
CASE STUDIES M.B.T. COCREATIE MET EINDGEBRUIKERS

BIJLAGEN BIJ 'COCREATIE MET EINDGEBRUIKERS, KANSEN
VOOR BIBLIOTHEKEN'

Maurits van der Graaf
2014-03-16
Pleiade Management and Consultancy BV
Keizersgracht 62
1015 CS Amsterdam
The Netherlands
T: +31 20 488 9397
m.vdgraaf@pleiade.nl
www.pleiade.nl

Inhoudsopgave

Bijlage A: Case studies cultureel erfgoed	3
A.1 Rijksstudio: visuele ervaring voorop.....	3
A.2. Beeld en Geluid: experimenteeromgevingen	6
A.3 VeleHanden.nl.....	10
A.4 Digital Public Library of America.....	13
Bijlage B. Digitale bibliotheekplatformen	15
B.1 Digitale infrastructuur in ontwikkeling	15
B.2 My Discoveries® van de Aquabrowser.....	15
B.3 Open Cultuur Data: cocreatie met apps	16
Bijlage C. Case studies platformen Lees- en boekenliefhebbers	17
C.1 Literatuurplein	17
C.2 deBoekensalon.nl.....	18
Bijlage D Praktijkvoorbeelden uit de OB sector	21
D.1 Public Library of Aarhus.....	21
D.2 Iedereen bibliothecaris (Vlaamse OB's)	23
D.3 Beleef het in de bieb	23
D.4 PraktijkVoorbeelden bij de Nederlandse OB's	26
Figuur 1 Een multicast van één enkele bron naar geselecteerde groep hosts	6
Figuur 2 Activiteiten in de Openbare bibliotheek i.s.m. maatschappelijke partners.....	21

BIJLAGE A: CASE STUDIES CULTUREEL ERFGOED

A.1 RIJKSSTUDIO: VISUELE ERVARING VOOROP

FACTS AND FIGURES

- Inhoud:
 - meer dan 200.000 high resolution beelden
 - vrijwel alle beelden zijn vrijgegeven voor gebruik (open data¹)
- Functionaliteit:
 - zoeken en kijken
 - na aanmaken eigen account (eigen Rijksstudio):
 - verzamelingen aanleggen door heel of detail van kunstwerken toe te voegen aan eigen verzameling
 - afdruk bestellen van kunstwerk of zelfgekozen detail ervan
 - downloaden (van het hoge resolutie beeld)
 - uploaden van eigen creatie
 - tijdens museumbezoek favoriete kunstwerken op Rijksmuseum App aangeven en deze toevoegen aan de eigen Rijksstudio.
- Gebruik:
 - op 3 oktober 2012 gelanceerd
 - 165.000 Rijksstudio accounts aangemaakt; groei van enkele duizenden accounts per week
 - deze bevatten ruim 250.000 verzamelingen
 - meer dan 800.000 beelden gedownload
 - enkele creaties per dag door gebruikers ge-upload
 - bezoeken:
 - via iPad gemiddelde bezoekduur 13/14 minuten
 - alle devices: gemiddelde bezoekduur circa 9 minuten

BASISFILOSOFIE

De basisfilosofie van het Rijksmuseum is dat de collectie van iedereen is en dat het Rijksmuseum deze collectie beheert. De missie van het Rijksmuseum daarin is om verbindingen te leggen tussen publiek – kunst – geschiedenis. Uit deze basisfilosofie volgt alles: doorgedacht betekent dit dat de beelden vrijgegeven zijn onder een CC licentie en dat de gebruiker zelf dingen mag doen met deze beelden.

UITGANGSPUNTEN BIJ DE ONTWIKKELING VAN RIJKSSTUDIO

¹ Sommige werken in de Rijksmuseumcollectie zijn auteursrechtelijk beschermd, dan ontbreekt de download knop. Van andere werken is het niet precies bekend. Men hanteert daarvoor een piepsysteem: wanneer iemand bezwaar maakt, wordt de download knop alsnog verwijderd.

Bij de ontwikkeling van de Rijksstudio was de basisgedachte om *de collectie dicht bij de mensen te brengen* en stonden de volgende uitgangspunten centraal:

- **De visuele ervaring voorop:** de visuele ervaring werd vooropgesteld bij de ontwikkeling. Dit kan op weerstand stuiten: traditionele kunstmusea willen graag het verhaal van de kunst of de kunstenaar vertellen. Maar er is een bewuste keuze gemaakt om het brede publiek aan te trekken (en niet de doelgroep van professionals in de kunst of andere intrinsiek in cultuur geïnteresseerde belangstellenden) en aan te sluiten op de visualisering van onze cultuur: vrijwel iedereen maakt immers foto's en deelt deze met anderen via sociale media. M.a.w.: niet iedere bezoeker is in het museum om iets te leren, musea zijn in toenemende mate gericht op ervaringen. Rijksstudio past in die ontwikkeling. Dus gericht op het grote publiek, maar zonder de meer traditionele museumbezoeker te vergeten.
- **IPad als uitgangspunt:** De iPad kan worden gezien als het meest intieme apparaat tussen de gebruiker enerzijds en de content anderzijds. Bij de ontwikkeling van de site is de iPad dan ook als uitgangspunt gekozen wat betreft design en lay-out.
- **Eenvoud in opzet en functionaliteit:** Tenslotte is voor zoveel mogelijk eenvoudige opzet en functionaliteit gekozen. In dit verband noemt de gesprekspartner de zogenaamde toptaken-analyse: het gaat erom om die functionaliteit aan te bieden die gebruikers willen toepassen en niet (veel) meer omdat men dan al gauw de weg kwijtraakt. Zo was er bijvoorbeeld in de Rijksstudio aanvankelijk ook nog een mogelijkheid om tags toe te voegen, maar deze mogelijkheid werd nauwelijks gebruikt en is inmiddels uitgezet.
- **Permanente activatie:** 'Het gebeurt niet vanzelf'. De gesprekspartner stelt dat er een permanente activatie nodig is om de cocreatie aan de gang te houden. op de site zelf sluit men aan op de actualiteit: zo wordt er met Prinsjesdag een koffertje uit een schilderij getoond om de gebruikers te inspireren. Maar de belangrijkste activatie vindt plaats door de Rijksstudio Award: een jaarlijkse prijs toegekend door een internationale jury voor de beste toepassing. Bij de eerste editie waren er 800 inzendingen (dit najaar vindt de tweede editie plaats). Onder de winnaars van 2013 was make-up gebaseerd op kleuren uit de collectie van het Rijksmuseum. Men had voorbeelden laten maken van mogelijkheden door bekende kunstenaars. Ook via Etsy (een platform voor designers waarop men ook de eigen producten kan verkopen) waren designers aangezocht om iets te ontwerpen door gebruik te maken van de beelden van de Rijksmuseumcollectie. Het gebruik van de Rijksstudio steeg overigens aanzienlijk in de aanloop naar de award. Opgemerkt wordt dat er vooral buiten Rijksstudio wordt geactiveerd: de kofferverzameling in het kader van Prinsjesdag werd geactiveerd via Facebook en Twitter met het idee de collectie dicht bij de mensen te brengen waar ze al zijn.

OVER DE GEBRUIKERS

- In het algemeen onderscheidt men gebruikers in circa 95% spectators en circa 5% creators.
- De gebruikers van Rijksstudio zijn onder te verdelen in echte fanatici, die vele verzamelingen aanleggen met originele invalshoeken en mensen die het even voor iets nodig hebben en dan weer weggaan als gebruikers.
- Problemen: eigenlijk zijn er geen problemen met het gebruik van het platform. Zo nu en dan doet iemand iets flauws op het platform, maar meestal laten ze dat gewoon staan. De filosofie is om alles vrij te laten en alleen op te treden wanneer dat nodig is door iets te schrappen/weg te halen.

TWEE LAGEN-INFRASTRUCTUUR

De gesprekspartner maakt de volgende opmerkingen over de ontwikkeling van Rijksstudio en de daar achterliggende infrastructuur:

- De ontwikkeling heeft plaatsgevonden door 17 sprints in het kader van een agile ontwikkeling door middel van de SCRUM methode. Het voordeel hiervan is dat deze methode dwingt tot het maken van keuzes en het behouden van een duidelijke focus.
- Het Rijksmuseum gebruikt Adlib als collectieregistratiesysteem en heeft een beeldbank die gebaseerd is op Mediabin. De gegevens voor de Rijksstudio worden hieruit overgezet naar een webplatform (dus een twee-lagen-infrastructuur).
- Voor de Rijksstudio gebruikt men het open source systeem Orchard. Als zoekmachine Elastic search (een innovatieve opvolger van SOLR die realtime indexen aanmaakt), voor inzoomen Leaflet (een systeem dat Google maps ook gebruikt). De hoge resolutiebeelden zijn overigens opgeslagen in de Google Cloud.

SUCCESFACTOREN

Als belangrijkste succesfactoren ziet de gesprekspartner:

- **De eenvoud** van de website. Het is een website die op een App lijkt: er worden drie keuzes gepresenteerd op de homepage, waarvan de eerste twee 80% van de taken dekken.
- **Het centraal stellen van het beeld** voor de visuele ervaring
- **De activiteiten**, die passen bij de pay-off 'maak je eigen meesterwerk'.

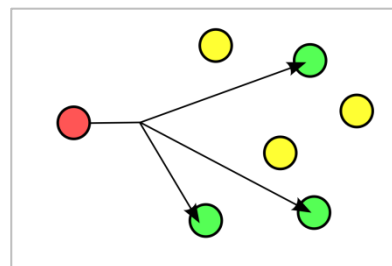
OVERIGE OPMERKINGEN

- **Branding van het Rijksmuseum:** Hoewel de plaatjes van de collectie vrijgegeven zijn, is men zeer zuinig op het gebruik van de naam Rijksmuseum. Het is bijvoorbeeld niet mogelijk om zomaar deze naam te gebruiken voor een app o.i.d. zonder een officieel samenwerkingsverband met het Rijksmuseum te hebben. Dit ook met het oog op diverse sponsorcontracten.
- **Apps:** Rijksstudio heeft een API en derde partijen kunnen hier een app mee maken. Tot nog toe is dit vooral hobbyisme gebleken: er zijn geen apps die meer succes hebben dan de apps die het Rijksmuseum zelf heeft ontwikkeld.

A.2. BEELD EN GELUID: EXPERIMENTEEROMGEVINGEN

MULTICASTING EN MULTICHANNELING

De technische infrastructuur van het archief van Beeld en Geluid opnieuw vormgegeven. De nieuwe technische infrastructuur wordt Media Asset Management (MAM) genoemd. Trefwoorden daarbij zijn multicasting (zie figuur) en multichannelling (een vorm van distributie waarbij verschillende kanalen naast elkaar worden ingezet en die daarbij min of meer los van elkaar opereren).



FIGUUR 1 EEN MULTICAST VAN ÉÉN ENKELE BRON NAAR GESELECTEERDE GROEP HOSTS

Voorzien wordt dat de gebruiker kanalen kan aanmaken op basis van eigen belangstelling en dat de gebruiker allerlei zaken met de materialen kan uitvoeren én zaken kan toevoegen. Er zijn diverse R&D initiatieven aan de gang die beogen met deze opzet meer kennis op te doen over hoe het precies in de praktijk zal werken. Dit is ook een advies van de geïnterviewde: zet een experimenteeromgeving op de mogelijkheden van cocreatie te onderzoeken met behulp van selecties van gebruikers en op basis van selecties van content. Beeld en Geluid heeft reeds meerdere voorbeelden van dergelijke experimenteeromgevingen: Open Beelden, Geluid in Nederland en dergelijke (zie hieronder).

COCREATIE EN EINDGEBRUIKERSPOPULATIE

De geïnterviewde stelt op basis van zijn ervaring het volgende:

- Gebruikers zijn:
 - in de eerste plaats geïnteresseerd in het goed kunnen vinden van materiaal
 - op de tweede plaats komt de mogelijkheid om materiaal te delen
 - op de derde plaats komt het cocreëren of toevoegen van nieuwe materialen.
- Daarbij geldt als uitgangspunt dat een 10% van de gemiddelde gebruikerspopulatie actief zullen bijdragen aan cocreatie: een kleine 1% daarvan zijn echte innovators, die apps ontwikkelen, een 9% zal materialen of trefwoorden o.i.d. toevoegen.
- Ruim 90% van een gemiddelde gebruikerspopulatie zijn passief. Het is van belang de opties voor cocreatie zo in te richten dat deze grote groep passieve gebruikers hier wel (welhaast automatisch) gebruik van maakt.

Een valkuil kan zijn dat bij gebruikersonderzoek een grote meerderheid zich enthousiast betoont over de mogelijkheden van cocreatie. In de praktijk zal dus slechts een klein percentage dat daadwerkelijk gebruiken. Als voorbeeld noemt de geïnterviewden de mogelijkheid om video's te monteren in een toepassing van de videodatabank Academia (voor hoger onderwijs; zie ook verderop). Gebruikersreacties zijn vrijwel altijd zeer positief over deze optie, in de praktijk maakt slechts een beperkte groep er daadwerkelijk gebruik van.

RELATIE BUSINESSMODEL EN COCREATIE

De gesprekspartner stelt dat het gehanteerde businessmodel voor het bestand invloed heeft op de mate waarin eindgebruikers bereid zijn te co-creëren. Het eerder genoemde bestand

Academia wordt beschikbaar gesteld op basis van licenties aan instellingen. Eindgebruikers binnen deze instellingen lijken minder bereid om aan cocreatie te doen vanwege dit businessmodel. Dit komt ook omdat het feitelijk een top-down model is: de producent van het bestand probeert een community op te zetten rond het bestand.

TOP-DOWN BENADERING KAN KNELPUNT ZIJN

Een top-down benadering (en een commercieel businessmodel) roept bij potentiële cocreërende eindgebruikers twee gevoelens op: (1) de vraag of iemand anders wel wat aan 'mijn werk' heeft (2) de vrees dat er op commerciële wijze gebruik gemaakt wordt van het eigen werk. Bij een community die bottom-up is ontstaan spelen deze belemmerende gevoelens niet of nauwelijks. Niettemin stelt de gesprekspartner dat er voorbeelden zijn van geslaagde cocreatie communities die top-down tot stand gekomen zijn. Men kan ook aansluiten bij bestaande communities en deze opnieuw proberen te 'framen'. Bij beide invalshoeken ziet de gesprekspartner twee belangrijke voorwaarden:

- een faire propositie ('good governance; transparantie')
- een faciliterende propositie: vooral voorwaardenscheppend/faciliterend en niet vanuit eigen aanbod/collectie gedacht.

VAN ZENDER NAAR FACILITATOR

De genoemde multicasting/multichanneling strategie betekent feitelijk dat Beeld en Geluid probeert af te komen van de filosofie om als zender te opereren, maar juist probeert om de behoeften van de gebruiker centraal te stellen en deze in staat te stellen 'dingen' met het materiaal te doen.

Een belangrijke valkuil voor de organisatie in kwestie die cocreatie op gang wil brengen is dat men zichzelf vaak als de 'baas van de kennis' ziet. Maar de 'crowd' weet eigenlijk meer, m.a.w. de kennis die intern in de organisatie aanwezig is relatief ten opzichte van de kennis in de communities. Men staat vaak binnen een organisatie kritisch ten opzichte van kennis van buiten af: het gaat dan om functionarissen als conservatoren, collectiebeheerders en redacties, die inhoudelijk deskundig zijn wat betreft de eigen collecties. Een echte cultuuromslag/een verandering van de mindset in deze is belangrijk. Bij Beeld en Geluid heeft een interne wiki om kennis op te slaan hieraan bijgedragen. Deze wiki werden ook mensen van buiten af (filmmakers et cetera) betrokken waardoor er een kennisnetwerk rond de collectie van Beeld en Geluid is ontstaan. Overigens is het van belang om deze wiki actief en proactief te modereren: maar dan kan zoiets ook heel succesvol zijn.

BELANGRIJKSTE KRITISCHE SUCCESFACTOR: DE COMMUNITY MANAGER

Als verreweg de belangrijkste kritische succesfactor voor het opzetten en welslagen van een community rond een collectie die aan cocreatie doet noemt de gesprekspartner een goede, proactieve dienstverlenende en enthousiaste community manager die op samenwerking is gericht en *niet* de eigen organisatie vooropzet.

GELUID VAN NEDERLAND

Via Geluid van Nederland worden geluidsopnames uit het archief van Beeld en Geluid beschikbaar gemaakt. Het gaat om een selectie van circa 2000 geluidsopnames. Doelstelling is

[PLEIADE MANAGEMENT EN CONSULTANCY](#)

om verdwenen geluiden voor een breed publiek online toegankelijk te maken en vervolgens aan te kunnen vullen met geluiden opgenomen door geïnteresseerden. Geluiden worden via een kaartapplicatie aangeboden. Ook hier worden deelnemers gestimuleerd: een voorbeeld is het lentethema, waarbij men opgeroepen werd om lentegeluiden op te nemen en up te loaden. Diegenen die de meest beluisterde en meest gewaardeerde geluiden hadden opgenomen werden in het zonnetje gezet.

AMATEURFILM PLATFORM

Amateurfilm Platform omvat een unieke collectie amateurmateriaal van Beeld en Geluid dat bijna de hele honderd jaar filmgeschiedenis omspant. De collectie van het voormalige Smalfilmmuseum vormt de basis. Beeld en Geluid wil graag dat de amateurcollectie representatief is voor alle periodes. Op dit moment is er nog een lacune als het gaat om de periode 1980 tot nu: het videotijdperk. Daarom is, in samenwerking met het GAVA en Stadsarchief Rotterdam, het Amateurfilm Platform opgezet. Iedereen kan hier zijn digitale of analoge amateurfilm delen of aanbieden voor opname in de collectie.

OPEN BEELDEN

OPEN BEELDEN is een open mediaplatform dat toegang biedt tot audiovisuele collecties die eenvoudig hergebruikt kunnen worden. Een voorbeeld daarvan is het 'remixen' van archiefmateriaal in nieuw werk. Deze nieuwe werken kunnen gebruikers vervolgens ook weer aan het platform toevoegen. OPEN BEELDEN biedt daarnaast een [API](#), wat het gemakkelijk maakt om [mashups](#) te ontwikkelen.

De toegang tot het materiaal op OPEN BEELDEN is gebaseerd op het [Creative Commons](#)-licentiemodel. Creative Commons biedt auteurs, kunstenaars, wetenschappers en onderwijzers de vrijheid om op een flexibele manier met hun auteursrechten om te gaan en om werken beschikbaar te stellen aan anderen op een manier die de ze zelf kiezen. Op OPEN BEELDEN zijn momenteel ruim 1300 Polygoonitems afkomstig uit het archief van Beeld en Geluid te [vinden](#). De collectie van herbruikbaar materiaal zal de komende jaren flink groeien. Regelmatig worden nieuwe werken geüpload.

WAISDA?

Waisda? is een experiment om spelenderwijs video's te beschrijven. Het heeft de opzet van een game met de naam: 'Man Bijt Hond: woordentikkertje'. Volgens de website zijn er meer dan 750.000 tags ingevoerd en wanneer gebruikers dezelfde tekst invoeren is er een match: er zijn inmiddels 380.000 matches gemaakt. De 'speler' krijgt punten in geval van een match. Doelstelling was om een video-archief beter doorzoekbaar te maken. Er werd elke week een prijs uitgelooft voor degene met de hoogste score. Ook per maand werd een prijs uitgelooft voor de hoogste scoorder. Halverwege 2012 is men gestopt met het uitdelen van prijzen. De website lijkt momenteel niet meer gebruikt worden.

ACADEMIA

Academia is een bestand met videomateriaal voor hoger onderwijsinstellingen. Hoger onderwijsinstellingen kunnen hierop een licentie nemen. Binnen het bestand is het mogelijk om dossiers aan te leggen: verzamelingen van audiovisuele bronnen die gecontextualiseerd zijn en passen bij een specifiek onderwijsdoel.

In de eerste jaren werd slechts mondjesmaat gebruikgemaakt van de mogelijkheid om dossiers aan te leggen en te delen met anderen, terwijl dit als een belangrijk middel werd gezien om het bestand voor docenten en studenten meer toepasbaar te maken. Door het inzetten van een actieve community manager is dit beeld inmiddels sterk veranderd.

Er zijn twee typen co-creatie bij Academia:

1. Eindgebruikers (docenten, studenten ect) maken na een workshop zelf een dossier en worden daarbij begeleid door de redactie.
2. De redactie vraagt de eindgebruiker uit en is na onderlinge afstemming verantwoordelijk voor oplevering van het einddossier.

ONTSTAAN EN ONTWIKKELING VELE HANDEN

PICTURAE

Picturae is een bedrijf dat zich specialiseert in het cultureel erfgoed. Hierbij biedt Picturae erfgoedinstellingen, bedrijven en gemeentes een compleet traject bij het online ontsluiten van hun collecties. Van het digitaliseren van grote landkaarten tot het opzetten van websites en van crowdsourcing tot het ontwikkelen van databases. Kortom, Picturae digitaliseert, ontsluit en verrijkt cultureel erfgoed.

ONTSTAAN

Vanuit Stadsarchief Amsterdam is het idee ontstaan om met crowdsourcing te werken. Het Stadsarchief Amsterdam heeft daarvoor Picturae als commerciële partij aangezocht om een platform te ontwikkelen dat ook landelijk ingezet zou kunnen worden met het oog op technische doorontwikkeling en het creëren van een steeds grotere 'crowd'. Het doel van VeleHanden is om erfgoedinstellingen met een collectie een crowdsourcingwebsite te bieden waar iedereen een steentje kan bijdragen aan het toegankelijk maken van collecties. De ontwikkeling van het platform is gestart in 2010 met behulp van een testgroep van ruim 100 personen. In oktober 2011 is het eerste project online gegaan met het project Militieregisters. Aan dit project deden meteen 16 archieven en gemeenten mee. Dit project is inmiddels afgerond. Binnen 18 maanden hebben meer dan 1400 vrijwilligers 326.437 scans en daarmee 1.639064 personen ontsloten. Dat is gemiddeld 460 scans en 1154 namen per persoon. Deze vrijwilligers waren afkomstig uit zo'n 322 plaatsen in Nederland, maar ook vanuit de rest van Europa, Amerika, Australië en Azië.

TAAKVERDELING

Picturae is uitsluitend verantwoordelijke voor de technische ondersteuning van het platform en van de inrichting van projecten. Een instelling is verantwoordelijk voor het project en de inhoudelijke kant ervan. Een instelling beheert dan ook het project door middel van een of meerdere projectbeheerders.

WERKWIJZE

PROJECTPAGINA

Per project is er een pagina met een of meerdere projectbeheerders en een forum, waarop deelnemers inhoudelijke of technische vragen kunnen aangeven. Ook heeft ieder project een pagina met projectinformatie, hierop zijn onder andere invoer- en controle-instructies te vinden, de achtergrond van het project, het doel en de beloningen. Daarnaast heeft ieder project een statistiekenpagina en eventueel de mogelijkheid waarbij deelnemers een voorkeur kunnen aangeven (bijv. periode, regio, moeilijk/makkelijk). Deelnemers kunnen op de algemene Help-pagina van VeleHanden een uitgebreide handleiding van de website terugvinden.

TWEE VRIJWILLIGERS EN EEN CONTROLEUR

Een bepaalde scan wordt door het systeem twee keer uitgedeeld aan twee verschillende deelnemers. Een controleur (een derde persoon) krijgt vervolgens de resultaten te zien van de twee vrijwilligers met de verschillen gehighlight. De controleur bepaalt dan de definitieve invoer. Enkele opmerkingen hierbij:

- De controleur krijgt de bijdragen van de vrijwilligers geanonimiseerd.
- Wanneer een vrijwilliger consistent fouten blijkt te maken (door bijvoorbeeld de laatste regel steeds te vergeten of met hoofdletters te typen) heeft de controleur beschikking over een zogenaamde ‘rapporteur deelnemer knop’. De controleur kan dan met deze knop de gesignaleerde fouten doorgeven aan de projectbeheerder. De projectbeheerder kan vervolgens besluiten de betreffende vrijwilliger hierop te attenderen.
- De beheerder van het project kan kiezen of de controleur iemand is van de eigen instelling of ook een vrijwilliger. In de praktijk wordt vaak gekozen voor een vrijwilliger. Zie ook hieronder: de kwaliteit blijkt namelijk hoog te zijn.

PUNTEN EN DEELNEMERS

Deelnemers verdienen punten met hun activiteiten op het platform van VeleHanden. Wat ze met die punten kunnen doen, is afhankelijk van de instelling die het project beheert. Uit deelnemersonderzoek blijkt dat men het puntensysteem waardeert en vooral geïnteresseerd is om naar een lezing te mogen, een rondleiding te krijgen in het archief, de mogelijkheid tot het downloaden van scans o.i.d. De reden om deel te nemen is om de instelling te helpen en ondersteunen. Veel projecten betreffende genealogie en veel vrijwilligers hebben zelf hun stamboom uitgezocht met behulp van deze instellingen en willen wat terug doen.

KWALITEITSSTUDIES

Er zijn enkele studies geweest naar de kwaliteit van de crowdsourcingprojecten. De kwaliteit blijkt hoog te zijn en vaak hoger dan als de medewerkers van een instelling het zelf doen. De reden daarvan is dat er meerdere ogen naar kijken, waardoor er in de praktijk minder fouten gemaakt blijken te worden.

MISBRUIK

Onder de meer dan vijfduizend vrijwilligers die verbonden zijn aan VeleHanden is misbruik nog niet voorgekomen. Mocht dit toch ooit gebeuren dan is er een mogelijkheid om een account achter de schermen op non-actief te zetten. Dit is echter nooit nodig geweest. Er is een keer een incident geweest met iemand die op een forum van een project wat meer onwelgevallige uitingen deed. Deze persoon is toen benaderd. De gesprekspartner denkt dat het type mens dat zich voor dit soort erfgoedprojecten registreert zelden of nooit problemen zal opleveren.

PROJECTTYPEN

Het platform kent de volgende projecttypen:

- Indexeerprojecten: het betreft het overtypen van scans met handschriften en dergelijke.
- Koppelprojecten: het gaat om het koppelen van scans aan een al bestaande index.
- Foto beschrijven: de software voorziet in een stappenplan om een foto te beschrijven.
- Video beschrijven: de software voorziet in een stappenplan om een video te beschrijven.
- Beeldselectie: het gaat om het selecteren en uitsnijden van onderdelen van afbeeldingen uit grotere scans, zoals contactvellen
- Teksten transcriberen: dit projecttype zal begin 2015 voor het eerst online gebruikt worden.

VERBORGEN EN OPEN PROJECTEN

Er zijn open projecten, verborgen projecten en deels besloten projecten. Een instelling kan ervoor kiezen om een project verborgen te houden. Dan is het alleen zichtbaar en toegankelijk

voor een door de instelling geselecteerde groep van werkers. Op dit moment worden verborgen projecten met name gebruikt voor het projecttype beeldselectie waarbij de instelling een groep experts aanwijst voor het project (ook wel niche sourcing genoemd). Ook wordt er soms een check uitgevoerd door de instelling voordat er toegang wordt verleend, een zogenaamd deels besloten project. Zo heeft Ajax een check op de supporterskaart met het oog op het voorkomen dat supporters van Feyenoord o.i.d. grappen gaan uithalen.

GROEI DEELNEMERSPOPULATIE EN ACTIVATIE

Sinds de start van VeleHanden is de deelnemerspopulatie snel gegroeid. In maart 2013 waren ruim 1.900 vrijwilligers verbonden aan het platform, inmiddels is dit gestegen naar ruim 5.000 vrijwilligers. Hoe komt de groei tot stand? Het belangrijkste is dat nieuwe instellingen die projecten laten uitvoeren hun eigen vrijwilligersgroepen meebrengen. In de praktijk blijkt dat veel deelnemers, die aan een project meewerken, ook vaak aan een ander project gaan meewerken. Instellingen organiseren vaak inloopcafé 's of bijeenkomsten om hun vrijwilligers ertoe te bewegen om uitleg te geven over het project en mensen te enthousiasmeren. Daarnaast worden er ook wervingsacties gehouden door vacatures op internetsites voor vrijwilligers, aanwezigheid op vrijwilligersbeurzen en erfgoedevenementen.

TOEKOMSTPERSPECTIEF VELE HANDEN

Er lopen op dit moment vijftien openbare projecten, één deels besloten project en zes verborgen projecten. Inmiddels zijn vier projecten afgerond. Ook komen er enkele nieuwe projecten aan, onder andere een project van het Belgische Stadsarchief Aalst. De gesprekspartner verwacht een gestage toename van het aantal projecten en groei van de vrijwilligers doordat nieuwe instellingen zich aansluiten. De gesprekspartner merkt op dat vrijwilligers werken voor een non-profit organisatie, dus de erfgoedinstellingen. Picturae is een for-profit organisatie, maar verzorgt alleen het technisch onderhoud. Dit is volgens de gesprekspartner essentieel: een for-profit organisatie en vrijwilligerswerk verhoudt zich volgens de gesprekspartner slecht met elkaar.

A.4 DIGITAL PUBLIC LIBRARY OF AMERICA

De collectie van de DPLA omvat op dit moment meer dan 8 miljoen items. Ongeveer 1.9 miljoen daarvan zijn gedigitaliseerde boeken: scans van deze boeken en de tekst ook ge OCR'd. de meeste boeken zijn downloadbaar in pdf-formaat, sommige in EPUB-formaat.

De DPLA aggregereert de metadata van meer dan 1300 culturele instellingen, standaardiseert deze en verrijkt deze metadata met geotags en dergelijke. Grondprincipe is dat alle metadata verwijzen naar objecten die geheel gedigitaliseerd zijn. Met andere woorden: de gebruiker is één klik verwijderd van het digitale object. De digitale objecten worden opgeslagen op zogenaamde service hubs, die nu in 16 staten zijn geïmplementeerd. DPLA is op dit moment nog sterk in ontwikkeling en gefocust op het aggregeren van metadata en het ontwikkelen van serviceclubs in andere staten van de VS. Daarom staat crowdsourcing en cocreatie niet hoog op de ontwikkelagenda. Echter, er zijn al twee mechanismes ontwikkeld op dit gebied: de optie om privé of publieke verzamelingen aanleggen en een goed gedocumenteerde API voor apps.

OPTIE OM PRIVÉ OF PUBLIEKE COLLECTIES AAN TE LEGGEN

De huidige infrastructuur heeft al een optie voor geregistreerde gebruikers om een privé of publieke collectie aan te leggen. Recent heeft DPLA een aantal focusgroepen gehouden met docenten van basisscholen en van voortgezet onderwijs. Deze docenten bleken zeer geïnteresseerd in het gebruiken van DPLA materialen voor onderwijsdoeleinden en in de optie om verzamelingen van relevant materiaal aan te leggen en met anderen te delen. Daarom zal deze functionaliteit verder worden ontwikkeld.

APPS: METADATA GAMES

De DPLA heeft een goed gedocumenteerde API en gebruikt in principe open data. Regelmatig worden hackatons georganiseerd om de ontwikkeling van apps te stimuleren. Op dit moment zijn er een tiental ontwikkelde apps in de App library die door derde partijen zijn ontwikkeld. Enkele apps linken Wikipedia artikelen met relevant DPLA materiaal, andere visualiseren data van DPLA of geven specifieke zoekmogelijkheden. Wat betreft crowdsourcing is de app Metadata Games interessant. Deze app - ook toepasbaar op andere websites zoals die van het British Library - is een gaming platform om data te creëren voor fotomateriaal, audiomateriaal en bewegende beelden. Door middel van games worden gebruikers gestimuleerd om bijdrage te leveren aan de metadata terwijl beheerders van het materiaal op deze manier gegevens over hun beeldmaterialen krijgen. De British Library gebruikt deze online games om metadata te krijgen op het gebied van zeegezichten, portretten uit de 16^e 17^e en 18^e eeuw en wat betreft boekomslagen van historische boeken. De verschillende spelmethoden worden uiteengezet in Flanagan e.a. 2013ⁱ

COMMUNITY REPS

De DPLA maakt gebruik van vrijwilligers als *community representatives* om het platform bekender te maken onder lokale communities. Op dit moment zijn er meer dan 200 van deze community reps.

CROWDSOURCING CONSORTIUM

Bibliotheken en archieven in de VS hebben recentelijk het Crowdsourcing consortium opgericht met als doel om te onderzoeken hoe bibliotheken, archieven en musea op de meest effectieve wijze crowdsourcing technieken kunnen inzetten (zie www.crowdconsortium.org). Dit consortium heeft recentelijk een online enquête gehouden, die door 364 respondenten is ingevuld, voor meer dan 75% afkomstig uit de bibliotheekwereld. Enkele belangrijke uitkomsten:

- Meer dan 82% is geïnteresseerd in wat voor projecten er op dit gebied al bestaan. 68% is geïnteresseerd in applicaties om metadata te verbeteren, bijna de helft (47%) in applicaties voor transcriptie.
- Als belangrijkste uitdaging zag 69% van de respondenten de technische expertise die nodig is voor crowdsourcing. Minder dan 10% van de respondenten gaf aan dat het eigen instituut een crowdsourcing applicatie had ontwikkeld. Wel gaf 30% aan al eens crowdsourcing geprobeerd te hebben.

BIJLAGE B. DIGITALE BIBLIOTHEEKPLATFORMEN

B.1 DIGITALE INFRASTRUCTUUR IN ONTWIKKELING

In het afgelopen jaar is er hard gewerkt aan de ontwikkeling van een gemeenschappelijke digitale infrastructuur voor de openbare bibliotheken. Voor het onderwerp cocreatie zijn twee onderdelen van deze digitale infrastructuur vooral van belang:

- NBC+ - de nationale bibliotheekcatalogus. Deze wordt momenteel geïmplementeerd bij de openbare bibliotheken en de verwachting is dat de uitrol in 2015 zal kunnen worden afgerond. De NBC+ heeft een API, waarmee derde partijen in staat worden gesteld om een interface op deze discovery omgeving te ontwikkelen. Opgemerkt moet daarbij worden dat de metadata in de NBC+ (nog) niet als open data beschikbaar kunnen worden gesteld. De NBC+ bevat nog geen mogelijkheden voor gebruikers om 'user generated information' aan de catalogus toe te voegen. De Aquabrowser - de discovery interface dat nu vervangen wordt door de NBC+ - kende wel dergelijke mogelijkheden (zie hieronder). Wel staat de ontwikkeling van deze opties op de roadmap van de verdere ontwikkeling van de NBC+ en verbinden met de platformen waar (andere) user-generated information staat. voor dat laatste - het verbinden op dataniveau met andere gegevens - is de opzet van de NBC+ die gebruik maakt van Linked data, bij uitstek geschikt. De gesprekspartners in deze merken echter op dat er geen push vanuit de klanten/openbare bibliotheken is om de functionaliteit voor user-generated information op korte termijn aan de NBC toe te voegen.
- WaaS – website as a service: deze dienst - die in drie varianten wordt aangeboden - maakt het mogelijk om met behulp van een gemeenschappelijk CMS systeem lokale websites samen te stellen. De WaaS krijgt een exportfunctie in RDF formaat zodat dit weer koppelbaar is aan de NBC plus en andere platformen.

In Strategie-en Concept, Schatkamer van de Toekomst (2011), dat de achterliggende strategie voor de ontwikkeling van de gemeenschappelijke digitale infrastructuur weergeeft, wordt 'Verzamelen en delen' als derde pijler onder de ontwikkel strategie weergegeven.

B.2 MY DISCOVERIES® VAN DE AQUABROWSER

My Discoveries® is de verzamelnaam voor alle functionaliteit waarmee iedereen zelf informatie kan toevoegen aan de beschrijvingen van de materialen van de bibliotheek dat aansluit op de AquaBrowser. De meest relevante functionaliteit:

- Tags toevoegen
- Lijsten maken: de gebruiker kan aangeven of de lijst publiek beschikbaar wordt gesteld.
- Waardering geven met sterren
- Recensies toevoegen

Bij de OBA is de NBC+ al geïmplementeerd en zijn bovenstaande opties dus verdwenen. De ervaringen van de OBA zijn als volgt:

- Lijsten: van deze functie werd behoorlijk gebruik gemaakt, ook door de bibliotheek zelf. De gepubliceerde lijsten werden opgenomen als bron door de zoekmachine en kwamen dus in de resultatenlijst van een zoekactie. De OBA stelde op deze manier bijvoorbeeld de long lists en short lists van boekenprijzen samen. Wanneer een eindgebruiker dan op een boekenprijs zocht, vond hij meteen dit lijstje en kon met een klik naar een titel gaan en met een volgende

klik deze titel reserveren. Klanten met expertise op een bepaald gebied publiceerden ook lijsten, die op dezelfde wijze doorzoekbaar waren.

- Ook de functionaliteit voor ratings en de zelfgeschreven reviews werd wel degelijk gebruikt. De OBA vond het vervelend dat het met de uitrol van de NBC deze functionaliteit verdween. Men heeft er klanten hierover ingelicht door middel van een mailing. Daar zijn overigens weinig klachten of opmerkingen over gekomen. Vanuit de positieve ervaringen van de gesprekspartner zou het wenselijk zijn om deze functionaliteit bij de verdere ontwikkeling van de NBC weer terug te laten keren.

Van de bibliotheek midden Brabant (waar de Aquabrowser nog in bedrijf is) werden de volgende gegevens ontvangen:

- Er zijn voor deze niet actief gepromote dienst ruim 2500 gebruikers. Sinds de start van deze dienst is er een continu stijgende lijn in het aantal gebruikers te zien. De activiteit van deze gebruikers (user content modificeren) is sinds 2009 zeer geleidelijk enigszins afgenomen.
- Ervan uitgaande dat deze 2500 gebruikers van My Discoveries® voornamelijk 13 jaar en ouder zijn, betreft het 6,5% van het totaal van deze gebruikersgroep.

B.3 OPEN CULTUUR DATA: COCREATIE MET APPS

Open Cultuur Data is een platform dat door meerdere Nederlandse organisaties uit de bibliothecaire, museale en erfgoedwereld opgezet om het openstellen van data uit de culturele sector te bevorderen en de ontwikkeling van nieuwe toepassingen te stimuleren. De doelstelling van Open Cultuur Data is om het raadplegen, verspreiden en hergebruiken van cultuurdata door middel van een open licentie of het vrijgeven van het materiaal in het Publiek Domein te stimuleren. Het platform, dat inmiddels 39 datasets van 22 instellingen bevat, is erop gericht om door middel van een goed gedocumenteerde API het ontwikkelen van apps te mogelijk te maken. Daartoe gebruikt Open Cultuurdata een digitaal standaardformaat.

Culturele instellingen worden gestimuleerd om hun data op deze wijze ter beschikking te stellen door middel van workshops, masterclasses en dergelijke en daardoor de Nederlandse culturele sector mee te laten doen in de internationale open data beweging.

Het ontwikkelen van apps wordt gestimuleerd door prijzen, hackatons en dergelijke. Er zijn inmiddels 40 apps ontwikkeld. Apps kunnen de volgende functies hebben:

- Beter doorzoekbaar maken van de dataset(s)
- De dataset(s) verrijken met nieuwe/andere bronnen [bijvoorbeeld: Wikipedia, Google maps]
- Mobiele apps
- Connecties aanbrengen tussen de dataset(s) enerzijds en sociale media [bijvoorbeeld: Twitter, Facebook et cetera] anderzijds
- Visualiseren van data.
- Games
- Remixen.

BIJLAGE C. CASE STUDIES PLATFORMEN LEES- EN BOEKENLIEFHEBBERS

C.1 LITERATUURPLEIN

Literatuurplein is opgezet als een documentaire website die door een redactie wordt gevuld. Doelstelling van de website is om diepte-informatie te bieden over boeken en schrijvers, literaire evenementen (een zeer uitgebreide agenda hierover) en andere zaken die met literatuur te maken hebben. Voorbeelden daarvan zijn: literaire prijzen met juryrapporten, interviews met schrijvers, recensies en leestips.

De site bestaat sinds 2002. Voor de site wordt veel research gedaan: zo is er een wereldkaart met welke romans op welke plaats spelen en een tijdlijn. Door deze research is er sprake van een groeiende kennis over literatuur, vindbaar en beschikbaar via Literatuurplein.

DATABASE ACHTER LITERATUURPLEIN

Er worden circa 17.000 Nederlandstalige boeken per jaar uitgegeven². De gegevens over deze boeken worden opgeslagen in een database, die beschikbaar zijn via een zoekmachine op Literatuurplein. Het gaat om de boeken die vanaf 1980 zijn uitgegeven, maar in een aantal gevallen ook om eerder uitgegeven boeken (zoals de boeken van de P.C. Hooftprijs winnaars vanaf 1947). De gegevens over deze boeken worden als volgt aan de database toegevoegd:

1. De metadata over de recent uitgegeven of nog uit te geven boeken (inclusief verschijningsdatum), van het Centraal Boekenhuis. Deze gegevens bevatten ook flaptekst en cover. Het gaat om metadata in ONIX formaat. Deze gegevens worden dagelijks (elke nacht) toegevoegd aan de database.
2. De gegevens over de nieuwe boeken worden verrijkt door de redactie van Literatuurplein met links naar recensies in kranten, een boektrailer van de uitgever en dergelijke. Ook worden er recensies geschreven speciaal voor Literatuurplein door professionals.
3. Aanvullende, verrijkte metadata worden vervolgens toegevoegd die afkomstig zijn van NBD Biblion. Deze metadata zijn leidend en kunnen dus (op enkele specifieke velden na) de metadata van het Centraal Boekenhuis vervangen/overschrijven. Zo voegt NBD bibliotheek het zogenaamde veld 'bibliotheekannotatie' toe. Dit wordt door een script (van Literatuurplein) geanalyseerd en zo wordt bijvoorbeeld de naam van de vertaler in een apart veld in de database gezet. Daardoor kunnen ook vertalers apart genoemd worden op Literatuurplein en recentelijk kunnen vertalers ook hun biografieën toevoegen aan Literatuurplein. Dit is uniek voor Nederland.

EERDER EXPERIMENT MET USER-GENERATED INFORMATION

Literatuurplein kan gedefinieerd worden als een door redactie opgezette documentaire website over literatuur en zet bijgevolg in op kwalitatief hoogstaande informatie. Enige jaren geleden heeft men een experiment gestart om ook input van lezers in Literatuurplein op te nemen. Dit experiment is niet gelukt en inmiddels weer gestopt. De reacties leverden weinig meerwaarde

² daarnaast komen er ook metadata van Engelstalige boeken mee, maar daar zet Literatuurplein niet op in.

op en pasten veelal niet in de beoogde kwaliteit van Literatuurplein. De respondent formuleert enkele lessen die hieruit getrokken kunnen worden:

1. Cocreatie/user generated informatie moet passen in de opzet van de website.
2. Het opzetten van en blijvend stimuleren van een user community kost een aanzienlijke personele inspanning. De respondent stelt dat 'het eigenlijk je corebusiness moet zijn', wil een dergelijk concept aan kunnen slaan.

GEBRUIK LITERATUURPLEIN: BEZOEKEN EN WIDGETS

Literatuurplein wordt veel gebruikt: het kent circa twee tot tweeënhalf miljoen bezoeken per jaar. Bijvoorbeeld in september 2014 waren er 210.000 bezoeken. De website is inmiddels opgedeeld in verschillende widgets, die de openbare bibliotheken naar believen kunnen installeren op hun eigen website. Het gebruik van deze widgets betekent dat de gebruiker van een OB bijvoorbeeld een aankondiging ziet, daarop klikt en vervolgens het nieuwsbericht zelf leest op de website van de lokale OB blijft. Pas wanneer hij/zij verder klikt voor uitgebreidere informatie komt de gebruiker op de website van Literatuurplein. Hiervoor zijn drie niveaus in het WAAS gebouwd, dat gebaseerd is op Drupal. De consequentie is dat op den duur Literatuurplein.nl zelf minder bezoekers zal gaan scoren en dat dan het overzicht van het totaal aantal gebruikers van de informatie van Literatuurplein verloren zal gaan.

C.2 DEBOEKENSALON.NL

ONTSTAANSGESCHIEDENIS

NBD Biblion is ruim vijf jaar geleden begonnen met nadenken over het opzetten van een community om het lezen te bevorderen als experiment om naast de business-to-business activiteiten ook een business-to-consumer activiteiten op te zetten. Voor NBD Biblion was dit een geheel nieuwe tak van sport en deBoekensalon kan gezien worden als een eerste stap hierin voor NBD Biblion. De website van NBD Biblion is in de zomer van 2010 gelanceerd. Men heeft twee jaar geleden de website aangepast: de eerste versie was nogal gesloten, deelnemers konden pas iets zien wanneer ze waren geregistreerd. Nu is de site meer open: ook niet geregistreerde deelnemers kunnen alles zien, de site is daardoor laagdrempeliger geworden. Bij de nieuwe opzet van de website heeft men keuzes moeten maken tussen de vele wensen ten aanzien van de functionaliteit. Het meten van de eigen activiteiten van de deelnemers heeft men toen niet kunnen realiseren.

STERKE GROEI AANTAL LEDEN

Sinds de start van deBoekensalon is het aantal deelnemers gestaag gegroeid. Momenteel is het boven de 40.000 deelnemers. Nog steeds groeit het aantal deelnemers door met circa 100 nieuwe per week. Daarnaast zijn er circa 18.000 deelnemers geregistreerd voor de nieuwsbrief. Dit vereist een aparte registratie. Maandelijks trekt de website circa 30.000 bezoekers, waarvan 20.000 uniek. Er zijn geen meetgegevens over hoe actief de leden zijn. De functionaliteit van deBoekensalon is als volgt:

- Bij registratie kan men een profiel aanmaken met een korte persoonlijke beschrijving in het aangeven van favoriete genres. Vervolgens kan men een leesplank aanleggen: met categorieën favoriet, gelezen, nog te lezen en verlanglijstje.

- Geregistreerde deelnemers kunnen discussies volgen over boeken en daarop reageren
- Geregistreerde deelnemers kunnen met andere deelnemers leesvrienden worden.

ACTIVATIE VAN DE COMMUNITY

- **Nieuwe zaken op de website:** Men zorgt dat er elke dag iets nieuws op de website verschijnt: een leestip o.i.d.
- **Promotie en publiciteit:** In het begin heeft men veel free publicity kunnen creëren, dat veel nieuwe leden heeft opgeleverd. Ook aanwezigheid op diverse evenementen, zoals op het lezersfeest in Rotterdam heeft flink bijgedragen aan de aanwas van het aantal leden. Ook sponsort NBD Biblion CPNB die met Nederland-Leest acties het lezen stimuleert. In deze acties wordt deBoekensalon ook vaak genoemd.
- **Prijsvragen op de website:** Men heeft regelmatig prijsvragen op de website, waarbij deelnemers een boek of iets dergelijks kunnen winnen door ofwel gewoon deel te nemen, ofwel iets in te sturen of te raden.

SUCCEFACTOR: DE BOEKRECENSIES EN DE NIET-COMMERCIEËLE POSITIONERING

Als belangrijkste succesfactor van deBoekensalon wordt het aantal recensies dat NBD Biblion produceert gezien: NBD Biblion maakt voor vrijwel elk boek dat in het Nederlandse taalgebied verschijnt een recensie van 1100 tekens (circa 200 woorden). Deze content vormt de kern van deBoekensalon en wordt ook gezien als de belangrijkste succesfactor ervan. DeBoekensalon bevat een subset van alle boeken waarvoor NBD Biblion een recensie laat schrijven. Een andere succesfactor in de ogen van de respondent is de niet-commerciële positionering van deBoekensalon.

DEBOEKENSALON APP

Met deBoekensalon App kan een gebruiker met een smartphone een barcode van een boek lezen en krijgt vervolgens de recensie te zien. Deze app is zelf ontwikkeld en is zeer succesvol. Het platform van deBoekensalon kent geen API waarmee derde partijen hun eigen apps kunnen ontwikkelen.

BUSINESSCASE

De businesscase voor deBoekensalon binnen het bedrijf NBD Biblion blijft lastig. De kosten voor deBoekensalon (circa 0,7 FTE en de kosten voor het opzetten en bijhouden van de website) worden niet terugverdiend met advertentie-inkomsten. Deze bovengenoemde niet-commerciële positionering van deBoekensalon lijkt dus bij te dragen aan het succes ervan maar maakt het creëren van een verdienmodel extra lastig.

DEBOEKENSALON EN OPENBARE BIBLIOTHEKEN

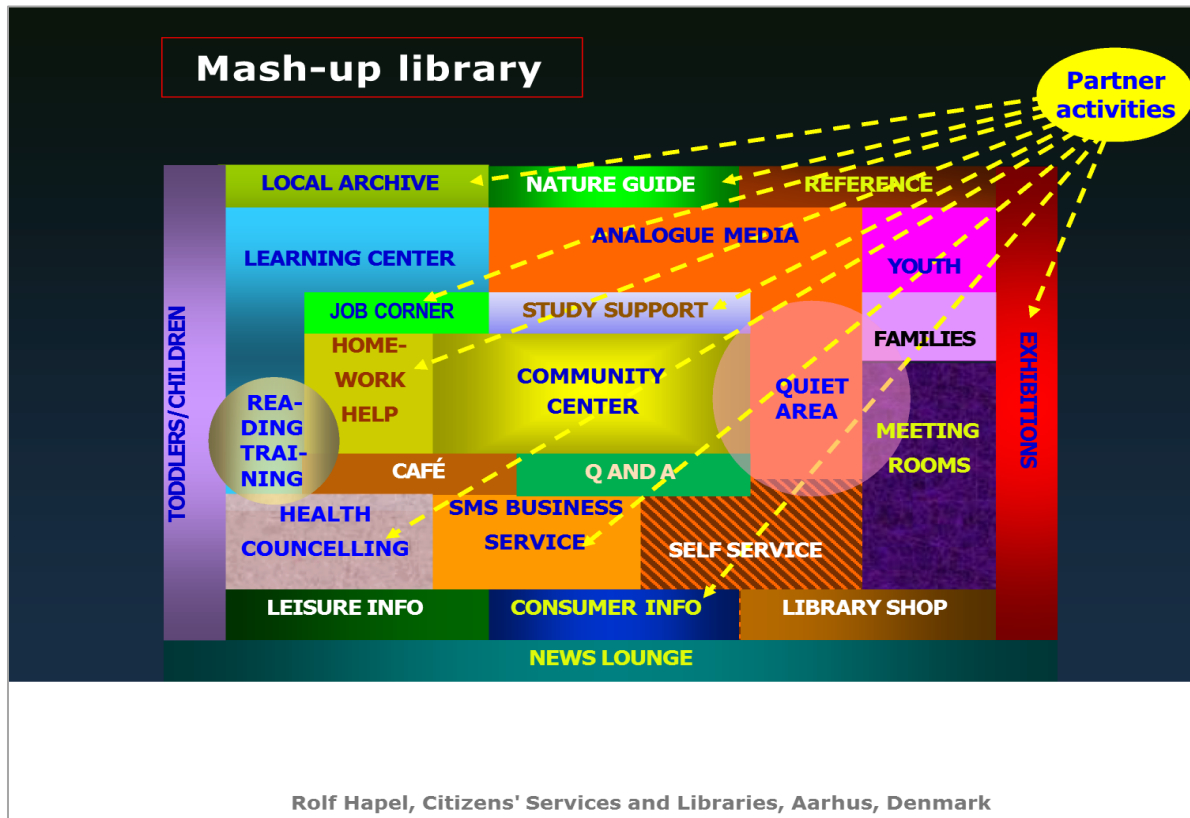
DeBoekensalon draagt bij aan leesbevordering, hetgeen in het voordeel is van de openbare bibliotheken. Een koppeling aan de bezitstergegevens van openbare bibliotheken is in het verleden wel onderzocht, maar bleek niet realiseerbaar. Inmiddels wordt de NBC+ van bibliotheek.nl geïmplementeerd bij alle openbare bibliotheken waarbij bezitssynchronisatie met

de bibliotheeksystemen is gerealiseerd. Een koppeling tussen de Boekensalon enerzijds en de NBC+ anderzijds zou mogelijk opnieuw onderzocht kunnen worden.

BIJLAGE D PRAKTIJKVOORBEELDEN UIT DE OB SECTOR

D.1 PUBLIC LIBRARY OF AARHUS

COMMUNITIES EN DE FYSIEKE BIBLIOTHEEK



FIGUUR 1 ACTIVITEITEN IN DE OPENBARE BIBLIOTHEEK I.S.M. MAATSCHAPPELIJKE PARTNERS

De functie van het fysieke bibliotheekgebouw zal veranderen als fysieke boeken vroeger of later worden vervangen door eBooks. In Denemarken is het percentage uitleningen van eBooks op dit moment 20%. Deze overgang naar elektronische boeken zal de functie van de bibliotheekgebouwen wijzigen. De respondent plaatst dit in een historisch perspectief: in de jaren 70 waren er ongeveer 1200 bibliotheek servicepunten, nu zijn er nog 480. De kleinere bibliotheken zijn verdwenen, de grotere (en betere) bibliotheken/bibliotheekgebouwen hebben deze verandering tot dusver overleefd. Echter, door het verdwijnen van de fysieke boeken zullen deze gebouwen in toenemende mate andere functies krijgen:

- Er zal een sterke behoefte aan een neutrale, niet-commerciële ruimte voor de 'civic society' blijven. De openbare bibliotheek kan diverse communities ondersteunen door hen te faciliteren, onder meer door het beschikbaar stellen van goed geoutilleerde ruimtes, ondersteuning bij het opzetten van verschillende vormen van bijeenkomsten en dergelijke.
- De openbare bibliotheek zoekt tegelijkertijd samenwerking met andere maatschappelijke organisaties en organiseert in samenwerking met hen tal van activiteiten in het bibliotheekgebouw. Deze maatschappelijke organisaties brengen meer hun eigen communities mee (zie ook figuur 3).

- De openbare bibliotheek van Aarhus probeert aansluiting te vinden bij bestaande communities en waar mogelijk deze communities te ondersteunen en het niveau van hun activiteiten waar mogelijk te verhogen. De respondent geeft een paar voorbeelden:
 - **Breierende dames:** een groep dames kwamen regelmatig in de bibliotheek bijeen om gezamenlijk te breien. Het bibliotheekpersoneel heeft ze benaderd en gevraagd of zij andere mensen in hun groep zouden verwelkomen. Na een positief antwoord creëerde de bibliotheek een webpagina hierover. Inmiddels zijn er hierdoor meerdere breiclubs binnen bibliotheken in Denemarken.
 - **Facebook-groep 'oud Aarhus':** een bestaande Facebook-groep wisselde foto's en verhalen over het historische Aarhus. Zij werden benaderd door het stadsarchief (dezelfde organisatie als de openbare bibliotheek in Aarhus). Het stadsarchief/de openbare bibliotheek ondersteunt deze groep door het faciliteren van fysieke bijeenkomsten voor leden van de groep. Inmiddels is de samenwerking geïntensiveerd: het stadsarchief heeft nu een upload mogelijkheid gecreëerd, waarbij de leden van de Facebook-groep historische foto's kunnen uploaden. Deze foto's worden gecontroleerd door vrijwilligers en vervolgens opgenomen in de database van het stadsarchief.

DEENSE DIGITALE BIBLIOTHEEK, DE LITERATUUR WEBSITE EN LEESCLUBS

De Deense digitale bibliotheek is een ICT-infrastructuur voor alle openbare bibliotheken in Denemarken, op basis van open source software en het gebruik van de drie lagenbenadering: presentatie / application / data. De ICT-infrastructuur wordt beheerd door de 98 gemeenten en het ministerie van cultuur. De infrastructuur is eigendom van de bibliotheken. De samenwerking omvat eveneens een consortium voor het verwerven van inhoud. Daarnaast benadert de digitale bibliotheek auteurs van boeken, die gepubliceerd zijn vóór 2005. De meeste auteurs hebben namelijk de digitale rechten van deze boeken behouden (omdat de uitgevers deze in die jaren niet in het contract hadden opgenomen). De digitale bibliotheek biedt hen aan om hun boeken om niet te digitaliseren, terwijl de auteur vervolgens een leenvergoeding zal krijgen voor elke uitlening boven de eerste 25 uitleningen.

De respondent benadrukt het belang van het feit dat de digitale infrastructuur eigendom is van de bibliotheken zelf: op deze wijze zal de eindgebruiker binnen het universum van bibliotheken kunnen blijven en niet naar de infrastructuur van de uitgevers toe hoeven te gaan. Het platform heeft een open API, zodat andere partijen apps kunnen ontwikkelen. alle openbare bibliotheken gebruiken voor hun website hetzelfde content management systeem zodat men elkaars digitale tentoonstellingen en dergelijke kan gebruiken. Netwerkdelen staat voorop binnen de OB-wereld van Denemarken.

Binnen de digitale bibliotheek is er een website over vooral Deense contemporaine literatuur (litteratursiden.dk). Deze website is verreweg het meest gebruikte onderdeel van de digitale bibliothecaire infrastructuur in Denemarken. Naast informatie over de hedendaagse Deense literatuur omvat de website opties voor online discussies met Deense auteurs en dergelijke. De website heeft een aantal co-creatie opties. De belangrijkste is de optie om leesclubs op te richten: er zijn online leesclubs, maar er zijn ook leesclubs die elkaar fysiek treffen maar wel gebruik maken van de mogelijkheden van de website om dit te organiseren. Er zijn openbare bibliotheken die leesclubs organiseren, maar er zijn ook privé personen. Op deze manier leidt een platform in de digitale wereld tot het ontstaan van communities in de fysieke wereld.

INLEIDING

De Vlaamse openbare bibliotheken hebben al 30 jaar een traditie om in de tweede week van oktober gemeenschappelijk naar buiten te treden met de zogenaamde Bibliotheekweek. Oorspronkelijk was dit ingegeven als gezamenlijke promotie voor de bibliotheken. Inmiddels denkt men dat de bibliotheek voldoende bekend is en dat het belangrijk is om de gebruikers hierbij te betrekken. In 2013 werd het "thuisgevoel" in de bibliotheek gepropageerd, in 2014 was het idee daarop verder te bouwen met een uitsluitend digitale en meer langdurige campagne. Dit is Iedereen Bibliotheclaris geworden.

MODULE IEDEREENBIBLIOTHECARIS.BE

- **Module:** de campagne loopt van oktober 2014 tot en met april 2015. Voor de campagne is een speciale softwaremodule gebouwd en een website omgeving. Deze module zal mogelijk blijven voortbestaan na de campagne.
- **Filosofie:** Het achterliggende idee van de campagne is dat iedereen een plek heeft in de bibliotheek en in de bibliotheek zijn/haar passie moet kunnen delen met andere bibliotheekgebruikers. De promotiecampagne is erop gericht om kandidaten digitaal te rekruteren en is zo opgezet dat een gebruiker zijn activiteit in de bib ook op zijn eigen Facebookpagina kan delen.
- **Procedure:** Op dit moment worden kandidaten uitgenodigd om een activiteit over hun passie te organiseren in een bibliotheek. Een gebruiker kan zich dus kandidaat stellen via de website en aangeven in welke bibliotheek hij/zij een activiteit zou willen vormgeven. De betreffende bibliotheek krijgt daar een melding van en neemt contact op met de kandidaat om een afspraak te maken. Vervolgens wordt een kalenderitem aangemaakt, die zichtbaar wordt op de site. Ook dit kalenderitem kan de kandidaat op de eigen Facebookpagina delen. De bibliotheek kan eventueel een activiteit afwijzen. In andere gevallen organiseert de betreffende bibliotheek een Creatiemarkt, waarin meerdere gebruikers hun passie kunnen delen op dezelfde dag.
- **Succes:** In de maanden oktober en november hadden zich circa 200 kandidaten aangemeld. Na de traditionele bibliotheekweek is de aandacht van lokale bibliotheken hiervoor afgenomen (die zijn nog niet gewend aan een meer permanente campagne) en is waarschijnlijk ook het aangemelde aantal kandidaten teruggelopen. Precieze getallen - bijvoorbeeld over het aantal aldus georganiseerde activiteiten en het aantal bezoekers aan deze activiteiten - zijn op dit moment nog niet bekend, deze worden bij de evaluatie in april op een rijtje gezet. De indruk is dat deze activiteiten vrij goed bezocht worden omdat de kandidaat ook zijn eigen entourage meeneemt.
- **Digitaal delen van de passie:** voor veel potentiële kandidaten lijkt een fysieke bijeenkomst/activiteit wel een hoge drempel. Bij een eventueel vervolg denkt men erover ook een digitale mogelijkheid om passie te delen in te bouwen.

Overigens wordt in de toekomstnota Bibliotheek 2020 cocreatie als een belangrijk speerpunt genoemd. De verwachting is dat de nieuwe gefuseerde organisatie (LOCUS en Bibnet) dit dan ook verder ter hand zal nemen.

INLEIDING

'Beleefhetindebieb.nl' is een in ontwikkeling zijnd product/dienst van de bibliotheek Drachten. Beleefhetindebieb.nl bestaat uit verschillende onderdelen, die een samenhangend geheel vormen. De belangrijkste uitgangspunten zijn:

- Het ondersteunen van de ontwikkeling van burgers
- Contextualiseren van informatie
- Maatschappelijke verankering
- Ondernemerschap
- Cocreatie
- Landelijke cohesie tussen bibliotheken

Afnemers van Beleefhetindebieb.nl kunnen gebruik maken van de volledig integrale digitale infrastructuur met de content.

ONTWIKKELING

Een aantal onderdelen van het product zijn al eerder ontwikkeld door de bibliotheek trachten. Op dit moment wordt er een nieuw portal ontwikkeld dat uiterlijk in april 2015 'live' zal gaan en de volgende onderdelen telt:

- Vragendatabase
 - Infopakkettenmodule
 - Kennispartnersmodule.
 - Activiteitenmodule
1. **De vragendatabase** houdt bij welke klantvragen worden gesteld aan de balie van de bibliotheek en welk antwoord is gegeven. Deze is al eerder ontwikkeld en geeft een goed beeld wat er leeft onder de gebruikers. De vragendatabase dient mede als input voor de te ontwikkelen infopakketten.
 2. **Infopakkettenmodule:** de infopakketten worden samengesteld door een team van informatiespecialisten en bevatten onder andere full tekstartikelen, luister- en kijktips, videofragmenten, links naar internetsites, boeken (met een link naar de catalogus), brochures en adressen van maatschappelijke organisaties die bij dit onderwerp betrokken zijn. Men heeft inmiddels circa 1000 infopakketten. Wat is het onderscheid met Wikipedia? Het belangrijkste onderscheid is de beoordeling van de (de betrouwbaarheid van) bronnen door de informatiespecialist. In de nieuwe opzet wordt een mogelijkheid ingebouwd voor eindgebruikers om aanvullingen te geven ('tip') op een informatiepakket. Deze worden wel eerst gemodereerd door de redactie voordat deze worden toegevoegd aan het infopakket. Overigens zijn deze toevoegingen wel zichtbaar als een toevoeging door een eindgebruiker. De infopakketten zijn overigens (nog) niet zichtbaar in de catalogus
 3. **Kennispartnersmodule:** Beleefhetindebieb.nl werft landelijke bedrijven en maatschappelijke organisaties, die zich bereid hebben verklaard samen met de bibliotheken activiteiten te verzorgen. Deze bedrijven worden kennispartners genoemd. Zij zijn opgenomen in de kennispartnersmodule die door alle deelnemende bibliotheken geraadpleegd kan worden. Achtergrond is dat veel bedrijven en maatschappelijke organisaties tegenwoordig landelijk gestructureerd zijn en onderdeel uitmaken van een landelijke marketingstrategie. Daarnaast zijn er veel bedrijven en organisaties die alleen

online zichtbaar zijn. Deze bedrijven zijn op zoek naar een 'voorkant', een fysiek gezicht. Vanuit marketingoogpunt bekeken zijn bibliotheken voor deze bedrijven en organisaties een zeer interessant podium. Zij zijn bereid voor het organiseren van een activiteit geld te betalen. In Drachten betalen de meeste bedrijven of organisaties die aan een activiteit hun kennis of kunde bijdragen zo'n € 300,- per activiteit. Wanneer deze afspraken zijn gemaakt, en de gegevens van de deelnemende bedrijven of organisaties zijn vastgelegd in de kennispartnersmodule is het voor een lokale bibliotheek eenvoudig om een geïnteresseerd bedrijf in de buurt te vinden en contact te leggen om een activiteit te organiseren. Immers, de basisvoorwaarden hiervoor zijn al gecreëerd en vastgelegd.

4. **Activiteitenmodule:** deze module biedt een overzicht van de activiteiten per bibliotheekvestiging. Activiteiten worden voor eindgebruikers zichtbaar op de eigen website van de bibliotheek, maar die kunnen ook kijken wat er in de regio of landelijk plaatsvindt. De bedoeling is dat er een wisselwerking zal gaan optreden in het netwerk van deelnemende bibliotheken. Een bibliotheek ziet een leuke activiteit bij een andere bibliotheek en kan deze vervolgens gemakkelijk overnemen. Activiteiten worden overigens gekoppeld aan infopakketten en kennispartners, wanneer dit van toepassing is. Ook verzorgt de module eventuele kaartverkoop.

NAAR EEN BREDERE UITROL

In april zal het nieuwe portal 'live' gaan in de bibliotheek Drachten. Dan is men klaar voor een bredere uitrol: er zijn al andere bibliotheken geïnteresseerd. Een meer landelijke uitrol kan betekenen dat de redactie voor de infopakketten ook regionale of lokale invalshoeken kan kiezen. Tenslotte verwacht men veel van de netwerkeffecten: het wederzijds overnemen van activiteiten, infopakketten etc. Vanzelfsprekend geeft een meer landelijke spreiding ook een betere ingang bij nieuw te werven maatschappelijke partners. Daarnaast verwacht men ook veel van de bijdrage van eindgebruikers, zowel op het gebied van de infopakketten als van de activiteiten. Want ook uit de maatschappij verwacht men interessante bijdragen van deskundigen die hun kennis over wat voor onderwerp dan ook willen delen.

De leden van de projectgroep hebben de volgende praktijkvoorbeelden aangedragen:

- **KennisCloud** van de Bibliotheek MiddenBrabant: in oktober 2014 is de KennisCloud live gegaan: het is in eerste instantie een website waar men kan zien waar mensen in communities in de regio zich mee bezighouden. Er zijn inmiddels kennisgroepen ingericht rond de spoorzone, innovatie ouderenzorg et cetera. Er is een online discussieforum, maar worden ook fysieke bijeenkomsten/activiteiten georganiseerd rond een vraagstelling van een kennisgroep. Het gaat om de stappen vragen, denken en doen! De bibliotheek zal vaak als facilitator optreden, door bijvoorbeeld ruimte of een moderator ter beschikking te stellen. Zie verder: <http://kenniscloud-bmb.nl>.
- **Landelijk sociale media team:** dit is een team van bibliotheekmedewerkers die reageren op trending topics op Twitter door zaken uit de collectie van de bibliotheek naar voren te brengen om deze aan de discussie toe te voegen. Soms wordt er ook stelling genomen in de discussie.
- **Kennisknooppunt Enschede:** in het Kennishuis van de bibliotheek Enschede, georganiseerd rond onderwerpen die vaak worden aangedragen/opgedragen vanuit de gemeente, wordt het voorbeeld van de Muziekbank genoemd. De bibliotheek heeft een grote muziekcollectie. Er is daarnaast een community van vrijwilligers die een goed netwerk hebben met deskundigen op verschillende terreinen van de muziek. Het is een hele diverse en wisselende community, gericht op kennis delen. Men houdt bijeenkomsten over verschillende componisten en musici op alle gebieden van de muziek. Deze bijeenkomsten worden bezocht door heel verschillende groepen van belangstellenden. De bibliotheek faciliteert deze bijeenkomsten door naast een specialist een bibliotheekmedewerker als moderator bij de bijeenkomsten op te laten treden. Het is de bedoeling om in het vervolg te bijeenkomsten vast te leggen op video en vervolgens te ontsluiten in de catalogus en te linken aan relevante titels uit de collectie. Daarbij is de wens ontstaan ook namen van experts ook in de catalogus op te nemen (www.bibliotheekenschede.nl)
- **Wijkwinkel Deventer:** Wijkwinkel Deventer is een informatie intermediair op het gebied van wonen, zorg en welzijn. De bibliotheek verzorgt dit in samenwerking met maatschappelijke partners. De bibliotheek stelt ruimte beschikbaar, er worden spreekuren gehouden en een specialist van de bibliotheek verbindt vragen aan experts. Over bepaalde thema's worden bijeenkomsten gehouden, vanwege de deelname van de maatschappelijke partners wordt er vrijwel altijd een grote doelgroep bereikt en trekken deze bijeenkomsten volle zalen. Van de bijeenkomst wordt een dossier gemaakt in een wiki en opgenomen in de catalogus. Deze dossiers verschijnen soms hoog in de zoekmachine van Google. Ook de bibliotheek Deventer wil namen van experts kunnen toevoegen aan de catalogus (www.wijkwinkeldeventer.nl).
- **De Moesfabriek Stadse Boeren:** In 's-Hertogenbosch wordt samengewerkt met scholen, gemeente, lokale moestuinen, onderwijsvernieuwers en de bibliotheek aan een nieuw programma: De Moesfabriek! Binnen dit educatieve project wordt geprobeerd op basisscholen moestuinen te creëren en daar rondom heen een modern onderwijsprogramma op te zetten. De bibliotheek zorgt hier voor collectie als grondstof voor 'de Moesfabriek'. Daarnaast zorgt de bibliotheek voor lessen mediawijsheid om kinderen te voeden met de juiste vaardigheden voor dit onderwijsprogramma.

- **KennisMakers Bibliotheek Oss:** met het KennisMakers project van de Noord Oost Brabantse Bibliotheken wil de bibliotheek mensen met elkaar verbinden door het uitwisselen van kennis te stimuleren. Door middel van co-creatie worden verbindingen gelegd tussen mensen, de bibliotheek en de collectie. lokale experts worden uitgenodigd om prestaties en deze te geven op de bibliotheek. Door de bijzondere manier van samenwerken stelt de bibliotheek niet alleen uiteenlopende kennis ter beschikking aan een breed publiek, de KennisMaker wordt ook in staat gesteld onderdeel te zijn van de functie van de bibliotheek als kennisinstituut.
- **Pinterest in Theek5:** Pinterest is een sociaal media platform dat fungeert als prikbord. De gebruiker kan over het hele web afbeeldingen pinnen en vervolgens op een van de aangemaakte "moodboards" plaatsen. Gebruikers van Pinterest kunnen hun eigen moodboards aanmaken. Op deze moodboards kunnen vervolgens afbeeldingen van het hele web worden geplaatst door middel van een Pin it-knop. Elke speld (pin) geeft een afbeelding, video of artikel weer. . In Nederland 530.000 gebruikers (waarvan er dagelijks 56.000 actief zijn - maart 2013). Zo'n 85% is vrouw, deze doelgroep is vooral geïnteresseerd in mode, interieur, design, lifestyle en kunst. Van de gebruikers is 75% tussen de 25 en 54 jaar. Je kunt Pinterest gebruiken ter vervanging van het oude papieren themalijstje met boektitels. Theek 5 heeft ervoor gekozen om naast de eigen collectie ook apps, internetsites, Twitter- en Facebookpagina's onder de aandacht te brengen van haar klanten. Zij vormt op deze manier een digitaal dossier op thema. Pinterest staat niet los. Het thema komt ook als boekenrivier op de website te staan, net als een speciale banner om de Pinterest-pagina te promoten. Daarnaast worden de pinterestborden vermeld in de digitale nieuwsbrief, op Twitter en/of op Facebook. Je kunt met Pinterest ook borden maken waaraan je samen met klanten kunt werken. Bibliotheek Breda heeft dit bijvoorbeeld gedaan tijdens de Maand van het spannende boek (tips spannende boeken). Je kunt mensen uitnodigen via Pinterest of je kunt in de publiciteit rondom een actie aangeven dat mensen een e-mail kunnen sturen met een verzoek tot samenwerken (deels gebaseerd op Pinterest voor bibliotheken; notitie van Carla Bellaard; zie verder: <http://www.pinterest.com/theek5/>).
- **Leestips bij Theek5:** Theek5 houdt een website en Facebookpagina bij met de eigen leestips, waar ook klanten hun eigen leestips in kunnen zetten of op leestips van de bibliotheek reageren (<https://www.facebook.com/leestipstheek5> en <https://sites.google.com/site/leestipstheek5/>).
- **LerenDoeje.nu:** begin 2015 gaat de website <http://LerenDoeje.nu> life, opgezet door Cubiss in opdracht van de Brabantse Netwerkbibliotheek. Het is een portal die lokale en landelijke cursussen aan zal bieden. De deelnemende bibliotheek verzorgt het lokale aanbod: zowel het eigen leeraanbod als aanbod van externe aanbieders. Daarnaast bevat de website een elektronische leeromgeving waarmee bibliotheken en hun lokale partners zelf e-learning toepassingen kunnen ontwikkelen. Gebruikers kunnen via Lerendoeje.nu online cursussen kopen en betalen. Aan de financiële afhandeling achter de schermen komt geen handwerk meer te pas. De betalingen gaan automatisch naar de verkoper van de cursus, ook al levert een derde partij de cursus aan via de bibliotheek. Dit zorgt voor een belangrijke besparing op personeelskosten. Blended learning vormt een belangrijke meerwaarde van Lerendoeje.nu. De combinatie van online leren en fysieke bijeenkomsten vergroot de kans dat mensen hun cursus afmaken. LerenDoeje.nu is een voorbeeld van cocreatie met maatschappelijke partners.
- **Bibliotheek Nieuwegein:** De openbare bibliotheek Nieuwegein (De Tweede Verdieping; <http://www.detweedeverdieping.nu>) heeft als visie dat de bibliotheek de kennisverwerving, de zelfredzaamheid en de zelfontplooiing van de inwoners van Nieuwegein moet stimuleren en ondersteunen en probeert daarmee de participatie van burgers in de lokale samenleving te bevorderen. De bibliotheek gaat uit van vragen die er leven onder de lokale bevolking. Van

daaruit gaat de bibliotheek samenwerkingspartners zoeken of bestaande samenwerkingspartners benaderen. Er worden experts gezocht en vervolgens wordt er over een bepaald thema een digitaal dossier gemaakt en/of een bijeenkomst in de bibliotheek georganiseerd.

In de notitie 'Community building for public libraries in the 21st century: examples from the Netherlands – een tekst voor de IFLA Public libraries Satellite conferentie van augustus 2014 door Marina Polderman, Hans van Duijnhoven, Fransje School en Frank Huysmans worden een tweetal cases beschreven van community opbouw in Nederland.

- **Stalwart readers:** Het betreft een voorbeeld van een community rond een collectie non-fiction boeken van een openbare bibliotheek. Het idee was om met 40 lezers, 40 boeken te lezen en deze maandelijks te bediscussiëren in een bijeenkomst. Ook werd er een weblog ingericht voor de deelnemers om tussen de (fysieke) bijeenkomsten door ervaringen uit te wisselen. Deelnemers moesten lid zijn van de OB en € 40 per jaar betalen en ontvingen een boek van de lijst. Doelstellingen van de OB waren: (1) aandacht creëren voor de collectie op een innovatieve wijze (2) context geven rond de bibliotheekcollectie (3) de collectie bespreken, ideeën en inspiratie op te doen en zo deelnemers meer bij de bibliotheek te betrekken. Het experiment was ingezet voor een jaar: de deelnemers waren op het einde zeer tevreden en wilde een vervolg in het jaar erop. Dit verzoek werd gehonoreerd, ook nieuwe deelnemers waren welkom in de nieuwe ronde. Inmiddels is een derde ronde ingegaan.
- **Wisdom in times of crisis:** De achterliggende gedachte was dat door de economische crisis veel mensen hun baan hebben verloren en daardoor op hun nieuwe situatie zouden willen reflecteren, terwijl in de bibliotheekcollectie veel ideeën kennis en wijsheid zit. De opzet was als volgt: 15 werkloze leden van de bibliotheek werden verworven voor de bijeenkomsten. In het totaal werden 10 bijeenkomsten gehouden rond 10 thema's gebaseerd op het manifest '10 virtues for the modern age' van de Botton. Voor elke bijeenkomst werd een leeslijst rond het thema samengesteld. Tijdens de bijeenkomst stonden twee vragen centraal: (1) wat is je mening over deze deugd en (2) welke verhalen (boeken, films, muziek) geven deze deugd volgens jou weer? Bij de evaluatie bleek dat veel deelnemers persoonlijke groei hadden ervaren. Ook hier was er een sterke wens voor een vervolg, dat inmiddels is ingezet met eerdere deelnemers en nieuwe deelnemers.