkt wordt dat bibliotheken zich ook niet moeten overschreeuwen dat ze niet goed in beeld zijn; er zijn tal van andere grote organisaties die ook niet in beeld zijn.
- Raadsleden worden enorm gevoed door hun achterban. Het klinkt vreemd maar (vooral in de minder stedelijke gebieden) werkt het nou eenmaal vaak zo in de praktijk: als de buurman van een raadslid groot fan is van de bibliotheek is de kans groter dat het op de agenda komt te staan.
- Wees er alert op dat er door politici erg vanuit de eigen beleving wordt gesproken. Bij raadsvergaderingen horen bibliotheken zeggen: 'Ik kom nooit in de bieb, ik koop mijn boeken.' Dat is dan dus hun referentiekader. Cijfers kennen ze vaak niet.
- Het is goed de achtergrond van de raadsleden te kennen. 80% van hun beslissingen zijn emotionele besluiten en hebben niet te maken met langetermijndenken, maar met lokale ontwikkelingen.
- Ervaring: in sommige gemeenten is het steeds lastiger raadsleden te vinden waardoor het niveau enorm naar beneden gaat (is gegaan). Het kost extra energie en tijd de raad goed te informeren.
- Politici moeten zichtbaar zijn om stemmen te trekken. De bibliotheek staat voor een groot publieksbereik. Combineer dat en probeer een strategische alliantie aan te gaan. Liefst met alle politieke partijen.
- Het is bekend, maar goed voor bibliotheken zich nog eens te realiseren dat echt publieke gebouwen er bijna niet meer zijn. We zijn wel nog een gebouw waar je zomaar binnen mag lopen.
- Opmerking: 'Maak de bibliotheek ook niet groter en belangrijker dan zij is. Alles wat we roepen moeten we ook zien waar te maken en er wordt een boel opgeblazen. 80% van onze functie is nou eenmaal boeken uitlenen.'

Productenboek

Voor de één is het een uitkomst en voor de ander werkt het absoluut niet: het productenboek. Sommige gemeenten vragen hun bibliotheek een productenboek te maken. Enkele opmerkingen die hierover zijn gemaakt:

- Het productenboek kan een heel mooi en helder boek zijn, maar er kan ook een groot gevaar in schuilen. Het nodigt gemeenten uit te schrappen op detailniveau, doordat men de context en samenhang van de verschillende producten niet meer ziet. Het noemen van prijzen van producten verhoogt het risico op 'shoppen'. Wees dus ook niet te gedetailleerd.
- Maak een onderscheid in de onmisbare en verplichte basis waarvoor geldt: 'dit moet je afnemen' en de opties die daar bovenop zitten.
- Zorg ervoor dat als een gemeente een product schrappt, ze dit ruim, liefst minimaal 1,5 jaar van te voren moeten aankondigen.

2

Contact continuëren

- Houd regelmatig contact en ga persoonlijk langs;
- Op relevante momenten en daarbuiten, zonder te overvoeren.
- Let op wie je focust en blijf neutraal.
- Laat (nieuwe) politici kennismaken met de bibliotheek en nodig ze uit.
- Wees herkenbaar en laat regelmatig je gezicht zien.
- Ga naar netwerken, bijeenkomsten en de ondernemersvereniging;
- Maak gebruik van sociale media.

- **Houd regelmatig contact en ga persoonlijk langs;**

“Het is verstandig om jezelf een keer per twee jaar uit te nodigen bij alle politieke fracties.

Dat betekent dat je een keer halverwege langskomt en een keer rondom de verkiezingen. Fracties vinden dat leuk en prettig om even met je bij te praten. Hou er rekening mee dat je maar een paar minuten de tijd krijgt om welke belangrijke functies de bibliotheek allemaal heeft in de plaatselijke gemeenschap en de boodschap voor de komende jaren duidelijk te maken.” **Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer**

“Het is van belang is dat een bibliotheekbestuur of de plaatselijke manager regelmatig contact heeft met de betreffende wethouder. Informatie moet mondeling overgebracht worden, daar geloof ik echt in. Mondeling, en zorg ervoor, per kwartaal, of per half jaar, naar aanleiding van een begroting die je indient of een jaarverslag dat je toch even de moeite neemt om te zeggen ‘waar staan we nou, wat willen we doen’. En waar zijn we nou uitgekomen en waarom zijn zaken wel of niet gelukt en waar willen we naar toe?” **Ad Cardon, wethouder Alblasserdam**

“Je moet contacten met alle fracties hebben. Wie is waar mee bezig? En zeker ook bij alle fracties langs gaan. Je kan van tevoren verwachten dat bepaalde politieke partijen de bieb een warm hart toedragen. Diegenen die dat niet doen, moet je juist wel bezoeken. Ze waarderen het altijd als je komt.” **Hans Haring, wethouder Zoetermeer**

“Contact is van levensbelang voor de bieb, omdat ze grote subsidieontvangers zijn, de grootste in Leidschendam. Om dat in stand te houden is het van belang de gemeenteraad en het college te laten zien dat ze goede dingen doen en dat de productie in verhouding staat tot het geld dat daar naartoe gaat. Contact moet regelmatig gebeuren, twee keer per jaar bestuurlijk overleg met de wethouder. Verder regelmatig overleg met de ambtenaar in verband met beleid en goede contacten. De gemeenteraad een keer per jaar middels een werkbezoek. Verder cultuurborrels en ad hoc contact.” **Peter van Ostaijen, wethouder Leidschendam-Voorburg**

- **Op relevante momenten en daarbuiten, zonder te overvoeren.**

“Zorg voor een continue proces, dus kom niet alleen in verkiezingstijd of bij de begroting, maar onderhoud de contacten het hele jaar door zodat je ook voortdurend in beeld blijft. Houd ze dus regelmatig op de hoogte van dat wat de bibliotheek doet, dat vinden ze prettig en anders denken ze: ‘ze komen alleen maar om het geld.’”

Hans van Velzen, OBA

“De bibliotheek moet vooral niet in mijn ogen allerlei stukken sturen, nieuwsbrieven en noem maar op allemaal via de email, er komt ontzettend veel over ons heen, die stapel wordt steeds groter en ik heb nu een blauwe doos staan in mijn kamer en daar gaat heel veel in waarvan ik dacht het ooit te lezen en daar ben ik niet aan toegekomen.” **Ad Cardon, wethouder Alblasserdam**

- **Let op wie je focust en blijf neutraal.**

“Focus je niet alleen op raadsleden of op toekomstige wethouders, maar betrek zeker ook de ambtenaren erbij. De ambtenaren schrijven de stukken voor de politici. De ambtenaren zorgen ervoor dat de budgetten goed worden verdeeld. Het is een drieslag. Het gaat om ambtenaren die goed geïnformeerd moeten zijn, de raadsleden en als je al weet wie wethouder gaat worden; zorg ervoor dat hij ook goed geïnformeerd is over het geheel.”

Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer

“Kijk naar wie de wethouder is, verplaats je in de persoon. Wat voor manier van contact wil diegene het liefst? Nieuwsbrieven? Persoonlijk contact? Je kan het ook gewoon vragen.”

Ad Cardon, wethouder Alblasserdam

“Er is voor bibliotheekdirecteuren geen onderscheid in politieke partijen, die politieke partijen zijn ons allemaal even lief. Het is ook niet belangrijk vanuit welke richting de wethouder komt. Wij zijn neutraal, wij leveren onafhankelijke informatie voor iedereen.”

Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer

- **Laat (nieuwe) politici kennismaken met de bibliotheek en nodig ze uit.**

“We hebben zo de verkiezingen gehad en ga er maar vanuit dat ook daar weer mensen komen die eigenlijk nauwelijks weten wat de bibliotheek doet. Dus wij nodigen standaard overal de nieuwe raadscommissies cultuur uit in de bibliotheek om te laten zien wat wij allemaal doen en wat wij voor ze kunnen betekenen. En de nieuwe wethouder na de verkiezingen, daar maken we altijd een mooi pakket voor met informatie.”

Hans van Velzen, OBA

“Die regelmatige contacten, als die momenten er zijn, of als je zegt we doen iets in de bibliotheek, nodig de politiek uit, nodig die wethouder uit, zodat hij weet, en ziet van dat gebeurt daar, dat moet hij weten. En meenemen mensen, meenemen.”

Ad Cardon, wethouder Alblasserdam

“Toen ik een half jaar wethouder was heb ik in het zomerreces met verschillende organisaties een dagje meegewerkt. Dat heb ik ook bij de bieb gedaan. Dan zie je pas echt wat er gebeurt. Wat ik niet kende was alles achter de schermen, dus de schoolbezoeken, leskisten etc. Dat gaf voor mij een veel beter beeld.”

Hans Haring, wethouder Zoetermeer

- **Wees herkenbaar en laat regelmatig je gezicht zien.**

“De bibliotheek is regelmatig aan de orde bij gemeenteraad. Dat kan zijn bij de begroting, jaarrekening of nieuwe ontwikkelingen, maar laat daar altijd je gezicht zien. Ik ga altijd pontificaal op de eerste rij zitten en ik merk dat effect heeft, het woord bibliotheek wordt dan altijd even genoemd omdat ze zien dat er iemand die daar belangstelling voor heeft zit en dat waarderen ze.”

Hans van Velzen, OBA

“Ik vind dat contact naar wethouders toe echt op directieniveau moet zijn. En daar zorg ik ook in Amsterdam altijd voor, we hebben hier ook de stadsdelen maar gaat het om belangrijke zaken, dan hebben ze altijd met de directeur te maken. En ik merk dat ze dat op prijs stellen.” [Hans van Velzen, OBA](#)

“Je moet proberen regelmatig aan tafel te komen, en netwerken zodat ze je kennen, het gebeurt regelmatig dat ik door het dorp fiets of loop en dat ik iemand zie en vraag: ‘hoe staat het hier of hier mee?’” [Ad Cardon, wethouder Alblisserdam](#)

“De directeur is de belangrijkste spreekbuis, personificatie van het beleid: 24/7.”
[Jos Debeij, Bibliotheek Deventer](#)

- **Ga naar netwerken, bijeenkomsten en de ondernemersvereniging;**

“Je moet op plaatsen zijn waarvan je denkt: ‘daar zijn de spelers die ik nodig heb’. Een forum, een netwerk, we hebben hier ook een ondernemerskring waarin bedrijven met elkaar in contact komen. En in de wereld van de bibliotheek is dat een museum, zijn dat scholen, heel breed, zorg dat je daar bent of zorg dat mensen die plaatselijk een rol spelen in het management er zijn. Dat hoort gewoon bij je werk.” [Ad Cardon, wethouder Alblisserdam](#)

“Wordt lid van ondernemersvereniging; stel je voor; geef kaartjes mee, ze moeten je kennen.” [Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer](#)

- **Maak gebruik van sociale media.**

“Wat we ons echt hebben eigengemaakt is het gebruik van sociale media, facebook, twitter, met name raadsleden zijn daar erg actief op. je kan gewoon niet voor vier gemeentes op alle raadsvergaderingen op de publieke tribune zitten, maar je wilt wel goed op de hoogte blijven. Het is voor ons een hele grote informatiebron. En in de gemeente Alblisserdam komen wethouders iedere week spreekuur houden in de bieb. Hij (de wethouder) tweet dat iedere week, en wij retweeten dat weer. En zodoende houd je op verschillende manieren contact.” [Ankie Kessler, Bibliotheek A tot Z](#)

Discussievraag:

Hoe regelmatig moet het contact zijn en wie is het gezicht van uw bieb?

Heeft de ene bibliotheek te maken met een gemeente, de andere bibliotheek heeft te maken met drie, vier en soms zelfs wel acht gemeenten. Het aantal gemeentes is bepalend voor wie het gezicht van de bibliotheek is, ofwel kan zijn, want je kan niet overal tegelijkertijd zijn. Er zijn ook andere factoren die meespelen bij de keuze wie het gezicht moet zijn van de bibliotheek, zoals het verenigingsleven, je eigen lokale bekendheid of de 'taal' die gesproken wordt in een dorp of stad. Hierdoor kiest de ene bieb ervoor de directeur het gezicht te laten zijn, terwijl in een andere bieb voor iedere gemeente een gezicht wordt aangewezen of er in duo's wordt gewerkt (directeur & locatiemanager). Het voordeel van duo's is dat je afspraken kan maken, bijvoorbeeld dat de een vooral observeert. Twee zien meer dan een. Belangrijk is hoe dan ook dat je allemaal dezelfde boodschap uitdraagt en de 'andere gezichten' zoals managers ook sterk zijn in het onderhouden van een goede relatie met de politiek.

Tips, ervaringen en opmerkingen:

- Maak 'goed' gebruik van sociale media, doe je dat niet, dan schaadt het je imago.
- Volg ambtenaren, raadsleden en wethouders op sociale media en reageer op hun tweets. Zorg dat iemand je terugvolgt, kan door retweeten of actief een '@wethouder' bericht te plaatsen.
- Met name Twitter helpt bij het in contact komen met raadsleden. Het is laagdrempelig en er worden contacten gelegd en afspraken gemaakt die anders niet tot stand waren gekomen.
- Wees er op bedacht dat het omarmd worden door een specifieke politieke partij leuk lijkt, maar je er uiteindelijk niet altijd bij gebaat bent. Je bibliotheek kan hiermee een politieke kleur krijgen.

- Sla in je communicatie nooit een politieke partij over, ze zijn democratisch gekozen.
- Belangrijke volgorde in communicatie: eerst intern, dan de wethouder en ambtenaren, dan raadsleden en tenslotte de pers. Het passeren van een ambtenaar door rechtstreeks naar de wethouder te gaan, kan nog wel eens verkeerd uitpakken. De ambtenaar is belangrijk maar deze spreek je vaak niet informeel. Het bereiken van de ambtenaar kan dus lastig zijn.
- Zorg dat je naast een goede relatie met de ambtenaar, fracties, raad en wethouder ook een goede relatie hebt met de gemeentesecretaris en vergeet hem/haar niet.
- Investeer ook tijd in schoolbesturen en laat hen het verhaal van 'de bieb op school' vertellen.
- Heb je een Raad van Toezicht, dan kan het helpen hier een oud-wethouder of raadslid in te hebben. Zij hebben vaak een goed en uitgebreid netwerk, maar kennen vooral ook het politieke spel goed. Let wel op de 'politieke balans' anders kan het verkeerd uitpakken.
- Kijk goed wie je wethouders zijn, wat hun achtergrond is, waar ze van houden, hun hobby's, etc. en probeer hier op in te spelen.
- (Nieuwe) raadsleden kan je een cursus sociale media aanbieden in de bibliotheek. Zo kunnen bibliotheken gelijk hun verhaal vertellen en zien raadsleden wat de bieb doet.
- Het informele contact is heel erg belangrijk. Op bijeenkomsten, of juist na afloop van bijeenkomsten, in de wandelgangen etc.
- Je website is een belangrijke manier van communiceren. Heb je vijf gemeenten, dan kan het ook helpen de bibliotheek geen algemene naam te geven, maar ze allen de naam van de gemeente te geven waartoe zij behoren. Dat vergroot ook de betrokkenheid; 'onze bieb'. Pas daar uiteraard ook je website naam op aan.
- Zichtbaarheid en herkenbaarheid: Bezoek openkoffieochtenden van de gemeente.
- Naar aanleiding van herkenbaarheid wordt de keuze genoemd altijd de 'I love bibliotheek' tas bij je te dragen.

3

Informatie en ideeën aandragen

- Stuur partijen de plannen van de bibliotheek;
- Eventueel met teksten voor opname in politieke programma's.
- Wees proactief door mee te denken en ideeën aan te dragen;
- En voorbereid op besluiten door oplossingen en alternatieven klaar te hebben.
- Altijd in overleg, dat zorgt voor een constructieve samenwerking.

- **Stuur partijen de plannen van de bibliotheek;**

“We zitten nu een half jaar voor de verkiezingen en dan wachten we niet af. We maken altijd een mooi stuk voor alle partijen in de gemeenteraad en zeggen wat de bibliotheek de komende jaren van plan is”. [Hans van Velzen, OBA](#)

“Je moet je sterk verdiepen in hoe het in een gemeente op dit moment loopt. Ze zijn nu bezig met de verkiezingsprogramma’s. Wil je dat er iets gebeurt, dan moet je er nu bij zijn. Verwacht niet dat het direct in het verkiezingsprogramma komt, maar in het collegeprogramma komen ze wel aan de orde.” [Hans Haring, wethouder Zoetermeer](#)

- **Eventueel met teksten voor opname in politieke programma’s.**

“Ik sluit het stuk voor alle partijen in de gemeenteraad met de plannen van de bibliotheek voor de komende jaren altijd af met een bepaalde tekst en zeg daarbij ‘dit is een tekst die u zou kunnen opnemen in uw verkiezingsprogramma.’” [Hans van Velzen, OBA](#).

“Als je de programma’s van de politieke partijen goed leest, kan je kijken of je daar vooraf invloed op uit kunt oefenen. Dat kan door een stukje tekst aan te leveren bij alle politieke partijen die dat alleen maar prettig vinden, want het schrijven van een politiek programma is een hele klus en als je stukjes aangeleverd krijgt is dat alleen maar prettig.” [Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer](#)

- **Wees proactief door mee te denken en ideeën aan te dragen;**

“Ambtenaren hebben vaak meerdere onderdelen in hun portefeuille waardoor ze het vaak erg prettig vinden als je zelf meedenkt, pro-actief bent en ideeën aandraagt die bij kunnen dragen aan de bezuinigingen. Jij bent kundig op jouw eigen gebied en als je ze mee kan nemen daarin en uit kunt leggen waarom je bepaalde dingen doet, betekent dat in de praktijk dat ze vaak bepaalde dingen opvolgen en dat ze daar ook heel blij om zijn.” [Mariet Wolterbeek, Regiobibliotheek Z-O-U-T](#)

“Wat je zeker moet doen, is op zoek gaan naar waar de gemeenschappelijke doelstelling zit, dus waar kunnen we voor bijvoorbeeld de wethouder iets oplossen waardoor wij ook ons doel bereiken. Een uitspraak van meneer Wijers is: ‘je moet zorgen dat je onderdeel blijft van de oplossing en niet van het probleem.’” [Ankie Kessler, Bibliotheek A tot Z](#)

“Ik merk dat we steeds meer gevraagd worden mee te denken op andere terreinen zoals de welzijnsnota, cultuurnota en Wmo nota, ook omdat we onszelf geprofileerd hebben als laagdrempelig bedrijf en alle vragen kunnen gewoon worden gesteld zonder dat ze van te voren betekenis hebben. En als de gemeente bijvoorbeeld zegt: ‘we willen meer digitaal gaan doen’, dan nemen wij het stukje op ons om de mensen te vertellen hoe dan. Zo zijn we eigenlijk constant aan het kijken hoe we een rol kunnen spelen voor de gemeente door mee te denken over hun beleid.” [Mariet Wolterbeek, Regiobibliotheek Z-O-U-T](#)

- **En voorbereid op besluiten door oplossingen en alternatieven klaar te hebben.**

“Je moet eigenlijk vooruitlopen op de besluiten die genomen moeten worden. Eigenlijk moet je altijd zorgen dat je iets aandraagt waar je van te voren al over nagedacht hebt en dat je ze mee kan nemen in jouw besluiten. Ik moest bijvoorbeeld bij de gemeente Utrechtse Heuvelrug 90.000 euro bezuinigen en ik heb een bezuinigingsvoorstel geschreven waarin ik tot 1,5 ton kon bezuinigen en dat voorkwam dat ze nog meer gingen bezuinigen. Je moet je niet richten op wat niet meer kan maar proberen mogelijkheden te blijven zoeken. Ik heb gemerkt dat dat heel belangrijk is in je relatie met de gemeente.” [Mariet Wolterbeek, Regiobibliotheek Z-O-U-T](#)

“Constructief aandragen van mogelijkheden, zorg dat je in gesprek komt en serieus genomen wordt.” [Jos Debeij, Bibliotheek Deventer](#)

- **Altijd in overleg, dat zorgt voor een constructieve samenwerking.**

“Bij het stuk voor alle partijen in de gemeenteraad geef ik aan: ‘u kunt natuurlijk nog overleggen met ons over wat u ervan vindt en of u nog aanvullende vragen en opmerkingen hebt.’ Het zet ze altijd aan het denken en ik merk ook dat ze het op prijs stellen dat we hen op die manier benaderen. En ik krijg er altijd reacties op.” [Hans van Velzen, OBA](#)

“Nodig raadsleden uit om mee te denken over het bibliotheekbeleid” [Mannes Westra, KopGroep Bibliotheken](#)

“Ik verwacht dat de bibliotheek meedenkt met de ontwikkelingen die in de stad gaande zijn. Als je constructief met de gemeente samenwerkt kan je veel meer. Je mag ook tegen bezuinigingen oppositie voeren. Constructief meedenken is belangrijk, dan ben je een betrouwbare partner. Ik verwacht ook van de bieb dat ze samenwerken en het voortouw nemen.” [Hans Haring, wethouder Zoetermeer](#)

“Het werkt bij mij het minst goed als je alleen maar komt met je eigen verhaal en je niet luistert. Dat moeten politici ook en dus ook de bieb. Luister goed naar wat speelt er in de politiek, dan kan je ook een balans vinden, weet je wanneer je ergens op in moet spelen en met een idee moet komen.” [Hans Haring, wethouder Zoetermeer](#)

Discussievraag:

Wat is de inbreng van uw bieb?

De keuzes en ervaringen lopen op dit punt nogal uiteen. De ene bibliotheek kiest er voor om richting de gemeenteraadsverkiezingen veel informatie te verstrekken en zich in de kijker te spelen, terwijl de andere bibliotheek uit strategische overweging niets doet, omdat zij bijvoorbeeld in de bezuinigingsronden 'bespaard' is gebleven. De een ziet kant-en-klare teksten aanleveren als hulp die gewaardeerd wordt, de ander vindt het een belediging voor de ontvanger.

Tips, ervaringen en opmerkingen:

- De breed gedeelde ervaring is dat meedenken goodwill oplevert.
- Een lastig punt blijkt te zijn hoe ver je moet gaan met meepraten versus je eigen grenzen stellen om te bewaken waar je voor staat. Ook ervaringen hiermee lopen uiteen; sommige politici vinden het juist fijn als je tegengas geeft en vooral niet met ze meepraat.
- De ervaring leert dat als je als bibliotheek informatie aandraagt je hier maar weinig van terugvindt in de verkiezingsprogramma's.
- Praktische tip: als je teksten toestuurt naar fracties is het belangrijk dat je deze t.a.v. het partijbestuur verzendt.
- Overspeel je hand echter niet. 'We kunnen als bibliotheek overal op inspelen, maar vaak blijken de activiteiten toch niet binnen onze core-business te liggen. Het moet wel logisch zijn dat de bieb een taak op zich neemt.'
- Inspreken in de raadvergadering wordt ook wel gezien als een zwaktebod; 'Je had het nooit zover moeten laten komen.'
- Het jaarverslag uitbrengen kan ook in een krant door hiervoor een halve of hele pagina te reserveren.
- Je kan de bibliotheek ook stemlokaal laten zijn.

4

Betrouwbaar en attent zijn

- Wees betrouwbaar door binnen begrotingen en tijdspaden te blijven,
- Kom afspraken na en meldt bij verhindering af met de reden.
- Licht politici in over ontwikkelingen, aanstaande besluiten en persaandacht.
- Wees attent door geschenken en uitnodigingen te sturen;
- Zorg altijd voor een gastvrije ontvangst.

- **Wees betrouwbaar door binnen begrotingen en tijdspaden te blijven,**

“Wees betrouwbaar en kom je afspraken na. Dat is in de politiek een hele belangrijke regeling. Ik heb in Amsterdam veel furore gemaakt met de bouw van de centrale bibliotheek dat het binnen het geld en binnen de tijd is gedaan. En dat wordt mij nog altijd in positieve zin nagedragen en daarmee hebben we echt bereikt dat de bibliotheek een betrouwbare partner is.” Hans van Velzen, OBA

“Wat je dus niet moet doen is je afspraken niet nakomen; zorgen dat als je binnen die tijd, of met dat geld... dat moet je dan vooral ook echt doen, en als het om een reden niet lukt of er iets gebeurt waardoor er spanning ontstaat, meteen contact opnemen en goed verantwoorden.” Ankie Kessler, Bibliotheek A tot Z

- **Kom afspraken na en meldt bij verhindering af met de reden.**

“Je moet ook proberen goed zichtbaar te zijn en op veel uitnodigingen in te gaan, als je ergens niet naar toe kan, heb ik geleerd, dan moet je wel uitleggen waarom het niet kan en niet zomaar wegblijven.” Ankie Kessler, Bibliotheek A tot Z

- **Licht politici in over ontwikkelingen, aanstaande besluiten en persaandacht.**

“Wethouders willen niet graag verrast worden of met vreemde ontwikkelingen in de bibliotheek te maken krijgen waar ze niets van af weten. Dat er niet ineens een stuk in de krant staat en dat zij er niet over geïnformeerd zijn. Maar ook dat je niet opeens zorgt voor een groot tekort of een sluiting van een vestiging, terwijl er niet goed met ze is overlegd.” Hans van Velzen, OBA

“Ik informeer van te voren altijd even de wethouder: ‘denk erom, ik ga inspreken op dat onderwerp’ en ik deel ook aan iedereen en de pers gewoon mijn inspraak reactie uit. En ik ben zowel van tevoren als na afloop altijd even beschikbaar want dat zijn de momenten dat de raadsleden je aan kunnen spreken en nog even met je in overleg kunnen gaan.” Hans van Velzen, OBA

“Als er grote veranderingen aankomen, dat moet je goed met de betrokken doelgroepen afstemmen, goede afspraken maken, ook intern, zorgen dat je niet overvallen wordt, zorg dat je proactief bent. Dat je niet als er een kop in de krant staat achteraf de gaten moet dichten. Dat lukt niet altijd, soms worden wij ook verrast, bijvoorbeeld met ‘Haltjongeren gaan werken in de bibliotheek.’ Dat was absoluut niet afgestemd, maar bij het sluiten van een vestiging of bij een nieuwe ‘bibliotheek op school’, doe het goed voorbereid.” Ankie Kessler, Bibliotheek A tot Z

“Je bent een betrouwbare partner als je elkaar niet voor verrassingen stelt. Als je iets van plan bent, breng de ander daarvan op tijd op de hoogte. Komt er iets in de publiciteit, dan is het van belang dat de andere partner weet wat er aan komt. Het is prettig dit van te voren te weten. Dat geldt in publiciteit en ook in de verschillende acties die je onderneemt.” [Hans Haring, wethouder Zoetermeer](#)

- **Wees attent door geschenken en uitnodigingen te sturen.**

“Ik heb nog een hele praktische tip: een keer per jaar is het Boekenweek en dat betekent dat er ook een boekenweekgeschenk is. Stuur aan al je stakeholders, je raad van toezicht, je wethouder, de direct betrokken ambtenaren een boekenweekgeschenk toe en een leuke brief erbij. Dat onthouden ze, dat is van belang.” [Adriaan van Geest, bibliotheek Haarlemmermeer](#)

“Ik heb in Amsterdam de gewoonte om zo’n zes, zeven keer per jaar aardige briefjes uit te sturen naar zowel de beleidsambtenaren als de wethouders. Dat gebeurt rond de Boekenweek en Nederland Leest. Dan krijgen ze een boekje erbij, we laten het hele programma zien met wat er allemaal gaat gebeuren. En ik nodig ze uit voor interessante bijeenkomsten en dan vraag ik helemaal niets. Maar dan zien ze wel weer wat de bibliotheek allemaal doet.” [Hans van Velzen, OBA](#)

- **Zorg voor een gastvrije ontvangst.**

“Als de wethouder wordt gebracht met de dienstauto sta ik altijd vijf minuten voor tijd al bij de ingang op ze te wachten. Dat vinden ze herkenbaar en ik hoor ook vaak ‘de OBA is een van de weinige organisaties waar ik altijd gastvrij ontvangen wordt, waar de directeur altijd klaarstaat als ik aankom.’ Ook als partijen komen voor een bijeenkomst die wij niet eens georganiseerd hebben. Heel veel clubs die bij ons huren, heet ik welkom. Ik ben de gastheer dus ik ontvang ze hier in mijn gebouw. ‘Allemaal hartelijk welkom in de bibliotheek, leuk dat jullie er zijn.’ Daarmee houd je relaties goed en ik denk dat zich dat op termijn ook uitbetaalt naar de bibliotheek.” [Hans van Velzen, OBA](#)

Discussievraag:

Hoe prettig en attent bent u voor uw wethouder, stakeholder, etc ... ?

Iedereen is het er mee eens: 'attent zijn is belangrijk', maar doordat het dagelijkse werk vaak prioriteit krijgt, schiet dit er nog wel eens bij in.

Tips, ervaringen en opmerkingen:

- Belangrijk zijn de 'no surprises'; probeer de wethouder, ambtenaar en gemeenteraad te betrekken in het proces.
- Maak, ook als het niet hoeft, een evaluatie van hetgeen waarvoor je een subsidie hebt ontvangen.
- Zorg ervoor dat de ambtenaren, fracties, de raad en wethouder ook een terugkoppeling krijgen als je iets hebt behaald. Laat zien wat er goed gaat.
- Aandacht geef je nooit genoeg, dus het opsturen van een activiteitenboekje in een speciale week is snel gedaan en belangrijk. Daarmee laat je meteen zien wat je doet.
- Je kan ook op andere manieren attent zijn. Probeer bijvoorbeeld te achterhalen of een nieuwe wethouder houdt van speechen. Er is zoveel materiaal in huis wat wij ze kunnen aanreiken en hen zo helpen.
- Ook attent: laat een wethouder schitteren met wat jij hebt gedaan. Vraag hem/haar op bijzondere momenten in de bieb en geef hem/haar een rol. Ze vinden het leuk iets positiefs voor je te doen zoals een opening, en houden van de persaandacht.
- Laat de burgemeester ook in een positief daglicht staan door hem/haar gratis abonnementen uit te laten delen.
- Je kan ook met activiteiten meedoen waar politici ook aan meedoen. Bijvoorbeeld 'de loop voor hoop'.
- Ervaring: een wandeling (1 op 1) met de wethouder kan heel verhelderend werken. Hij/zij moet hier uiteraard wel voor open staan.

5

Branding en samenwerking

- Wees zichtbaar en herkenbaar in het dorp of stad.
- Maak gebruik van free publicity,
- Speel in op activiteiten,
- Laat een politiek debat in de bibliotheek plaatsvinden.
- Werk samen met andere organisaties,
- Maar ook met andere bibliotheken.

- **Wees zichtbaar en herkenbaar in het dorp of stad.**

“We hebben de naam OBA als merknaam er in de Amsterdamse samenleving heel erg ingekregen en dat maken we ook voortdurend zichtbaar in de hele stad. Ik heb een jaarcontract en dan staan we in alle trams op de schermen. We zitten met ons OBA journaal in de Uitkrant. In het najaar zitten we op AT5. En we hebben radio in huis.”

Hans van Velzen, OBA

- **Maak gebruik van free publicity,**

“De beste manier om de bibliotheek zichtbaar te maken is om maximaal gebruik te maken van de mogelijkheden van free publicity. Wij doen verschrikkelijk veel. Al die activiteiten kan je een persbericht aan wijden en die persberichten die komen in de plaatselijke krantjes te staan. Eigenlijk zou iedere week in ieder plaatselijk krantje een stukje van de bibliotheek moeten komen te staan. Het effect over de jaren heen moet je niet onderschatten. Daar kun je heel veel winst uit halen.”

Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer

“Belangrijk is een goede relatie met de lokale pers en die ook actief te onderhouden. Bedanken voor een positief persbericht. Proactief zijn met informatieverstrekking. Verzoeken om informatie nooit weigeren.”

Mannes Westra, KopGroep Bibliotheken

- **Speel in op activiteiten,**

“Op grote manifestaties in Amsterdam proberen we aanwezig te zijn. Altijd de Uitmarkt. Dit jaar is deze incl. Manuscripta. Een van de tenten heet ook: OBA theater van het woord. Wat betreft het grachtenfestival hebben we ook een aantal voorstellingen in de bibliotheek, die vertonen ze ook bij ons. En dan heb je dat mensen misschien niet meteen aan ons denken maar dan komen ze bij ons en zien ze dat we een fantastische filmcollectie hebben.”

Hans van Velzen, OBA

- **Laat een politiek debat in de bibliotheek plaatsvinden.**

“Rondom de gemeenteraadverkiezingen is de bibliotheek de plek bij uitstek waar het politieke debat georganiseerd kan worden. Daarbij is het van belang dat je alle politieke partijen op dezelfde manier behandelt. Iedereen mag zijn informatie neerleggen. Iedereen mag zijn poster ophangen, maar denk erom, niemand uitgezonderd. Dat is van cruciaal belang.”

Adriaan van Geest, Bibliotheek Haarlemmermeer

- **Werk samen met andere organisaties,**

“Je moet verbinden met anderen. Ik ben ervan overtuigd dat de bibliotheek onderdeel moet zijn van, of nauw samen moet werken met het museum, met de oudheidskamer die ik hier in Alblasserdam heb. Met ‘to be’ in Dorth, dat is een instelling voor culturele educatie. Dat soort samenwerking, dat is van groot belang, want de middelen die jij kan bieden worden daar ook sterker door en van de andere kant zie je: ‘hee ik moet dit product wellicht ook bieden, want dat is mijn business. Dat zijn mijn kernactiviteiten’. En dat moet je benutten in samenwerkingsverbanden.” **Ad Cardon, wethouder Alblasserdam**

“Je moet ook openstaan voor samenwerking die je kan faciliteren. Het is een gouden voorziening want je hebt zoveel raakvlakken. Met bijna alles kan je samenwerken. Of het nu sport is; we hebben een fantastische sportcollectie. Het is helemaal niet moeilijk. Op alles kan je inspringen. Linken bedenken is niet zo moeilijk. Het gaat om zichtbaarheid.” **Hans van Velzen, OBA**

“Ik denk dat de bieb een rol heeft met ondernemers en instellingen. Als het gaat over stageplekken, samenwerking met scholen, nieuwe bibliotheken in scholen. Daar zijn kansen. Bibliotheken en zorginstellingen, welzijnsinstellingen. Dat is allemaal maatwerk en per geval moet je kijken: ‘wat hebben we aan elkaar.’ Het nut om subsidie te krijgen, is hiermee gerechtvaardigd. Slimme verbindingen met bedrijven, scholen en andere culturele instellingen zijn van groot belang. Daardoor ontwikkelen zich nieuwe activiteiten, innovatie, en dat is belangrijk voor de toekomst van de bieb. Het moet ook niet teveel worden; bemoei je niet met alles, blijf bij jouw leest. De bieb is er om informatiedragers aan te bieden.” **Peter van Ostaijen, wethouder Leidschendam-Voorburg**

- **Maar ook met andere bibliotheken.**

“Verbreed jezelf, en een wens van mij is: kijk hoe je in samenwerking in je netwerk of met collega-bibliotheken elkaar wat meer kan versterken, de overkomsten kan zoeken, kijken van: ‘als we dit nu gezamenlijk optrekken, of als jij deze boodschap in je gemeente verkondigt, en ik die...’, daar kan je denk ik nog wel verder in gaan. Het is nu nog erg lokaal gebonden, dat is ook belangrijk, je hebt een lokale opdrachtgever, of de scholen waarvoor je werkt die werken in dit gebied, maar tegelijkertijd denk ik dat het een kracht zou zijn als we daar met elkaar nog meer in zouden optrekken.” **Ankie Kessler, Bibliotheek A tot Z**

Discussievraag:

Met wie werkt u samen? En hoever gaat die samenwerking?

Niet iedereen is het eens over het begrip samenwerking. Wanneer werk je samen? Als je samen een activiteit onderneemt of wanneer je afhankelijk van elkaar bent en de activiteit zonder de andere partij geen doorgang kan hebben? Dát er samengewerkt moet worden, is wel consensus over.

Tips, ervaringen en opmerkingen over branding:

- Vraag je eens af: 'hoeveel geld besteed ik aan marketing en is dit wel genoeg?' De bibliotheek besteedt vergeleken met andere organisaties weinig tijd en budget aan marketing en communicatie. Probeer zelf of samen met andere bibliotheken tijd en geld vrij te maken hiervoor.
- Opmerking: "We doen niet veel anders dan vroeger, alleen moeten we het nu meer de markt in brengen. Denk aan de verhalencoach, het bestaat altijd al. Alleen nu heeft het een naam."
- Wens: de landelijke huisstijl van de bibliotheek is perfect voor onze positie. Het zou mooi zijn als alle bibliotheken hierop overstappen, dan staan we als merk nog sterker.
- De uitingen van de bieb gebeuren in het oranje – wit. Voor mensen die slechtziend zijn, is dit lastig te lezen.

Tips, ervaringen en opmerkingen over samenwerking:

- Kijk bij de samenwerking altijd goed naar het doel: dien je er je klant mee ja of nee?
- Spreek bij samenwerking duidelijke kaders en doelstellingen af want die heb je nu niet meer zelf in de hand en anders blijft terugkomen wie nou wat doet en waarvoor verantwoordelijk is.
- Samenwerking kan ook zorgen voor stagnatie in het tempo. Bepaal goed of je iets wel samen wil doen.
- Samenwerking met de ondernemersvereniging is goed, maar zorg ervoor dat je ook daadwerkelijk iets toe te voegen hebt.

- Kijk eens naar samenwerking met het winkelmanagement en bedenk een gezamenlijke actie. Bijvoorbeeld: zegels plakken voor korting bij de bieb.
- In samenwerking met bijvoorbeeld de Rabobank kan je ondernemers een cursus sociale media aanbieden.
- Laat projecten die vallen onder *Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen* sponsoren door bedrijven.
- Probeer aansluiting te zoeken bij de Rotary en kijk of zij iets kunnen sponsoren.
- Kansen liggen zeker nu ook in de samenwerking met Volksuniversiteiten.
- Sommige bibliotheken houden lezingen standaard alleen nog met partners, niet alleen voor het geld maar vooral ook voor het bereik van de doelgroep en de publiciteit.
- Er zijn bedrijven die kampen met laaggeletterdheid en weten niet wat ze er mee aan moeten. De bibliotheek kan dit perfect oppakken.
- Opmerking: je dienstverlening is belangrijker dan je organisatie. Samenwerken met bol.com? Prima; als de mensen waarvoor je werkt maar bereikt worden.

Pers

- Free publicity klinkt eenvoudiger dan het is, zeker in de grotere gebieden. Je moet een goede band opbouwen en dat kost tijd.
- Zie de pers nooit als vijand en help ze, dat wordt gewaardeerd. Ruil dus ook informatie uit.
- Uitgesproken wens: “Laten we als kleine gemeenten samen met een regionale krant de handen ineen slaan en samen optrekken op het gebied van de pers, dus ook beter afstemmen wie wat wanneer naar buiten wil brengen. Plaats liever samen een groot verdiepend artikel over een product dan individueel allemaal kleine berichtjes die dan snel ook geen nieuws en dus niet interessant meer zijn.”

Colofon

Tekst Marion Duimel, Ingrid Meijering, Francien van Bohemen

Redactie Francien van Bohemen, Barbara Rudz

Vormgeving Comma-S ontwerpers, Den Bosch

© Uitgave van de Vereniging van Openbare Bibliotheken
Den Haag, 2013

