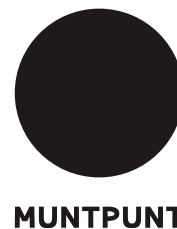


# ACTIEPLAN 2021



# VOORWOORD

Beste lezer,

Hier is het actieplan 2021, waarmee we een nieuwe beleidsperiode inzetten. Daarin bouwen we voort op ons sterke inhoudelijke aanbod, maar slaan we ook nieuwe wegen in en gaan we verse uitdagingen aan.

We zetten extra in op het bereiken van een publiek dat nog niet altijd de weg vindt naar Muntpunt, de Vlaamse instellingen of het Nederlandstalige aanbod in Brussel. Onze inspanningen moeten ervoor zorgen dat niemand achterblijft, en dat Muntpunt voor een nog grotere groep gebruikers de plek of het kanaal wordt dat hen gidst en begeleidt.

We werken niet alleen voor hen, maar ook mét hen. Via participatieve trajecten maken we een ruim en divers aanbod aan boeken, informatie en verhalen beschikbaar voor iedereen. Samen maken we van Muntpunt een doe- en maakplek, die sterk inzet op het aanleren en ontwikkelen van allerlei vaardigheden, zodat niemand achter hoeft te blijven in een razendsnel evoluerende maatschappij.

2021 wordt de aanzet van een periode waarin we het aanbod, én de opgedane expertise, willen delen binnen de vele netwerken. Via doelgerichte communicatie willen we ze ook beschikbaar maken voor een zo groot mogelijk publiek, binnen en buiten Brussel. Komend jaar verwijzen we een bizar 2020 naar de achtergrond en richten we onze blik resoluut op de toekomst.

Veel leesplezier.

Roel Leemans

Algemeen Directeur





- 1. No smoking
- 2. No eating or drinking
- 3. No pets
- 4. No loud music
- 5. No smoking
- 6. No smoking
- 7. No smoking
- 8. No smoking

Multi



# INHOUDSOPGAVE

Voorwoord .....	2
Inhoudsopgave .....	4
Missie, kernopdrachten en visie.....	6
Missie.....	6
Visie .....	6
Publiekswerking .....	8
SD1 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden het antwoord op hun vragen waardoor ze volwaardig kunnen participeren en functioneren in een complexe stedelijke samenleving .....	9
OD1 Muntpunt beschikt over een volwaardige wegwijswerking met gespecialiseerde info-experts die zorgen voor een kwalitatief hoogstaande dienstverlening.....	9
OD2 Een groter informatieaanbod en meer contactmogelijkheden resulteren in een breder en inclusief publieksbereik .....	10
OD3 Partnerorganisaties gebruiken Muntpunt als informatie- en communicatieplatform .....	13
SD2 Brusselaars en Vlamingen ontdekken Brussel als cocreatieve stad die bouwt aan een duurzame en inclusieve toekomst .....	15
OD1 Met een breed publiek worden inspirerende verhalen gedeeld over diverse initiatieven die bijdragen tot een leefbare stad voor iedereen .....	15
OD2 Brusselaars en Vlamingen vinden een toegangspoort tot Brussel die hun blik op de stad verruimt en verdiept .....	16
SD3 Brusselaars en Brusselgebruikers ontdekken een schatkist aan ideeën, opinies en verhalen die handvatten biedt voor een beter leven en bijdraagt aan een inclusieve, democratische samenleving.....	19
OD1 Muntpunt bevordert lezen, wakkert leesplezier aan en laat kennismaken met verhalen en literatuur.....	19
OD2 Muntpunt verbindt Brusselaars en Brusselgebruikers rond ideeën en verhalen .....	21
OD3 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden duiding bij hedendaagse samenlevingsthema's en maken deel uit van het open debat hierover.....	23
SD4 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden een plek om levenslang te leren, vaardigheden te ontwikkelen en kennis te delen om zo sterker te staan in de samenleving .....	25
OD1 Wie Nederlands wil leren, krijgt tal van oefenkansen in een informeel kader.....	25
OD2 Muntpunt is een laagdrempelige leeromgeving voor digitale vaardigheden en mediawijsheid .....	26
OD3 Muntpunt is een laagdrempelige werk- en maakplek waar gebruikers kunnen experimenteren en van elkaar kunnen leren .....	28
SD5 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden in Muntpunt, en op andere plekken in de stad, een veilige en inclusieve derde plek.....	30
SD6 Als communicatiehuis is Muntpunt de spil in het uitdragen van het N-aanbod naar een zo breed mogelijk publiek in Brussel en Vlaanderen.....	33

SD6OD1 Paspartoe groeit uit tot een sterk merk, verbonden met een breed en divers aanbod, en afgestemd op de noden van de Brusselaar en Brusselgebruiker .....	33
SD6OD2 Door een scherpere positionering zorgt Muntpunt voor een grotere doorstroming van het N-aanbod naar het publiek .....	34
SD6OD3 Binnen het N-netwerk initieert Muntpunt een participatief traject dat leidt tot een gezamenlijk communicatiebeleid .....	35
Organisatorische werking .....	39
Organisatieontwikkeling .....	39
Hr .....	39
Vernieuwing feedbackgesprekken .....	39
Muntpunt als lerende organisatie .....	39
Onthaal en klantenzorg .....	40
Verbetertrajecten (fysieke en digitale) dienstverlening .....	40
Innoveren op de front-office trainingsmethodes .....	40
Innovatie .....	41
Stappenplan digitale strategie .....	41
Optimalisatie van Wise en uitwerken van nieuwe dienstverlening .....	41
Traject (digitale) gebruikerservaring .....	42
(Impact)indicatoren .....	42
Communicatie .....	43
Merkenstrategie .....	43
Dagelijks beheer .....	46
Financieel .....	46



# MISSIE, KERNOPDRACHTEN EN VISIE

## *Missie*

Muntpunt bevordert de kennis en de beleving van Brussel 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 om:

- 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, en ook andere stadsinformatie over Brussel te verstrekken.
- 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.
- 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.
- 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.
- alle andere initiatieven te nemen en activiteiten uit te voeren die kunnen bijdragen tot de realisatie van de missie.
- de infrastructuur te beheren.

## *Visie*

Muntpunt is een inspirerende plaats waar informatie, verhalen en ideeën worden uitgewisseld en uitgediept. Deze worden aangebracht door een gevarieerd en uitgebreid netwerk van Nederlandstalige en anderstalige initiatieven uit Brussel, Vlaanderen en de wereld.

Muntpunt is een betekenisplek en een huis van vertrouwen dat bijdraagt tot de levenskwaliteit en bezoekers ondersteunt in hun zelfontplooiing. Bezoekers ervaren Muntpunt als een gedeelde, publieke ruimte die inzet op geïnformeerd en participerend burgerschap.

Muntpunt bouwt aan een inclusieve, democratische samenleving en een beter leven voor iedereen.



LEES CLUB **GMING**

DIY-BOEKENCLUBS  
VOR JOU &  
JE VRIENDEN

MET STEEDS NIEUWE  
SPRAAKMDEKENDE  
BOEKEN IN  
5 CATEGORIEËN

ONTDEK ZE ALLEM  
WWW.MURTPURIT.BE/LEESCLUB

LEES CLUB

LEES CLUB

# PUBLIEKSWERKING

## Algemeen

In overeenstemming met de beleidskeuzes start Muntpunt nieuwe acties binnen de verschillende doelstellingen op, en zet ook processen in gang over de strategische doelen heen.

Muntpunt versterkt zijn inbedding in de stedelijke context, door een team van info-experts op te leiden dat alle vragen over het leven in de stad kan beantwoorden. Specifieke expertise voor kwetsbare doelgroepen is daarbij prioritair. UiT in Brussel verandert het geweer van schouder en zet in op gemeenschapscommunicatie, zoals de creatie van een aantal bijzondere portretten van markante Brusselse initiatieven.

Inspanningen om specifieke kansengroepen te bereiken worden aangescherpt, door een outreachende werking voor kwetsbare gezinnen op te starten en ervaringsdeskundigen te betrekken bij de werking van Muntpunt als infopunt. Het dekoloniseringstraject komt op kruissnelheid en zet in op een diversifiëring van het jeugdaanbod, om andere doelgroepen beter te bereiken.

Het team maakt werk van de platformfunctie dankzij de opstart van een oefenkansenplatform NT2 en de inventaris van communicatienoden in het N-netwerk. Muntpunt gaat ook van start met een Brusselse leesgemeenschap en engageert zich daarbij als 'community librarian', zowel offline als online. De organisatie versterkt haar dragende rol in het bovenlokaal collectiebeleid rond anderstalige collecties, en is een dragende partner in een nieuw, netwerkgericht verhalenproject dat een meertalig en divers Brussel verbeeldt (Brussels, City of Stories).

De coronacrisis heeft aangetoond dat de Brusselse bibliotheken in het hart van de samenleving staan en een essentiële rol spelen in het leven van de meest kwetsbare mensen. Daarom heeft het Muntpuntteam een afhaalservice opgestart, en de deuren van de computerzaal en studieplekken geopend. Er zijn tal van online-initiatieven opgezet, en waar mogelijk zijn kleinschalige interventies of activiteiten in openlucht ontwikkeld. Muntpunt is samen met de VGC ook een dragende partner in Connecting Brussels: een bewijs dat de organisatie niemand in de steek laat, en ook telefonisch permanent nabij is en voor iedereen een antwoord op maat wil zoeken. De huidige crisis toont aan dat het team op verschillende fronten actief is en dat ook in 2021 zal blijven, zowel in huis als telefonisch of online.



## *SD1 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden het antwoord op hun vragen waardoor ze volwaardig kunnen participeren en functioneren in een complexe stedelijke samenleving*

### DOEL SD1

Muntpunt is een laagdrempelige toegangspoort naar alle kennis en informatie over het leven in de stad en de Brusselse samenleving. Zijn kennis over het Nederlandstalige en Vlaams partnersnetwerk in Brussel en daarbuiten, alsook zijn expertise als doorverwijzer binnen de sociale en culturele sector, maakt van Muntpunt de ideale organisatie om het publiek te gidsen in Brussel.

De grote diversiteit aan Nederlandstalige initiatieven wordt op één plek en op maat verzameld.

Het team maakt informatie beschikbaar en helpt het publiek ze kritisch te evalueren en accuraat te gebruiken.

### OD1 Muntpunt beschikt over een volwaardige wegwijswerking met gespecialiseerde info-experts die zorgen voor een kwalitatief hoogstaande dienstverlening

#### ALGEMENE WERKING OD1

OD1 is een nieuwe doelstelling. Er is momenteel nog geen reguliere werking.

### ***SD1OD1 | ACTIE 1: Het wegwijsteam wordt uitgebreid***

#### **Wat**

In 2021 volgt een 5-tal info-experts een intensief opleidingstraject, waarbij de focus ligt op kwaliteitsvolle kennisdeling op het vlak van onderwijs, kinderopvang, sport en cultuurparticipatie. Tijdens dit traject gaat specifieke aandacht naar de omgang met kwetsbare doelgroepen.

Opleidingen daartoe zijn open voor alle medewerkers, in het kader van Academie Muntpunt.

#### **Waarom**

De informatieopdracht van Muntpunt is bijzonder breed. Om een kwaliteitsvol antwoord te kunnen bieden op bezoekersvragen, is de creatie van een team met info-experts noodzakelijk.

#### **Resultaat**

- Een team van 5 nieuwe info-experts bemant de wegwijsbalie en de telefonische permanenties.
- Alle publiekswerkers van Muntpunt volgden een cursus 'omgaan met kwetsbare doelgroepen'.

#### **Partners**

Kinderopvang in Brussel (aanmelden voor crèches), Iedereen Verdient Vakantie (Rap op stap) en Lokaal Overleg Platform (aanmelden voor scholen).

Agentschap Integratie en Inburgering (omgaan met diversiteit), Huis van het Nederlands (Duidelijke taal) en De Schakel (omgaan met een kwetsbaar publiek).

### Voor wie

Brusselaars en Brusselgebruikers die op zoek zijn naar informatie over het leven in de stad, met een specifieke focus op kwetsbare doelgroepen (anderstaligen, mensen in armoede, mensen met een psychische kwetsbaarheid).

## ***SD1OD1 | ACTIE 2: Duidelijke implementatie van de wegwijsbalie in de Muntpunt infowerking***

### Wat

In het kader van het nieuwe organogram en de logistieke aanpassingen die in 2021 gepland zijn in de agora, krijgt de wegwijsbalie een duidelijke plaats in Muntpunt, zowel inhoudelijk (zijn verhouding tot de gele balie) als logistiek (waar en wanneer). Om zoveel mogelijk rekening te houden met de wensen en noden van de bezoekers, voert de organisatie gebruikersonderzoeken uit en werkt ze samen met ervaringsdeskundigen.

### Waarom

Voor de verdere uitbouw van het informatiecentrum is een vaste en zichtbare plek voor de wegwijsbalie noodzakelijk. Om de toegang tot hulp en informatie zo laagdrempelig mogelijk te maken, wordt bij de bouw van de balie rekening gehouden met de beoogde bezoekers (voornamelijk afkomstig uit kwetsbare doelgroepen).

### Resultaat

- Wegwijsbalie krijgt een vaste plaats in de agora.
- De verhouding tussen de wegwijsbalie en de gele balie wordt uitgeklaard, net als hun respectievelijke bemanning.

### Partners

De Schakel, P.S.C. Sint-Alexius, Agentschap Integratie en Inburgering.

### Voor wie

Brusselaars op zoek naar informatie over wonen, leren, werken en leven in de stad, met een specifieke focus op kwetsbare doelgroepen.

## OD2 Een groter informatieaanbod en meer contactmogelijkheden resulteren in een breder en inclusief publieksbereik

### ALGEMENE WERKING OD2

De trage-baliewerking blijft de spil van de wegwijswerking. De al bestaande dienstverlening (aanmaak SNS-pas, aanmelden voor kinderopvang, aanmelden voor scholen, inschrijven voor sportlessen en -kampen) wordt voortgezet.

Activiteiten die georganiseerd worden met structurele partners, zullen ook in 2021 opgenomen worden in de programmatie.

Voorbeelden: Herstelacademie (i.s.m. PSC Sint-Alexius), Infopunt Vrijwilligerswerk en de Week van de Vrijwilliger (i.s.m. Steunpunt Vrijwilligerswerking), Muntpunt wordt Sportpunt (i.s.m. VGC Sportdienst), Brussel Helpt (i.s.m. BRUZZ), Lunchdebat van LevensEinde InformatieForum, Week van de kraamzorg (i.s.m. Expertisecentrum Kraamzorg Volle Maan), Week van de Opvoeding (i.s.m. Huis van het kind), Jobhoppen (i.s.m. Huis voor Gezondheid).

Muntpunt blijft zich inzetten in de samenwerking met de VGC omtrent Paspartoe.

## ***SD1OD2 | ACTIE 1: Wegwijs in Brussel-website***

### **Wat**

Muntpunt werkt inhoudelijk mee aan de creatie van de VGC-website 'Wegwijs in Brussel'. De organisatie test de functionaliteit van de website en brengt inhoud aan. Op regelmatige basis wordt deze inhoud aangepast en zorgt de wegwijswerking voor updates.

Wanneer de website opengesteld wordt voor het grote publiek, wil Muntpunt in overleg met de VGC een promotiecampagne uitwerken voor partners en Brusselaars.

### **Waarom**

Via zijn engagement in de website voor doorverwijzers en baliemedewerkers wil Muntpunt zijn expertise op het vlak van informatieverstrekking en zijn kennis van het Brusselse partnerlandschap delen met het netwerk.

Door deze website in een tweede fase open te stellen voor het grote publiek, biedt Muntpunt de Brusselaars naast een fysieke en telefonische dienstverlening ook een digitaal kanaal waar ze op zoek kunnen gaan naar antwoorden op hun vragen.

### **Resultaat**

- De bestaande website wordt aangevuld met gegevens afkomstig uit de Q&A van het Informatiecentrum.
- De website wordt 4 keer per jaar nagelezen en geactualiseerd.
- In het najaar van 2021 wordt een promotiecampagne voor Brusselaars en partners opgezet.

### **Partners**

VGC.

### **Voor wie**

In eerste instantie baliemedewerkers en doorverwijzers binnen het Brusselse netwerk. In een tweede fase iedere Brusselaar en Brusselgebruiker die op zoek is naar informatie over wonen, werken, leren en leven in de stad.

## ***SD1OD2 | ACTIE 2: Uitbreiding wegwijsbalie***

### **Wat**

In 2021 breidt Muntpunt de consultatiemomenten uit. Er komt ook vernieuwing in het aanbod via de uitbouw van een Rap op stap-kantoor.

Naar aanleiding van deze aanpassingen zal het team ook de infobrochure over de trage balie vernieuwen, en inzetten op het informeren van het partnernetwerk.

### **Waarom**

Omdat Muntpunt een antwoord wil bieden op de vragen van iedereen – ongeacht leeftijd, afkomst, talenkennis, digitale vaardigheid of economische positie – biedt de organisatie informatie aan via een uitgebreide fysieke dienstverlening, aangepast aan de wensen en mogelijkheden van elke bezoeker.

### **Resultaat**

- Muntpunt wordt een Rap Op Stap-kantoor.
- In januari wordt een tweede consultatiemoment aangeboden, in september een derde.
- Het team creëert een nieuwe infobrochure voor partners.



### Partners

Kinderopvang in Brussel, Iedereen Verdient Vakantie, Lokaal Overleg Platform, Sportdienst VGC en Sport Vlaanderen.

### Voor wie

Brusselaars en Brusselgebruikers die op zoek zijn naar informatie over het leven in de stad.

## **SD1OD2 | ACTIE 3: Paspartoe 360°**

### Wat

Muntpunt neemt Paspartoe 360° onder de loep. Op basis van de resultaten van het etnografisch onderzoek en de gebruikerstesten die in het najaar van 2020 werden uitgevoerd, worden aanbevelingen uitgeschreven met als doel de ervaring van MIA-pashouders te verbeteren. De organisatie herbekijkt alle facetten: de infoproducten (infobrochure en voordelenfolder), de website, de omruilvoordelen, opleidingen voor partners en doorverwijzers...

### Waarom

In 2021 maken Publiq en de Vlaamse overheid de nieuwe beheersovereenkomst op. Dat is het ideale moment om het product grondig te evalueren en oplossingen te zoeken voor mogelijke problemen, op basis van de ervaringen van de gebruikers.

### Resultaat

- De infobrochure (booqi) krijgt een nieuw format en inhoud.
- Het parteraanbod wordt uitgebreid met een specifieke focus op sport- en jeugd aanbod.
- Aanbevelingen worden uitgeschreven en voorgesteld aan de stuurgroep en Publiq.

### Partners

VGC.

### Voor wie

Huidige en toekomstige Paspartoe-pashouders.

## **SD1OD2 | ACTIE 4: Uitbreiding van de kinder- en tienerwerking**

### Wat

Muntpunt bouwt zijn wegwijswerking voor kinderen en tieners uit. Het team organiseert ontmoetingsmomenten voor ouders en baby's (0-3 jaar) rond thema's als borstvoeding, slaapproblemen, zindelijkheidstraining, meertalig opvoeden...

Bovendien trekt Muntpunt met een mobiel info- en speelpunt naar de leefomgeving van kwetsbare gezinnen. Het team richt een gezellig lees- en speelplekje in voor de kindjes. Het knoopt ook informele gesprekken aan met de ouders over taalontwikkeling, cultuur- en vrijetijdsparticipatie en opvoedingsondersteuning, en verwijst ouders door naar de relevante Brusselse partnerorganisaties.

In eerste instantie zal de kinderwerking verder uitgewerkt worden, met de ambitie om later een uitgebreidere tienerwerking te lanceren.

### Waarom

Ouderschap zorgt voor veel onzekerheden. Heel wat ouders zitten met vragen over opvoeding, school, taalontwikkeling... Bovendien lopen kansarme Brusselaars vaak tegen drempels aan in hun zoektocht naar hulp van sociale of culturele partners. Muntpunt wil dus uit zijn muren breken en kansarme doelgroepen opzoeken in hun eigen omgeving, om hun daar de nodige hulp en tools te bieden.

### Resultaat

- Elk jaar 15 ontmoetingsmomenten voor ouders en baby's.
- Het mobiele info- en speelpunt trekt rond in de stad.

### Partners

Organisaties zoals Hopon, Foyer, Huis van het kind, Expertisecentrum Volle Maan, Kind en Gezin, Zita Inloopteam, Opgroeien in Brussel...

### Voor wie

Brusselse gezinnen, met specifieke aandacht voor kwetsbare doelgroepen.

## OD3 Partnerorganisaties gebruiken Muntpunt als informatie- en communicatieplatform

### ALGEMENE WERKING OD3

Muntpunt blijft inzetten op zijn platformfunctie binnen het Brusselse partnernetwerk, zowel logistiek als communicatief. De halfjaarlijkse partnerrondes om samenwerkingen op het vlak van expertisedeling en communicatiemogelijkheden te bespreken, worden ook in 2021 voortgezet als de sanitaire situatie het toelaat. Is dat niet het geval, dan worden ze vervangen door een telefonische ronde en nieuwsbrief.

### *SD1OD3 | ACTIE 1: Gezondheidsgeletterdheid-campagne*

#### Wat

In april en mei krijgen gezondheidspartners een platform in Muntpunt om hun diensten voor te stellen aan het Brusselse publiek. Er worden lezingen, doe-het-zelfwandelingen, workshops en themastanden georganiseerd, net als workshops voor kinderen en infosessies voor specifieke doelgroepen zoals nieuwkomers. De focus in deze campagne ligt op screening, gezond leven en het Belgische gezondheidssysteem.

#### Waarom

Ongeveer vier op de tien Belgen halen niet het nodige niveau op het vlak van gezondheidsvaardigheden. Van deze mensen zoekt 89 % naar gezondheidsinformatie via het internet. Zij hangen dus af van de voorkeuren van de zoekmachines. De coronacrisis leerde bovendien dat 80 % van de Brusselaars geen huisarts heeft. Muntpunt wil samen met tal van Brusselse welzijnspartners het publiek informeren en bijstaan in de zoektocht naar correcte gezondheidsinformatie.

#### Resultaat

Een succesvolle campagne met een publieksdeelname van minimaal 500 personen (afhankelijk van de coronasituatie).

#### Partners

Logo Brussel, BeMSA, Expertisecentrum Kraamzorg Volle Maan, Rode Kruis, Huis voor Gezondheid, Kliniek Sint-Jan, WGC De Brug, BON, Bral, deBuren en Brukselbinnenstebuiten.

#### Voor wie

Alle Brusselaars.

## ***SD10D3 | ACTIE 2: Muntpunt ondersteunt het deeltijds kunstonderwijs Brussel in haar interactie met het publiek***

### **Wat**

Om het publiek makkelijk zijn weg te laten vinden in het ruime aanbod binnen het deeltijds kunstonderwijs in Brussel, onderzoekt Muntpunt of een database met zoekfunctie toegevoegd kan worden aan de huidige website.

### **Waarom**

De Vlaamse minister voor Brussel besliste om de subsidie voor het SDKO (Samenwerkingsplatform Deeltijds Kunstonderwijs Brussel) stop te zetten. Omdat daardoor ook de inspanningen rond de website met het gezamenlijke aanbod wegvielen, wordt aan Muntpunt gevraagd deze taak op zich te nemen en de functionele haalbaarheid te onderzoeken en, indien zo beslist wordt, uit te voeren.

### **Resultaat**

Een website met achterliggende database en zoekfunctie.

### **Partners**

Brussels Deeltijds Kunstonderwijs, kabinet Dalle.

### **Voor wie**

Brusselaars en Brusselgebruikers.



## *SD2 Brusselaars en Vlamingen ontdekken Brussel als cocreatieve stad die bouwt aan een duurzame en inclusieve toekomst*

### DOEL SD2

Als (kleine) wereldstad heeft Brussel behoorlijk wat unieke troeven om Vlamingen aan te trekken die hun hoofdstad willen verkennen. Bovendien hebben Brusselaars en Vlamingen veel gemeen, want ze delen dezelfde maatschappelijke uitdagingen: onderwijs, gezondheid, samenleven, leefomgeving, om er maar enkele te noemen.

Eerder dan alleen te focussen op de uniciteit van Brussel, is het vooral belangrijk om ook de gelijkenissen ter sprake te brengen. Dat kan bijvoorbeeld door vernieuwende Nederlandstalige en andere initiatieven te belichten die in de Brusselse stedelijke context een antwoord bieden op voornoemde gemeenschappelijke uitdagingen.

OD1 Met een breed publiek worden inspirerende verhalen gedeeld over diverse initiatieven die bijdragen tot een leefbare stad voor iedereen

### ALGEMENE WERKING OD1

Muntpunt bouwt voort op de ervaring van de redactie van UiTinBrussel, die regelmatig een aantal culturele of stedelijke thema's in de kijker heeft gezet via een selectie van culturele initiatieven en plekken om te ontdekken. In de toekomst zoekt het team voor de inhoudelijke en vormelijke uitwerking meer aansluiting bij organisaties uit het Brusselse netwerk: enerzijds bij 'projectpartners' met inspirerende en vernieuwende initiatieven in Brussel, en anderzijds bij potentiële structurele partners die de verhalen mee ontwikkelen en verspreiden.

### ***SD20D1 | ACTIE 1: Portretten (testcases)***

#### **Wat**

Muntpunt grijpt acties of campagnes van 2021 aan om portretten te maken van markante en innoverende initiatieven in de stad. Mogelijke thema's zijn bijvoorbeeld het commonstraject in en rond Muntpunt, de geplande onderwijsexpo van het AMVB, de campagne gezondheidsgelletterdheid van Muntpunt, of de geplande 'projecten voor Brussel' van de Vlaamse Gemeenschap. Bij het ontwikkelen van deze portretten zoekt de organisatie naar een vorm die een breed publiek kan bereiken. Het team onderzoekt hoe het een mix van Muntpunt- en partnerkanalen kan inzetten om die portretten te verspreiden.

#### **Waarom**

Muntpunt beschouwt 2021 als een jaar van onderzoek en experiment. Concrete cases bieden de mogelijkheid om niet alleen met inhoud en vorm te experimenteren, maar vooral ook om partners op projectmatige of structurele basis bij de doelstelling te betrekken.

### Resultaat

3 'portretten' met bijbehorende communicatiestrategie, geëvalueerd aan de hand van behaalde resultaten.

### Partners

BRUZZ, Brik, Brusselbinnenstebuiten, Korei...

Projectpartners binnen het N-netwerk.

### Voor wie

Brusselaars en Vlamingen die nieuwsgierig zijn naar het leven in de stad.

## ***SD20D1 | ACTIE 2: Expertiseopbouw: van cultuurcommunicatie naar gemeenschapscommunicatie***

### Wat

Het team dat aan deze OD werkt, zal zich heroriënteren. Van een redactie met focus op de Brusselse cultuuragenda wordt het een ploeg die expertise opbouwt in 'gemeenschapscommunicatie': over initiatieven in de stad op het vlak van onderwijs, welzijn, samenleven, cultuur en stedelijke ontwikkeling. Eerst en vooral worden bestaande communicatiekanalen getoetst op hun hedendaagse relevantie. Naargelang de uitkomst worden ze afgebouwd of bijgestuurd. Dat maakt tijd en ruimte vrij om in samenspraak met stakeholders nieuwe communicatieve formats te ontwikkelen voor de gemeenschapscommunicatie.

### Waarom

Muntpunt beschouwt 2021 als een jaar van onderzoek en experiment. Deze andersoortige invulling van de opdracht vergt bijkomende competenties op het vlak van partnerwerking en van de behandelde thema's.

### Resultaat

Vernieuwde teamdoelstellingen en individuele werkafspraken.

### Partners

BRUZZ, Brik, Brusselbinnenstebuiten, Korei...

Projectpartners binnen het N-netwerk.

### Voor wie

Muntpuntmedewerkers, in functie van Brusselaars en Vlamingen die nieuwsgierig zijn naar het leven in de stad.

## OD2 Brusselaars en Vlamingen vinden een toegangspoort tot Brussel die hun blik op de stad verruimt en verdiept

### ALGEMENE WERKING OD2

Muntpunt ontwikkelt voor een Nederlandstalig publiek tools die het bezoek aan Brussel faciliteren en interessanter maken. Het team bundelt en belicht alleen het bestaande aanbod aan stadsverkenningen. Het ontwikkelt ook handige producten (zoals uitgeschreven stadstochten) die onbekende of verrassende facetten van de stad tonen. Deze initiatieven worden gedragen door een netwerk van partnerinitiatieven.

## **SD20D2 | ACTIE 1: Platform gidsenorganisaties**

### **Wat**

De ontwikkeling van een 'licht' en 'wendbaar' platform met prioritaire gidsenorganisaties, met het oog op overleg en samenwerking rond gezamenlijke thema's. Dat moet resulteren in kwaliteitsvolle acties en campagnes.

### **Waarom**

Muntpunt faciliteert systematisch overleg en samenwerking, enerzijds om ruimte te creëren voor experiment met nieuwe thema's en formats, anderzijds om met grotere slagkracht een gezamenlijk aanbod naar een ruimer publiek te brengen.

### **Resultaat**

Tweejaarlijks gezamenlijk programma.

Structurele samenwerking met gidsenorganisaties enerzijds en (sociaal-)culturele partners anderzijds.

### **Partners**

Brukselbinnenstebuiten, Korei, Cactus Brussel à Vélo...

### **Voor wie**

Brusselaars en Vlamingen die nieuwsgierig zijn naar het leven in de stad.

## **SD20D2 | ACTIE 2: Brussel voor scholen**

### **Wat**

Muntpunt actualiseert het aanbod stadsverkenningen voor lagere en middelbare scholen op het platform 'Brussel voor scholen'. De organisatie breidt het gebundelde aanbod uit met de educatieve initiatieven van Brusselse musea, en communiceert het uitgebreide aanbod naar Vlaamse directies en leerkrachten.

### **Waarom**

Brussel biedt heel wat verrassende en concrete aanknopingspunten bij de leerdoelen uit het lager en middelbaar onderwijs. Organisaties met een kwaliteitsvol aanbod staan klaar om klassen te ontvangen en te begeleiden.

### **Resultaat**

Het educatieve aanbod van Brusselse musea wordt ontsloten. Het aantal bezoeken aan 'Brussel voor scholen' verdubbelt.

### **Partners**

Met input van organisaties met een aanbod aan stadstours, en van de educatieve diensten van Brusselse musea.

### **Voor wie**

Leerkrachten lager en middelbaar onderwijs Vlaanderen.

## **SD20D2 | ACTIE 3: Brussel voor jongeren**

### **Wat**

Muntpunt ontwikkelt een strategie om jongerenorganisaties Brussel te laten ontdekken. Het team gaat daarvoor in overleg met de nationale secretariaten van jeugdbewegingen en met andere landelijk georganiseerde jeugdverenigingen.



### Waarom

Wie op jonge leeftijd Brussel met een open geest bezoekt en ervaart, leert genuanceerd na te denken over het leven in de grootstad.

### Resultaat

Een eerste samenwerkingsovereenkomst met een nationale jongerenorganisatie leidt in 2022 tot een concreet initiatief.

### Partners

Vlaamse jeugd- en jongerenorganisaties, hogeronderwijsinstellingen.

### Voor wie

Vlaamse jongeren tussen 15 en 25 jaar.

## ***SD20D2 | ACTIE 4: Vlaanderen Feest – Brussel Danst***

### Wat

Muntpunt coördineert de feestelijkheden in het centrum van Brussel naar aanleiding van het Feest van de Vlaamse Gemeenschap. Op het programma staan podiumacts voor een breed publiek, stadsverkenningen langs bekende en minder bekende plekken, acts en spel voor gezinnen met jonge kinderen.

In 2021 moet uiteraard nog rekening gehouden worden met eventuele gezondheidsmaatregelen. Het programma wordt indien nodig aangepast en op een creatieve, passende, maar vooral ook veilige manier georganiseerd.

### Waarom

Met de feestelijkheden halen Brussel en Vlaanderen hun band aan, en helpt Muntpunt Vlamingen om de mooie en verrassende kanten van hun hoofdstad te (her)ontdekken.

### Resultaat

- 15 000 bezoekers.
- Ruime aanwezigheid in Vlaamse media.

### Partners

Een breed netwerk van Nederlandstalige cultuurhuizen, zoals Beursschouwburg en Ancienne Belgique. Gidsenorganisaties en mediapartners zoals Eén, Radio 2, BRUZZ, Het Laatste Nieuws en De Morgen.

### Voor wie

Brusselaars en Vlamingen, en bij uitbreiding iedereen.

## *SD3 Brusselaars en Brusselgebruikers ontdekken een schatkist aan ideeën, opinies en verhalen die handvatten biedt voor een beter leven en bijdraagt aan een inclusieve, democratische samenleving*

### DOEL SD3

Muntpunt is een actieve partner in een fijnmazig bibliothekennetwerk. Samen met het netwerk gidst en inspireert Muntpunt Brusselgebruikers in hun persoonlijke ontwikkeling met nieuwe ideeën, opinies en verhalen. De organisatie verbindt mensen met elkaar, en verrijkt zo de dialoog en het publieke debat in de Brusselse samenleving. Meer Brusselaars lezen, vooral specifieke doelgroepen, en meer Brusselaars voelen zich verbonden met een algemeen klimaat van lectuur, veelkleurige ideeën en verhalen.

OD1 Muntpunt bevordert lezen, wakkert leesplezier aan en laat kennismaken met verhalen en literatuur

### ALGEMENE WERKING OD1

Muntpunt maakt dagelijks werk van een stimulerend leesklimaat, via uitgebreide collecties die de bouwstenen zijn van de Muntpuntwerking. Maar ook met een leesbevorderingsprogramma voor specifieke doelgroepen, in het bijzonder voor kinderen en jongeren. De organisatie stimuleert ook taalontwikkeling en taalvaardigheid. Muntpunt promoot het belang van voorlezen en een taalrijke omgeving vanaf het eerste levensjaar. De organisatie bouwt ook stelselmatig het digitale collectieaanbod uit.

### ***SD3OD1 | ACTIE 1: Leesclubbing (DIY boekenclubs)***

#### **Wat**

Een boekenclub, waarbij Muntpunt zorgt voor het boekenpakket en de handleiding. De ontlener organiseert thuis zelf een leesclub met vrienden of kennissen.

#### **Waarom**

Literaire genres in de kijker zetten verbreedt het leesaanbod. Het publiek kan het plezier ontdekken van boekenclubs en het samen praten over boeken.

#### **Resultaat**

10 boekenpakketten die permanent ontleend zijn.

#### **Partners**

Na de evaluatie van dit experiment bekijkt het team hoe dit project opgeschaald kan worden in het bibliothekennetwerk.

#### **Voor wie**

Dertigers en veertigers die graag lezen, maar niet de gewoonte hebben om deel te nemen aan leesclubs.

## ***SD3OD1 | ACTIE 2: Leesrijk Brussel***

### **Wat**

Leesrijk Brussel is een breed Brussels leesbevorderingsproject, opgezet door OCB en OBIB, dat scholen en bibliotheken wil samenbrengen rond vrijetijdslezen. Muntpunt wil zich in samenwerking met andere bibliotheken inzetten voor de secundaire scholen binnen het project.

### **Waarom**

Leesplezier moet worden gestimuleerd bij kinderen en jongeren, in het bijzonder jongeren uit het secundair onderwijs, die vaak massaal afhaken.

### **Resultaat**

In een eerste fase onderzoekt Muntpunt in samenwerking met OCB en OBIB de noden bij de secundaire scholen. Daarna wordt per school een specifiek traject uitgewerkt.

### **Partners**

OBiB, OCB en Brusselse scholen: Imelda-instituut, Atheneum, OKAN, Sint-Jan Berchmans.

### **Voor wie**

Jongeren uit de middelbare scholen in Brussel.

## ***SD3OD1 | ACTIE 3: Collectieprofiel jeugd actualiseren***

### **Wat**

Muntpunt wil het aanbod van de jeugdcollectie diversifiëren en actualiseren voor een divers en jong publiek. Hieronder vallen de volgende acties:

- De collectie vernieuwen in samenwerking met verschillende partners, meer ruimte creëren voor externe expertise en gespecialiseerde leveranciers binnen de structurele gunningen.
- Media screenen op expliciete vormen van stereotypering. Waar nodig worden de collectieprofielen aangescherpt.
- Collectieactivering om de context rond belangrijke maatschappelijke thema's te duiden voor kinderen en jongeren.

### **Waarom**

Om leesplezier te stimuleren, is het belangrijk dat alle kinderen zich herkennen in het collectieaanbod.

### **Resultaat**

Muntpunt start een traject om de jeugdcollectie uit te breiden en te dekoloniseren. Het doel is om de bestaande collectie onder de loep te nemen en nieuwe narratieven toe te voegen.

### **Partners**

RoSa: Kenniscentrum voor Gender en Feminisme, Le Monde de Jahi, Pépite Blues, Books by Ani, Studio Sesam, VUB, KU Leuven.

### **Voor wie**

Kinderen en jongeren.

## ***SD3OD1 | ACTIE 4: Anderstalige collecties actualiseren***

### **Wat**

Muntpunt start een traject om het belang en de positionering van de huidige anderstalige collecties (Engels, Spaans, Frans, Italiaans, Duits) te versterken. Plaatsing, gebruik en profilering van elke collectie worden bekeken en geoptimaliseerd in functie van een mogelijk nieuw meertalig (internationaal)

publiek. We onderzoeken ook de opstart van spiegelcollecties in bijkomende talen, in overleg met de anderstalige collecties binnen het netwerk van de Brusselse bibliotheken.

#### Waarom

Brussel is een internationale stad met een uiterst meertalige bevolking. Om aansluiting te vinden bij deze gemeenschappen, is een beter gepositioneerd en levendig meertalig aanbod noodzakelijk. Het draagt bij tot een vitale leescultuur en een open samenleving.

#### Resultaat

In een eerste fase zal Muntpunt processen evalueren, noden inventariseren en kansen detecteren. De organisatie zal ook partnerorganisaties gericht betrekken bij de uitbouw van collecties.

#### Partners

OBiB, Lagrange Points, Instituto Cervantes.

#### Voor wie

Anderstalige lezers én Nederlandstalige lezers die boeken graag in de originele taal lezen.

### *SD3OD1 | ACTIE 5: Dekoloniseren van de algemene collecties*

#### Wat

In 2019 ging Muntpunt van start met het traject 'Dekoloniseren is een werkwoord', dat de organisatie de komende jaren wil uitbouwen. Vanuit dit engagement wil Muntpunt bestaande collecties aanvullen, bepaalde onderdelen contextualiseren waar nodig, en actief medezeggenschap creëren bij de selectie en de regels voor inhoudelijke catalografie.

#### Waarom

Brussel is een internationale stad met een superdiverse bevolking. Om aansluiting te vinden bij deze gemeenschappen, is een divers en evenwichtig aanbod belangrijk. Als getuige van een veranderende samenleving is het de taak van Muntpunt om vragen te stellen over zijn neutraliteit. Sommige classificaties en labels zijn niet meer van deze tijd, en ook de collectieprofielen kunnen beter afgestemd worden op de huidige context en noden.

#### Resultaat

Een uitgebreid en geactualiseerd aanbod van non-fictiecollecties.

#### Partners

Cultuurconnect, OBiB, G14.

#### Voor wie

Iedereen.

## OD2 Muntpunt verbindt Brusselaars en Brusselgebruikers rond ideeën en verhalen

### ALGEMENE WERKING OD2

Muntpunt verbindt Brusselaars rond de kracht van verhalen, door samen met het brede culturele veld programma's en campagnes te ontwikkelen. De organisatie brengt Brusselaars ook samen in specifieke community's, offline en online.

## **SD3OD2 | ACTIE 1: Reading Brussels (online leescommunity) en '1 stad 19 boeken' als zomercampagne**

### **Wat**

Muntpunt lanceert samen met het netwerk van bibliotheken en andere leespartners een Facebook-groep waar Brusselse lezers elkaar tips en verhalen over boeken kunnen bieden. Offline organiseren Muntpunt en het netwerk opnieuw de zomerboekencampagne '1 Stad 19 Boeken'. Aansluitend daarbij richt het team opnieuw de Leesstraat in, die op een laagdrempelige en speelse wijze uitnodigt tot lectuur en verstillig.

### **Waarom**

Muntpunt wil lezers verbinden rond literatuur en inspireren met nieuwe verhalen. Met deze onlinecommunity daagt het team lezers uit om over het muurtje te kijken en van Brussel een echte boekenstad te maken.

### **Resultaat**

- Een Facebookgroep met 3000 actieve leden eind 2021.
- Zomerleescampagne met een nieuwe collectie in de kijker.
- De Leesstraat, die boeken en lectuur in de publieke ruimte beschikbaar maakt.

### **Partners**

Brusselse bibliotheken, literaire partners zoals Passa Porta, boekenwinkels, leesclubs.

### **Voor wie**

Lezers uit verschillende taalgemeenschappen.

## **SD3OD2 | ACTIE 2: Brussels City Of Stories**

### **Wat**

Een verbindend verhalenproject met verschillende culturele en/of literaire partners. Doel is om verhalen te doen leven in de Brusselse publieke ruimte.

### **Waarom**

De kracht van (gesproken) verhalen is dat ze een publiek verbinden. In de woorden van schrijver James Joyce: *in the particular is contained the universal*. In deze tijd van gedwongen afzondering is het meer dan ooit nodig om bruggen te bouwen rond woorden, verhalen en boeken. Brussels, City of Stories is de eerste stap in een culturele bezetting van de publieke ruimte, om leegte en stilte tegen te gaan.

### **Resultaat**

Tussen 21 maart en 21 juli worden in Brussel op verschillende locaties, grotendeels in de openbare ruimte, lezingen en verhalenrecitals georganiseerd. Deze happenings gaan verder dan het klassieke boek, ze doen een beroep op elke Brusselaar die een verhaal wil delen. Om dit te realiseren worden de culturele én de sociale sector in de stad gemobiliseerd.

### **Partners**

Foire du Livre, Picture Festival, Le 140, La ville des Mots, Bozar en Passa Porta.

### **Voor wie**

Iedereen, met extra inzet om kansengroepen te bereiken via partnerschappen en andere (publieke) locaties.



## **SD3OD2 | ACTIE 3: Themacampagnes**

### **Wat**

Muntpunt organiseert campagnes die thema- en tipcollecties activeren, maatschappelijke en culturele actoren in de kijker zetten, en de aandacht vestigen op actuele thema's die in de Brusselse stedelijke context relevant zijn. Volgende thema's worden uitgelicht in 2021:

- Feminisme
- Gezondheid
- Mobiliteit en openbare ruimte (gelinkt aan Europalia)

### **Waarom**

Om de blik van Brusselaars te verruimen, inzicht te verschaffen in complexe thema's en mensen en partners te verbinden.

### **Resultaat**

Muntpunt realiseert 3 themacampagnes.

### **Partners**

Europalia, Brusselse feministische collectieven, gezondheidsorganisaties, burgerinitiatieven.

### **Voor wie**

Volwassen Brusselaars en Brusselgebruikers.

OD3 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden duiding bij hedendaagse samenlevingsthema's en maken deel uit van het open debat hierover

## **ALGEMENE WERKING OD3**

Op dit moment heeft Muntpunt nog geen gestructureerde werking rond duiding en debat. De verschillende themacampagnes en de programmatie van Muntpunt nodigen wel uit tot dialoog en debat, maar nog niet structureel. De ambitie is om van Muntpunt een huis van dialoog te maken waar Brusselaars duiding vinden bij actuele thema's. Dat vertaalt zich in tipcollecties, in lezingen of gespreksavonden, maar ook in een communicatiebeleid dat verhalende dossiers uitwerkt en via de gepaste mediakanalen tot leven laat komen. Dat doet Muntpunt in samenwerking met een breed Brussels netwerk, en met het netwerk van Brusselse (en Vlaamse of internationale) bibliotheken.

## **SD3OD3 | ACTIE 1: Duiding en debat bij de themacampagnes**

### **Wat**

Muntpunt bouwt bij elke themacampagne een structureel debatluik uit, in de vorm van:

- gespreksavonden
- verhalende dossiers

De organisatie plant een debat over onderwijs naar aanleiding van de tentoonstelling in het AMVB. Ook de editie van Europalia 2021 rond het thema 'trains and tracks' leent zich tot debat, met name over het thema duurzame mobiliteit.

Muntpunt heeft samen met Public Libraries 2030 een projectaanvraag ingediend in het kader van de oproep 'Europe for Citizens'. Als begin 2021 deze aanvraag wordt goedgekeurd, dan is dat voor

Muntpunt een grote hefboom om werk te maken van een dialoogtraject met specifieke doelgroepen, zoals jongeren en nieuwkomers.

#### **Waarom**

Muntpunt wil niet alleen informeren en inspireren, maar ook bijdragen aan open dialoog en publiek debat in de samenleving.

#### **Resultaat**

3 debatten in het kader van themacampagnes, met telkens minimaal 30 deelnemers.

#### **Partners**

Europalia, AMVB, Bral, Public Libraries 2030.

#### **Voor wie**

Een breed publiek, mits goedkeuring van het projectdossier. Met specifieke aandacht voor jongeren en nieuwkomers.

## *SD4 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden een plek om levenslang te leren, vaardigheden te ontwikkelen en kennis te delen om zo sterker te staan in de samenleving*

### DOEL SD 4

In een snel veranderende, steeds complexer wordende wereld leren mensen hun hele leven lang, en niet alleen in een schoolse context. Soms leren we met utilitaire, voornamelijk arbeidsmarktgerichte motieven, maar we leren ook onze eigen persoonlijkheid te ontplooiën en als burger te functioneren in de maatschappij. Muntpunt helpt en moedigt mensen aan om te blijven werken aan hun zelfontplooiing, zodat ze in staat zijn om als geïnformeerde burgers bij te dragen aan het maatschappelijke leven en debat.

### OD1 Wie Nederlands wil leren, krijgt tal van oefenkansen in een informeel kader

#### ALGEMENE WERKING OD1

De Startbabbels en Babbelut-conversatietafels zijn al jaren vaste waarden binnen het NT2-programma. Ze zullen ook in 2021 worden georganiseerd, in samenwerking met de vaste partners Vluchtelingenwerk Vlaanderen en Huis van het Nederlands.

Cinema NL, Samen Lezen NL en Babel en Speel werden in 2020 omgezet tot onlineactiviteiten, vanwege de coronacrisis. Ook in 2021 zullen deze, afhankelijk van de evolutie van de pandemie, fysiek of online georganiseerd en begeleid worden door Muntpunt. Deze activiteiten worden doorlopend geëvalueerd en aangepast aan de noden van de deelnemers.

Ook de samenwerking met de Taalunie wordt in 2021 voortgezet in de vorm van taalconsults voor leerkrachten Nederlands.

Muntpunt heeft een informeel en speels kinderprogramma waarbij kinderen uit het Nederlandstalig onderwijs met een andere thuistaal de mogelijkheid krijgen om Nederlands te oefenen buiten de schoolcontext.

### ***SD4OD1 | ACTIE 1: Muntpunt vervult een voortrekkersrol in de uitbouw van een NT2-oefenkansplatform voor het Netwerk van de Brusselse Bibliotheken onder leiding van OBIB***

#### **Wat**

Muntpunt wil hulp bieden aan organisaties die NT2-oefenkansen willen opstarten via een toegankelijk onlineplatform.

#### **Waarom**

Muntpunt heeft door de jaren expertise opgebouwd in het samenstellen van een performante NT2-collectie en de organisatie van oefenkansen. De afgelopen jaren, en zeker de laatste maanden omwille van de coronapandemie, ontvangt de organisatie vaak vragen van leerkrachten en instanties die oefenkansen willen organiseren.

### Resultaat

Een digitaal platform met tips en tricks is online toegankelijk voor bibliotheken, NT2-leerkrachten en al wie interesse heeft in dit thema.

### Partners

OBiB, Huis van het Nederlands.

### Voor wie

Organisaties die anderstaligen willen helpen bij het oefenen van de Nederlandse taal, en dus bij uitbreiding de NT2'ers zelf.

## ***SD4OD1 | ACTIE 2: Muntpunt gaat op zoek naar nieuwe touchpoints om anderstaligen beter te bereiken***

### Wat

Muntpunt onderzoekt welke communicatiemethodes het best aanslaan bij anderstaligen en implementeert ze in zijn communicatiestrategie.

### Waarom

De coronapandemie heeft duidelijk gemaakt dat het niet gemakkelijk is om kwetsbare doelgroepen te contacteren via de gebruikelijke kanalen (website, nieuwsbrief...). Muntpunt onderzoekt welke kanalen wel effectief zijn, specifiek om anderstaligen te bereiken.

### Resultaat

Implementeren van minstens twee nieuwe touchpoints.

### Partners

NVT.

### Voor wie

Anderstaligen die Nederlands leren en op zoek zijn naar oefenkansen.

## OD2 Muntpunt is een laagdrempelige leeromgeving voor digitale vaardigheden en mediawijsheid

### ALGEMENE WERKING OD2

Muntpunt stimuleert actief en kritisch gebruik van diverse mediakanalen en hun inhoud. Daarnaast wordt ook ingezet op actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie. De organisatie biedt toegang tot kwaliteitsvolle tools en informele ondersteuning voor iedereen die (nog) niet helemaal mee is met de digitale hogesnelheidstrein.

Vaste waarden zijn de wekelijkse App-o-theek-consultatiemomenten, maandelijkse cursussen voor digibeten, de Game Zone, CoderDojo-sessies voor kinderen en jongeren, creatieve STEM-sessies in het kader van het Honderdhandenhuis en het STEM Bootcamp voor kinderen. De werking van het Medialab en de Master Your Media-masterclasses hebben zich in korte tijd als blijvers gemanifesteerd, en vormen de basis voor de acties van Muntpunt als creatieve maakplek.

## ***SD4OD2 | ACTIE 1: AI in de klas***

### **Wat**

'AI in de klas' is een reeks van drie lezingen voor leerkrachten van de tweede en derde graad secundair onderwijs in Brussel en Vlaanderen over artificiële intelligentie. Drie AI-experts tonen per vakdomein hoe leerkrachten artificiële intelligentie kunnen integreren in hun lespraktijk.

### **Waarom**

Leerkrachten leren Muntpunt kennen als doe- en maakplek. Muntpunt maakt gebruik van de aanwezigheid van de leerkrachten om de werking van het Medialab voor te stellen en de mogelijkheden voor gebruik door klassen te promoten.

### **Resultaat**

- 10 deelnemers per sessie.
- Een stijgend gebruik van het Medialab door klassen.

### **Partners**

Gluon.

### **Voor wie**

Leerkrachten van de tweede en derde graad secundair onderwijs in Brussel en Vlaanderen.

## ***SD4OD2 | ACTIE 2: Uitbouw expertise STEM-speelgoed***

### **Wat**

Muntpunt verbreedt zijn aanbod gezelschapspellen die het computationeel denkvermogen van kinderen stimuleren. Via interactieve speelsessies leren ouders dit uitleenbare speelgoed ook thuis te gebruiken. Voor kwetsbare doelgroepen worden outreachende sessies georganiseerd.

### **Waarom**

Jonge kinderen en hun ouders ontdekken dat een vaardigheid als computationeel denken op een speelse manier verworven kan worden. Op korte termijn verhoogt het hun persoonlijke vaardigheden en op langere termijn creëert het extra opties voor hun toekomstige schoolloopbaan.

### **Resultaat**

- Stijgende deelname aan de speelsessies.
- Stijgend gebruik van de spellen.

### **Partners**

Hopon, Foyer, Huis van het kind, Expertisecentrum Volle Maan... En basisscholen in Brussel.

### **Voor wie**

Jonge kinderen en hun ouders uit Brussel en Vlaanderen, met specifieke aandacht voor kwetsbare gezinnen.

## ***SD4OD2 | ACTIE 3: Hackaton/Hackademy***

### **Wat**

Via een aanbod van educatieve activiteiten op basis van cocreatie verbeteren jongeren met een kansarme achtergrond hun digitale vaardigheden en sociale competenties.



### Waarom

Jonge mensen uit kansengroepen maken kennis met de cocreatiemethode en werken actief mee aan het vinden van digitale oplossingen rond duurzame ontwikkeling. Deelnemers werken aan hun digitale vaardigheden en verhogen zo hun sociale mobiliteit.

### Resultaat

- 10 deelnemers die het volledige traject doorlopen.
- Het uitwerken van een nieuw format met minstens 2 nieuwe partners.

### Partners

Libraries 2030, Capital vzw, Nakama vzw, JES Brussel.

### Voor wie

Kansarme jongeren van 16 tot 29 uit Brussel.

OD3 Muntpunt is een laagdrempelige werk- en maakplek waar gebruikers kunnen experimenteren en van elkaar kunnen leren

## ALGEMENE WERKING OD3

Muntpunt bouwt aan een inspirerende stedelijke broedplaats waar de nodige tools en kennis worden aangereikt om individuele en collectieve creatie- en leerprocessen te initiëren en ondersteunen. We bieden een inspirerende omgeving voor analoge en digitale storytelling en de ontplooiing van allerlei 21ste-eeuwse vaardigheden (samenwerken, probleemoplossend denken, zelfregulering...).

### ***SD4OD3 | ACTIE 1: Uitbreiding en inbedding van het Medialab***

#### Wat

Muntpunt bouwt het Medialab verder uit tot een vaste maakplek in het gebouw, waar analoge en digitale leerkanalen en maakvaardigheden gestimuleerd worden. Het Medialab geeft toegang tot allerlei praktische tools voor audiovisuele expressie en storytelling.

#### Waarom

Laagdrempelige toegang tot professionele tools and software (e-inclusie). Profilering van Muntpunt als een multimediale leerplek waar makers levenslang kunnen leren en samen projecten realiseren.

#### Resultaat

Gebruiksvriendelijke uitbreiding van het Medialab.

#### Partners

Gebruikersgroepen en intermediaire organisaties.

#### Voor wie

Voor alle leden van Muntpunt.

### ***SD4OD3 | ACTIE 2: Uitbouw en verbinding van activiteiten die inzetten op informele leerkanalen en cocreatie***

#### Wat

De maakplek groeit uit tot een zelfsturend samenwerkingsplatform waar verschillende makers elkaar ontmoeten. Muntpunt stimuleert ondernemerschap en empowerment aan de hand van analoge en digitale expressievormen, met nadruk op storytelling.

### Waarom

De organisatie wil individuele (DIY) en collectieve (DIT) leerprocessen ondersteunen.

### Resultaat

- Stijgend gebruik van het Medialab.
- Uitbreiding vaste ambassadeurswerking (start leercirkels, Master Your Media).
- Uitwerking van nieuwe formats (Zine Cloud, Schrijfgezelschap Publishing).
- Verhoogde betrokkenheid van partners met expertise in maakvaardigheden.

### Partners

Imazi.Reine, STEAMWorks, Het Schrijfgezelschap, Make A Mark Brussels, Welovebrussels, Brussel Behoort Ons Toe, A Seat At The Table, Capital Digital, KSO Sint-Lukas Brussel.

### Voor wie

Jonge starters en beginnende makers.

## ***SD4OD3 | ACTIE 3: Ontsluiten van digitale leermiddelen en databanken***

### Wat

In het Medialab werd een nood gedetecteerd aan een toegankelijk aanbod van DIY-tools, onlinetutorials en creative commons-databanken voor digitale creatie.

### Waarom

Gerichte uitbreiding van het onlineleerplatform in functie van de fysieke maakplek.

### Resultaat

- Gebruiksvriendelijk aanbod van digitale leermiddelen en opensource-applicaties.
- Stijgend gebruik van het onlineleerplatform.

### Partners

Erfgoedcel Brussel, Constant vzw, Open Source Publishing.

### Voor wie

Gebruikers van het Medialab.

## *SD5 Brusselaars en Brusselgebruikers vinden in Muntpunt, en op andere plekken in de stad, een veilige en inclusieve derde plek*

DOEL SD 5

Wat is dat, een derde plek? En hoe kan Muntpunt beantwoorden aan de behoeften van het publiek? De organisatie herbekijkt in dialoog met haar publiek niet enkel haar inrichting en infrastructuur, maar ook onthaal en preventiebeleid, huisregels en (digitale, mondelinge en geschreven) klantencommunicatie. Doel is om een positieve dynamiek in het gebouw te garanderen, en de ambitie om een veilige verblijfsplek te zijn dagelijks waar te maken.

### ***SD5OD1 | ACTIE 1: Publiek & partners geven mee vorm aan onze onthaal- en informatie-infrastructuur***

#### **Wat**

Muntpunt staat bekend om zijn klantvriendelijke en professionele onthaal en informatieverstrekking. De organisatie wil deze kwaliteiten nog verder uitwerken om tegemoet te komen aan de noden en behoeften van de bezoekers. Het team herbekijkt de onthaalpunten (inclusief de trage balie) in de agora en in het gebouw, en stemt ze af op de klantenreis. Dat gebeurt in overleg en cocreatie met bezoekers en partners. Het team gaat ook na hoe Muntpunt zijn bezoekers onthaalt, en tegelijk zijn diensten professioneel kan aanbieden.

#### **Waarom**

Voor een betere beleving en informatieverstrekking.

#### **Resultaat**

De organisatie stelt een masterplan op dat maximaal rekening houdt met de verschillende gebruikersprofielen.

#### **Partners**

Muntpuntpubliek, Vlaamse overheid.

#### **Voor wie**

Alle bezoekers van Muntpunt, met specifieke aandacht voor kwetsbare gebruikersgroepen.

### ***SD5OD1 | ACTIE 2: Publiek & partners geven mee vorm aan offline en online dienstverlening***

#### **Wat**

Muntpunt brengt in cocreatie met zijn publiek de drempels in kaart die een ongedwongen verblijf hinderen, en zet acties op om deze weg te werken. Dat gebeurt aan de hand van 'customer journey mapping'. Het team bekijkt hoe gebruikers de diensten van Muntpunt ervaren, het analyseert hun input en identificeert werkpunten.

#### **Waarom**

Muntpunt wil de drempels wegwerken die het gebruik van zijn aanbod en diensten moeilijk maken.

#### **Resultaat**

Verbeterde digitale en fysieke gebruikerservaring.

## Partners

De gebruikers van Muntpunt zijn in dit traject de prioritaire partners.

## Voor wie

Huidige en potentiële gebruikers van Muntpunt.

## *SD5OD1 | ACTIE 3: Uitbreiding en herinrichting jeugdafdeling*

### Wat

Op de eerste verdieping van het Muntpuntgebouw wordt plaats voorzien voor een uitbreiding van de jeugdbib. Samen met partners en gebruikers lijst het team de noden, wensen en drempels op, en richt het deze verdieping in tot een aangename en stimulerende verblijfsplek.

### Waarom

De organisatie wil tegemoetkomen aan gedetecteerde noden bij bezoekers en gebruikers. Zo is er vraag naar een multifunctionele workshopruimte, een buggyruimte, werkplekken voor kinderen en ouders, computers, een grotere peuterspeelplek, een mobiel infopunt...

### Resultaat

Een laagdrempelige en uitnodigende jeugdbib waar iedereen, jong en oud, zich welkom voelt.

## Partners

Intermediaire partners die werken met kwetsbare doelgroepen (Huis van het Kind, Zita Inloopteam...), scholen, kunsteducatieve organisaties, ABC.

## Voor wie

Gezinnen met kinderen, klasgroepen, leerkrachten, partners opvoedingsondersteuning.

## *SD5OD1 | ACTIE 4: Placemaking in de agora en het Muntplein*

### Wat

In en rond Muntpunt wordt de openbare ruimte ingericht met verrassende installaties die het Muntpuntpubliek verwelkomen en uitnodigen om zich te verpozen, iets te lezen, iets nieuws te ontdekken, een gesprek aan te knopen, verrast te worden. In samenwerking met partners zorgt de organisatie voor een drietal installaties per jaar, in de agora, onder het peristilium en in de Prinsenstraat. De installaties worden flexibel ingezet om Muntpuntthema's te promoten, ontmoetingen te creëren en activiteiten te omkaderen.

### Waarom

De gebruikswaarde van de agora en publieke ruimte rond Muntpunt moet geoptimaliseerd en verhoogd worden, net als het welbevinden van de bezoekers. Het team wil een aangename, verrassende en laagdrempelige omgeving creëren in en rond zijn gebouw.

### Resultaat

- Een 3-tal flexibele installaties per jaar in de agora, aansluitend bij de thematische werking van het moment.
- Inrichting van de Koninginnestraat als zomerse Leesstraat in de zomervakantie.

## Partners

Cakri vzw, Dear Pigs, Decoratelier.

## Voor wie

Brusselgebruikers, Muntpuntbezoekers van alle leeftijden.

## **SD5OD1 | ACTIE 5: Maakplek**

### **Wat**

Muntpunt wil binnen zijn muren plaatsmaken voor een coöperatieve maakplek waar bezoekers al doende kunnen leren en experimenteren. Naast de uitbreiding van het Medialab wil de organisatie een laagdrempelige leeromgeving creëren waar informele kennisdeling, cocreatie en creativiteit centraal staan. Muntpunt brengt er makers met elkaar in contact (Zine Club, Het Schrijfgezelschap...) en biedt een platform aan partners met diverse maakexpertises.

### **Waarom**

De maakbeweging biedt laagdrempelige leermethodes die cultuurparticipatie, educatie en gemeenschapsvorming bevorderen. Muntpunt stimuleert hierbij de ontwikkeling van 21ste-eeuwse vaardigheden en verkent allerlei nieuwe artistieke praktijken.

### **Resultaat**

- Inrichting van een multifunctionele maakplek, inclusief het Medialab (zie SD40D3 Actie 1).
- Najaarscampagne maakplek.

### **Partners**

Cultuurconnect.

### **Voor wie**

Brusselgebruikers, Muntpuntbezoekers van alle leeftijden, makers met zin om te ondernemen.

### **Wanneer**

- Ontwerp en uitvoer Maakplek voorjaar 2021.
- Campagne maakplek najaar 2021.



## *SD6 Als communicatiehuis is Muntpunt de spil in het uitdragen van het N-aanbod naar een zo breed mogelijk publiek in Brussel en Vlaanderen*

### DOEL SD 6

Muntpunt verzamelt, versterkt en verbreedt de communicatie van partnerorganisaties in het Nederlandstalige en het Vlaamse netwerk in Brussel. Door zijn expertise als communicatiehuis in te zetten en te delen, zorgt de organisatie voor verbinding in de grote diversiteit aan Nederlandstalige initiatieven. Muntpunt werkt ondersteunend en versterkend, en helpt zo het publiek ook communicatief wegwijs te maken in Brussel.

SD6OD1 Paspartoe groeit uit tot een sterk merk, verbonden met een breed en divers aanbod, en afgestemd op de noden van de Brusselaar en Brusselgebruiker

### ALGEMENE WERKING OD1

De werking van Paspartoe werd de voorbije maanden aangepast en verloopt goed. De dagelijkse opvolging en uitwisseling van info tussen de VGC en Muntpunt werd bekeken en geoptimaliseerd.

### ***SD6OD1 | ACTIE 1: Het uitbreiden van het publiek en de gebruikers van Paspartoe door een campagne over sport en vrijetijdsparticipatie, met als doelgroep kwetsbare jongeren.***

#### Waarom

Het bestaande publiek verbreden, en ook jongeren warm maken voor het Brusselse culturele en sociale leven door een Paspartoe-kaart aan te maken en te gebruiken.

#### Resultaat

Een zichtbare campagne die de doelgroep bereikt. Een merkbare uitbreiding van het aantal gebruikers van Paspartoe, in het algemeen en specifiek bij de doelgroep van kwetsbare jongeren. Een grotere vrijetijdsparticipatie van kwetsbare jongeren.

#### Partners

VGC, communicatiepartners, (voordeel)partners in het netwerk.

#### Voor wie

Jongeren in het algemeen, met extra aandacht voor jongeren uit kwetsbare doelgroepen.

### ***SD6OD1 | ACTIE 2: een verbetering en uitbreiding van het omruilaanbod door het zoeken naar passende initiatieven en activiteiten bij bestaande en nieuwe partners***

#### Waarom

De (omruil)voordelen zijn een van de belangrijkste aspecten en beweegredenen om een Paspartoe-kaart aan te schaffen en te gebruiken. Door die voordelen uit te breiden en af te stemmen op de te

bereiken doelgroepen, overtuigt Paspartoe een groter publiek. Muntpunt breidt deze werking uit en gaat concreter en proactief op zoek naar voordelen die interessant zijn voor het gekozen doelpubliek.

#### Resultaat

In 2021 ligt de focus op het contact met de partners en het uitbreiden van het aanbod.

In de volgende jaren stijgt het aantal gebruikers en vergroot de tevredenheid over de aangeboden voordelen. Verschillende voordelen worden sneller opgevraagd of raken sneller uitverkocht, en partners denken proactief aan Paspartoe om een activiteit te promoten bij minder bereikbare doelgroepen.

#### Partners

VGC, voordeelpartners in het netwerk, communicatiepartners.

#### Voor wie

Brusselaars en Brusselgebruikers warm maken voor deelname aan het sociale en culturele Brusselse aanbod, met een specifieke focus op kwetsbare doelgroepen (anderstaligen, mensen in armoede, mensen met een psychische kwetsbaarheid). Meer bepaald ook de gekozen doelgroep van jongeren.

## SD6OD2 Door een scherpere positionering zorgt Muntpunt voor een grotere doorstroming van het N-aanbod naar het publiek

### ALGEMENE WERKING OD2

Muntpunt is via de verschillende opdrachten op verschillende manieren aanwezig in Brussel en Vlaanderen. Deze opdrachten worden op dit moment nog te vaak als één groot geheel voorgesteld en gecommuniceerd, waardoor het aanbod en de verschillende diensten niet altijd duidelijk zijn, zowel intern als voor publiek en partnerorganisaties.

### *SD6OD2 | ACTIE 1: Het uitwerken, implementeren en communiceren van een logische merkenstrategie*

#### Waarom

Door de verschillende gelieerde opdrachten van Muntpunt is het niet altijd duidelijk wat deze opdrachten precies inhouden, en waarvoor het publiek en de organisaties in het netwerk bij de organisatie terecht kunnen.

Ook intern moet de nieuwe merkenstructuur voor meer duidelijkheid zorgen. Na een periode waarin dit uitgebreid onderzocht werd, zal Muntpunt volgend jaar de verschillende opdrachten opnemen in een duidelijke merkenstructuur, die (geleidelijk, en zonder grote campagne) geïnstalleerd en uitgedragen zal worden, intern, naar het bestaande en naar een potentieel publiek.

#### Resultaat

In de eerste helft van 2021 wordt de merkenstructuur uitgewerkt. Deze wordt vanaf september 2021 geleidelijk geïnstalleerd en uitgedragen.

Het resultaat op middellange termijn is een betere doorstroming van de informatie en activiteiten naar publiek en doelgroepen. Het publiek moet makkelijker de weg vinden naar de afzonderlijke diensten van Muntpunt, maar ook een duidelijker beeld krijgen van het geheel van diensten en aanbod.

#### Partners

Craftzing en andere (uitvoerende) communicatiepartners.

### Voor wie

Voor collega's, partners, partnerorganisaties, bestaand en potentieel Muntpuntpubliek en -gebruikers.

## ***SD6OD2 | ACTIE 2: Uitwerken van een gepast stappenplan voor een digitale strategie***

### Waarom

Muntpunt is voor de uitvoering van de verschillende opdrachten ook digitaal actief. Alle digitale contacten met en voorzieningen voor het publiek zijn samen met Craftzing in kaart gebracht. Daarnaast werd bekeken hoe het volledige digitale aanbod beter gestructureerd en op elkaar afgestemd kan worden. Zodat de communicatie met de gebruiker, niet alleen in het Muntpuntgebouw maar ook op digitaal vlak beter, duidelijker en persoonlijker kan verlopen.

### Resultaat

In 2021 werkt het team de roadmap van Craftzing verder uit en vertaalt het in een concreet stappenplan. Muntpunt contacteert, brieft en kiest organisaties die zullen instaan voor de implementatie en uitwerking van het digitale traject.

Op langere termijn zijn de info en gegevens van het publiek op een logische, correcte manier over de verschillende opdrachten heen aan elkaar gelinkt, en kunnen deze ingezet worden om ook digitaal duidelijker en persoonlijker te communiceren.

De nieuw uitgewerkte tools en websites vormen uiteindelijk een aanvullend geheel, zijn gebruiksvriendelijk en duidelijk, en zorgen voor een betere doorstroming van informatie, diensten en aanbod.

### Partners

Craftzing en/of andere specifieke communicatiepartners.

### Voor wie

Voor het volledige bestaande en potentiële Muntpuntpubliek van de drie verschillende opdrachten. Brusselaars en Brusselgebruikers die op zoek zijn naar informatie over het leven in de stad, met een specifieke focus op kwetsbare doelgroepen (anderstaligen, mensen in armoede, mensen met een psychische kwetsbaarheid).

## SD6OD3 Binnen het N-netwerk initieert Muntpunt een participatief traject dat leidt tot een gezamenlijk communicatiebeleid

### ALGEMENE WERKING OD3

De komende jaren zal Muntpunt zijn rol als informatiecentrum verder uitwerken, zoals uitgebreid beschreven in SD1. Om het N-aanbod nog beter te ontsluiten voor het publiek, ondersteunt de organisatie haar partners waar dat kan ook met communicatie en communicatie-expertise.

## ***SD6OD3 | ACTIE 1: In kaart brengen van de communicatienoden binnen het N-netwerk, om deze communicatie te ondersteunen en te versterken***

### Waarom

Partners vinden soms moeilijk de weg naar hun publiek. Als onderdeel van het nieuwe informatiecentrum versterkt Muntpunt het contact met verschillende organisaties in het netwerk. De

organisatie bekijkt samen met partners de noden op het vlak van communicatie, om te ondersteunen en de communicatie te versterken waar dat kan.

#### **Resultaat**

In 2021 zet Muntpunt verder in op een betere samenwerking met de partners van het informatiecentrum, een heldere kijk op de communicatieve noden, en de manier waarop Muntpunt deze kan aanvullen en versterken.

#### **Partners**

VGC, partners in het N-netwerk.

#### **Voor wie**

Partnerorganisaties binnen het brede netwerk, met een focus op organisaties die rond informatiebemiddeling en met kansarme doelgroepen werken.

### ***SD6OD3 | ACTIE 2: De netwerkcommunicatie van Brusselse bibliotheken structureel bekijken, bespreken en afspreken hoe en waar we als geheel beter kunnen communiceren***

#### **Waarom**

Muntpunt is niet alleen onderdeel van het netwerk van de Brusselse bibliotheken, maar ook het huis dat in overleg met de VGC de communicatie van het volledige netwerk van de Brusselse bibliotheken wil samenbrengen en versterken. Door een betere afstemming en overleg met de verschillende bibs en met de VGC, wil Muntpunt ook zijn rol als communicatiehuis voor dit netwerk een gepaste en concrete invulling geven.

#### **Resultaat**

In 2021 bespreekt de organisatie dit binnen het netwerk, met concrete afspraken en doelstellingen als resultaat.

Op middellange termijn gaat Muntpunt voor een betere, gestroomlijnde communicatie die start vanuit het netwerk. De organisatie deelt overkoepelende communicatietools en grafisch materiaal die de eenvormige uitstraling van het netwerk versterken.

#### **Partners**

VGC, OBiB, netwerk van de Brusselse bibliotheken, Brusselse en Vlaamse communicatiepartners.

#### **Voor wie**

Het netwerk van de Brusselse bibliotheken en zijn gebruikers.

### ***SD6OD3 | ACTIE 3: Het bundelen, versterken en verbreden van de projectcommunicatie binnen het brede Vlaamse netwerk***

#### **Waarom**

Om het aanbod van Brusselse activiteiten nog beter of uitgebreider te communiceren in Brussel en ook in Vlaanderen. Om op die manier ook een zo groot mogelijk publiek nieuwsgierig te maken naar, en deel te laten uitmaken van, het bruisende culturele en sociale leven in de hoofdstad.

#### **Resultaat**

In 2021 bouwt Muntpunt een goede samenwerking met de partners verder uit. Waar mogelijk, versterkt de organisatie de activiteiten en initiatieven van partners in haar communicatie.

In het algemeen is het doel een grotere interesse in Brussel en Brusselse initiatieven in de hoofdstad, de Vlaamse Rand en Vlaanderen. Meer deelnemers uit Vlaanderen aan gedeelde activiteiten van Muntpunt, en van de partners in het brede netwerk.

#### **Partners**

Partners in het netwerk, communicatiepartners in Brussel en Vlaanderen.

#### **Voor wie**

Brusselaars en Brusselgebruikers die op zoek zijn naar informatie over, en deelname aan het leven in de stad. Met een specifieke focus op kwetsbare doelgroepen (anderstaligen, mensen in armoede, mensen met een psychische kwetsbaarheid).





# ORGANISATORISCHE WERKING

## Organisatieontwikkeling

### Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?

Muntpunt heeft nood aan een vernieuwd, toekomstgericht organisatiemodel, afgestemd op de ambities uit het beleidsplan. De organisatie moet duidelijkheid scheppen over onder meer de teamsamenstelling, het beslissingsproces en de overlegstructuur. De medewerkers maken samen de organisatie, en dat kan alleen binnen een duidelijk kader.

### Hoe, waar en wanneer?

Dit traject wordt een participatief proces met maximale betrokkenheid van alle Muntpuntmedewerkers. Het traject is gebaseerd op een waarderende benadering: wat loopt er nu al goed, waar dromen we van en wat hebben we nodig om dat waar te maken? Dit traject is eind 2020 gestart en wordt afgerond in het voorjaar van 2021.

### Gewenst meetbaar resultaat

Muntpunt heeft een nieuw organisatiemodel, afgestemd op de ambities uit het beleidsplan.

## Hr

## Vernieuwing feedbackgesprekken

### Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?

Muntpunt wil zijn feedbackcyclus beter afstemmen op zijn organisatiecultuur en op wat er op de werkvloer gebeurt. De organisatie grijpt het nieuwe beleidsplan en de vernieuwing van het organisatiemodel aan om ook het feedbackmodel grondig onder de loep te nemen. Muntpunt stemt die cyclus af op de overige organisatorische veranderingen, en vooral op de talenten van de medewerkers.

### Hoe, waar en wanneer?

Een projectgroep brengt in kaart wat de goede elementen zijn van de huidige feedbackcyclus, aan welke administratieve formaliteiten de organisatie gebonden is, en vooral hoe de talenten van de medewerkers nog verder ontwikkeld en ondersteund kunnen worden.

Het traject is eind 2020 van start gegaan en wordt eind 2021 afgerond. Vanaf begin 2022 gaat de organisatie met de vernieuwde feedbackcultuur aan de slag.

### Gewenst meetbaar resultaat

Muntpunt heeft een feedbackcultuur gebaseerd op een talentgerichte aanpak.

## Muntpunt als lerende organisatie

### Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?

Academie Muntpunt bundelt alle activiteiten voor competentieverwerving. Er is echter een hiaat tussen de ambities uit beleids- en actieplannen en de ontwikkelingsdoelstellingen van medewerkers.

### Hoe, waar en wanneer?

Hr zal in de loop van 2021, in samenwerking met de directie en de ploeg van teambegeleiders, Academie Muntpunt verfijnen en een organisatiebreed opleidingsplan schrijven dat is afgestemd op de inhoudelijke ambities. De focus verschuift van individuele opleidingsaanvragen ad hoc naar een gedragen plan, waarbij naast externe opleidingen ook interne kennisdeling en intervisie een centrale plek krijgen.

Voor 2021 staan alvast enkele teamoverschrijdende opleidingsnoden op de agenda:

- Helder en duidelijk communiceren met en naar het publiek.
- Omgaan met diversiteit.
- Werken met nieuwe tools: verdere uitdieping van MS Teams en Wise.

#### **Gewenst meetbaar resultaat**

Academie Muntpunt wordt verder uitgebouwd en onderbouwd, met extra aandacht voor kennisdeling en intervisie, zowel binnen als buiten de Muntpuntmuren.

## *Onthaal en klantenzorg*

### Verbetertrajecten (fysieke en digitale) dienstverlening

#### **Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?**

Muntpunt wil de dienstverlening voor zijn publiek en bezoekers voortdurend verbeteren. In 2021 brengt de organisatie de gebruikerservaring (fysiek en digitaal) van haar bezoekers in kaart. Muntpunt bereidt acties voor om de tools en infrastructuur te verbeteren waarmee het zijn dienstverlening voorziet.

#### **Hoe, waar en wanneer?**

In het voorjaar onderzoekt Muntpunt in samenwerking met het team Innovatie mogelijke verbeteringen in onthaal en digitale dienstverlening. De organisatie stapt mee in de verdere innovatietrajecten van Wise, aangestuurd door Cultuurconnect, en investeert in de gebruiksvriendelijkheid en uitrol van Bookaplace. Ook het telefonisch contactcentrum krijgt in 2021 een update.

#### **Gewenst meetbaar resultaat**

Een betere en efficiëntere informatieverstrekking en dienstverlening, waarin de gebruikerservaring van het publiek en de medewerkers centraal staat, en die gemeten wordt aan de hand van een tevredenheidscijfer. Ook het welzijn en werkplezier van de publieksmedewerkers moet verbeteren.

## Innoveren op de front-office trainingsmethodes

#### **Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?**

Door de omschakeling naar Wise en de investeringen in digitale diensten zal er vaker (Bookaplace, Home Academy, Mijn bibliotheek) en sneller geïnnoveerd worden. Het trainen van nieuwe of bestaande collega's vergt tijd, kennis en expertise. In 2021 wil Muntpunt werken aan een (digitale) opleidingsmethode, waarmee de organisatie nieuwe en bestaande medewerkers vlot kan trainen en up-to-date kan houden.

#### **Hoe en wanneer?**



In het voorjaar wordt samen met Academie Muntpunt een plan opgesteld. Muntpunt geeft ook de bestaande handleidingen en opleidingstools een update. Samen met ICT wordt het gebruik van Teams geoptimaliseerd, als kanaal om last minute informatie met elkaar te delen, en voor het opzetten van online-opleidingen.

#### **Gewenst meetbaar resultaat**

Een tevreden publiek dat zich vriendelijk, snel en professioneel geholpen voelt. Een verhoging van het werkplezier bij de front-officemedewerkers.

## *Innovatie*

### Stappenplan digitale strategie

#### **Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?**

In de aanloop naar het beleidsplan 2020-2025 startte Muntpunt een visietraject op met de bedoeling een digitale strategie uit te tekenen voor de komende beleidsperiode. In het rapport werden duidelijke aanbevelingen voor de diverse opdrachten van Muntpunt uitgewerkt. Na het bepalen van de strategische keuzes volgt de volgende stap in het traject: de opmaak van een stappenplan, waarin naast een haalbare timing en budgettering ook een technisch kader wordt uitgestippeld.

#### **Hoe, waar en wanneer?**

De voorbereiding tot het opmaken van het stappenplan is gestart in november 2020 en wordt gefinaliseerd in het vroege voorjaar. De uitvoering en de timing van de acties zijn beschreven in een roadmap. Dit traject wordt begeleid door Craftzing, een associatie van onafhankelijke digitale architecten.

In het najaar van 2021, nadat de nodige scenario's zijn uitgewerkt, kan gestart worden met de uitvoering van het plan.

#### **Gewenst meetbaar resultaat**

De oplevering van een roadmap om te gebruiken bij het uitvoeren van de acties die nodig zijn om de digitale strategie te implementeren.

## Optimalisatie van Wise en uitwerken van nieuwe dienstverlening

#### **Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?**

In 2020 schakelden de Brusselse bibliotheken onder begeleiding van Cultuurconnect over naar het nieuwe bibliotheekbeheersysteem Wise. Vele zaken staan nog niet helemaal op punt. Muntpunt wil meewerken aan de verbetering van de functionaliteit en aan het signaleren en wegwerken van bugs. Daarnaast werkt Cultuurconnect aan een nieuw functioneel aanbod in het kader van Wise.

De werkgroep Dienstenmodel doet onderzoek naar de ontwikkeling van nieuwe mogelijkheden om de collectie op een gebruiksvriendelijke en hedendaagse manier tot bij het publiek te brengen via de bibliotheekwebsite, rekening houdend met de veranderde verwachtingen van het publiek.

De werkgroep CRM onderzoekt de mogelijkheden van een Customer Relationship Management en Wise.

In 2021 staan volgende vernieuwingen op de agenda:

- Besteladministratie: automatisering van het bestelproces.

- Werken met een Business Intelligence tool (BI-tool).
- Online inschrijven, onder meer als onderdeel van het vernieuwde Dienstenmodel.
- Ontwikkeling van een CRM-plan.

#### **Hoe, waar en wanneer?**

Muntpunt neemt actief deel aan de Stuurgroep Basisinfrastructuur Digitale Bibliotheek en de respectievelijke werkgroepen, waaronder Dienstenmodel, CRM en de algemene werkgroep Bibliotheekstelsysteem.

Muntpunt heeft zich kandidaat gesteld als pilootbibliotheek om een aantal nieuwe functionaliteiten te testen. Op dit moment is nog niet bekend of Cultuurconnect hiervoor met Muntpunt in zee gaat.

#### **Gewenst meetbaar resultaat**

- De besteladministratie is getest en een procedure is uitgewerkt voor start in 2022.
- De BI-tool is eind 2021 operationeel.
- Klanten kunnen zich eind 2021 online inschrijven.
- Er is een CRM-plan opgesteld.
- Cultuurconnect heeft de leiding over deze projecten, dus resultaten zijn onder voorbehoud.

## Traject (digitale) gebruikerservaring

#### **Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?**

Gebruikers met verschillende profielen, noden en wensen worstelen soms om verschillende redenen met het gebruik van de diensten van Muntpunt. Vooral de digitale en onlinediensten zijn soms bezaaid met technische en andere drempels die de gebruiksvriendelijkheid onder druk zetten. Een dienstverlening is pas goed als die drempels, valkuilen en andere bedreigingen weggewerkt zijn, of minstens een resultaatgericht antwoord krijgen.

#### **Hoe, waar en wanneer?**

Een volledige doorlichting van de gebruikerservaring van de klant van, in eerste instantie, de digitale diensten – zowel online als de digitale dienstverlening intra muros. Op termijn een 360°-scan van de volledige dienstverlening (fysiek, digitaal, online), met daaraan verbetertrajecten gekoppeld die alle drempels wegwerken en de klantenervaring maximaal optimaliseren.

#### **Gewenst meetbaar resultaat**

De klant krijgt een betere en gebruiksvriendelijkere ervaring die beantwoordt aan de noden en wensen. Zo geeft Muntpunt zijn maatschappelijke opdracht vleugels en neemt de meerwaarde van de organisatie voor de samenleving toe.

## (Impact)indicatoren

#### **Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?**

Muntpunt evalueert de werking tot nog toe hoofdzakelijk met kwantitatieve indicatoren. Deze volstaan niet meer – het team wil er steeds meer kwalitatieve indicatoren bij betrekken – maar zijn ook aan herziening toe.

Doel is om een werkbaar apparaat te creëren voor kwantitatieve 'output'. Daarnaast moet het werken met impactindicatoren die de maatschappelijke impact van Muntpunt weergeven, ingang doen

vinden. Dat moet het team helpen keuzes te maken, doelstellingen bij te sturen en activiteiten te motiveren.

### **Hoe, waar en wanneer?**

Kwantitatieve indicatoren: Muntpunt onderzoekt de mogelijkheden van het nieuwe bibliotheekbeheerssysteem Wise en de BI-tool (operationeel in de loop van 2021 via Cultuurconnect). Op basis van wat de organisatie wil weten om haar werking te kunnen evalueren en bijsturen, en aan de hand van wat verzameld moet worden voor de overheid, komt het team tot een set van indicatoren.

Kwalitatieve indicatoren of impactindicatoren: met kwantitatieve indicatoren, zoals bezoekersaantallen en uitleencijfers, wordt gemeten hoeveel mensen Muntpunt bereikt en welke diensten het populairst zijn. Maar om de effectiviteit te kunnen inschatten, zijn impactindicatoren nodig. Dat is vrij nieuw voor Muntpunt, en het team wil dan ook de eerste stappen zetten om doelen te vertalen in concrete, meetbare indicatoren. Impactindicatoren wijzigen voortdurend. De maatschappelijke impact van Muntpunt vergroten, gebeurt via een cyclisch proces: bepalen van missie en doelen; data verzamelen over het bereiken van die doelen; leren en presenteren van deze data; en vooral het bijstellen van doelen.

### **Gewenst meetbaar resultaat**

Muntpunt beschikt over een meetapparaat waarmee het de kwantitatieve resultaten van zijn werking kan aflezen, duiden en bijsturen.

Muntpunt is geëvolueerd van een louter output-gestuurde naar een impactgerichte organisatie. Maatschappelijke impact is de drijfveer voor alle acties. Er is ruimte voor kritische reflectie en bereidheid om te veranderen.

Concreet: Muntpunt heeft impactindicatoren aangeduid voor de acties in 2021. De verzamelde data vormen de leidraad voor het kiezen en bijstellen van doelen en acties.

## *Communicatie*

### Merkenstrategie

Een logische merkenstrategie bundelt de werking van diensten en aanbod. Op basis daarvan wordt gepast gecommuniceerd, met zowel een overkoepelend communicatieplan als afzonderlijke voor opdrachten, aanbod en diensten. Er moet onderzoek gebeuren en contacten worden gelegd om de digitale strategie in de praktijk te brengen (stappenplan), met extra aandacht voor de klantenzorg, fysiek in het Muntgebouw en via de verschillende digitale kanalen.

### **Welke doelstelling helpt deze actie te verwezenlijken?**

Meer duidelijkheid creëren over de diensten en het aanbod van Muntpunt in de verschillende opdrachten. Doel is om partners en gebruikers makkelijker de weg te laten vinden naar Muntpunt, fysiek en digitaal.

### **Hoe, waar en wanneer?**

De organisatie werkt volgend jaar een merkenstrategie uit. Die wordt geleidelijk, zonder grote algemene campagne, vanaf de tweede helft van 2021 geïntegreerd en uitgedragen. In het Muntpuntgebouw zelf, maar ook via de digitale diensten en communicatie, en via gepaste kanalen van partners.

**Gewenst meetbaar resultaat**

Een uitgewerkte merkenstrategie en een eerste aanzet om ze te implementeren tegen het einde van 2021. Op langere termijn geven Muntpuntcollega's aan dat de interne structuur en werking logischer is. Partners en gebruikers vinden makkelijker de weg naar Muntpunt, fysiek en digitaal.





MURRY PUNT

Jango Jim



# DAGELIJKS BEHEER

## Financieel

Begroting 2021

<b>MUNTPUNT BEGROTING 2021</b>	
<b>KOSTEN</b>	<b>2021</b>
Aankoop handelsgoederen	449 381
Diensten en diverse goederen	1 593 899
Bezoldigingen, sociale lasten, pensioenen	3 178 099
Afschrijvingen	62 892
Andere bedrijfskosten	2085
Financiële kosten	800
Uitzonderlijke kosten	0
<b>TOTAAL KOSTEN</b>	<b>5 197 155</b>
<b>OPBRENGSTEN</b>	<b>2021</b>
Eigen omzet	525 030
Subsidies	4 257 892
Overige opbrengsten	334 750
Financiële opbrengsten	79 483
Uitzonderlijke opbrengsten	0
<b>TOTAAL OPBRENGSTEN</b>	<b>5 197 155</b>
<b>RESULTAAT</b>	<b>0</b>

Toelichting per rubriek:

- Aankoop handelsgoederen: onder meer de kosten voor collectie, ruildeals en commercieel beleid zoals de catering bij zaalverhuur, zorgen ook voor opbrengsten, namelijk de eigen opbrengsten zoals de bibliotheekinkomsten, de inkomsten van zaalverhuur en ruildeals. De kosten blijven evenwichtig, maar wat betreft de eigen opbrengsten is er een coronacoëfficiënt toegepast, namelijk een daling van de eigen inkomsten met 103 000. De gevolgen van Covid-19 worden ook in 2021 voortdurend opgevolgd.
- De diensten en diverse goederen zijn de kosten voor programma, gebouw, communicatie, energie, IT, ondersteunende diensten, kantoor, innovatie en verzekeringen. De zonnepanelen en de nieuwe ledverlichting zorgen bijvoorbeeld voor een daling van de energiekosten. Daarnaast is de jaarlijkse kostprijs voor EBS duurder.
- 61 % van alle kosten zijn loonkosten. De begroting is opgemaakt met een inzet van 68,8 voltijdse medewerkers.
- In 2021 zijn volgende investeringen gepland: vernieuwing van de website, verdere ontwikkeling van Bookaplace, verdere vervanging van de oude IT-infrastructuur en installatie van nieuwe digitale applicaties aan de hand van de digitale strategie.
- Wat betreft opbrengsten heeft Muntpunt 10 % eigen opbrengsten, 82 % subsidies en 8 % andere opbrengsten, zoals personeelsgebonden subsidies, sociale Maribel en GECO's. Hoofdaandeelhouders zijn de Vlaamse overheid en de VGC.
- De begroting 2021 is een begroting in evenwicht, maar zoals hierboven geschetst moet de impact van Covid-19 blijvend worden opgevolgd.



