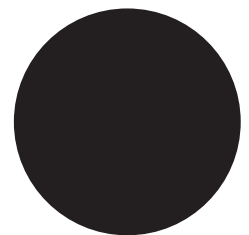




ACTIEPLAN 2017 MUNTPUNT



MUNTPUNT
Bruist van Brussel.

VOORWOORD.....	5
MISSIE, VISIE EN CONTEXT	7
Missie.....	7
Visie	7
Context: Muntpunt in verbinding met een ruim werkveld	7
Informatiecentrum (dynamische gidsfunctie en informatiebemiddeling).....	8
Bibliotheekwerking (stimuleren van lees-, luister- en kijkplezier, expressie en mediawijsheid)....	8
Promotie Brussel - Vlaanderen.....	8
STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN	9
SPEERPUNTEN 2017	11
Speerpunt 1: Participatie.....	11
Speerpunt 2: Doelgroepen	11
Speerpunt 3: Innovatie.....	11
ACTIEPLAN	13
Publiekswerking.....	13
SD 1. Muntpunt is een knooppunt van kennis en informatie dat focust op het Nederlandstalig gemeenschapsaanbod in Brussel en de Vlaamse instellingen	13
OD 1. Muntpunt zet in op een duurzame en vraaggestuurde ontsluiting van alle basisinformatie over het (Nederlandstalige) gemeenschapsaanbod en de Vlaamse instellingen, en focust daarbij op de stedelijke actualiteit, de belangrijke levensfasen, cultuur en vrije tijd.....	13
Actie: Van informatiemedewerkers tot informatie-experts	13
Actie: Infotainment in de publieke ruimte	13
Actie: Infoacties.....	14
OD 2. Muntpunt ontwikkelt een vraaggericht en actueel collectiebeleid met brede titelspreiding (in het netwerk van de Brusselse openbare bibliotheken).....	14
Actie: Engelse e-books.....	14
Actie: 'MER. Station'- presentaties van kunstenaarsboeken in Muntpunt.....	15
OD 3. Muntpunt zet Vlamingen op weg naar het Brusselse aanbod en draagt bij tot de positieve beeldvorming over Brussel in Vlaanderen.....	15
Actie: Hallo Brussel.....	15
SD 2. Muntpunt verdiept kennis en informatie via actieve bemiddeling, educatie, ontmoeting en debat	16

OD 1. Muntpunt zorgt voor interactieve informatiebemiddeling over het leven in Brussel op maat van iedereen.....	16
Actie: Informatiecampagne - Week van het Geld	16
Actie: Vluchtelingen	16
OD 2. Muntpunt stimuleert het lees-, kijk- en luisterplezier, de expressie en de mediawijsheid	17
Actie: Passa Porta Festival.....	17
Actie: Kwartiermakers	17
Actie: Poëzieweek	17
Actie: Husseleirs	18
OD 3. Muntpunt maakt werk van een positieve Brusselbeleving	18
Actie: Paspartoe	18
Actie: Vlaanderen Feest, Brussel Danst.....	19
SD 3. Muntpunt verbindt stedelijke, regionale en (inter)nationale spelers om Brussel samen vorm te geven.....	19
OD 1. Muntpunt werkt samen met partners aan een gezamenlijk en coherent informatienetwerk	19
Actie: Collectieplan in samenwerking met het netwerk van Brusselse bibliotheken	20
Actie: Europa	20
OD 2. Muntpunt participeert in diverse netwerken en partnerships om de bibliotheekwerking te verankeren	21
Actie: Scholenportfolio hoger onderwijs.....	21
Actie: Europalia Indonesia.....	21
Actie: Heropening Afrikamuseum Tervuren.....	21
Actie: Taalunie - Huis van het Nederlands - Muntpunt.....	22
OD 3. Muntpunt werkt samen met actoren uit Brussel, de Vlaamse rand en Vlaamse centrumsteden om een grotere zichtbaarheid en een positieve beleving te creëren van Brussel in Vlaanderen.....	23
Actie: Digitale 'doe-het-zelf'-wandelingen.....	23
Ondersteunende werking.....	25
Algemeen.....	25
Actie: Jongeren Amb(r)assadeurs.....	25
Communicatie	25
Actie: Doelgroepencommunicatie.....	25
Actie: Nieuwsbrieven	26
Actie: Meertalige communicatie	26
Onthaal en klantenzorg.....	26
Actie: Reservatiesysteem studieplekken.....	26

Actie: Gebruikersbevraging	27
Actie: Ingrepen in de publieke ruimte	27
I ² (Innovatie en ICT)	28
Actie: Aanpassing internet- en telefoniediensten.....	28
Actie: Intelligente displaytafels	28
Dagelijks beheer	30
HR	30
Personeelsplanning	30
Academie Muntpunt	30
Muntpuntwaarden	30
Financieel.....	30

VOORWOORD

In 2016 werd de aanzet gegeven voor heel wat zaken die onze organisatie de volgende jaren zullen kenmerken.

Voor de benadering van specifieke doelgroepen werden actieplannen geschreven en uitgerold. Die plannen waren de aanzet voor samenwerkingsverbanden, een verder aangepast inhoudelijk luik en een nog doelgerichtere communicatie. En er hoorden twee nieuwe websites bij die zorgen voor een grotere (digitale) uitstraling.

Als we in 2016 één ding geleerd hebben, dan is het dat ook Muntpunt niet immuun is voor omgevingsfactoren die de aantrekkingskracht van een stad en haar organisaties (negatief) kunnen beïnvloeden. De aanslagen van 22 maart en de vele stakingen en betogingen maakten voor het eerst een einde aan de groeicurve waar Muntpunt zich sinds 2013 in bevond. Terwijl de Brusselaar snel de weg terugvond, zorgden onterechte angst, maar nog meer de moeilijke bereikbaarheid van Brussel ervoor dat de Vlaming het enkele maanden liet afweten.

Voor onze organisatie klonk het signaal duidelijker dan ooit: we kunnen onze groei en relevantie in de toekomst alleen maar vrijwaren door volop in te zetten op participatie. Participatie van nog meer partnerorganisaties, maar vooral ook van het publiek. Hoe groter de betrokkenheid, hoe groter de drang om ook in moeilijkere omstandigheden deel uit te maken van onze dagelijkse werking.

Roel Leemans



MISSIE, VISIE EN CONTEXT

Missie

Muntpunt heeft als missie de kennis en de beleving van Brussel te bevorderen door een geïntegreerd informatie-, communicatie- en promotiebeleid te voeren over het aanbod van Brusselse, Vlaamse instellingen en organisaties.

Muntpunt biedt informatie, kennis en cultuur aan door bibliotheekdiensten te leveren.

Muntpunt zal Vlaanderen in Brussel en Brussel in Vlaanderen promoten om de hoofdstedelijke uitstraling en aantrekkingskracht te vergroten.

Muntpunt heeft tot taak:

- 1° te fungeren als een centraal aanspreekpunt met een fysiek en virtueel loket om aan individuele informatiezoekers algemene en thematische informatie over Vlaamse instellingen, organisaties, voorzieningen en evenementen, alsook andere stadsinformatie over Brussel, te verstrekken;
- 2° een platform uit te bouwen waar de Brusselse, Vlaamse instellingen, organisaties en voorzieningen elkaar kunnen ontmoeten en, in voorkomend geval samen met Muntpunt, activiteiten en evenementen kunnen ontwikkelen;
- 3° te functioneren als grootstedelijke openbare bibliotheek met toepassing van artikel 2, 5°, van het decreet Lokaal Cultuurbeleid en onder de voorwaarden vermeld in het convenant, bepaald in artikel 16, 1°, van het decreet Lokaal Cultuurbeleid;
- 4° te communiceren over kwaliteitsvolle producten en realisaties van de Brusselse, Nederlandstalige instellingen, organisaties en voorzieningen op het vlak van onderwijs, cultuur, welzijn en gezondheid en toerisme; en die producten en realisaties ook te promoten;
- 5° alle andere initiatieven te nemen en activiteiten uit te voeren die kunnen bijdragen tot de realisatie van de missie,
- 6° de infrastructuur te beheren.

Visie

Muntpunt wil als inspirerende Nederlandstalige ontmoetingsplek in Brussel bijdragen tot de bewuste oriëntatie van mensen in hun persoonlijke ontwikkeling en in hun deelname aan het maatschappelijk leven. Muntpunt wil dit realiseren door hét baken in de stad te worden dat oriënteert, informeert, inspireert en verbindt.

- Muntpunt doet dit door een ruim en actueel bibliotheekaanbod uit te bouwen
- Een brede waaier van informatie te verstrekken over het Brusselse aanbod en de Vlaamse instellingen in Brussel
- Ontmoetingen te stimuleren tussen mensen, culturen, partners en ideeën
- Brussel te promoten (in Vlaanderen en Vlaanderen te promoten in Brussel)

Context: Muntpunt in verbinding met een ruim werkveld

Muntpunt wil de kennis en beleving van Brussel bevorderen via een geïntegreerd informatie-, communicatie- en promotiebeleid over het aanbod van Brusselse en Vlaamse instellingen en

organisaties. Het oprichtingsdecreet vermeldt voornamelijk de Brusselse, Nederlandstalige voorzieningen op het vlak van onderwijs, cultuur, welzijn en gezondheid en toerisme.

Om zijn missie waar te maken, moet Muntpunt dus in verbinding staan met het Brusselse en Vlaamse werkveld, in het bijzonder met het Nederlandstalige gemeenschapsnetwerk. Het strategisch beleidsplan 2016-2020 benadrukt expliciet het belang van die verbinding.

De uitwerking van het beleidsplan vertaalt de verbinding in functie van de 3 kerntaken van Muntpunt:

Informatiecentrum (dynamische gidsfunctie en informatiebemiddeling)

Om de Brusselaar, Brusselgebruiker en Vlaming wegwijs te maken in leven, wonen, werken en vrije tijd komt er een informatienetwerk dat de verschillende domeinen van het leven in de stad omvat. Muntpunt werkt hiervoor samen met tal van kenniscentra, koepelorganisaties en voorzieningen uit de verschillende beleidssectoren:

- Welzijn, gezondheid en gezin
- Onderwijs, vorming en werk
- Cultuur en vrije tijd
- Wonen en leefbaarheid in de stad

Om specifieke doelgroepen te bereiken, wil Muntpunt in de toekomst nog intenser samenwerken met de diverse netwerken en vergelijkbare spelers in de stad.

Bibliotheekwerking (stimuleren van lees-, luister- en kijkplezier, expressie en mediawijsheid)

Muntpunt is een bibliotheek en de bibliotheek is het geheel der dingen. Deze kerntaak omvat de educatieve opdracht van Muntpunt op het vlak van leesbevordering, mediawijsheid en ruimer lees-, kijk-, en luisterplezier. Voor deze opdracht werkt Muntpunt structureel en projectmatig samen met het ruime bibliotheekveld en met het socioculturele netwerk in Brussel en Vlaanderen:

- Netwerk Brusselse bibliotheken
- Cultuurconnect
- Scholennetwerk
- Socioculturele actoren met focus op culturele en artistieke expressie (literatuur, podium, kunsten)

Promotie Brussel - Vlaanderen

Om ervoor te zorgen dat Brusselaars, Brusselbezoekers en Brusselgebruikers nog meer van Brussel en Vlaanderen gaan houden, werkt Muntpunt samen met actoren uit de sfeer van cultuur, toerisme, vrije tijd en media:

- Het Brussels en Vlaams cultuur-, vrijetijds- en medianetwerk
- Socioculturele actoren en cultuurcentra uit de rand rond Brussel, bijvoorbeeld vzw De Rand
- Cultuurcentra en bibliotheken uit de Vlaamse centrumsteden

STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

	INFORMATIE	BIBLIOTHEEK	PROMOTIE
SD1 Muntpunt is een knooppunt van kennis en informatie met focus op het Nederlandstalig gemeenschapsaanbod in Brussel en de Vlaamse instellingen	algemeen informatieaanbod SD1-OD1	collectie SD1-OD2	agenda SD1-OD3
SD2 Muntpunt verdiept kennis en informatie via actieve bemiddeling, educatie, ontmoeting en debat	dynamische gidsfunctie SD2-OD1	lees-, luister- en kijkplezier SD2-OD2	Brussel beleven SD2-OD3
SD3 Muntpunt verbindt stedelijke, regionale en (inter)nationale spelers om Brussel samen vorm te geven	Informatienetwerk SD3-OD1	bibliotheek en socio-cultureel netwerk SD3-OD2	Brussels en Vlaams netwerk SD3-OD3



SPEERPUNTEN 2017

Speerpunt 1: Participatie

Het voorwoord eindigde ermee, als speerpunt staat het op de eerste plaats: Muntpunt trekt in 2017 volop de kaart van nog meer participatie.

Het is de bedoeling om bezoekers en gebruikers nog beter te leren kennen en nog intenser in te spelen op hun behoeften en verlangens. Op die manier zal zowel het Muntpuntaanbod als dat van zijn partners nodig, waardevol en relevant blijven.

Mensen betrekken doe je niet alleen met een aanbod binnen de vier muren. Muntpunt gaat zijn potentieel publiek ook opzoeken: de Muntpuntmobiel zal eerst door Brussel en later misschien door heel Vlaanderen toeren op zoek naar ontmoetingen, verhalen en ideeën over de toekomst.

De stad, haar inwoners, bezoekers en gebruikers zullen zich steeds meer betrokken voelen. Tegelijk vergroot Muntpunt de eigen betrokkenheid bij het reeds bestaande (hoofd-)stedelijke aanbod.

Speerpunt 2: Doelgroepen

In 2016 werd, zowel in de programmatie als op communicatief vlak, de aanzet gegeven tot een specifieke doelgroepenbenadering.

Bij bepaalde groepen lukt het vrij vlot om meteen concreet te beginnen plannen. Bij andere vraagt het meer reflexie en dialoog om de juiste partners, invalshoeken en strategie te vinden.

Eén ding werd wel bevestigd: niet elke doelgroep zit te wachten op een eigen programma of aanbod. Zowel expats als kansengroepen (waarbinnen de actualiteit recent zorgde voor een nieuwe belangrijke groep, namelijk vluchtelingen) zoeken naar een inclusief programma en geen aanbod dat hen willens nillens op een eiland zet.

Speerpunt 3: Innovatie

Innovatie blijft een hot topic, ook in Muntpunt. In een wereld die erom draait de digitale disruptie altijd een stap voor te zijn, zijn de uitdagingen groot en talrijk. Vernieuwing is echter niet alleen een kwestie van meer petabytes. Het gaat er vooral om dat een organisatie haar relevantie blijft bewijzen in een snel evoluerende samenleving. Dat kan door nieuwe technologie in huis te halen, door de dienstverlening te faceliften, maar evenzeer door een educatief aanbod te ontwikkelen dat de digitale basisvaardigheden wil stimuleren.

Een nieuwe werkmethode en het I²-overleg moeten ervoor zorgen dat de teams Innovatie en ICT nauwer met elkaar gaan samenwerken. De I²-werkgroep fungeert als een soort denktank die de noden en behoeften van de organisatie structureel in kaart brengt en daarvoor de juiste onderzoeksmethodes kiest. Op die manier krijgen innovatieve ideeën en concepten meer kansen om omgezet te worden naar concrete projecten.



ACTIEPLAN

Publiekswerking

SD 1. Muntpunt is een knooppunt van kennis en informatie dat focust op het Nederlandstalig gemeenschapsaanbod in Brussel en de Vlaamse instellingen

OD 1. Muntpunt zet in op een duurzame en vraaggestuurde ontsluiting van alle basisinformatie over het (Nederlandstalig) gemeenschapsaanbod en de Vlaamse instellingen, en focust daarbij op de stedelijke actualiteit, de belangrijke levensfases, cultuur en vrije tijd

Actie: Van informatiemedewerkers tot informatie-experts

Waarom?

Het Team Info, onthaal en klantenzorg telt 15 medewerkers die dagelijks de bezoekers begeleiden in hun zoektocht naar informatie over het aanbod, Brussel en/of Vlaanderen.

In 2016 werd er ingezet op een correcte registratie en categorisatie van veelgestelde vragen. De vragen werden geanalyseerd en als het team zelf niet onmiddellijk een antwoord kon bieden, maakte het werk van een goede tweede- en derdelijnsdienstverlening.

Vanaf 2017 zal het team de eerstelijns kennis verdiepen om zo nog sneller en beter vragen te kunnen afhandelen.

Wat, hoe en wanneer?

Op basis van de veelgestelde vragen wordt de kennis van iedere medewerker in kaart gebracht en de expertise per domein (categorie) geanalyseerd. Nadien volgt een traject waarbij die kennis aan de hand van workshops en opleidingen uitgebreid wordt.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het kennisniveau van alle medewerkers wordt in het begin van het jaar gemeten. Op het einde van het jaar moet dat niveau bij iedere medewerker per categorie met minimum 1 punt gestegen zijn. Per categorie heeft het team ook 1 expert die binnen de 3 werkdagen een antwoord kan bieden op tweedelijns vragen.

Actie: Infotainment in de publieke ruimte

Waarom?

Muntpunt is een plek waar dagelijks honderden bezoekers over de vloer komen. Het is dan ook de perfecte plek om mensen te informeren en te sensibiliseren over maatschappelijke thema's, over onderwerpen die actueel of relevant zijn. Dat gebeurt nu al tijdens workshops, lezingen, acties en campagnes, en vanaf 2017 komen worden daar informatieproducten en boodschappen in de publieke ruimte aan toegevoegd. De boodschappen kunnen gaan over gemeenschapsmateries, maar ook over mediawijsheid, huisregels of enkele afspraken omtrent het gebruik van de ruimtes.

Wat, hoe en wanneer?

Concreet betekent dit dat er tijdens bepaalde periodes in het jaar gerichte informatieacties op de planning staan: waterflesjes met daarop een hulplijn en studietips uitdelen tijdens de blokperiode, een calorieteller op de trappen tijdens een sportactie of internetwijsheid op de zuilen van de

studiezaal... Dit zijn enkele voorbeelden van hoe informatie op een dynamische wijze indruk kan maken op de bezoekers.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Bezoekers in Muntpunt worden 'en passant' geïnformeerd en gesensibiliseerd over actuele thema's. Het netwerk van informatiepartners krijgt ook de kans om kleinschalige en gerichte informatieacties op te zetten.

Actie: Infoacties

Waarom?

Infoacties zetten de rol van Muntpunt als gids in de stroom van informatie, kennis en cultuur in de verf. Duiding en informatiebemiddeling zijn nodig, zeker in een complexe en diverse omgeving met veel kwetsbare groepen voor wie toegang tot (juiste) informatie geen evidentie is. Met gerichte informatieacties kan Muntpunt bepaalde thema's op de agenda zetten en het publiek sensibiliseren.

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt organiseert infoacties rond thema's die in de Brusselse en Vlaamse context belangrijk zijn. Daarbij worden ook partnerorganisaties uit het werkveld betrokken. De acties sluiten maximaal aan bij de actualiteit, en spelen in op landelijke of lokale campagnes. Een greep uit het aanbod voor 2017: Week tegen het Pesten, Week van de Kraamzorg, Dag tegen de Homofobie, Sportaanbod VGC, Inschrijven in Brussel.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Inhoudelijk sterke acties zullen de nodige weerklank en zichtbaarheid krijgen. De samenwerking met steeds meer partners zorgt voor een groeiend publieksbereik.

OD 2. Muntpunt ontwikkelt een vraaggericht en actueel collectiebeleid met brede titelspreiding (in het netwerk van de Brusselse openbare bibliotheken)

Actie: Engelse e-books

Waarom?

Muntpunt zal in consortium met 4 Vlaamse openbare bibliotheken een aanbod Engelstalige e-books ter beschikking stellen. Praktijkmanagement en begeleiding van dit pilootproject zijn in handen van Cultuurconnect. Uit diverse onderzoeken en de resultaten van de actie Verborgene Parels is gebleken dat er bij het publiek een vraag is naar e-books.

Deze actie mikt in de eerste plaats op bestaande leden die Engelstalige boeken lenen, maar deze extra dienst wil vooral het bereik verhogen bij de internationale gemeenschap in Brussel (focus: expats).

Wat, hoe en wanneer?

Het aanbod Engelstalige e-books bestaat uit vlotte en eigentijdse fictietitels. Voor Muntpunt worden die expliciet aangevuld met titels uit de Smart Thinking collectie. Het aanbod is gratis voor de eindgebruiker. De collectie zal tegemoetkomen aan de diverse verzuchtingen van bezoekers die (gratis) digitale content wensen te lenen.

Bovendien is Muntpunt één van de eerste bibliotheken in Vlaanderen die met een permanente collectie e-books zal starten. De interface van dit aanbod is gebruiksvriendelijk en geschikt voor tablets en e-readers. De voorbereiding van de pilot is gestart in 2016 en de uitrol is voorzien voor begin 2017.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het resultaat moet een stijging van de uitleenresultaten van Engelstalige titels zijn. De cijfers zijn op te halen uit de meetstaten van Mijn Bibliotheek.

Actie: 'MER. Station'-presentaties van kunstenaarsboeken in Muntpunt

Waarom?

Verder werkend op het plan om 'bijzondere' boeken (kunst ...) onder de aandacht van de bezoeker te brengen, gaat Muntpunt een samenwerking aan met uitgevershuis MER. Die samenwerking loopt nog tot 2019.

Wat, hoe en wanneer?

MER levert kunstenaarsboeken die in een afgesloten presentatiemeubel worden tentoongesteld. Op vaste tijdstippen zal het publiek ze kunnen doorbladeren en bewonderen.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het resultaat is een grotere bekendheid van kunst(enaars)boeken en hogere uitleen- en inkijkcijfers van de kunstcollecties. Dit project biedt een uitgelezen kans om de aantrekkingskracht op een andere manier te meten: via het aantal deelnemers aan de toonmomenten en via een boek waarin bezoekers indrukken kunnen noteren.

OD 3. Muntpunt zet Vlamingen op weg naar het Brusselse aanbod en draagt bij tot de positieve beeldvorming over Brussel in Vlaanderen

Actie: Hallo Brussel

Waarom?

Brussel is de cultuur-, kunst- en vrijetijdsstad bij uitstek. Muntpunt wil tegemoetkomen aan Brusselvragen met een soort tailormade aanbod, op vraag van particulieren én van groepen. Het eerste doelpubliek zijn inwoners van Vlaanderen die Brussel willen bezoeken.

In plaats van te vervallen in oubollige programma's wil UiTinBrussel een loket zijn waar je kunt shoppen uit een bestaand aanbod (de databases zijn in volle ontwikkeling), maar waar je vooral ook terecht kunt bij experts die je door Brussel kunnen gidsen.

Wat, hoe en wanneer?

'U vraagt, wij antwoorden ... zo snel mogelijk'.

UiTinBrussel ontwikkelt verschillende kanalen (online pop-ups, 0800-nummer, Facebook, print pavés ...) die linken naar het vrijetijds- en culturaanbod en die het publiek laten weten waar het terecht kan met vragen. Via e-mail, telefoon, sociale media ... Deze actie gaat ervan uit dat mensen niet Brusselschuw zijn, ze zijn Brusselonwetend!

Ook groepen kunnen via de verschillende kanalen een een tailormade oplossing laten samenstellen om Brussel te beleven.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het succes van de actie wordt gemeten via de zichtbaarheid in Brusselgelinkte info (Google Ads), via contactmiddelen (0800-nummer, uitinbrussel@muntpunt.be, Google Ads ...). Vragen worden geïnventariseerd aan de hand van aantallen, soort en aard.

SD 2. Muntpunt verdiept kennis en informatie via actieve bemiddeling, educatie, ontmoeting en debat

OD 1. Muntpunt zorgt voor interactieve informatiebemiddeling over het leven in Brussel op maat van iedereen

Actie: Informatiecampagne - Week van het Geld

Waarom?

De Week van het Geld is een nationale campagne van Wikifin.be (nationale werking voor financiële vorming) die loopt van 13 tot 17.03 en 2017 voor de tweede keer georganiseerd wordt. Muntpunt wil tijdens die campagne als informatiecentrum informeren en sensibiliseren over alle mogelijke geldzaken en als bibliotheek werk maken van de financiële opvoeding van het publiek.

Wat, hoe en wanneer?

Bij de Week van het Geld hoort een totaalprogramma dat Muntpunt samen met sterke inhoudelijke partners opstelt. Daar horen een informatieaanbod (folders, sessies ...) en –afhandeling (vorming personeel) bij, maar ook activiteiten zoals lezingen, docu's, expo's en workshops. Ondersteunend focust de bibliotheek op het collectiegedeelte dat gaat over geld en economie.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het succes van dit totaalproject over financiële geletterdheid wordt gemeten aan de afname van het folderaanbod, de uitleen van de themacollectie, de opkomst tijdens activiteiten en de deelname van relevante partners.

Actie: Vluchtelingen

Waarom?

In samenwerking met Vluchtelingenwerk Vlaanderen, vzw Meeting en Terra Nova willen we focussen op de kansengroep vluchtelingen. Het doel is om deze kwetsbare groep warm te maken voor Muntpunt, de Nederlandse taal en het Nederlandstalig aanbod.

Wat, hoe en wanneer?

De aanzet werd al in 2016 gegeven met de UiTinBrussel-website die zomeractiviteiten voor kinderen in Brussel duidde, conversatietafels Nederlands voor kinderen, (huis)robot Zora die de taalbarrière moest doorbreken ... In 2017 is het de bedoeling om een viertal aangepaste rondleidingen op te zetten die, mits positieve evaluatie, deel kunnen gaan uitmaken van het dagelijks aanbod.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het aantal deelnemers aan deze activiteiten en het aantal lidkaarten dat voor de doelgroep gemaakt wordt, is meetbaar.

OD 2. Muntpunt stimuleert het lees-, kijk- en luisterplezier, de expressie en de mediawijsheid

Actie: Passa Porta Festival

Waarom?

Passa Porta organiseert van 24 tot 26.03 haar tweejaarlijks internationaal literatuurfestival. Het ideeën- en auteursfestival stelt de kracht van verhalen via literatuur centraal. Bij deze editie hoort geen thema, maar er wordt ingespeeld op de actualiteit van de stedelijke samenleving.

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt wordt een centrale locatie in het parcours op zaterdag en zondag en zal voor de gelegenheid ook volledig open zijn op zondag 26.03. Passa Porta kan op Muntpunt rekenen voor medewerking aan een inhoudelijk totaalprogramma met literaire activiteiten voor verschillende doelgroepen en bovendien zet de bibliotheek segmenten van de collectie in de kijker die aansluiten bij dat programma.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het succes van de actie wordt gemeten aan de weerklank die het aanbod krijgt in het totale Passa Porta-aanbod en aan het aantal bezoekers dat hierop afkomt.

Actie: Kwartiermakers

Waarom?

Muntpunt enthousiasmeert en inspireert basisschoolleerkrachten om in de klas 15 minuten leestijd vrij te maken voor een boek dat de kinderen zelf kiezen. Een leesritueel van een kwartier per dag op school klinkt het niveau van de kinderen snel op. En met een hoger leesniveau worden andere vakken toegankelijker en kunnen ze hun talenten beter ontwikkelen.

Muntpunt voorziet voor 2 basisscholen een extra collectie (inclusief tijdschriften, strips, poëzie, luisterboeken) die langdurig op school kan blijven, bovenop de maandelijkse klasbezoeken die beperkt zijn tot 2 lees- en/of informatieve boeken per kind. Om het boekenaanbod voor de kinderen divers genoeg te houden, kunnen de scholen beide collecties wisselen.

Wat, hoe en wanneer?

Het eindproduct zijn 2 collecties jeugditens (ongeveer 750 per collectie) die tijdens het schooljaar op de deelnemende scholen blijven. Deze collecties worden samengesteld uit overvloedige dubbels uit de vaste collectie, aangevuld met nieuwe titels. Doordat de aanwezigheid van boeken in de klas een pak duidelijker wordt, wordt ook de leesomgeving van de basisschoolkinderen veel rijker.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Twee collecties van 750 items en 2 deelnemende scholen in 2017 moet voor een stijgend boekenplezier bij leerkrachten en kinderen zorgen en voor een grotere bekendheid van Muntpunt bij deze doelgroepen.

Actie: Poëzieweek

Waarom?

Poëzie heeft een heel eigen impact op een publiek. Gedichten zorgen voor een poëtische verwondering en een diepgang aan betekenissen. Poëzie is ook kwetsbaar, daarom moet je het

presenteren in een juist kader. Dat doen we door een aantal activiteiten voor verschillende doelgroepen te organiseren. Waar mogelijk zorgen we ook voor actieve deelname van het publiek.

Wat, hoe en wanneer?

De Poëzieweek (26.01 tot 02.02) zorgt in Muntpunt voor een poëtische verwondering via een aantal activiteiten die elkaar versterken. Het programma kan onder meer bestaan uit: Sehnsucht - Jonge Dichters (nieuwe lichting dichters), een poëziesalon met gedichten van elders (Vonk & Zonen), een poëzieatelier voor kinderen (Jeugd en Poëzie), visuele poëzie in de bibliotheek en een *slam*-atelier.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Poëzie komt tot leven voor een breder publiek. Door actieve deelname en verwondering groeit de appreciatie. Daarbij is er ook aandacht voor de eigen poëziesamenvatting.

Actie: Husseleirs

Waarom?

Muntpunt is een jonge en superdiverse hub. De vernieuwde stadsbibliotheek is uitgegroeid tot een neutrale, vrij toegankelijke verblijfplaats waar jongeren hun tijd doorbrengen en elkaar ontmoeten. En toch is er binnen het huidige programma weinig rechtstreekse participatie van die jongeren zelf. Dankzij een nauwere samenwerking met ervaren partners uit het Brusselse en Vlaamse jeugdwerk, zullen jongeren een stem krijgen en kan Muntpunt beter inspelen op hun leefwereld en noden.

Wat, hoe en wanneer?

In april 2017 geven we carte blanche aan enkele inspirerende Brusselse jongereninitiatieven die een bonte staalkaart bieden van de competente, talentvolle generatie bruggenbouwers die de grootstad rijk is. Er worden plannen gemaakt voor een dagprogramma (Youth Talks, debatten, workshops) voor klassen uit de 3de graad en een avondprogramma voor het brede publiek. Die avond wordt het cliché van de 'verloren generatie' op de korrel genomen.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Muntpunt wil duurzame banden smeden met het Brusselse en Vlaamse jeugdwerk en concrete kansen bieden aan jongeren die ruimte en ondersteuning zoeken voor hun toekomstvisies. Dit kan verder een plaats krijgen in doorlopende activiteitenreeksen voor en door jongeren.

OD 3. Muntpunt maakt werk van een positieve Brusselbeleving

Actie: Paspardoe

Waarom?

Het evaluatierapport 2014-2015 legt een aantal verbeterpunten voor Paspardoe bloot waarvoor remediëring noodzakelijk is. Op basis van het rapport werd een resolutie opgesteld en aangenomen. De belangrijkste punten zijn:

- Een vereenvoudiging in gebruik, in het bijzonder van de groepspas, zodat meer kansengroepen participeren aan cultuur en vrije tijd
- Bevorderen van cultuurparticipatie bij jongeren en kinderen
- Paspardoe bekender maken en meer gebruikers bereike
- De verbinding met UiTPAS bewaken, zodat Paspardoe in heel Vlaanderen gebruikt kan worden

- Het aanbod verder uitbreiden en diversifiëren.

Wat, hoe en wanneer?

Paspartoe wordt eenvoudiger en aantrekkelijker dankzij de verdere ontwikkeling van voordelen, door een duidelijke doelgroepencommunicatie en een aantrekkelijk welkomstpakket over de verkooppunten heen met koppeling aan mobiliteit en vrije tijd. Er volgen ook een bevraging van partners en gebruikers over de voordelen van Paspartoe en de resultaten van haalbaarheidsstudie rond de integratie van de bibkaart worden verder uitgerold.

Het aantal pashouders zal ook stijgen als Parpartoe een zichtbaarder merk wordt. Enkele elementen spelen daarop in: nieuwe verkoopsbalies, spaar-, ruil- en mobiele balies, een gefaseerde uitbreiding van het aanbod en een nieuwe marketingstrategie. Bij die strategie horen onder meer een verdere uitbouw van sociale mediacampagnes en handleidingen en promoties op maat van organisaties en verenigingen.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het aantal Paspartoegebruikers moet stijgen, met aandacht voor kwetsbare groepen. Het wordt een zichtbaar merk en een instrument dat gedragen wordt door de vrijetijdssector. De verbinding met het UiTPAS-netwerk wordt bewaakt.

Actie: Vlaanderen Feest, Brussel Danst

Waarom?

Net zoals de voorbije jaren organiseren we de festiviteiten naar aanleiding van de Vlaamse Feestdag in Brussel. We maken van deze dag gebruik om Brussel en Vlaanderen te verbinden. Vlamingen komen op bezoek in hun hoofdstad en Brusselaars maken kennis met de Vlaamse cultuur.

Wat, hoe en wanneer?

De editie van 2017 bouwt verder op het concept van de voorbije jaren waarbij op de Grote Markt, het Muntplein en de straten ertussen een programma wordt aangeboden voor jong en oud. Een nieuwkomer zal een extra luik in samenwerking met enkele grote Vlaamse cultuurhuizen (KVS, Beursschouwburg, AB ...) zijn en het wordt nog bekeken of het feest ieder jaar een grote Vlaamse stad in de schijnwerpers kan zetten. Alles blijft onder voorbehoud van de financiële en operationele haalbaarheid.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

11 juli moet iedere keer weer een dag worden waarop mensen naar Brussel komen. Muntpunt mikt daarbij op een jaarlijkse groei in bezoekersaantallen, maar beseft dat parameters zoals het weer en weekdag of weekend hier een rol in spelen.

SD 3. Muntpunt verbindt stedelijke, regionale en (inter)nationale spelers om Brussel samen vorm te geven

OD 1. Muntpunt werkt samen met partners aan een gezamenlijk en coherent informatienetwerk

Actie: Collectieplan in samenwerking met het netwerk van Brusselse bibliotheken

Waarom?

Uitgangspunt is een aantrekkelijke, vraaggerichte en actuele collectie, evenwichtig samengesteld binnen het netwerk van Brusselse openbare bibliotheken. Via een gezamenlijk ontwikkeld collectieplan maken de Brusselse bibliotheken afspraken over de collectieopbouw.

Het collectieplan moet een leidraad zijn voor de collectievormers van de bibliotheken binnen het netwerk. Het eerste plan vormt de basis voor verdere afspraken tussen de bibliotheken. Het einddoel is een efficiëntere spreiding van de verschillende collecties over het hele netwerk. Op die manier moet het aanbod beter beantwoorden aan de behoeften van de gebruiker, rekening houdend met lokale factoren en specialiteiten, en complementair zijn opgebouwd.

Wat, hoe en wanneer?

Het collectieplan met collectieprofielen is hét werkinstrument om een evenwichtige collectie uit te werken in Muntpunt, en bij uitbreiding in het hele netwerk. Het evolueert voortdurend en wordt aangepast naargelang het beleidsplan, de evaluatie van het gebruik, de wensen van gebruikers, het budget, de complementariteit en de afspraken binnen het netwerk.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Het netwerk maakt afspraken over een aangepaste samenstelling van de collectie, rekening houdend met de complementariteit binnen het netwerk van de Brusselse openbare bibliotheken. Die afspraken worden vastgelegd in collectieprofielen binnen het collectieplan Muntpunt volgens het gemeenschappelijk sjabloon.

Actie: Europa

Waarom?

Brussel is de hoofdstad van Europa, met de bijhorende concentratie van politieke en maatschappelijke instellingen. Europa is jammer genoeg vooral een verhaal van bureaucratie, grensproblemen en economie, te weinig een gemeenschappelijk cultureel en sociaal verhaal.

Nochtans ... Het politieke project EU heeft een impact op het dagelijkse leven, en niet alleen in de Brusselse Europese wijk. Bovendien delen de Europese landen een geschiedenis, heden en toekomst die het belichten waard zijn.

Muntpunt realiseert daarom de geleidelijke uitbouw van een Europese bibliotheek en een Europees verhaal dat relevant is voor zowel het bestaande publiek als een nieuw publiek van expats.

Wat, hoe en wanneer?

De expatwerking wordt verder uitgebreid met de experimentele opstart van Engelstalige activiteiten en een recurrent Europaprogramma naar aanleiding van het Europees voorzitterschap. Samen met het netwerk van European Libraries en Europese culturele instellingen onderzoekt Muntpunt of aan de collectie een Europealabel kan worden toegevoegd.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het streefdoel is een verdere uitbreiding van de samenwerking met expatorganisaties om via een aangepast aanbod een nog grotere groep expats en anderstaligen te bereiken. Muntpunt wil voor deze groep mensen een Vlaams-Nederlandstalig baken in Brussel worden.

OD 2. Muntpunt participeert in diverse netwerken en partnerships om de bibliotheekwerking te verankeren

Actie: Scholenportfolio hoger onderwijs

Waarom?

Docenten en leerlingen van het hoger onderwijs maken kennis met het volledige Muntpuntaanbod. Hierbij ligt de klemtoon op enkele specifieke en minder voor de hand liggende collectieonderdelen. De doelgroep laat zich verrassen tijdens boekenrondleidingen van Muntpuntmedewerkers met expertise in een specifiek collectieonderdeel en wordt geënthousiasmeerd om actief deel te nemen aan Muntpuntdiensten en -activiteiten.

Wat, hoe en wanneer?

Eindproduct is een portfolio van alle Muntpuntdiensten voor het hoger onderwijs. Daarin zitten alle comfortdiensten (groepskaarten, Gopress-toegang op school via Muntpunt ...), uitgelichte collectieonderdelen die aansluiten bij bepaalde studierichtingen en een jaarprogramma van activiteiten (boekenrondleidingen, selectie interessante debatten en lezingen).

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Een portfolio van alle Muntpuntdiensten voor instellingen van het hoger onderwijs moet leiden tot een betere bekendheid van het Muntpuntaanbod bij deze doelgroep. Daarnaast mag ook de deelname aan activiteiten bij deze doelgroep stijgen.

Actie: Europalia Indonesia

Waarom?

Als grote openbare bibliotheek en informatiecentrum in Brussel wordt Muntpunt in 2017 een partner voor Europalia Indonesia.

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt sluit met Europalia een partnership af en in overleg worden workshops, lezingen en expo's gepland. Beide partners zetten hiervoor hun communicatiekanalen in en daardoor zal de organisatie ook een publiek van anderstaligen en expats bereiken dat zich momenteel nog niet aangesproken voelt.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Een inhoudelijk stevig programma sluit aan bij de bibliotheek- en informatiewerking. Als Europalia-partner krijgt Muntpunt zichtbaarheid bij een internationaal publiek.

Actie: Heropening Afrikamuseum Tervuren

Waarom?

De geschiedenis van België en Brussel is onlosmakelijk verbonden met die van de Democratische Republiek Congo. Eind 2017 opent het Koninklijk Museum voor Midden-Afrika in Tervuren opnieuw haar deuren, een ideale gelegenheid om het hedendaagse engagement en ondernemerschap van de Afrikaanse gemeenschap in Brussel en Vlaanderen te belichten.

Wat, hoe en wanneer?

In november 2017 wil Muntpunt inpassen op de heropening en een actie uitwerken waarbij de bijdrage van de Afrikaanse diaspora aan het Europese en Brusselse culturele landschap belicht wordt. In samenwerking met het Afrikamuseum neemt Muntpunt zijn collectie onder de loep en plant het

een aantal rondleidingen in het vernieuwde museum en in de stad. Daarnaast komt er een veelzijdig weekprogramma dat wordt samengesteld met andere cultuurhuizen die rond dezelfde thematiek zullen werken (onder meer Afrika Filmfestival Leuven, Afropolitan Chronicles van Bozar, I have a dream-project van Zinnema).

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Brusselaars en Vlamingen moeten hun weg vinden naar het vernieuwde museum. Muntpunt zet de heropening in de kijker door er zowel met de collectie als met het programma op in te spelen. Daarnaast wil de organisatie werken aan een betere kennisdeling over het Afrikaanse continent in al haar veelzijdigheid, met een klemtoon op de Belgo-Congolese verwevenheid. Het is de bedoeling om nieuwe banden te smeden met bestaande projecten en organisaties die hierrond nieuwe expertise kunnen delen.

Actie: Taalunie - Huis van het Nederlands - Muntpunt

Waarom?

De Taalunie, het Huis van het Nederlands en Muntpunt hebben een verklaring tot samenwerking opgesteld. Door samen te werken kunnen de 3 organisaties elkaar versterken. De aanleiding was de overdracht van de taalleermiddelencollectie voor het onderwijs Nederlands als Vreemde Taal (NVT) van de Taalunie naar Muntpunt.

Via Muntpunt wordt de collectie niet alleen toegankelijker en beschikbaar gemaakt voor lesgevers NVT, maar ook voor lesgevers en cursisten NT2 (Nederlands als tweede taal). Voor het NT2-perspectief werd ook het Huis van het Nederlands in Brussel een partner.

Vanuit hun complementaire missies engageren de 3 partners zich bovendien om ook andere samenwerkingsmogelijkheden te verkennen, bijvoorbeeld op het vlak van ontmoeting, ondersteuning en professionalisering van lesgevers NT2 en NVT.

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt beheert de collectie taalleermiddelen voor NVT. De Taalunie voorziet jaarlijks een budget van € 5 000 en adviseert bij de aankoop van de nieuwe titels.

Muntpunt zorgt ervoor dat 1 keer per maand een consultant van de Taalunie aanwezig is die aan taalleerkrachten professioneel advies kan geven over de collectie en hoe ze ermee aan de slag kunnen.

De 3 partners zullen regelmatig een activiteit organiseren voor taalleerkrachten Nederlands.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het resultaat wordt gemeten aan de hand van het aantal taalleerkrachten dat gebruik maakt van het consult, het aantal uitleningen van de collectie en het aantal deelnemers tijdens netwerkmomenten.

OD 3. Muntpunt werkt samen met actoren uit Brussel, de Vlaamse rand en Vlaamse centrumsteden om een grotere zichtbaarheid en een positieve beleving te creëren van Brussel in Vlaanderen

Actie: Digitale 'doe-het-zelf'-wandelingen

Waarom?

De uitdaging is het clichébeeld van Brussel te ondergraven en een verrassende kijk op Brussel te bieden. Het imagoprobleem van Brussel is gedeeltelijk een kwestie van onvoldoende kennis. Tijdens gratis digitale doe-het-zelfwijkwandelingen verlaat je de platgetreden paden en het standaard toeristische aanbod om Brussel op eigen ritme te ontdekken. Brussel en zijn organisaties worden ook beter in kaart gebracht. Bij nogal wat organisaties is de content zeer waardevol, maar moeilijk vindbaar, slecht gepresenteerd en weinig toegankelijk qua taalgebruik. Samenwerking met verschillende actoren laat toe toeleiding te faciliteren, crossreferenties te maken en het aanbod verder te verrijken.

Wat, hoe en wanneer?

Via de gratis digitale doe-het-zelfwijkwandelingen volgen bezoekers een uitgestippeld parcours of ontdekken ze enkel de punten die hen interesseren via klassieke foto-, film- of geluidsfragmenten en nieuwe multimediatools. Een Brusselse wijk wordt vanuit tal van invalshoeken besproken: maatschappelijke ontwikkeling, stedenbouw, architectuur, erfgoed, migratie, persoonlijke verhalen van bewoners en urban legends. Iedereen kan de wandeling verrijken met eigen weetjes (zie Wikipedia crowdsourcing) of een eigen parcours uitstippelen en delen (zie fietsnetwerk). Het resultaat is een uniek, groeiend en gedeeld verhaal van en over Brussel.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het begint bij een nulmeting van het aantal downloads van wandelingen en het aantal interacties op elke wandeling. Daarnaast houdt Muntpunt ook het aantal tablets bij die tegen betaling uitgeleend worden. Bovendien worden alle reacties geregistreerd die binnenkomen via de diverse kanalen.



Ondersteunende werking

Algemeen

Actie: Jongeren Amb(r)assadeurs

Waarom?

Meer dan 20 procent van de Muntpuntbezoekers zijn jongeren, maar hun participatie en inspraak binnen de reguliere werking bleef tot nu toe beperkt. Het project Amb(r)assadeurs wil kwetsbare jongeren aanwerven als ambassadeurs binnen de organisatie. Zij krijgen groeikansen door concrete werkervaring op te doen en hun aspiraties te ontplooien. Tegelijk sturen ze een positief signaal uit naar leeftijdsgenoten die regelmatig in Muntpunt vertoeven.

Wat, hoe en wanneer?

Met de hulp van de expertise van JES en de Erasmushogeschool engageert Muntpunt een jeugdwerker die jongeren zal aanspreken, rekruteren en aansturen in de bib. In het eerste jaar zullen de jongeren betrokken zijn bij de publiekswerking. Vanaf het tweede jaar kunnen de ambassadeurs ook ingezet worden voor andere facetten zoals programmatie en communicatie. Bij het project is een duurzaam groeitraject van 5 jaar voorzien.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Muntpunt streeft naar participatie van de grote groep jongeren aan de publiekswerking (onthaal, stewards ...), maar ook aan de opmaak en uitwerking van het inhoudelijk aanbod. Na 3 jaar zouden minstens 20 jongeren naar de vrijwilligerswerking moeten doorstromen, waarvan er minimum 10 verder betrokken blijven bij de bredere werking van het huis.

Communicatie

Actie: Doelgroepencommunicatie

Waarom?

Muntpunt ging in 2016 van start met een doelgroepenwerking en focust in 2017 opnieuw op deze groepen: young adults, expats, gezinnen met kinderen, scholen en kansengroepen. In 2016 stond de doelgroepencommunicatie in zijn kinderschoenen, in 2017 wordt dit verder uitgewerkt.

Wat, hoe en wanneer?

Bij elke doelgroep hoort een communicatie die gebaseerd is op de definiëring van die doelgroep en zijn interesses. Hierbij gaat Muntpunt op zoek naar samenwerkingen met (nieuwe) (communicatie)partners en met de doelgroep zelf.

De concrete communicatieproducten zullen grotendeels afhangen van het aanbod voor elk van de doelgroepen op het gebied van programmatie, collectie, informatie ... Dit staat uiteraard los van specifieke projecten.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Muntpunt zal verschillende communicatiekanalen en acties opzetten, al dan niet meertalig, op maat van de verschillende doelgroepen. Denk aan een nieuwsbrief of folder die zich specifiek tot een doelgroep richt.

Actie: Nieuwsbrieven

Waarom?

Momenteel is het opstellen, verzenden en monitoren van de verschillende nieuwsbrieven een zeer arbeidsintensief karwei. De nieuwsbrieven gaan in hun huidige vorm al enkele jaren mee en zijn, zowel inhoudelijk als qua looks, aan vernieuwing toe. Ook op strategisch vlak kunnen ze een evaluatie in functie van (team)doelstellingen en doelgroepen gebruiken.

Wat, hoe en wanneer?

Het design mag aangepast worden aan de huisstijl, moet geschikt zijn voor mobiele toestellen en de UTM tracking codes voor Google Analytics implementeren. Er hoort een zoektocht bij naar een handige tool voor de opmaak van een HTML-nieuwsbrief.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

De optimalisatie van de nieuwsbrieven op het vlak van gebruiksvriendelijkheid en aantrekkelijkheid zal zorgen voor een betere e-communicatie met doelgroepen. Dit moet na 1 jaar resulteren in een stijging van het aantal abonnees met 5%.

Actie: Meertalige communicatie

Waarom?

Muntpunt startte in 2016 met een pilootproject rond meertaligheid (Nederlands, Engels en Frans) voor 3 specifieke doelgroepen: studenten (100%), expats (100%) en gezinnen met kinderen (50%). In 2017 krijgt dit project een uitbreiding volgens de gedetecteerde noden van het afgelopen jaar. De Brusselse meertalige realiteit moet nog meer weerspiegeld worden in de Muntpuntwerking en daarom is een meertalig(er) communicatiebeleid noodzakelijk.

Wat, hoe en wanneer?

Het meertalig communicatiebeleid wordt uitgebreid. De doelgroep studenten wordt in 2017 de volledige groep young adults. De communicatie die zich richt tot gezinnen met kinderen wordt 100% meertalig. En er komt met kansengroepen een nieuwe doelgroep (100%) bij.

Alle corporate communicatie wordt ook meertalig, met apart drukwerk per taal, ongeacht de beoogde doelgroep.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Muntpunt krijgt een consistent meertalig beleid voor de doelgroepen en voor corporate communicatieboodschappen waar nodig binnen de Brusselse context.

Onthaal en klantenzorg

Actie: Reservatiesysteem studieplekken

Waarom?

Tijdens de blokperiode zijn de studieplekken in Muntpunt ontzettend populair. Studenten staan al vroeg in de rij om een zitje te bemachtigen. Om dit proces vlotter te laten verlopen wil Muntpunt aan de hand van een laagdrempelig en online systeem enkele studieplekken beschikbaar maken voor reservatie.

Wat, hoe en wanneer?

De gebruikersanalyse en de user stories workshop zorgden voor de juiste input om te kunnen analyseren wat nodig is. Muntpunt bouwt bij voorkeur verder op de bestaande systemen om te vermijden dat de gebruiker alweer een aparte tool aangereikt krijgt.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het is de bedoeling om de wachtrijen in de korten, de blokperiode ordentelijker te laten verlopen en 'inpalmgedrag' te vermijden. Een efficiënter gebruik van de plaatsen (1 stoel per persoon) zorgt voor extra capaciteit.

Actie: Gebruikersbevraging

Waarom?

Muntpunt wil zijn bezoekers, gebruikers en leners nog beter leren kennen. Het is belangrijk om inzicht te krijgen in hun ervaringen met de organisatie. Wat ervaren ze als positief en wat ervaren ze als negatief? Wat doet Muntpunt goed en wat kan beter? Waar kan en waar moet bijgestuurd worden om bezoekers en gebruikers blijvend te binden?

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt gaat op zoek naar een gespecialiseerde organisatie die een traject uitwerkt om te komen tot een bevraging die juiste, meetbare informatie verschaft.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Een klantgerichte dienstverlening met een duidelijk zicht op de algemene tevredenheid van de bezoekers is onontbeerlijk. Muntpunt wil een dynamisch en proactief beleid voeren als het gaat om gebruiksgemak en comfort.

Actie: Ingrepen in de publieke ruimte

Waarom?

Muntpunt is 3 jaar open. In die periode kregen de publiekswerkers en het Team Facility het reilen en zeilen van het gebouw volledig onder de knie. Vele observaties leren dat enkele kleine ingrepen in de ruimte de beleving voor het publiek aanzienlijk kunnen verbeteren.

Wat, hoe en wanneer?

Een aantal ingrepen kunnen de beleving verbeteren, zoals een telefoonhokje aan de studiezaal, de herinrichting van het onthaallokaal voor een betere ontvangst en de creatie van andere, nieuwe groepswerkplekken.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

Het doel is om hiermee enkele terugkerende problemen (luid telefoneren, verstopgedrag van jongeren ...) en klachten op te lossen en het comfort van de bezoeker te vergroten.

I² (Innovatie en ICT)

Actie: Aanpassing internet- en telefoniediensten

Waarom?

Als Muntpunt een betrouwbare telefoniedienst (inclusief internet, wifi, unified communications) van hoge kwaliteit wil aanbieden, dan vraagt de bestaande architectuur om een optimalisatie. Dit houdt in dat Muntpunt aansluiting zoekt op een fibernetwerk, het beschikbare debiet (upload/download) wil verhogen, een slimme unified communications-oplossing installeert, de verouderde DECT centrale afschaft en een stabiele wifiongeving krijgt.

Wat, hoe en wanneer?

In de zomer van 2016 is een RFQ gelanceerd om de juiste partner te kunnen selecteren.

Via aansluiting op een glasvezellijn (fiber) zal Muntpunt beschikken over een flexibele omgeving waarbij het debiet makkelijk verhoogd of aangepast kan worden om de gebruikers meer bandbreedte te geven.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

De gebruikservaring van zowel de pc's (Stadstudiezaal ...) als de wifi zal gevoelig verbeteren, en dat moet resulteren in minder klachten of opmerkingen en minder ICT-interventies.

Actie: Intelligente displaytafels

Waarom?

Klanten krijgen inspiratie door een actuele en regelmatig wisselende selectie van items op de zogenaamde themastanden. De statistieken bewijzen dat de standen effect hebben op de bezoekers. Maar er schuilt een tijdrovende procedure achter waarbij items vooraf en nadien opnieuw gecatalogeerd moeten worden. Intelligente displaytafels laten toe om de actuele plaats van de tentoongestelde items correct weer te geven in de catalogus zonder bijkomende arbeidsintensieve ingrepen in het Vubis bibliotheekstelsel.

Wat, hoe en wanneer?

Er wordt één intelligente tafel opgesteld als test. Via de ingebouwde antennes worden de RFID-labels in de boeken continu gelezen en via een SIP2-verbinding worden mutaties van en naar de tafel aan het circulatiesysteem doorgegeven.

Gewenst resultaat? Hoe wordt dat gemeten?

In eerste instantie zal de gebruiksvriendelijkheid en flexibiliteit van het systeem gemeten worden. Via de gebruikstatistieken leert Muntpunt hoe aantrekkelijk dit aanbod is voor de bezoekers.



Dagelijks beheer

HR

Om het actieplan te doen slagen, blijft Muntpunt investeren in een divers en gemotiveerd team.

Personeelsplanning

Een optimale inzet van het aanwezige talent is het uitgangspunt voor de personeelsplanning in 2017. Hiaten die ontstaan door uitstroom of nieuwe noden worden eerst opgevangen door interne verschuivingen. Enkel wanneer de werking extra inzichten of expertise vergt, zullen externe krachten het Muntpuntteam te versterken. Verder kunnen alternatieve werkkrachten (vrijwilligers, stagiairs, jobstudenten en andere) nog steeds hun talenten inzetten om mee te schrijven aan het Muntpuntverhaal.

Academie Muntpunt

Medewerkers krijgen de kans om hun competenties te verrijken en zichzelf te ontwikkelen via Academie Muntpunt. Daar vinden ze een gevarieerd aanbod van opleidingen, kennisdeling, coaching en teambuilding. Terwijl dat aanbod de afgelopen jaren sterk gericht was op de professionalisering van de Muntpuntwerking, gebeurt de samenstelling nu steeds meer op maat van specifieke team- of individuele ontwikkelingsbehoeften.

Daarnaast kent Academie Muntpunt nieuwe accenten om in 2017 de publiekswerking te ondersteunen: taalopleidingen en coaching om in te spelen op de meertaligheid van Muntpuntklanten, kennisdeling via participatie van partners, coaching van jongerenambassadeurs (vaste medewerkers en vrijwilligers).

Muntpuntwaarden

In de aanloop naar de opening definieerden de Hoofdstedelijke Openbare Bibliotheek en Onthaal en Promotie Brussel samen een reeks Muntpuntwaarden. Sindsdien kreeg Muntpunt concreet vorm als organisatie en groeide het Muntpuntteam uit tot een diverse en harmonieuze groep van betrokken medewerkers. De tijd is rijp om de huidige waarden te evalueren zodat medewerkers, partners en bezoekers de Muntpuntidentiteit beter kunnen benoemen en delen. Een waardenoefening op basis van concrete Muntpuntbelevingen en -verhalen beoogt die herkenbare identiteit als resultaat.

Financieel

Er wordt voor 2017 uitgegaan van een begrotingsevenwicht.

Naast de budgetten die de voorbije jaren reeds bestonden voor specifieke taken en opdrachten, wordt er in de werking aandacht besteed aan deelopdrachten die tot nu toe onderbelicht bleven: innovatieve bibliotheektrajecten, expatwerking, de samenwerking met de Brusselse rand en Vlaanderen ...

Deze begroting wil duidelijke keuzes maken waarin zoveel mogelijk facetten van de Muntpuntopdracht de nodige aandacht krijgen en waarin het aanbod voor gebruikers of bezoekers groeit, in volume en in kwaliteit.

Om maximaal in te spelen op groei en ontwikkeling zullen de middelen die beschikbaar komen door geplande pensioneringen besteed worden aan de aanwerving van vervangende, al dan niet tijdelijke, nieuwe collega's. Op die manier is de basiswerking van Muntpunt veilig.

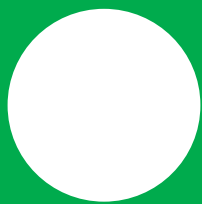
Muntpuntbegroting

UITGAVEN		Begroting 2017
Benaming		€
Items		<u>344 200</u>
Commercieel beleid		<u>94 500</u>
Organisatiekosten		<u>1 372 610</u>
<i>ICT</i>		184 000
<i>Onderhoud</i>		75 000
<i>Nutsvoorzieningen</i>		388 000
<i>Algemeen</i>		82 000
<i>Honoraria</i>		21 500
<i>Productie & communicatie</i>		589 000
<i>Verzekeringen</i>		33 110
Bezoldigingen, soc.lasten, pensioenen		<u>3 023 777</u>
<i>Lonen, vakgeld, premies</i>		2 135 114
<i>Werkgeversbijdragen</i>		563 934
<i>Andere personeelskosten</i>		321 729
<i>Provisies</i>		3 000
Afschrijvingen		<u>316 123</u>
Andere bedrijfskosten		<u>15 490</u>
Financiële kosten		<u>2 650</u>
Uitzonderlijke kosten		<u>1 500</u>
Andere		<u>150</u>
		5.171.000
INKOMSTEN		BO 2017
	/	
Omzet		<u>473 000</u>
Omzet		45 000
Bibliotheekwerking		205 000
Verkoop afgevoerde items		10 000
Verhuur lokalen aan vzw's		43 000
Verhuur aan bedrijven		40 000
Doorgerekende diensten (incl. Paspartoe)		85 000
Commercieel beleid (incl. sponsoring door 3den)		45 000
Subsidies		<u>4 160 150</u>
Overige opbrengsten		<u>309 600</u>
Financiële opbrengsten		<u>227 750</u>
Uitzonderlijke opbrengsten		500
		5.171.000

COLOFON

Hoofdredactie: Roel Leemans
Eindredactie: Femke Coopmans
Vormgeving: Katleen Poelmans
Fotografie: Lies Engelen, Bram Nevejans, Jean Dujardin

Muntpunt • Munt 6 • 1000 Brussel.



MUNTPUNT