

MUNTPUNT
Bruist van Brussel.

ACTIEPLAN 2016 MUNTPUNT



1. VOORWOORD	3
2. MISSIE/VISIE/CONTEXT	4
<i>Missie</i>	
<i>Visie</i>	
<i>Context: Muntpunt in verbinding met een ruim werkveld</i>	
3. SPEERPUNTEN 2016	7
<i>SPEERPUNT 1: Geïntegreerde werking</i>	
<i>SPEERPUNT 2: Doelgroepen</i>	
<i>SPEERPUNT 3: Digitalisering/innovatie</i>	
4. Strategische en operationele doelstellingen	8
5. Actieplan	9
5.1 PUBLIEKSWERKING	
SD1 OD1	
Actie: duurzame kennisopbouw en kwaliteitsverbetering van vraagafhandeling	
Actie: Paspartoe	
SD1 OD2	10
Actie: Collectieprofielen	
Actie: Boekenverkoop	
SD1 OD3	11
Actie: Broodje Brussel	
Actie: Familiewandelingen Op Vadroei	
SD2 OD1	12
Actie: Informatie- en consultatiepunten, infosessies en info-ateliers	
Actie: Info-acties	
Actie: Perfect People Have No Stories	13
SD2 OD2	
Actie: Familieprogramma	
Actie: Ontwikkeling van diensten en activiteiten voor scholen	14
Actie: Ontwikkeling van een gamma aan lees- en boekactiviteiten onder de noemer Literair salon	
Actie: Bibliotheekfestival Atelier de bib	15
Actie: You, the West and the Middle East	
SD2 OD3	16
Actie: Vlaanderen feest, Brussel danst	
Actie: Muntpunt op wielen	
Actie: De seizoenen	17
Actie: Erfgoeddag	18
SD3 OD1	19
Actie: Expat-netwerk	
Actie: Informatienetwerk SBB en gemeenschapscentra	
SD3 OD2	20
Actie: Voorleesacademie	
Actie: Young Adults	

	2
SD3 OD3	21
Actie: samenwerking met grote partnerorganisaties uit Vlaanderen om Brussel als attractieve stad, ook voor Vlaanderen, op de kaart te zetten.	
Actie: UiTinBrussel	
5.2 ONDERSTEUNENDE WERKING	23
5.2.1 COMMUNICATIE	
Actie: Meertaligheid	
Actie: Lancering muntpunt.be	
Actie: Verbetering nieuwsbrieven	24
Actie: Lancering UiTinBrussel.be	
5.2.2 ONTHAAL EN KLANTENZORG	
Actie: Klanttevredenheid meten	
Actie: Design voor de publieke ruimte (Agora)	25
5.2.3 INNOVATIE	
Actie: Collect & go	
Actie: Digitaal Traject	26
Actie: MOOC – Muntpunt Open Online Cursussen	
Actie: iBeacon	27
5.2.3. COMMERCIEEL BELEID	
Actie: Online betaalmogelijkheden op de website	
6. Dagelijks beheer	29
<i>Beheersmatige strategie</i>	
HR	
Financieel	

1. VOORWOORD

In 2015 stelde Muntpunt zijn eerste Beleidsplan voor. Dat plan heeft de strategische lijnen voor de periode 2016-2020 scherp gesteld. Dit meerjarenplan zal de volgende jaren de leidraad zijn voor de werking van onze organisatie.

Na 2013 - het jaar van de opening - was 2014 vooral een jaar van leren en bijsturen. In 2015 werden voor het eerst alle facetten van onze opdracht ingebed in onze werking.

2016 moet het jaar van de bevestiging worden. Een jaar waarin versterking, uitbreiding en verdieping geen loze termen mogen blijken.

Meer partnerwerking, meer samenwerking, een groter en relevanter aanbod, innovatie, sterkere communicatie en een duidelijke focus op doelgroepen. Dit moet ervoor zorgen dat we samen met die vele Brusselse en Vlaamse partners dag na dag werken aan onze gedeelde opdracht en ambitie.

We hebben de ambitie om steeds meer bezoekers en klanten een antwoord te bieden op hun vragen en behoeften, om samen met onze partners een aanbod te ontwikkelen en te ontsluiten dat een verschil maakt in het doen en laten van de Brusselaar, Brusselgebruiker en Vlaming.

We streven ernaar om voor onze overheden een steeds meer betrouwbare, dynamische en flexibele partner te worden die hen helpt in de uitvoering van hun beleid en hen helpt een steeds groter publiek te bereiken.

Het actieplan 2016 mag en moet dus de nodige ambitie tonen, zonder evenwel de dagdagelijkse budgettaire en operationele realiteit uit het oog te verliezen.

De juiste keuzes maken en inspelen op de dingen die echt het verschil maken, zullen niet alleen in 2016, maar ook in de jaren daarna, onze relevantie bepalen.

Roel Leemans

2. MISSIE/VISIE/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

Het is onze missie om de kennis en beleving van Brussel te bevorderen door een geïntegreerd informatie-, communicatie- en promotiebeleid te voeren over het aanbod van Brusselse en Vlaamse instellingen en organisaties. Het oprichtingsdecreet van Muntpunt vermeldt voornamelijk de Brusselse, Nederlandstalige voorzieningen op het vlak van onderwijs, cultuur, welzijn en gezondheid en toerisme met stip.

Om dit te realiseren, moet Muntpunt in verbinding staan met het Brusselse en Vlaamse werkveld, in het bijzonder het Nederlandstalig gemeenschapsnetwerk.

Het strategisch beleidsplan 2016-2020 benadrukt expliciet het belang van de verbinding met het Brusselse en Vlaamse netwerk.

De uitwerking van het beleidsplan vertaalt deze doelstelling in functie van de drie kerntaken van Muntpunt.

1. Informatiecentrum (dynamische gidsfunctie/ informatiebemiddeling)

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

- actoren op vlak van welzijn, gezondheid en gezin
- actoren op vlak van onderwijs, vorming en werk
- actoren op vlak van cultuur en vrije tijd
- actoren op vlak van wonen en leefbaarheid in de stad

Om specifieke doelgroepen te bereiken, zal de organisatie in de toekomst verder op zoek gaan naar een intensere samenwerking met de diverse netwerken en vergelijkbare spelers in de stad.

2. Bibliotheekwerking (stimulering 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 vlak van leesbevordering, mediawijsheid en ruimer: lees-kijk- en luisterplezier.

Om deze opdracht te realiseren, werkt Muntpunt structureel en projectmatig samen met het ruime bibliotheekveld en met het socio-culturele netwerk in Brussel en Vlaanderen:

- netwerk Brusselse bibliotheken
- Bibnet en locus
- scholennetwerk
- socio-culturele actoren werkzaam rond culturele en artistieke expressie (literatuur, podium, kunsten)

3. Promotie Brussel - Vlaanderen (positieve Brusselbeleving)

Om Brussel positief uit te stralen bij de Brusselbezoeker en Brusselgebruiker, werken we samen met een netwerk van actoren uit de sfeer van cultuur, toerisme, vrije tijd en media:

- het Brussels en Vlaams cultuur-, vrijetijds- en medianetwerk
- samenwerking met socio-culturele actoren uit de rand rond Brussel, bijvoorbeeld vzw De Rand en cultuurcentra
- samenwerking met cultuurcentra en bibliotheken uit de Vlaamse centrumsteden

3. SPEERPUNTEN 2016

SPEERPUNT 1: Geïntegreerde werking

In 2015 werd meer dan ooit duidelijk dat samenwerking, zowel intern als met partners, de sleutel tot succes is.

In onze organisatie zal de programmatie van onze verschillende deelwerkingen verder op elkaar afgestemd worden, zodat sterke projecten ontstaan die ons publiek maximaal bereiken. Ongeacht of de bezoeker voorheen eerder als een bibliotheekgebruiker, informatiezoeker of Brusselliefhebber zou zijn omschreven.

De finaliteit is en moet blijven: een zo sterk mogelijk totaalaanbod, uitgewerkt met een zo groot mogelijk aantal partnerorganisaties en dit voor een zo groot mogelijke groep klanten.

We streven dagdagelijks naar een maximaal geïntegreerde werking én we werken voor 2016 drie grote projecten uit (Muntpunt op wielen, Perfect People Have No Stories en Het Bibliotheekfestival), waarin deze manier van samenwerken overduidelijk moet worden.

SPEERPUNT 2: Doelgroepen

Sinds de opening bereikt Muntpunt een grote groep bezoekers.

Onze dagdagelijkse werking ontwikkelde de voorbij jaren reeds een ruim aanbod dat op specifieke groepen (kansarmen, studenten, veellezers....) is gericht.

In 2016 ligt de focus op vier specifieke groepen die we tot op heden nog te weinig bereiken of bespelen: scholen, Young Adults, gezinnen met kinderen en expats.

Een specifieke benadering moet ook deze klanten overtuigen om intenser gebruik te maken van het aanbod en zelf een rol te spelen in de ontwikkeling van dit aanbod.

SPEERPUNT 3: Digitalisering/innovatie

Relevant blijven in een maatschappij die razendsnel evolueert, betekent meegaan en vernieuwen, inspelen op en deelnemen aan nieuwe trends.

De inhoudelijke keuzes in het aanbod, maar zeker ook de manier waarop dat aanbod in de toekomst zal ontsloten worden, zullen het succes uitmaken van bibliotheken en informatiecentra.

De gebruiker zal bepalen hoe en wanneer informatie beschikbaar gemaakt moet worden. Innovatie en digitalisering, soms op eigen houtje, maar veelal in een ruimer(e) context, zullen basisvoorwaarden worden.

Niet alleen de bibliotheek of -ruimer - het informatiecentrum van de toekomst zal de vinger aan de pols moeten houden, (lokale) overheden en netwerken zullen hier hun maatschappelijke en financiële verantwoordelijkheid moeten opnemen.

4. 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

5. Actieplan

5.1 PUBLIEKSWERKING

SD1. Muntpunt is een knooppunt van kennis en informatie met focus op het Nederlandstalig gemeenschapsaanbod in Brussel en de Vlaamse instellingen

SD1 OD1. 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 levensfasen van mensen, en cultuur en vrije tijd

Actie: duurzame kennisopbouw en kwaliteitsverbetering van vraagafhandeling

Waarom?

Om de individuele bezoeker op weg te helpen met vragen over leven, leren, werken, cultuur en vrijetijd in Brussel en Vlaanderen dient Muntpunt steeds een correct antwoord te bieden op iedere vraag. Duurzame kennisopbouw en de kwaliteitsvolle vraagafhandeling zijn cruciaal om als informatiehuis te groeien.

Wat, hoe en wanneer?

We zetten in op monitoring en verbetering van de individuele vraagafhandeling. Dit doen we door de rapportering van iedere vraag te verbeteren, een praktijkgericht opleidingstraject te ontwerpen en goede interne en externe afspraken te maken over hoe we vragen op niveau van eerste, tweede of derde lijn afhandelen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Dit zal leiden tot een team van informatieverstrekkers dat duurzame kennis opbouwt en deelt met elkaar. Duidelijkere interne en externe afspraken zullen leiden tot een betere en meer gerichte doorverwijzing naar interne en externe experts. Door het kennisniveau van iedere informatieverstrekker te meten, krijgen we een globaal beeld van de groei van kennis binnen het team. Een goede vraagregistratie van iedere telefonische, digitale of fysieke vraag zorgt ervoor dat we onze informatiediensten kunnen uitbouwen op maat van de bezoeker.

Actie: Paspartoe

Waarom?

Samen met de VGC en Cultuurnet Vlaanderen promoot Muntpunt Paspartoe als inclusieve UiTpas voor cultuur en vrijetijd in Brussel. Paspartoe maakt het Brusselse vrijetijdsaanbod toegankelijker en faciliteert vrijetijdsparticipatie voor iedereen. Daarbij zet Muntpunt Nederlandstalige en Vlaamse initiatieven op de Brusselse kaart.

Wat, hoe en wanneer?

We bouwen de inclusieve vrijetijdspas voor Brussel verder uit en streven ernaar het Paspartoe-platform optimaal te integreren in de UiT-kanalen. De verdere uitbouw veronderstelt onder andere een uitbreiding van het partnernetwerk, een uitbreiding van de voordelen, innovatie van de

infrastructuur, mogelijke integratie met andere kaarten. Ook streven we naar administratieve vereenvoudiging voor de partners.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We meten de stijging van het aantal partners, het aantal pashouders, het aantal omruiltransacties, het aantal vermeldingen van Paspartoe-informatie in externe communicatiekanalen, ...

SD1 OD2. Muntpunt ontwikkelt een vraaggericht en actueel collectiebeleid met brede titelspreiding (in het netwerk van Brusselse openbare bibliotheken).

Actie: Collectieprofielen

Waarom?

Een aantrekkelijke, vraaggerichte en actuele collectie, evenwichtig samengesteld binnen het netwerk van Brusselse openbare bibliotheken, is het uitgangspunt. Via een centraal collectieontwikkelingsplan maken de Brusselse bibliotheken afspraken over de collectieopbouw. Collectieprofielen vormen daarbij een hulpmiddel voor de collectievormers.

Wat, hoe en wanneer?

Collectieprofielen zijn hét werkinstrument om een evenwichtige collectie uit te werken in Muntpunt, en bij uitbreiding binnen het netwerk.

In 2015 is een werkgroep, samengesteld uit leden van de Brusselse bibliotheken en Muntpunt, gestart met de uitwerking van een collectieontwikkelingsplan. Een gemeenschappelijk sjabloon voor de opmaak van een collectieprofiel wordt verwacht tegen begin 2016.

In de loop van 2016 actualiseren we onze collectieprofielen. In samenwerking met het netwerk komen we tot afspraken over een aangepaste samenstelling van de collectie, rekening houdend met de complementariteit binnen het netwerk van de Brusselse openbare bibliotheken.

In 2017 starten we met het gecoördineerd collectieontwikkelingsplan.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De collectieprofielen bepalen per onderdeel kwalitatief en kwantitatief de vernieuwde samenstelling van de collectie.

Actie: Boekenverkoop

Waarom?

Een bibliotheekcollectie groeit jaarlijks met duizenden nieuwe actuele titels. Verouderde boeken, cd's en dvd's maken plaats voor deze aanwinsten. Wat waardevol is krijgt een plek in het depot, en blijft opvraagbaar voor de klant. De afgevoerde materialen worden aangeboden op een grote tweedehandsverkoop.

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt organiseert een grote tweedehandsmarkt op het Muntplein. Bezoekers kunnen er onze afgevoerde boeken, cd's, dvd's en tijdschriften kopen. Het publiek krijgt de kans om ook met eigen tweedehandsmedia op de markt te staan. De verkoop gaat door op de Autoloze Zondag in september 2016.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Muntpunt hoopt 70% van de afgevoerde materialen te verkopen. We streven naar een opbrengst van € 10.000. Minstens 50 personen moeten zich aanmelden voor een particuliere verkoop.

SD1 OD3. Muntpunt zet Vlamingen op weg naar het Brussels aanbod en draagt bij tot de positieve beeldvorming van Brussel in Vlaanderen.

Actie: Broodje Brussel

Waarom?

Met de doorstart van Broodje Brussel willen we de stad ruimer en intenser promoten door middagactiviteiten rond cultuur en vrije tijd in de kijker te zetten. Tegelijkertijd willen we samen met de Brusselse partners een sterk stadsmerk ontwikkelen.

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt is initiatiefnemer, mobiliseert de verschillende partners en staat in voor de globale communicatie. Broodje Brussel krijgt een plaats op de nieuwe UiT- website en we streven ernaar om het Broodje Brussel- label te introduceren bij Visit Brussels.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We streven naar een duidelijke stijging van het aantal deelnemende organisaties en het aantal deelnemers. Het succes van het Broodje Brussel- merk meten we ook via het aantal vermeldingen in externe communicatiekanalen.

Actie: Familiewandelingen Op Vadroe

Waarom?

De familiewandelingen zijn afgestemd op gezinnen met kinderen van 6 tot 12 jaar. Via een traject met leuke spelletjes en weetjes ontdekken kinderen Brussel op een andere manier. We promoten dit aanbod ook in de UiTmetkinderen-bundel Schatten van Vlieg, onder het koepelmerk UiTinBrussel.

Wat, hoe en wanneer?

De 3 bestaande Op Vadroe- wandelingen krijgen een opfrissing, zowel redactioneel als grafisch. De wandelingen krijgen ook een digitale update, zodat gezinnen met de tablet op stap kunnen. Die worden dan tegen betaling aangeboden. Hierin wordt een spelelement geïntegreerd met leuke gadgets die de kinderen mee naar huis kunnen nemen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We meten het deelnemersbereik en de impact van dit initiatief op het aantal abonnees op onze nieuwsbrieven en gebruikers van onze sociale mediakanalen.

SD2. Muntpunt verdiept kennis en informatie via actieve bemiddeling, educatie, ontmoeting en debat

SD2 OD1. Muntpunt zorgt voor interactieve informatiebemiddeling over het leven in Brussel, op maat van iedereen.

Actie: Informatie- en consultatiepunten, infosessies en info-ateliers

Waarom?

De rol als gids in de stroom van informatie, kennis en cultuur wordt steeds belangrijker in een wereld van (digitale) information overload. Duiding en bemiddeling zijn nodig, zeker in een complexe en diverse omgeving met veel kwetsbare groepen van mensen voor wie toegang tot de juiste informatie geen evidentie is.

Wat, hoe en wanneer?

We organiseren infopunten over thema's die in de Brusselse context belangrijk zijn, in de vorm van regelmatige contactmomenten met deskundige consultants van partnerorganisaties (Tracé Brussel, Het Punt, CGGZ, ...) uit het werkveld. Deze infopunten vinden het hele jaar door plaats. In functie van de noden en mogelijkheden wordt dit aanbod uitgebreid met andere partners.

We programmeren terugkerende informatieve ateliers en infosessies over thema's die in de Brusselse en Vlaamse context belangrijk zijn. Dit programma wordt verder ontwikkeld in functie van de noden en mogelijkheden en in samenwerking met partnerorganisaties.

We streven ook naar grotere zichtbaarheid in het gebouw en in onze communicatiekanalen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We rekenen op een stijging van het aantal consultatiemomenten, infosessies en infoateliers, het aantal partners en het aantal deelnemers. We meten ook het aantal vermeldingen op onze communicatiekanalen.

Actie: Info-acties

Waarom?

Info-acties 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 willen we ook welbepaalde thema's op de agenda zetten en daarrond het publiek sensibiliseren.

Wat, hoe en wanneer?

Muntpunt organiseert info-acties rond thema's die in de Brusselse en Vlaamse context belangrijk zijn. We doen dit met partnerorganisaties uit het werkveld. De acties sluiten maximaal aan op de actualiteit, en spelen in op landelijke of lokale campagnes. Een greep uit het aanbod voor 2016: sport, opvoeding, leren en werken, speelpleinen, studiekeuzebeurs, ...

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We ontwikkelen inhoudelijk sterke acties met de nodige weerklank en zichtbaarheid. De samenwerking met steeds meer partners zorgt voor een groeiend publieksbereik.

Actie: Perfect People Have No Stories

Waarom?

Deze informatiecampagne over mentale gezondheid wil psychisch onbehagen uit de taboesfeer halen. Psychisch onbehagen verschijnt in vele vormen en gedaanten, veel mensen raken de weg kwijt in onze veeleisende en naar perfectie strevende samenleving. We kiezen voor een positieve benadering van mentale kwetsbaarheid en 'mentale diversiteit', die ook aanleiding kan zijn tot creativiteit en schoonheid.

Wat, hoe en wanneer?

We programmeren een integrale themamaand - Perfect People Have No Stories - in maart 2016, met een tiental Brusselse en Vlaamse partnerorganisaties uit de sfeer van geestelijke gezondheid en met artistieke organisaties. Het project bestaat uit volgende componenten:

- levende bibliotheek: ontlening van levende boeken, verhalen van mensen over hun psychische kwetsbaarheid
- Radio Gaga in de bib: we verzamelen verhalen van mensen die verhalen komen ontlenen van mensen met een verhaal
- lezing- en debatreeks rond het thema

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We streven naar verhoogde aandacht voor de thematiek van mentale gezondheid en helpen mensen op een interactieve en dynamische wijze met hun vragen en zorgen hierover. We streven naar de realisatie van een 10-tal activiteiten, ondersteund door de bibliotheekcollectie en het informatiecentrum. Deelname aan activiteiten en vermelding van het thema in interne en externe communicatie zijn meetbare succesindicatoren.

SD2 OD2. Muntpunt stimuleert lees-, kijk- en luisterplezier, expressie en mediawijsheid.

Actie: Familieprogramma

Waarom?

Op woensdag- en zaterdagmiddag zijn gezinnen met jonge kinderen zeer talrijk aanwezig in Muntpunt. Ze komen er boeken uitlenen, dollen in de speelhoek, tekenen, knutselen, verhalen vertellen, puzzelen, gezelschapsspellen spelen. Regelmatig worden ze ook verrast met activiteiten, voorstellingen, installaties en workshops.

Wat, hoe en wanneer?

Op de jeugdafdeling van Muntpunt is er altijd iets te beleven. Er zijn wekelijks voorleesuurtsjes, workshops en ateliers. Elke 6 weken richt één van onze partners of een artiest De Bokaal in als atelier, expo, cinemazaal, labo of installatie. Maandelijks is er een theatervoorstelling, auteurslezing, boekvoorstelling, film, ...

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We willen op een zeer laagdrempelige manier jeugdactiviteiten aanbieden aan een breed en divers Brussels familiepubliek. We streven naar activiteiten die zowel kinderen als hun ouders kan boeien. We willen in ons programma zoveel mogelijk Brusselse partners en opkomend talent een podium geven. Publieksopkomst en diversiteit van het publiek zijn succesfactoren.

Actie: Ontwikkeling van diensten en activiteiten voor scholen

Waarom?

De educatieve werking focust op leesbevordering, cultuurparticipatie en mediawijsheid. De expertise die we opbouwen in deze materies, willen we delen met het onderwijs. Zo leren de Brusselse scholen en leerkrachten ons kennen als betrouwbare partner. We zorgen voor een uitgebreid gamma diensten en activiteiten op maat van het Brussels onderwijs (lagere school, secundair onderwijs en bachelor).

Wat, hoe en wanneer?

Bij de start van een nieuw schooljaar kunnen leerkrachten intekenen op introductiebezoeken voor verschillende leeftijden en rond verschillende thema's: eerste kennismaking met de bibliotheek, hoe kies ik een goed boek?, bronnen en zoekstrategieën, kranten en tijdschriften, ...

Verder is er een jaarprogramma met maandelijkse auteursontmoetingen voor lagere scholen, boekenrondleidingen (testcase: Kunstafdeling) en een 'Uitgelezen op school'-evenement voor leerlingen van de 3e graad secundair onderwijs.

Iedere gelegenheid (bv. uitreiking Klasse-lerarenkaart) grijpen we aan om in gesprek te gaan met leerkrachten en samenwerking te promoten. We bezoeken jaarlijks alle scholen in Brussel-stad om het aanbod van het nieuwe schooljaar voor te stellen en te luisteren naar noden en vragen. Waar mogelijk maken we gebruik van de digitale klas. We voorzien een specifieke pagina op onze website met het volledige aanbod voor scholen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We mikken op een stijgend aantal contacten tussen Brusselse scholen en Muntpunt, een stijgende deelname aan de activiteiten en diensten voor deze doelgroep en een toenemend gebruik van het aanbod voor kinderen, zowel op vlak van collectie als van activiteiten.

Actie: Ontwikkeling van een gamma aan lees- en boekactiviteiten onder de noemer 'Literair salon'

Waarom?

Iedereen is welkom in het 'literair salon' dat Muntpunt is. Zowel individuele lezers als lezers die in groep en onder begeleiding over boeken willen praten, vinden een plek. Voor hen organiseren we diverse activiteiten die leesplezier, diepgang en ontdekking voorop stellen. Waar mogelijk haakt het programma in op bestaande Brusselse of landelijke initiatieven, waar nodig introduceren we vernieuwende formules.

Wat, hoe en wanneer?

We ontwikkelen een nieuwe formule - 'Literair salon' - die alle bestaande en nieuwe activiteiten rond boeken en (samen) lezen bundelt. We verdiepen de bestaande lees- en boekenclubs voor jongeren, senioren en NT2-cursisten, zetten in op e-reading en richten een kinderboekenclub op. Daarnaast leggen we contacten met relevante en kwalitatieve partners voor de realisatie van een reeks boekvoorstellingen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Bij de ontwikkeling en realisatie van de leesprogramma's streven we naar actieve betrokkenheid van het team collectie en van het netwerk van Brusselse leesclubs. De inspanningen moeten zorgen voor een grotere deelname aan de activiteiten. We willen minimum 40 deelnemers voor elke activiteit.

Actie: Bibliotheekfestival Atelier de bib

Waarom?

We willen het rijk geschakeerde aanbod van onze bib onder de aandacht van onze klanten brengen. Naast ons gekende, traditionele aanbod willen we mensen ook verrassen met activiteiten om hun lees-, kijk- en luisterplezier te verhogen. Tegelijk is de bib steeds meer en meer een plek van debat en ontmoeting, en willen we iedereen een kans bieden om te participeren in de creatie van hun bib.

Wat, hoe en wanneer?

We organiseren een jaarlijks terugkerend event, telkens met een andere focus op de diversiteit van het bibaanbod. We plannen het evenement in de bibliotheek- en digitale week 2016. Tijdens die week zijn er tal van activiteiten die niet alleen lezen, kijken en luisteren in de kijker zetten maar ook inkijk geven in nieuwe trends in de bibliotheekontwikkeling. Hiervoor nodigen we tal van organisaties en netwerken uit om samen met ons een wervend programma uit te werken om bezoekers een unieke bibervaring te bezorgen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Via deze actie willen we de beeldvorming van de bibliotheek en haar dienstverlening actualiseren en de participatiegraad van (potentiële) gebruikers verhogen.

Afhankelijk van de inhoud van de campagne hanteren we een set van meetindicatoren: aantal deelnemers, aantal uitleningen, aantal bezoekers, aantal partners, aantal hits en likes in catalogus en sociale media.

Actie: You, the West and the Middle East

Waarom?

De voorbije decennia staat het Midden-Oosten met grote regelmaat in het brandpunt van de internationale actualiteit. Nu opnieuw, vijf jaar na de 'Arabische lente', omdat een grote stroom vluchtelingen uit het gebied naar het Westen komt.

Het *BRussels* Tribunal - een denktank met vooral personen uit de Belgische academische en mediawereld – bekommert zich al een tiental jaar om Irak en de ruimere Midden-Oostenproblematiek.

Wat, hoe en wanneer?

BRussels Tribunal presenteert in februari 2016 een tentoonstelling met werk van cartoonisten uit het Westen en Midden-Oosten, over de onderlinge verstandhouding.

Vrede vzw, De Pianofabriek en UGent (Menarg) ondersteunen samen met organisaties uit de cartoonwereld de samenstelling en organisatie van de tentoonstelling en adviseren over een parallelprogramma met een vijftal momenten.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We streven naar een verhoging van het dagelijks aantal Muntpuntbezoekers met 5 procent tijdens de tentoonstelling en 400 deelnemers aan het omkaderend programma. We brengen de aandacht voor de expo in Brusselse en nationale geschreven en audiovisuele pers in kaart.

SD2 OD3. Muntpunt maakt werk van een positieve Brusselbeleving.

Actie: Vlaanderen feest, Brussel danst

Waarom?

We organiseren voor de vierde keer Brussel danst, het feest van de Vlaamse gemeenschap in Brussel. We willen alle Vlamingen en Brusselaars de kans bieden deze feestdag in hun (hoofd)stad te vieren, en Brussel te (her)ontdekken aan de hand van verschillende wandelingen en nevenactiviteiten. Het is een gelegenheid om dit feest te vieren met iedereen die daar zin in heeft. Van Vlamingen tot toevallig passerende toeristen: we vieren samen dansend de Vlaamse Feestdag in ons Brussel.

Wat, hoe en wanneer?

Ook in 2016 zal het feest niet enkel plaatsvinden op de Grote Markt. Op het Muntplein wordt het geslaagde urban jongerenprogramma (met dance battles, block party,) verdergezet. Op de Grote Markt zorgen we opnieuw voor een toegankelijk thematisch volksfeest met nevenactiviteiten en infostands over het feest en het parcours. Er zijn opnieuw wandelingen om Brussel te (her)ontdekken en animatie en acts zorgen voor een feestelijke sfeer in de straten van Brussel- centrum.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We rekenen erop dat heel wat feestvierders die de voorbije editie(s) beleefden, opnieuw komen. We streven dan ook, bij goed weer, naar een evenaring van de cijfers van vorig jaar. Ook voor de wandelingen en nevenactiviteiten gaan we voor minstens evenveel wandelingen en deelnemers als in 2015.

Actie: Muntpunt op wielen

Waarom?

In de zomer trekt iedereen naar buiten. Overal in Brussel en daarbuiten is er van alles en nog wat te beleven. De zomer is daarom het ideale moment om Muntpunt op wielen te zetten en naar Brusselaars, Brusselbezoekers en Vlamingen toe te brengen.

Wat, hoe en wanneer?

In 2016 ontwikkelen we een mobiele kiosk die op verschillende manieren kan ingezet worden: als krantenkiosk, cinema, bar, podium, infokiosk, dansvloer.... De kiosk wordt voor het eerst gebruikt in de zomer.

Een nieuw en breed publiek zal de kiosk tegenkomen in de openbare ruimte: in Brussel, op zomerfestivals, op pleinen, in de Brusselse rand, en in Vlaanderen. Er zijn legio mogelijkheden met de kiosk. In de zomer van 2016 trekt Muntpunt er in eerste instantie mee op tournee in Brussel en Vlaanderen om het zomer-UiTaanbod in Brussel te promoten, onder de UiTinBrussel-vlag.

De kiosk wordt ook het centrum van een Urban Library op het Muntplein. Op regelmatige tijdstippen kan het publiek terecht in een leestuin voor een dosis rust en gezelligheid, met leesvoer en activiteiten.

Na de zomer wordt de kiosk ingezet als mobiel informatiecentrum en corporate-Muntpuntstand. Bijvoorbeeld op de cultuurmarkt in Antwerpen, op Brussel Brost, Brussels Creative Forum, ...

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Onder het motto We Are Public Space trekken we de openbare ruimte in om er via interventies onze diensten aan te bieden aan voorbijgangers. Het succes wordt gemeten via de populariteit van de kiosk, deelname van het publiek aan activiteiten, het aantal Brusselaars en niet-Brusselaars dat het culturele en vrijetijdsaanbod leert kennen, het aantal clicks op de nieuwsbrief, ...

Actie: De seizoenen

Waarom?

Het cultureel aanbod in Brussel is uitzonderlijk groot en verscheiden. De Brusselse agenda puilt uit op vlak van podiumkunsten, tentoonstellingen, filmvoorstellingen, feesten allerhande, interventies in de openbare ruimte... De culturele kwantiteit is één van de grote troeven van deze grootstad. Maar ze dwingt potentiële deelnemers ook om te kiezen.

Muntpunt helpt bij die keuze door bewoners, gebruikers en bezoekers van de stad een voorsmaakje aan te bieden van een selectie van toekomstige culturele evenementen.

Wat, hoe en wanneer?

Personen uit Brussel en ruime omgeving die hun vrijetijd met culturele uitstappen willen invullen kunnen twee keer per jaar in Muntpunt terecht voor een 'culturele proeverij'. Tijdens het evenement aan het begin van het voor- en najaar, zal een selectie van Brusselse culturele initiatiefnemers en waarnemers (kunstenaars, organisaties, netwerken, experts...) zijn plannen ontvouwen voor de komende maanden.

Naar opzet en vorm zullen de toegelichte culturele initiatieven heel divers zijn. (Hoofd)stedelijke uitstraling en/of originaliteit zijn de criteria om initiatiefnemers uit te nodigen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Per 'seizoen' (evenement) geeft Muntpunt 5 culturele partners een forum. Telkens verwachten we een publiek van 120 personen uit Brussel en de ruime omgeving.

Actie: Erfgoeddag

Waarom?

Erfgoeddag is een jaarlijkse gelegenheid voor de erfgoedsector in Vlaanderen en Brussel om het roerend en immaterieel erfgoed in de kijker te zetten. Muntpunt kan hier ten volle zijn rol spelen als Brussel-ambassadeur en partnerplatform. De Erfgoedcel (VGC), FARO, Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed vzw, brengen immers jaarlijks alle toonaangevende organisaties rond erfgoed samen.

Wat, hoe en wanneer?

De Erfgoeddag 2016, op zondag 24 april, heeft als thema 'rituelen'. In dit kader organiseren we samen met partnerorganisaties een reeks activiteiten. Een aantal mogelijkheden zijn: wandelingen, rondleidingen, ateliers, toonmomenten. We streven ernaar zoveel mogelijk partners samen te brengen. Tegelijk willen we ook zoveel mogelijk ons eigen aanbod (lezen, geletterdheid, boeken, ontmoeten) benadrukken in de programmatie. Vanaf februari is het programma klaar voor uitrol.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We meten het aantal deelnemers aan activiteiten, het aantal betrokken partners en het bereik van onze communicatie rond de Erfgoeddag. We streven ernaar om van een deel van de programmatie een permanent gegeven te maken in ons aanbod.

SD3. Muntpunt verbindt stedelijke, regionale en (inter)nationale spelers om Brussel samen vorm te geven

SD3 OD1. Muntpunt werkt samen met partners aan een gezamenlijk en coherent informatienetwerk.

Actie: Expat-netwerk

Waarom?

De rol van Brussel als internationaal politiek en economisch machtscentrum zorgt voor de aanwezigheid van een groot aantal (inter)nationale beslissingsorganen, buitenlandse organisaties en hoofdzetels van multinationals. Muntpunt heeft als opdracht om dit internationaal publiek uit te nodigen tot het Nederlands en tot het Nederlandstalig aanbod.

Wat, hoe en wanneer?

Vandaag bereiken we reeds heel wat anderstaligen/expats met onze anderstalige collectie, informatieafhandeling, aanwezigheid in de media (Flanders Today, Fans of Flanders, The Bulletin .), op sociale media en met anderstalige activiteiten, al dan niet als onderdeel van een breder programma (Activ' Boost, Lets Festival, Brussel Danst, Parol, Europalia, Angel Sessions).

In 2016 bouwen we een expat-netwerk uit, aan de hand van activiteiten en meertalige communicatie, waarmee we streven naar de verdere ontwikkeling van het expat-aanbod op vlak van informatiebemiddeling, Brusselpromotie en bibliotheekwerking.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De acties moeten resulteren in een expat-netwerk, waarmee we verschillende pistes kunnen bestuderen om een ruimer aanbod te creëren voor deze doelgroep. We streven jaarlijks naar 3 activiteiten gericht op deze doelgroep. Door meertalige communicatie moeten we ook een grotere groep expats en anderstaligen kunnen bereiken met onze gehele werking.

We meten de deelname van expats aan activiteiten en streven naar een stijging van het aantal expats en anderstaligen die lid worden van Muntpunt. We streven naar een grotere aandacht voor ons aanbod in anderstalige media.

Actie: Informatienetwerk SBB en gemeenschapscentra

Waarom?

Muntpunt is een partner in een netwerk van vergelijkbare organisaties met gelijkaardige opdrachten, in het bijzonder de Nederlandstalige bibliotheken en de gemeenschapscentra.

Wat, hoe en wanneer?

In 2016 zal Muntpunt deelnemen aan het vormingstraject voor onthaalmedewerkers, in samenwerking met Streekgericht Bibliotheekbeleid (SBB) en de gemeenschapscentra.

Daarnaast wenden we onze expertise aan om de informatiefunctie van Nederlandstalige bibliotheken en gemeenschapscentra te versterken. We streven naar een gezamenlijk en coherent informatienetwerk, waar de Brusselaar en Brusselgebruiker terecht kan voor de juiste informatie, het gepaste aanbod of een correcte doorverwijzing.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Muntpunt participeert aan het vormingstraject voor onthaalmedewerkers (SBB en gemeenschapscentra) en het traject naar een coherent onthaal- en informatiebeleid binnen de instellingen van de VGC (folderbeleid, loketwerking, ...).

SD3 OD2. Muntpunt participeert in diverse netwerken en partnerships om de bibliotheekwerking te verankeren.

Actie: Voorleesacademie

Waarom?

Vorgelezen worden bevordert de ontwikkeling van het jonge brein, geeft kinderen een voorsprong op school, zelfvertrouwen, taalinzicht, stimuleert het verbeeldingsvermogen en vergroot de kans dat mensen ook later blijven lezen. Redenen genoeg om een voorleesacademie op te richten! De voorleesacademie stimuleert deelnemers in hun persoonlijke ontwikkeling, zelfexpressie en deelname aan het maatschappelijk leven.

Wat, hoe en wanneer?

We creëren een permanent aanbod van lezingen en workshops, gegeven door experts, om aspirant-voorlezers de nodige tips en tricks mee te geven rond voorlezen.

We brengen alle plaatsen in kaart waar publiek wordt voorgelezen in Brussel, zodat de deelnemers aan de voorleesacademie weten waar ze terecht kunnen om hun verworven vaardigheden te benutten.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We zorgen voor kwalitatieve cursusmomenten met sprekers uit het vak, met minimum 20 deelnemers per sessie. We willen hiermee een divers publiek bereiken (studenten, vrijwilligers, ouders, bibliotheekmedewerkers, ...).

We ijveren voor een duurzame samenwerking en afstemming met bibliotheken, hogescholen, basisscholen, IBO's, vrijwilligers, SBB, ...

Actie: Young Adults

Waarom?

Brusselse jongeren hebben nood aan ruimte voor spel, ontmoeting, zelfontwikkeling en groepsvorming. Muntpunt wil jonge Brusselaars en Vlaamse jongeren nauwer betrekken bij de werking en hen wegwijs maken in de diverse en meertalige grootstedelijke context.

Wat, hoe en wanneer?

Aan de hand van participatieve projecten worden jongeren geïnformeerd, hun talenten ontwikkeld en hun ondernemerschap gestimuleerd. Er wordt een doorlopend programma uitgewerkt voor en door stedelijke jongeren, dat zelfontplooiing, mondigheid, multimedia skills en 'urban' expressietools (rap, graffiti, beatboxen,) centraal stelt. Bij deze langdurige werking worden zoveel mogelijk Brusselse jongerenorganisaties en mentors betrokken die voeling hebben met de grootstedelijke jongerencultuur en het huidige jeugdbeleid.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We ontwikkelen nieuwe formats die inspelen op de leefwereld van jongeren en hun betrokkenheid bij Muntpunt als ontmoetingsplek vergroten. Dit biedt een frisse input voor de actualisering van de non-fictiecollectie voor Young Adults en de creatieve herinrichting van de Young Adults-hoek.

SD3 OD3. 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: samenwerking met grote partnerorganisaties uit Vlaanderen om Brussel als attractieve stad, ook voor Vlaanderen, op de kaart te zetten.

Waarom?

Brussel is de stad die soms verder af lijkt dan Parijs, Londen of Berlijn. Nochtans is het de hoofdstad van Vlaanderen en zijn venster op de wereld. Tegelijk is het een laboratorium waarvan de testresultaten binnen een verschillende context ook kunnen toegepast worden in een veranderende Vlaamse samenleving. Vooroordelen staan al eens in de weg. Terwijl de evolutie in Brussel kansen kan bieden aan veranderende inzichten, is het 'weg-duwen' van Brussel eerder regel dan uitzondering. Met een lange termijnvisie wil Muntpunt dit beeld verfraaien, niet door louter met woorden te overtuigen, maar door te laten zien. Te laten meemaken en te verduidelijken.

Wat, hoe en wanneer?

Naar aanleiding van zijn 40ste verjaardag wil de Gezinssportfederatie zijn leden een dagje Brussel aanbieden met een wandel- en fietsrally. De organisatie werkt daarvoor samen met de VGC en Muntpunt. In juni, juli en augustus 2016 is Muntpunt 3 maanden lang het informatie- en vertrekpunt van het wandel- en fietsparcours.

In maart 2016 organiseert vtbKultuur zijn jaarlijks cultureel stadsfestival KNIPOOGDAG. Dit festival is gericht op leden maar staat ook open voor het grote publiek. Het stadsfestival wil de stad promoten via cultuur en vrije tijd. In 2016 brengt vtbKultuur het festival naar Brussel en werkt daarvoor samen met onze organisatie. Het festival krijgt als thema ZINTUIGEN.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De samenwerkingen moeten een duurzame relatie opbouwen met grotere middenveldorganisaties (permanente communicatie, opname nieuwsitems, informatie-uitwisseling, ...) Dit moet ook resulteren in een stijgend aantal bezoekers uit Vlaanderen, met Muntpunt (inclusief zijn communicatiekanalen) als startpunt om Brussel te verkennen.

Actie: UiTinBrussel

Waarom?

Het UiTinBrussel-merk wordt gepromoot als dé referentie voor de Nederlandstalige bezoeker op zoek naar informatie over het cultuur- en vrijetijdsaanbod in Brussel, en als referentie voor het UiT-netwerk. UiTinBrussel bundelt alle vrijetijdsinformatie voor een breed publiek, én maakt selecties voor meer specifieke doelgroepen onder de noemers Gratis in Brussel (gratis activiteiten), BroodjeBrussel (middagactiviteiten), UiTmetkinderen en Paspartoe.

Wat, hoe en wanneer?

Samen met partners creëren we een hedendaagse cultuur- en vrijetijdsagenda, die het Nederlandstalig en Vlaams aanbod in Brussel belicht. Onze organisatie zorgt voor communicatieve en promotionele aandacht voor (innovatieve) Vlaamse en Brusselse initiatieven die bijdragen tot een positieve beleving van het stadsleven, via alle beschikbare kanalen (brochure, website, sociale media, schermen in eigen publieksruimtes).

UiTinBrussel wil ook de zichtbaarheid versterken van de bundel UiTmetkinderen (Vliegpaneel en Schatten van Vlieg) en een aantal gespecialiseerde nieuwsbrieven voor jonge kinderen én hun ouders uitwerken.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We meten het aantal vermeldingen op alle communicatiekanalen, het deelnemersbereik en het aantal participerende organisaties. We streven ook naar een grotere aanwezigheid in de stad (eventbalie, ...)

5.2 ONDERSTEUNENDE WERKING

5.2.1 COMMUNICATIE

Actie: Meertaligheid

Waarom?

Ons huis is een Vlaams huis met Nederlands als voertaal. Iedereen is er welkom, ongeacht taal. Daarom moet de Brusselse meertalige realiteit weerspiegeld worden in onze werking. Bovendien is een meertalig communicatiebeleid hoe langer hoe meer vereist om de opdracht ten volle te kunnen uitvoeren.

Wat, hoe en wanneer?

Voor twee specifieke doelgroepen starten we een pilootproject rond meertaligheid. Alle communicatie naar studenten en expats is vanaf ten laatste april 2016 drietalig: Nederlands, Frans en Engels.

Gezinnen met kinderen mogen eveneens vanaf april 2016 meertalige communicatie verwachten. Het gaat hier voornamelijk om communicatiedragers naar de anderstalige ouders van kinderen (die via hun school) bij Muntpunt terecht komen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

100 % meertalige communicatie naar studenten en expats en 50% meertalige communicatie naar gezinnen met kinderen.

Actie: Lancering muntpunt.be

Waarom?

De huidige website voldoet niet op vlak van gebruiksvriendelijkheid, design en onderhoud. Om beter aan de wensen van het publiek tegemoet te komen, en intern efficiënter te kunnen werken, lanceert Muntpunt een volledig nieuwe website.

De website zal een herkenbare, gebruiksvriendelijke en eenvoudige toegangspoort te zijn tot informatie voor bezoekers en klanten van Muntpunt.

Wat, hoe en wanneer?

Het project werd in 2015 op gang getrokken met een wireframing en functionele analyse door AG Consult en de opmaak van de aanbesteding voor het design en development van de nieuwe website.

In 2016 zet Muntpunt het traject verder met het webdesign en de ontwikkeling van de website op basis van de documentatie die AG Consult afleverde. De lancering van de nieuwe website is voorzien voor april 2016.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De tijd nodig om informatie te vinden op de site wordt ingekort met 20%. De tijd die nodig is om de website te updaten, op te laden en de onderhouden wordt met 30 tot 50% ingeperkt.

Actie: Verbetering nieuwsbrieven

Waarom?

Op basis van het doelgroepenbeleid en de nieuwe merkenstrategie herbekijkt Muntpunt zijn e-communicatie via nieuwsbrieven. De beoogde doelgroepen krijgen zo een meer gebruiksvriendelijke en aantrekkelijke nieuwsbrief op hun maat gesneden, met een verhoogde efficiëntie.

Wat, hoe en wanneer?

We werkten samen met AG Consult een strategie uit. Tegelijk maken we werk van een aangepaste segmentering in CiviCRM. Voor het design tekent Muntpunt de krijtlijnen uit die door een extern bureau omgezet worden naar html.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We mikken op een stijging van het aantal abonnees met 10 % en een stijging van het aantal kliks met 5 % tegen eind 2016.

Actie: Lancering UiTinBrussel.be

Waarom?

De integratie van UiTinBrussel en de daarbij horende submerken (Gratis in Brussel, Broodje Brussel, UiTmetkinderen), en thematische vrijetijdsinformatie (wandelingen, musea .) in de Muntpuntwebsite voldoet niet op vlak van gebruiksvriendelijkheid, (agenda)functionaliteit en publieksbereik. Om beter aan de wensen van het publiek tegemoet te komen, en meer doeltreffend dit publiek te bereiken, lanceren we een volledig nieuwe website voor UiTinBrussel, los van de Muntpuntwebsite.

Wat, hoe en wanneer?

Het project werd in 2015 op gang getrokken met wireframing en functionele analyse door Statik en de opmaak van een aanbesteding voor de informatiearchitectuur, het design en het development van de nieuwe website.

In het voorjaar van 2016 moet dit resulteren in de ontwikkeling door Calibrate. De lancering is voorzien in maart.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De nieuwe UiT- website resulteert in een drastische vermindering van het aantal werkuren bij de verwerking en het opladen van inhoud en zorgt voor herkenbaarheid en coherentie in de aangeboden informatie.

De nieuwe website zorgt voor een stijgend aantal bezoekers (+20%) en een snellere zoektijd (-20%) voor de klanten.

5.2.2 ONTHAAL EN KLANTENZORG

Actie: Klanttevredenheid meten

Waarom?

Om de dienstverlening beter af te stemmen op de verwachtingen van onze bezoekers willen we meer informatie verzamelen over de klanttevredenheid.

Wat, hoe en wanneer?

In januari starten we met tevredenheidsmetingen over diverse aspecten van onze dienstverlening.

Gewenst resultaat?

Deze tevredenheidsmeting zal leiden tot een actieplan dat concrete verbeterpunten bevat voor de publieksgerichte teams van Muntpunt. We zullen ook een beter inzicht krijgen in de wensen en verwachtingen van de bezoeker.

Actie: Design voor de publieke ruimte (Agora)

Waarom?

Afgelopen jaar werden de verschillende functies en de daarvoor meest geschikte zones van de Agora steeds duidelijker. Tegelijk ontstond een Agorabeleid en groeide de behoefte aan passender presentatiemeubilair en aan een harmonisering van het geheel.

Het idee ontstond om deze opdracht aan jonge Brusselse kunststudenten toe te vertrouwen. Op die manier krijgt dit ondersteunende project een educatieve dimensie. Het project wordt ingebed in het Design September-programma en wordt zo ook een Brussels partnerproject.

Wat, hoe en wanneer?

De studenten van het 2e jaar Vormgeving van Luca school of Art Brussels kregen de opdracht om de inrichting van de Agora te verbeteren en als geheel samenhangender en functioneler te maken.

Najaar 2015 begeleidt Muntpunt de studenten samen met hun leerkrachten via een voorbereidende analyse naar het ontwerp van, onder andere, een reeks flexibele presentatiemodules. Eind 2015 zetelt Muntpunt in de jury om het beste en tegelijk meest haalbare ontwerp te selecteren. In het voorjaar gaan deze ontwerpen in productie. In september 2016 wordt de heringerichte Agora aan het publiek getoond als onderdeel van het Design September-programma.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De publieke ruimte wordt aantrekkelijker, harmonischer en functioneler. Onze werking treedt nog duidelijker naar buiten via de etalage die de Agora voor Muntpunt is. De bezoekersaantallen zullen nog toenemen en het publiek zal langer in de Agora vertoeven.

5.2.3. INNOVATIE

Actie: Collect & go

Waarom?

Muntpunt wil een comfortdienst bieden die keuze en uitleen van media attractiever maakt voor de drukbezette stedeling en pendelaar. Uit het gebruikersonderzoek van begin 2014 blijkt interesse voor een dergelijke service bij 18% van de (potentiële) klanten. Het is de op één na meest gevraagde bijkomende service.

Wat, hoe en wanneer?

Klanten kunnen een pakket van maximum vijf media naar keuze aanvragen via een webformulier, verbonden met het OTRS. Wij verzamelen de media, regelen de uitleen en zetten ze klaar bij de gele balie. De klant krijgt een e-mail met vermelding van de klaarstaande (of mogelijk niet beschikbare)

media, en de datum tot wanneer ze klaarstaan. Na een testfase met gunstige evaluatie en mogelijke aanpassingen biedt Muntpunt deze dienst aan tegen betaling. De voorziene startdatum is begin 2016.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De klanttevredenheid over deze dienst bedraagt gemiddeld 7 op een schaal van 0 tot 10, te meten via een korte web-enquête die de klant kan invullen na de geleverde dienst. Twee op de drie aangevraagde werken wordt teruggevonden. De maximum wachttijd voor het klaarzetten van de media bedraagt twee werkdagen, te meten via het OTRS.

Actie: Digitaal Traject

Waarom?

De digitale evolutie noopt ons te kijken naar onze relevantie. Zowel backoffice als frontoffice zullen we in de toekomst voor diverse uitdagingen komen te staan.

Om hierop te anticiperen willen we vanuit het team Innovatie een digitaal traject ontwikkelen. Met dit traject willen we Muntpunt als organisatie future-proof maken en houden. De dienstverlening naar onze klanten staat daarbij centraal.

Wat, hoe en wanneer?

Eerst bepalen we, aan de hand van een 5 stappen- methode, welke uitdagingen urgent zijn en waaraan we willen werken. Via een brainstormsessie met (cross-over)-professionals wordt tegen midden 2016 duidelijk welke 3 projecten uitgevoerd of opgestart zullen worden. Het team Innovatie fungeert als stuurgroep en bepaalt strategie, planning en methodologie.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

De oplevering van 3 publieksgerichte projecten en de implementatie van een digital leadership and agenda in de organisatie.

Actie: MOOC – Muntpunt Open Online Cursussen

Waarom?

De academische wereld zet sterk in op digitale leermiddelen die het mogelijk maken om interactief les te volgen buiten de muren van de universiteit of hogeschool. Dit gebeurt via platformen ontwikkeld voor het aanbieden van interactieve online cursussen (zogenaamde *Massive Open Online Courses*, kortweg MOOC). De bibliotheek zelf staat meer dan ooit synoniem voor levenslang leren. De inzet van die recente digitale ontwikkelingen, aangereikt vanuit de academische wereld, kan de bibliotheek - en Muntpunt in het bijzonder - helpen die opdracht beter te realiseren.

Wat, hoe en wanneer?

In samenwerking met verschillende partners creëren we een kader om de productie van Nederlandstalige MOOC's te stimuleren, nemen we MOOC's op in het aanbod van Muntpunt en zetten we onze zalen en faciliteiten in als leercafé waar deelnemers aan die online cursussen samen en onder begeleiding leerstof kunnen uitdiepen en verwerken.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We willen eind 2016 een startcollectie van minstens 25 Nederlandstalige MOOC's kunnen aanbieden aan onze klanten. De verschillende facetten van het gebruik brengen we in kaart via statistische analyse.

Actie: iBeacon

Waarom?

Digitale communicatie kan en zal een reële impact hebben op de fysieke wereld. Veranderingen vinden uiteindelijk alleen plaats wanneer de juiste boodschap de juiste doelgroep op de juiste manier bereikt. Hierin kunnen iBeacons een rol spelen.

Wat, hoe en wanneer?

iBeacons zijn kleine zendertjes, die gericht informatie naar mobiele telefoons en tablets kunnen sturen als je in de buurt bent. In een bibliotheek kunnen iBeacons bijvoorbeeld meer informatie sturen over een collectie-rek waar je naar kijkt.

We ontwikkelen een M (Muntpunt)-app voor smartphone en tablet waarmee onze diensten en activiteiten gepusht worden. Via dit project krijgen we een beter beeld van het doen en laten van onze bezoekers zodat we beter kunnen inspelen op hun gedrag en noden. Dit stelt ons in staat om, doelgroepengericht, onze werking of ons aanbod aan te passen.

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

Door de plaatsing van bakens (iBeacons) en het gebruik van de app door onze bezoekers meten we hoe onze bezoekers hun tijd doorbrengen in ons gebouw en naar welk aanbod zij op zoek zijn.

5.2.3. COMMERCIEEL BELEID

Actie: Online betaalmogelijkheden op de website

Waarom?

Muntpunt krijgt te maken met een toenemende digitalisering en wil daar op inspelen door zijn dienstverlening te vernieuwen en zijn comfortdiensten voor klanten uit te breiden.

Wat, hoe en wanneer?

We installeren een eenvoudig betalingssysteem dat betalingen via de website met alle mogelijke kaarten mogelijk maakt. Micropayments kunnen worden gebruikt voor kleine transacties zoals betaling voor evenementen, potentieel betalende toegang tot een deel van de website of een dienst, en van zodra Vubis (de bibliotheeksoftware) dit toelaat de betaling van boetes en boekvergoedingen. We integreren de betaalfunctie op de Muntpunt-website via Ogone / Atos Worldonline met diverse betaalmogelijkheden (betaal-, kredietkaarten en Paypal) en registratie in de CiviCRM database.

De integratie valt samen met de lancering van de nieuwe Muntpunt-website (april 2016).

Gewenst resultaat? Hoe meten we dat?

We willen de betaalmogelijkheden uitbreiden door naast het fysieke aanbod (via de betaalterminals) betalingen via internet mogelijk te maken. Het gebruik van deze mogelijkheid wordt geregistreerd via CiviCRM.

6. Dagelijks beheer

Beheersmatige strategie

Om te slagen in de uitvoering van dit actieplan zal de organisatie, net als in 2015, duidelijke strategische keuzes moeten maken als het gaat over de inzet van middelen en tijd.

HR

De organisatie wil zoveel mogelijk personeelsmiddelen inzetten in die aspecten van zijn werking die een rechtstreekse impact hebben op het publiek:

- meer aanwezigheid op de vloer of aan de balies
- extra ruimte voor opleidingen met betrekking tot publieksgerichte taken en opdrachten (informatiecentrum, klantgerichtheid,)
- meer informatie- en consultatiemomenten

Dit betekent dat er een verdere verschuiving van personeel zal plaatsvinden van backoffice taken naar frontoffice taken. Deze verschuiving wordt in de backoffice opgevangen door:

- een verdere optimalisering van werkprocessen
- de juiste profielen op de juiste plaats
- tijdswinst door in 2015 gerealiseerde inspanningen
- optimalisering van de taken verbonden aan het collectiebeleid
- blijvende investering in kennisdeling, coaching, teambuilding en opleiding

Met de inzet van alternatieve werkkrachten (artikel 60, IBO, vrijwilligers, stagiaires, jobstudenten en andere) verruimen we ook de diversiteit van het Muntpuntteam. Zo geven we meer dan 50 Brusselaars de kans om hun talenten verder te ontwikkelen.

Financieel

Budgettair gaan we voor 2016 uit van een begrotingsevenwicht.

In de werking worden in 2016, naast de budgetten die de voorbije jaren reeds bestonden voor specifieke taken en opdrachten, bedragen vrijgemaakt en toegewezen aan deelopdrachten die tot op heden onderbelicht werden. Het gaat hier onder andere over:

- verdere uitbouw van het informatiecentrum
- innovatieve bibliotheek-trajecten
- expatwerking
- UiT in Brussel (Promo Brussel) waar naast het communicatieve luik ook een programmatieluik zal worden uitgewerkt
- scholenprogrammatie

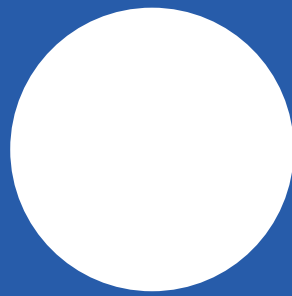
Deze duidelijke keuzes moeten garanderen dat 2016 het jaar van verdieping wordt, waarin alle facetten van onze opdracht de nodige aandacht krijgen en het aanbod naar onze klant en bezoeker groeit, in volume maar vooral ook qua kwaliteit.

Om maximaal in te spelen op groei en ontwikkeling van onze organisatie, willen we vrijgekomen middelen besteden aan nieuwe, al dan niet tijdelijke, profielen die onze werking een boost geven, en dit vooral op vlak van innovatie, programmatie en communicatie.

In de begroting 2016 werd geen budget voorzien voor een extra directiefunctie.

KOSTEN		begroting 2016
60/600	Media & presentatie	339.700
602	Commerciële diensten	81.000
61	Diensten en Diverse goederen	1.461.827
610	ICT	141.970
611	Onderhoud & Herstellingen	85.000
612	Nutsvoorzieningen, schoonmaak en beveiliging	455.000
612	Algemeen	105.120
613	Honoraria	25.700
615	Marketing, communicatie en Productie	612.550
619	Verzekeringen	36.487
62.	Bezoldigingen, soc.lasten, pensioenen	2.738.129
620	Lonen, vakgeld, premies	1.874.319
621	Werkgeversbijdragen	531.971
623	Andere personeelskosten (cao gerelateerde kosten)	303.839
625	Provisies	28.000
63.	Afschrijvingen	315.170
64.	Andere Bedrijfskosten	16.500
65.	Financiële Kosten	1.850
66.	Uitzonderlijke kosten	1.000
67.	Belastingen	0
		4.955.176

BATEN		begroting 2016
70	eigen omzet	447.500
700	Omzet	30.000
	Bibliotheekwerking	240.000
	Verkoop Afgevoerde Media	14.000
	verhuur lokalen aan vzw's	57.500
	verhuur aan bedrijven	26.000
	Doorgerekende diensten (incl. ruildeals)	35.000
	Commercieel beleid (incl. sponsoring)	45.000
73	Subsidies	3.961.500
74	Andere middelen	291.720
75	Financiële opbrengsten	254.035
76	Uitzonderlijke opbrengsten	421
	TOTAAL	4.955.176



MUNTPUNT