

# WDDDB: wat doen de bibliotheken?

Wat we ook van Google vinden, we zullen de komende jaren met deze (commerciële) marktpartij moeten gaan samenwerken. Dit inzicht bieden de drie boeken *Planeet Google*, *WZGD?* en *Free*. Boeken die elkaar naadloos aanvullen. Ze verhelderen het huidige internettijdperk en dragen oplossingen aan voor het omgaan met digitalisering van informatie en veranderend klantgedrag. Nieuwe visies zijn nodig op ict, dienstverlening en informatieverstrekking en dat alles met het concept: 'Gratis'.

De drie boeken gaan niet over bibliotheken. Het is onze taak om zelf na te denken over welke plaats we als bibliotheek krijgen of nemen in een tijd dat internet, Google en andere digitale diensten grote happen nemen uit 'onze' dienstverlening.

'Elk tijdperk heeft een grondstof (steen, kool, staal, olie) die dat tijdperk karakteriseert. De grondstof van onze tijd is informatie en Google is de informatiebeheerder bij uitstek' staat op de achterflap van *Planeet Google*. Daarin beschrijft Randall Stross hoe Google zich in tien jaar tijd ontwikkelde tot een wereldwijde onderneming, die zijn missie verlegde van het bouwen van de beste zoekmachine ter wereld naar het digitaal toegankelijk maken van alle informatie ter wereld. Het boek is geen lofzang op Google, ook de missers, worstelingen en twijfels over te nemen stappen komen ruim aan bod. En zijn zeer leerzaam. Zo miste Google de ontwikkeling van het sociale web. En overigens ook de opkomst van *Twitter*. De snelle opkomst daarvan verraste kennelijk ook Stross, want het woord *Twitter* komt in zijn boek niet voor. Wel komt aan de orde hoe Google alle informatie voor iedereen toegankelijk wil maken en niet alleen wat op het Web aanwezig is. Uitgebreed komen *Google books* en alle problemen daarmee aan de orde. Google kiest ervoor om alle boeken te scannen. Terwijl wij nog steeds de keuze maken wel/niet in de collectie, gaat het bij Google om ALLES. Inmiddels wil Google ook tijdschriften, videobeelden en muziek volledig ontsluiten. In 2005 dacht Google 300 jaar nodig te hebben om alle informatie van de wereld te digitaliseren. Ik denk dat daar veel minder tijd voor nodig is.

## De Google filosofie

In *Wat zou Google doen?*, of kortweg *WZGD?*, geeft Jeff Jarvis antwoorden op

hoe je moet innoveren in het internettijdperk. Google benut internet het best. De samenleving verandert totaal als gevolg van internet. Internet is overal en laat overal zijn sporen na in de economie. De ambitie van Google is niet 'de wereld overnemen maar die te organiseren' (p.165). Het boek komt met allerlei kopjes zoals 'je beste klant is je partner' of 'wees een platform' of 'klein is het nieuwe groot'. Eigenlijk is het boek gebaseerd op de Google 'filosofie' die in juni 2004 is gepubliceerd, zonder deze expliciet te noemen. De Nederlandstalige *ten things* van Google (zie kader) zijn online te lezen op [www.google.nl/intl/nl/corporate/tenthings.html](http://www.google.nl/intl/nl/corporate/tenthings.html)

Onze branche zal deze uitgangspunten moeten omarmen. Al hebben we straks wel een probleem. We zijn goed in het uitlenen van papieren boeken, maar zijn we ook goed in het uitlenen van digitale

## De tien waarheden volgens Google

1. Richt je op de gebruiker en de rest volgt vanzelf.
2. Het beste is om één ding heel erg goed te doen.
3. Snel is beter dan langzaam.
4. Democratie op internet werkt.
5. Niet alleen achter je bureau heb je antwoorden nodig.
6. Je kunt geld verdienen zonder slecht te zijn.
7. Er is altijd meer informatie te vinden.
8. De behoefte aan informatie is grensoverschrijdend.
9. Ook zonder pak aan kun je serieus zijn.
10. Uitstekend is gewoon niet goed genoeg.

boeken? Op dit moment nemen de marktpartijen, zoals Amazon, Bol en Google, de leidende positie bij de uitleen van digitale boeken.

Nadeel van Jeff Jarvis boek is dat het erg diep op allerlei Amerikaanse voorbeelden ingaat, maar tussen de regels zijn er genoeg voorbeelden te vinden waar bibliotheken iets mee kunnen. Een samenvatting van het boek staat op *YouTube*, waar Jeff Jarvis zelf in een uur zijn boek bespreekt: [www.youtube.com/watch?v=2lKd85yGJWA](http://www.youtube.com/watch?v=2lKd85yGJWA).

## Gratis

Chris Anderson heeft in zijn boek *The Long Tail* duidelijk gemaakt hoe internet ervoor gezorgd heeft dat allerlei nicheproducten bereikbaar zijn geworden voor iedereen. In *Free* beschrijft hij 'hoe het nieuwe Gratis de markt radicaal verandert'. Gratis is niet alleen een promo-

## De tien regels van Anderson voor Gratis

1. Als het digitaal is, wordt het vroeg of laat gratis.
2. Atomen zouden ook wel gratis willen zijn, maar hebben daar wat minder haast mee.
3. Je kunt Gratis niet tegenhouden.
4. Je kunt wel geld verdienen met Gratis.
5. Definieer je markt opnieuw.
6. Rond af naar beneden.
7. Vroeg of laat zul je met Gratis moeten concurreren.
8. Kies voor verspilling.
9. Gratis maakt andere dingen waardevoller.
10. Manage met overvloed voor ogen, niet vanuit schaarste.

tionele stunt, maar tevens een businessstrategie. Het beste voorbeeld van Gratis is wederom Google. Het concept Gratis moeten we koppelen aan onze dienstverlening. We moeten wel een onderscheid maken in 'Gratis voor digitaal' en 'Gratis voor atomen'. Ook Anderson heeft tien regels (zie kader).

Het boek van Anderson is, geheel in stijl, gratis als pdf te downloaden, wel moet men zich registreren ([www.nieuwamsterdam.nl/boekuitgave.aspx?id=1184](http://www.nieuwamsterdam.nl/boekuitgave.aspx?id=1184)). Tevens gratis verkrijgbaar als Engelstalig luisterboek. *Planeet Google* en *WZGD?* zijn al aangeboden en kunnen dus al in de bibliotheekcollectie opgenomen zijn.

## Lessen voor de bibliotheek

- Gratis lidmaatschap voor iedereen. Iedereen kan jaarlijks een aantal gratis diensten bij de bibliotheek afnemen. Voor 'atoom'diensten is registratie noodzakelijk voordat men deze gratis diensten kan afnemen. Iedereen kan maar een beperkt aantal gratis diensten afnemen. Het is voor een gebruiker dus mogelijk om gratis de bibliotheek te gebruiken, indien men deze maar zeer beperkt gebruikt. Het is de taak van de bibliotheek om gebruikers te verleiden om meer diensten af te nemen. Iedereen kan gratis lid worden van een bibliotheek door zich digitaal in te schrijven, zogenaamde 'digitale leden'. Digitale leden zijn wel ingeschreven, maar niet gecheckt. Deze leden kunnen gebruikmaken van onze (toekomstige) digitale diensten, zoals online archief, online videolezingen, digitale kennisquizen en internetgebruik in een fysiek gebouw et cetera. Onze fantasie is de grens aan het aanbod van deze diensten. Ook gaan de bibliotheken

samenwerking aan met WiFi-netwerk FON, diverse *Hotspots*aanbieders, XS4all et cetera, zodat leden overal in Nederland gratis WiFi-toegang hebben. Voordeel is dat we zo zoveel mogelijk mensen binden aan het product 'bibliotheek'.

- Gratis (diensten)lidmaatschap voor leden die 'atomen' materialen willen lenen. Wie atomen wil lenen moet zich volledig inschrijven. Deze leden krijgen alle voordelen van de 'digitale leden', maar zij mogen 10 (of 20) tickets gratis afnemen. Een ticket heeft bijvoorbeeld de waarde van € 0,50. Dus gratis 10 boeken lenen, gratis een lezing bijwonen of een informatiezoekopdracht indienen. We geven dus gratis een aantal diensten weg om daarmee meer diensten binnen te halen waarvoor wel betaald moet worden. De kwaliteit van onze diensten moet mensen prikkelen om meer diensten af te nemen. Doordat we met gratis meer mensen bereiken, kunnen we door iets weg te geven uiteindelijk meer binnenhalen.
- Betaalmodellen: het gratis dienstenpakket kan bestaan uit een vooraf abonnement of een achteraf abonnement. Essentieel van het Gratis-concept is dat we beide modellen aanbieden, de klant moet een keuze hebben, wij moeten niet voor de klant kiezen. Een vooraf abonnement van bijvoorbeeld € 40,- bestaat uit betaling van een bedrag waaruit de afgenomen diensten worden betaald. Bijvoorbeeld: men krijgt tien diensten (tickets) gratis, men leent jaarlijks 30 boeken à € 0,50 (= €,-), bezoekt twee lezingen à € 5,- (= € 10,00) en drie workshops à € 5,- 'zoeken op internet' (= € 15,00) en men dient een zoekopdracht in à € 5,-. Totaal gebruik van deze lener: € 45,-. Hiervan zijn tien

diensten gratis, dus blijft € 40,- over. Indien een lener meer diensten gebruikt, betaalt hij meer en indien minder diensten worden afgenomen, is zijn abonnement het jaar daarop goedkoper of kan de klant het geld terugkrijgen. Een achteraf betaalmodeel bestaat uit dezelfde gratis diensten, maar de lener betaalt via automatische afschrijving voor iedere dienst die afgenomen wordt. Het is wederom onze taak om onze diensten zo aantrekkelijk en interessant te maken dat ze worden afgenomen.

- We moeten onze regels omzetten naar diensten. Een uitleentermijn van drie weken is een dienst. Wie langer leent, neemt een extra dienst af en dat kost tickets in plaats van een boete. Uiteindelijk is dat hetzelfde als boete, maar het gaat uit van een ander principe: de klant neemt zijn eigen verantwoordelijkheid. Schaarste (= x aantal boeken) die bibliotheken kenmerken, moet door automatische processen worden opgevangen. Blijkt dat een bepaald boek goed loopt, dan moet deze automatisch aangevuld worden. Bij *e-books* is er geen schaarste. We moeten als branche, open en transparant zijn en zorgen dat onze klanten van ons houden. Een landelijke afstemming van tarieven, ict-processen en klantgegevens is noodzakelijk. Dat het innoveren van onze sector noodzakelijk is, zal iedereen duidelijk zijn, maar durven we de stap aan om iedereen gratis lid te laten worden? Met daarnaast een dienstverlening die dat betaalbaar gaat maken? Waarom kan het innoveren nu niet gratis zijn? Gelukkig is vragen in de bibliotheek nog gratis.

Tekst en foto: Jan de Waal

