

Een goed verhaal en een goede relatie

Praktijkgids lobby en relatiebeheer voor bibliotheken

*Mel handige
middelenmix*

vob Vereniging Openbare
Bibliotheken



Woord vooraf

Op 21 maart 2018 zijn de volgende gemeenteraadsverkiezingen. Deze verkiezingen zijn een uitgelezen kans om je verhaal voor de - oude en nieuwe – politici opnieuw en nog beter voor het voetlicht te krijgen. In verkiezings-tijd heb je als bibliotheek(directeur) de kans om nieuwe relaties aan te gaan met politieke partijen en politici en bestaande relaties te versterken. Ook ná de verkiezingen is het van belang je relaties goed te onderhouden, je verhaal uit te dragen en te laten zien welke waarde de bibliotheek toevoegt aan de samenleving. Er wordt al snel gezegd dat je (nu al) te laat bent om je lobby voor de gemeenteraadsverkiezingen te beginnen. Dat is geen reden om niets te doen! Elk moment is goed om te beginnen. Je zult alleen je activiteiten moeten aanpassen aan het moment waarop je start. Uiteindelijk gaat erom dat je met een goed verhaal de juiste mensen aan je weet te binden.

Deze praktijkgids van de Vereniging van Openbare Bibliotheken geeft praktische wenken voor het onderhouden van relaties met alle stakeholders en het behartigen van de belangen van jullie bibliotheek. We hopen én verwachten dat je met deze praktijkgids nog beter beslagen ten ijs komt.

We wensen je een goede lobby.

Arthur Schellekens

directeur VOB

Leeswijzer

De bibliotheekorganisatie is met de samenleving verbonden via haar relaties. Die relaties zijn divers van aard zoals jullie gemeentebestuur, inwoners van de gemeente(n), jullie bezoekers, welzijnsorganisaties, het onderwijs, de buurt, winkels in de straat, ondernemers in de regio, en andere lokale verenigingen. Bij het vervullen van de kernfuncties hebben bibliotheken steeds meer met al deze partijen te maken. Bibliotheken hebben belang bij een goede relatie met deze partijen en deze partijen hebben belang bij een goede bibliotheek. Het onderhouden en verstevigen van die relaties en het zichtbaar maken van waarde zijn dan ook de belangrijkste lobby-instrumenten die een bibliotheek heeft.

Deze praktijkgids laat zien:

- hoe je goede relaties opbouwt en onderhoudt;
- hoe je laat zien waar je voor staat;
- en hoe je toont welke waarde je toevoegt.

Daarbij staat het opkomen voor elkaars belangen steeds centraal: succesvolle lobby is in feite niets meer of minder dan laten zien dat je iets te bieden hebt waar de ander ook een belang bij heeft en om die reden voor dat belang gaat. Iedere bibliotheekorganisatie is anders. Deze praktijkgids geeft algemene wenken, die je op basis van je eigen situatie en mogelijkheden kunt invullen. Wel een inspiratie voor het aangaan van waardevolle relaties, geen blauwdruk voor een gegarandeerd succesvolle lobby dus.

	De bibliotheek	Acties
P.6 Onze relaties	Wethouders, raadsleden en ambtenaren Bevriende en concurrerende organisaties Bezoekers en klanten	Inventariseer wie je relaties zijn en wie in je organisatie die relaties onderhoudt. Stel vast wat je daaraan wilt veranderen. Stel een 'wie is wie' op van belangrijke stakeholders en partners en houd die bij. Plan een-op-een afspraken in. Maak een evenementenkalender inclusief afspraken over wie welke evenementen bezoekt. Vraag actief bezoekers en belangenorganisaties wat zij nodig hebben.
P.14 Wie we zijn	Veelzijdige kennisverspreider Deskundig adviseur en facilitator Betrouwbare partner Laagdrempelige voorziening	Onderzoek welk imago je hebt bij je relaties. Stel vast wat je daaraan zou willen veranderen. Laat gevraagd en ongevraagd je behaalde resultaten zien, open en eerlijk. Laat van je laten horen, via old-school en social media. Wees planmatig attent en gastvrij. Draag concrete oplossingen aan.
P.22 Onze waarde	Gedeelde doelen behalen Bereiken en ondersteunen doelgroepen Meer doen met minder middelen Kwesties aankaarten Laatste publieke plaats in de samenleving	Inventariseer wat jij en je relaties elkaar te bieden hebben. Stel vast wat je daar eventueel aan zou willen veranderen. Zet de gedeelde belangen die je met je relaties hebt om in concrete plannen en afspraken. Maak afspraken over hoe je elkaar op de hoogte houdt van voortgang. Formaliseer zo nodig bepaalde samenwerkingsverbanden, ook als dat enkel voor een kort project is.

Met handige middelen mix → P.28

Checklist P.37

Onze relaties



De bibliotheek vervult een belangrijke functie in de lokale gemeenschap en heeft daardoor een relatie met veel verschillende mensen en groepen. Die groepen hebben vervolgens ook onderling met elkaar te maken. De bibliotheek is immers de plek waar iedereen komt. Bestuurders en raadsleden hebben belang bij een bibliotheek, omdat die de samenleving in de volle breedte faciliteert. Een raadslid heeft er bijvoorbeeld belang bij steun te hebben bij inwoners van zijn/haar gemeente. Behartig je hun belangen, dan dien je ook het belang van het raadslid. Andersom zal het raadslid via jou de inwoners te kunnen bereiken.

Je lobby is succesvoller als je goed in kaart hebt welke relaties je hebt, welke er nog ontbreken en welke belangen die relaties hebben. En of er onder die relaties partners zijn die een gedeeld belang met jou hebben.

Raadsleden, wethouders en ambtenaren

De gemeente is voor het functioneren van de bibliotheekorganisatie de belangrijkste gesprekspartner en beslisser. Sommige bibliotheken hebben met meerdere, soms wel meer dan tien, gemeenten te maken. Het onderhouden van een goede relatie met raadsleden, wethouders en ambtenaren is cruciaal.

Iedereen bij de gemeente heeft zijn eigen rol. Als je slechts een enkele 'rol' bij de gemeente benadert, mis je veel mogelijkheden tot samenwerken. Zorg dat je contact houdt met zowel het bestuur, als de raad, als de ambtenaren.

Aandachtspunten

- Maak geen onderscheid tussen de politieke partijen, kijk alleen naar de belangen die jullie binden.
- Probeer in de partijprogramma's te komen. Als je dat lukt bij alle partijen is opname in het coalitieakkoord eenvoudig.
- Investeer tijd in het leren kennen van raad, bestuur en ambtelijk apparaat. Maak een 'wie is wie' en fris die eens in de (zoveel) tijd op (en uiteraard rond en na verkiezingstijd).
- Blijf de wederkerigheid opzoeken. Ga niet alleen naar de gemeente omdat je iets wilt (geld, vastgoed), ga vooral ook omdat je iets biedt (zie hoofdstuk Onze waarde).

Bevriende en concurrerende organisaties

De bibliotheek heeft oneindig veel raakvlakken met andere organisaties. Zo kun je culturele samenwerkingsverbanden aangaan met bijvoorbeeld musea en theaters en kun je je ook prima aansluiten bij een ondernemerskring van een stad of wijk. Je kunt samenwerken met een veelheid aan maatschappelijke organisaties en je kunt ook formele en informele verenigingen of vrijwilligersorganisaties ruimte en andere faciliteiten bieden. Inventariseer zo breed mogelijk met welke organisaties je graag een relatie aan wilt gaan en probeer je witte vlekken te ontdekken. Welk soort organisaties bezoek je nooit omdat die eenvoudigweg niet bij je opkomen? Bijvoorbeeld sportverenigingen. Zouden er geen raak-

vlakken te vinden zijn? Andere voorbeelden van 'onverwachte' partners zijn bedrijven met laaggeletterde werknemers, bol.com, de Rotary of een lokale supermarkt.

Zijn er in je gemeente 'concurrerende' organisaties, die bijvoorbeeld enkele maar niet alle bibliotheekfuncties vervullen? Probeer dan ook met hen een relatie aan te gaan, bijvoorbeeld om te verkennen of je de concurrentie om kunt buigen naar een situatie waarin je elkaar aanvult.

Bezoekers en klanten

Mensen die positieve ervaringen hebben met een bezoek aan de bibliotheek zijn belangrijke ambassadeurs. Of dat nu is omdat er goede en actuele informatie beschikbaar is en lenen gemakkelijk gaat, huiswerk maken er aangenaam is of omdat de cursus die ze bezochten interessant was. Ken je bezoekers. En als je je bezoekers goed kent, kun je ook je andere relaties met hen in contact brengen. Geef na een cursus een evaluatieformulier en vraag naar hun mailadres bijvoorbeeld.

Relaties aangaan en onderhouden**Persoonlijk**

Persoonlijk contact is de beste manier om anderen, hun voorkeuren en hun belangen goed te leren kennen. Bekijk goed wie van je organisatie – mede-

werkers, directeur, communicatie-expert, lid raad van toezicht – het best de contacten met wie kan onderhouden. Het gaat niet alleen om welke functie iemand heeft ook over een persoonlijke klik, lokale gebruiken en het ‘gemak’ waarmee iemand contacten onderhoudt.

Ga regelmatig langs. Het uitbrengen van een begroting of jaarverslag kan een goede formele reden zijn, maak vooral af en toe een afspraak met een ambtenaar als je een balletje wil opgooien voor een specifiek project of onderwerp. Nodig mensen uit en laat ze zien wat je doet. Leid ze persoonlijk rond en betrek jouw mensen uit je team daarbij.

Bijeenkomsten en bezoeken

Lezingen, debatavonden, werkbezoeken, meeloopdagen, thema-avonden, borrels of rondleidingen zijn naast een prima manier om relaties op te bouwen en te onderhouden met meerdere mensen ook een uitgelezen kans om met elkaar in contact te komen. Ga er zelf ook op uit. Houd een kalender bij met evenementen en bijeenkomsten waar de bibliotheek bij aanwezig zou moeten zijn. Denk daarin breed: het gaat van een buurtmarkt en via raadsvergaderingen naar een bijeenkomst van de winkeliersvereniging, een open koffie, de Rotary of Lions, of een ontvangst op het gemeentehuis. Word je persoonlijk ergens voor uitgenodigd en kun je niet? Zorg voor vervanging of meld je af. Doe dat met zo’n boodschap, dat je de volgende keer weer wordt uitgenodigd.

Stukken ontsluiten

Via jaarverslagen, begrotingen, factsheets, nieuwsbrieven, visiedocumenten en met promotiematerialen kun je je doelen, resultaten en samenwerkingsverbanden overdragen. Probeer, als je vooral informatie wilt geven, de wederkerigheid in het oog te houden. Verplaats je in je lezers. Wat willen zij echt weten, hoeveel tijd hebben ze voor je stuk, wat moeten ze naar aanleiding van je stuk doen en in welke taal worden ze graag aangesproken?

Alleen het stuk maken is niet genoeg, zorg ook dat je stukken de ander bereiken! Dat kan uiteraard door het stuk op te sturen, maar het beste bied je het persoonlijk aan. Ook vindbaarheid is een belangrijk aandachtspunt. Richt een deel van je website in voor de relaties die je naast je ‘reguliere’ bezoekers hebt. Dat kunnen bestuurders, raadsleden, ambtenaren zijn en ook vrijwilligersorganisaties die iets bij je willen organiseren. Zorg dus dat je informatie over je organisatie en beleid goed ontsluit.

Communiceer in stukken en je website andere zaken dan je primaire aanbod. Geef informatie aan je relaties over wie wie is in je organisatie, wie je toezichthouders zijn, voor welke gemeenten je werkt en hoe je werkgebied eruit ziet, en maak inzichtelijk met wie je samenwerkt. Denk ook aan de ANBI-voorwaarden.

Het is niet zo heel moeilijk om linken te bedenken. Wij kunnen eigenlijk overal wel op inspringen. Vanuit onze eigen focus en expertise, natuurlijk.

Het moet mondeling. Alleen een stuk opsturen heeft lang niet zo veel effect.

Aan de slag

- Inventariseer wie je relaties zijn en wie in je organisatie die relaties onderhoudt.
- Stel vast wat je daaraan wilt veranderen.
- Stel een 'wie is wie' samen van belangrijke stakeholders en partners en houd die bij.
- Plan één-op-één afspraken in.
- Maak een evenementenkalender inclusief afspraken over wie welke evenementen bezoekt.
- Benader actief bezoekers en belangenorganisaties om te zien wat zij nodig hebben.

Wie we zijn



Je imago bepaalt in hoge mate de bereidheid van je (potentiële) relaties om met jou in zee te gaan. Denken wethouders bij 'bibliotheek' vooral aan boeken? Dan zullen ze niet snel nut en noodzaak inzien van intensief contact of extra ruimte op de begroting. Ook laaggeletterden vinden je niet als je bij hen het imago hebt van een instelling bedoeld voor lezers. Wat is je imago bij de verschillende partijen waarmee je een relatie hebt of wilt? En wat zou dat imago idealiter zijn?

Veelzijdige kennispartner

De vijf functies die de bibliotheek volgens de Wet stelseltaken openbare bibliotheekvoorzieningen (Wsob) moet vervullen, en de bijbehorende waarden, zetten de bibliotheek neer als een zeer veelzijdige instelling. Het beeld van de bibliotheek als enkel en alleen een boekenkast en een uitleenbalie is achterhaald, maar nog niet weg. Het is zaak om goed over te brengen wat de bibliotheek in jouw gemeente allemaal doet (zie ook hoofdstuk Onze waarde). Let wel: mensen (steeds weer) informatie geven over je activiteiten en resultaten leidt niet per se tot een ander imago. Daar is vaak meer voor nodig. Daarbij geldt show, don't tell. Maak zichtbaar wat je bijdrage is en wie je allemaal bedient. Enthousiaste bewoners die op het spreekuur met de wethouder vertellen hoe zinvol de bieb voor hen is, hebben meer effect op je imago dan een jaarverslag met resultaten. Nodig nieuwe raadsleden en

bestuurders vooral uit voor een werkbezoek aan de bibliotheek of voor een paar uur meelopen. Laat ze ervaren wat er allemaal gebeurt.

Laat van je horen

Mensen die telkens weer, op allerlei plaatsen en in allerlei contexten iemand van de bibliotheek tegenkomen met een zinvolle bijdrage, krijgen een beeld van de veelzijdigheid van die instelling. Gebruik daarom zo veel mogelijk verschillende kanalen om van je te laten horen. Daarbij is ook weer show, don't tell het uitgangspunt. Vertel 'alle' mensen niet dat je van alles en nog wat in huis hebt en organiseert, laat heel concreet aan een specifieke groep weten wat je hen te bieden hebt. Reageer bijvoorbeeld inhoudelijk op specifieke onderwerpen op social media of kondig een workshop voor een bepaalde groep mensen heel gericht aan.

Deskundig adviseur & facilitator

Als je investeert in je relaties, leer je ook hun wensen, behoeften en doelen kennen. Als bibliotheek kun je daar een belangrijke bijdrage aan leveren op veel verschillende terreinen. Je hebt kennis in huis over het ontsluiten van informatie en over educatie, je hebt toegang tot informatie over wat er leeft in de gemeente en je hebt organisatorische en faciliterende vaardigheden. Door in te spelen op actuele vraagstukken, mee te denken over

passende oplossingen en bepaalde thema's op de agenda te zetten (bijvoorbeeld d.m.v. debatten) laat je je deskundigheid zien. Geef ook ruimhartig aandacht je relaties en deel de lof, dat draagt bij aan het positieve beeld dat je relaties van je hebben.

Investeer in een strakke en gastvrije organisatie van alle bijeenkomsten die je zelf organiseert én die je faciliteert. Houdt er bijvoorbeeld een vrijwilligersorganisatie een spreekuur over financiële problemen bij je? Zorg dan dat je weet wat ze doen, dat je regelmatig overlegt wat ze nodig hebben om hun taak te vervullen en breng naar buiten dat bij jou in huis gebeurt. Zo merken je partners dat je de juiste bijdrage levert aan kwesties in de samenleving. Neem initiatief: bied hulp aan. Onderzoek actief of je op andere wijze kunt ondersteunen.

Betrouwbare partner

Kom je afspraken na

Betrouwbaar is een van de sterkste eigenschappen die je als partner kunt hebben. Betrouwbaarheid zit hem uiteraard in het nakomen van gemaakte afspraken, in je afmelden als je ergens voor bent uitgenodigd en vooral in je aan je belofte houden. Beloof je een bepaalde taak binnen een bepaalde tijd binnen het budget te vervullen, doe dat dan ook. Lukt het echt

niet, ga dan ruim op tijd in gesprek. Leg uit wat er aan de hand is en stel de plannen samen bij. Neem zelf het initiatief tot evaluatie, ook als het project 'gewoon' goed gelopen is.

Houd de ander op de hoogte

Goede relaties onderhouden (zie hoofdstuk 'Onze relaties') betekent dat je je telkens bewust bent van het effect van je handelen op die relaties. Dat betekent dat je bijvoorbeeld een wethouder met wie je veel hebt overlegd over een bepaalde koers, niet ineens verrast met een groot stuk in de krant over de sluiting van een vestiging. Houd de ander op de hoogte! Het liefst zo persoonlijk mogelijk. Is wat je doet nieuwswaardig, stel je partners dan vooraf op de hoogte van wat je aan de pers gaat vertellen.

Werk je aan een ingrijpende verandering, onderzoek dan heel zorgvuldig wie van je relaties daarover zouden moeten meepraten en wie er op de hoogte gehouden moeten worden.

Wees attent

Je kunt heel eenvoudig laten merken dat je je voor anderen interesseert en op de hoogte bent van wat ze doen en nodig hebben. Denk daarbij aan:

- mensen hartelijk en zorgvuldig ontvangen als ze bij je in de bibliotheek komen;
- iets van je laten horen als de ander een succes heeft geboekt of juist negatief in de pers is gekomen;

- een inhoudelijk relevant presentje sturen, bijvoorbeeld met de Boekenweek of tijdens de campagne Nederland Leest;
- meedoen als de ander een evenement organiseert.

Laagdrempelige voorziening

Veel verschillende mensen weten zonder moeite de weg naar de bibliotheek wel te vinden. Voor geen of weinig geld biedt de bibliotheek zowel informatie, als boeken, als activiteiten. Zet in op een sfeer die uitnodigend is en waar de mensen zich welkom in voelen en graag verblijven. Stel de bibliotheek open voor andere organisaties die van betekenis zijn voor de gemeenschap. Vul de rol van laatste, laagdrempelige, publieke plek in de gemeenschap met verve in.

Wij vertalen onze cijfers in een paar goede, aantrekkelijke statements. Statements die tot de verbeelding spreken.

Wij zoeken naar manieren waarop we de burgemeester of wethouder in de schijnwerpers kunnen zetten met iets positiefs.

Aan de slag

- Onderzoek welk imago je hebt bij je relaties. Stel vast wat je daaraan zou willen veranderen.
- Laat gevraagd en ongevraagd je behaalde resultaten zien, open en eerlijk.
- Laat van je laten horen, via old-school, online en social media.
- Wees planmatig attent en gastvrij.
- Draag concrete oplossingen aan.

Onze waarde



Gedeelde doelen behalen | Bereiken doelgroepen | Meer doen met minder middelen | Iedereen weet de weg er naar toe

Hoe goed een relatie is en hoe goed je de wederzijdse belangen kunt combineren, hangt af van verschillende aspecten. Zo heb je bijvoorbeeld een formele relatie. In het geval van de gemeente en de bibliotheek is die opdrachtgever en opdrachtnemer. Maar je relatie heeft meer kanten. Het persoonlijke vlak, de inhoudelijke kant en de eventuele secundaire formele relaties die je hebt. Zo help je als bibliotheek de gemeente ook (direct en indirect) met het maken en realiseren van beleid. Je bent immers de grootste publieksvoorziening in de gemeente en kunt iets betekenen voor de bewoners.

De beste relaties zijn wederkerig. Probeer daarom steeds te zoeken naar het wederzijdse belang. Wat kunnen jullie voor elkaar betekenen? Let op: dat betekent niet dat je je met werkelijk alles wat je tegenkomt, moet bezighouden. Samenwerken om het samenwerken is niet per se effectief. Je opereert vanuit je kerntaken (de wettelijke functies), dat is je focus, en binnen de samenwerking bewaak je steeds het gedeelde belang.

Gedeelde doelen behalen

Als bibliotheek heb je verschillende doelstellingen. Deels komen die uit de wet en deels heb je je eigen ambities en visie, die passen bij de lokale situatie. Al je relaties willen ook bepaalde (beleids)doelstellingen behalen.

Als je de doelstellingen van B&W, bibliotheekgebruikers en andere partners analyseert, kun je bepalen welke waarde je elkaar te bieden hebt.

Verdiep je in de ander

Ga het gesprek aan met relaties om achter hun belangen, doelen en behoeftes te komen. Daarbij geldt: hoe beter je bent ingelezen, hoe sneller je samen tot de kern kunt komen. Verdiep je dus in verkiezingsprogramma's, verslagen van raadsvergaderingen, websites, visiedocumenten en folders. Vanzelfsprekend houd je ook de actualiteit bij – lokaal en waar relevant - provinciaal en landelijk.

Heb je verhaal op orde

Zorg dat je zelf moeiteloos en goed kunt vertellen wat je doelen zijn en wat je allemaal doet om die te bereiken. Zorg dat je zo concreet mogelijk op een rijtje hebt wat je activiteiten zijn en wie je daarmee bereikt. Een factsheet of een productenboek (zie 'middelenmix') kunnen daarbij helpen, houd het wel beknopt en concreet.

Combineer!

Kijk of je ambities en doelen kunt delen. Neem de doelen die je deelt als uitgangspunt van je gesprekken en andere activiteiten. Zo maak je concreet wat je elkaar te bieden hebt. Op deze manier voer je bovendien een gesprek op basis van gelijkwaardigheid.

Bereiken van verschillende doelgroepen

De bibliotheek is een plek waar veel verschillende mensen om veel verschillende redenen komen. Mensen die voor bijvoorbeeld een gemeenteraadslid moeilijk te bereiken zijn, komen wel samen in de bibliotheek. Voor een cursus, om iets uit te zoeken, voor een dienst enzovoort. Wees je ervan bewust dat je als bibliotheek mogelijkheden hebt om bepaalde doelgroepen te bereiken en aan elkaar te verbinden. Dat is een belangrijke waarde. Maak duidelijk aan je relaties wie ze allemaal via de bibliotheek kunnen bereiken. Wees je er bewust van dat het faciliteren van die activiteiten van vrijwilligersorganisaties, belangenorganisaties en andere groepen weer een manier is om zélf groepen in huis te halen. Misschien wel groepen die je anders moeilijk bereikt.

Meer doen met minder middelen

Een belangrijk uitgangspunt van de participatiesamenleving en de decentralisaties is dat mensen zelf hun zaken (moeten) regelen. Alleen waar nodig ondersteunt de overheid. Concreet betekent dit, dat er steeds meer moet gebeuren voor steeds minder geld. Stel je op als partner van je relaties om hier oplossingen voor te bedenken. Als je plompverloren vraagt om (meer) geld omdat jouw activiteit 'onmisbaar' is, loop je kans jezelf buiten-

spel te zetten. Denk mee over budgetten, wees transparant over de kosten die je maakt en over de (maatschappelijke!) baten die je werk voorbrengt.

Laatste publieke plaats in de samenleving

De bibliotheek is voor ieder toegankelijk, zonder dat er commerciële verplichtingen aan zitten. Hoogopgeleid en laagopgeleid, arm en rijk, blank en gekleurd, jong en oud, nieuwkomer en autochtoon; iedereen weet de bibliotheek te vinden. Het is een van de laatste publieke plaatsen waar zoveel verschillende mensen elkaar ontmoeten. Voor een gemeente een zeer belangrijk punt. Deze functie van de bibliotheek is van onschatbare waarde in een gemeenschap omdat je in die rol beleid en de gemeenschap kunt verbinden.

Aan de slag

- Inventariseer wat jij en je relaties elkaar te bieden hebben. Stel vast wat je daar eventueel aan zou willen veranderen.
- Zet de gedeelde belangen die je met je relaties hebt om in concrete plannen en afspraken.
- Maak afspraken over hoe je elkaar op de hoogte houdt van voortgang.
- Formaliseer zo nodig bepaalde samenwerkingsverbanden, ook als dat enkel voor een kort project is.

U wilt dat een grote groep nieuwe Nederlanders zo snel mogelijk inburgert. Wij hebben daar faciliteiten voor.

Wij dragen bij aan het halen van beleidsdoelen en dat doen we goed. Logischerwijs kost dat geld. We gaan graag in gesprek over die kosten én de baten.

Veel van de ouderen uit deze gemeente komen in de bibliotheek. Zo speelt de bibliotheek een rol in het tegengaan van vereenzaming. Wij werken samen met de ouderenbond om deze groep te bereiken.

Laaggeletterdheid neemt toe. Wij hebben de kennis en expertise om mee te denken over hoe je dat tegengaat.

middel en mix

Je voornaamste middel bij het behartigen van jouw belangen en die van anderen is persoonlijk contact. Daarnaast kun je een heel arsenaal aan middelen inzetten die het aangaan van relaties en het vertellen van je verhaal ondersteunen.

Hier staat een aantal voorbeelden uit de praktijk van onze leden bij de Vereniging van Openbare Bibliotheken. Belangrijk hierin is, en dat geldt voor al je communicatie, overspoel de mensen niet met teveel, te uitgebreide en te algemene informatie. Hoe relevanter en bondiger de informatie, hoe groter de kans dat het gelezen wordt. Of nog beter bekeken en beluisterd! Bedenk voor je iets toezendt: wat heeft de ander eraan? Als het antwoord alleen is 'ik wil dat hij ervan op de hoogte is', dan is de kans groot dat die ander het niet zal lezen, bekijken of beluisteren. Redeneer vanuit de ontvanger en wat hij/zij aan jou heeft.

Fracties en spreektijd

Ga ongeveer twee keer per jaar eens formeel praten bij de gemeentelijke fracties (alle fracties!) Let wel: je hebt vaak maar een paar minuten om je verhaal te doen. Bereid dit goed voor. Wordt er een belangrijk onderwerp besproken in de raad, dan ga je inspreken. Stel de wethouders of raadsleden met wie je intensiever contact onderhoudt daarvan op de hoogte.

Bereid
je goed
voor!

Verkiezingsprogramma's

Als je je plannen instuurt, schrijf een aantrekkelijk en toegepast stukje tekst met je visie erin, dat partijen kunnen overnemen in hun verkiezingsprogramma. Bied altijd toelichting aan. Praktische tip: als je teksten toestuurt aan fracties richt je die aan het partijbestuur. Bespreek dat vooraf met de mensen die je kent in de partij.

AAN
PARTIJBESTUUR
RICHTEN

Jaarverslag

Zet je jaarverslag in als communicatiemiddel. Breng het op tijd uit en in een aantrekkelijke en prettig leesbare stijl. Overweeg ook eens andere vormen, zoals een pagina in de krant kopen en daar je verslag in publiceren of een digitale versie. Wees creatief en zorg dat het zo praktisch blijft dat mensen het ook echt lezen en gebruiken.

Samen
bespreken

prettig
leesbare
stijl

Manifestaties

Wees aanwezig bij manifestaties. Dat kunnen buurtmarkten en festivals zijn, en ook bijvoorbeeld een banenmarkt. Kijk of je een deelnemende locatie kunt zijn van bijvoorbeeld culturele routes of festivals die over de stad verspreid zijn.

Productenboek

Met een productenboek kun je inzichtelijk maken wat je doet, waar je activiteiten aan bijdragen en wat de kosten zijn. Sommige gemeenten vragen er specifiek om.

Het risico van zo'n boek is dat wethouders of hun ambtenaren op detailniveau gaan schrappen. Een oplossing kan zijn om het niet op te sturen, maar het eerst samen te bespreken. Maak duidelijk waarom je vindt dat bepaalde activiteiten samen een geheel vormen. Probeer het eerst eens te worden over het doel van de verschillende producten, voordat je in details treedt.

Zorg ook dat je, voor je een productboek maakt, de spelregels samen duidelijk hebt afgesproken. Wie beslist wat op welk detailniveau? Hoeveel tijd krijg je als er toch ergens op bezuinigd moet worden?

Wees
aanwezig

attentie
sturen

Attenties bij speciale gelegenheden

Grijp relevante gelegenheden aan om je relaties een attentie te sturen. Dat kan bijvoorbeeld een kaartje zijn rond 'Nederland Leest' of een attentie met brief in de Boekenweek. Ook andere gelegenheden kunnen een prima aanleiding zijn om even een briefje te sturen. Wees creatief.

Stemlokaal

Maak een stemlokaal van je bibliotheek. Mensen die er niet vaak komen, kunnen verrast raken en je staat weer even in de kijker.

Social media

Investeer in een goed social mediaplan. Als iemand het er halfslachtig 'bij' doet, kun je je imago schaden. Volg en communiceer met ambtenaren, raadsleden en wethouders, en ook belangengroepen en bepaalde fora en reageer inhoudelijk op berichten. Met name Twitter helpt bij het in contact komen met raadsleden: het is laagdrempelig en kan tot intensiever contact en afspraken leiden.

Filmpjes

Met een animatie of film kun je eenvoudig je boodschap overbrengen. Maak heldere keuzes over het waarom en voor wie, anders loop je het risico iets te maken dat niemand aanspreekt. Laat het door vakmensen maken. Die kunnen je ook adviseren over de ideale lengte en vorm voor de doelgroep en over de kernboodschap.

vakmensen
inschakelen
geen
half
werk

Buitenreclame

Met buitenreclame en advertenties op trams en bussen kun je je zichtbaarheid een stevige impuls geven. Let goed op waar je adverteert; maak een niet te eenzijdige mix van buurten en lijnen.

boodschap
helder houden

zichtbaar
zijn

Politieke campagnes en debatten

Je kunt als bibliotheek een belangrijke rol vervullen bij het verschaffen van informatie in verkiezingstijd. Geef politici een podium en wijs mensen de weg naar extra (verdiepende) informatie. Je kunt ook zelf het initiatief nemen en debatten organiseren. Van groot belang hierin is dat je je opstelt als plaats voor ontmoeting en debat, als plaats voor de ontwikkeling van mensen en als toegangspoort tot informatie. Je kunt daarom geen onderscheid maken tussen partijen. Als je posters toestaat, dan ook alle posters.

(Mini)symposium

Organiseer een leerbijeenkomst of minisymposium voor/over kwesties waar je samenwerking en steun voor zoekt. Kies een thema uit en praat daarover met relaties die een bijdrage kunnen leveren aan de aanpak van dat thema. Faciliteer, heet je gasten welkom en leid ze rond, en draag zelf ook actief inhoudelijk bij aan het symposium. Idealiter kom je na afloop tot concrete samenwerkingsafspraken.

PLAATS
VAN ONTMOETING
EN DEBAT

samen-
werken

faciliteren
organiseren

Pers

Maak goede, bruikbare persberichten met nieuws-waarde. Die is voor de plaatselijke krant anders dan voor een regionaal of landelijk dagblad. Benut lokale en digitale media die zich richten op jouw werkge-bied, zoals bijvoorbeeld dichtbij.nl.

Onderhoud actief een goede relatie met de (loka-le) pers. Ken de mensen bij naam, bedank voor een positief bericht, wees open en gun de pers primeurs. Bied uit jezelf informatie aan en weiger nooit een verzoek om informatie.

Je kunt ook met de bibliotheken uit meerdere klei-ne gemeenten samen optrekken om regionaal in het nieuws te komen. Dan is je bereik groter.

nieuws-waarde

Gemeenteraadsverkiezingen 2018

In 2018 worden in de meeste gemeenten weer gemeenteraadsverkiezingen gehouden. In 2017 zorg je er natuurlijk voor dat de bibliotheek in je gemeenten weer stevig op de kaart staat. Wat kun je doen om de gemeenteraadsverkiezingen van 2018 zo goed mogelijk voor te bereiden?

Lokale politiek

Gemeenteraden worden meer en meer door lokale partijen ingevuld. Ook bij landelijke partijen is er vaak geen coördinatie meer op de lokale verkiezingsprogramma's. Op www.debibliotheken.nl vind je de relevante passages uit de verkiezingsprogramma's voor de Tweede Kamerverkiezingen van maart 2017. Dat biedt een goed overzicht van de landelijke partijpolitieke insteek die ook gemeentelijk benut kan worden.

Tijdpad verkiezingen

De Kiesraad houdt een aantal formele momenten aan:

- 27 december 2017, laatste dag: registratie aanduiding partijen;
- 5 februari 2018, laatste dag: kandidaatstelling;
- 21 maart 2018: gemeenteraadsverkiezingen.

Checklist voor jullie voorbereiding

- Website van de bibliotheek actualiseren met missie, visie, beleidsplan, feiten en cijfers, toezicht, directie. Maak een pagina 'Over ons' of 'Over jullie bibliotheek'.
- Position paper schrijven – maak het niet te lang, één A4 is ruim voldoende. Voor inspiratie: Op www.debibliotheken.nl vind je het artikel dat in 2016 in Focus verscheen.
- Gebruik de campagne 'De Bibliotheek maakt je rijker'. Je vindt banners en ander materiaal op www.debibliotheken.nl/rijker.
- Welke partijen zijn er nu in de gemeente?
- Waar staan de bestaande partijen voor? Wat zijn de onderwerpen waarmee de bibliotheek hen kan helpen? Wat betekent dit voor het coalitieakkoord? Op www.debibliotheken.nl vind je de relevante passages uit de partijprogramma's voor de Tweede Kamerverkiezingen. Een goed startpunt voor de landelijke partijen in jullie gemeente.
- Kennismaken en/of relatie aanhalen met de politieke partijen en contactgegevens verzamelen. Wie is er verantwoordelijk voor het partijprogramma?
- Position paper aanbieden aan alle politieke partijen. Persoonlijke aanbieden geeft de kans om er over te vertellen en dat blijft beter hangen dan een a4-tje.

- Partijprogramma's lezen en suggesties doen op basis van position paper en kennis van de specifieke partij-issues.
- Kennismaking met kandidaten; nodig ze uit voor een bezoek aan de bibliotheek. Informeer ze over jullie werk, activiteiten en ambities.
- Lijsttrekkers uitnodigen voor een debat in de bieb.
- Feliciteer de nieuwe gemeenteraadsleden met hun verkiezing. Stuur je verhaal naar hen toe en nodig ze opnieuw uit om naar de bibliotheek te komen voor een nadere kennismaking (individueel of als groep).



Vereniging Openbare
Bibliotheken

