



MUNTPUNT

ACTIEPLAN 2015

Inleiding

In september 2013 opende Muntpunt zijn deuren voor het grote publiek. Na ruim een jaar werking kan de organisatie een mooi traject voorleggen. Muntpunt mocht onder andere meer dan 500.000 bezoeken optekenen, het aantal leden en bezoekers ging in stijgende lijn en het nieuwe huis werd een pleisterplaats voor de lezer, lener, informatiezoeker, (activiteiten-)bezoeker, student of toevallige passant.

Dit actieplan is het eerste waarin Muntpunt rekening kan houden met de opgedane ervaring van een volledig werkingsjaar. In dat jaar leerde de organisatie dat meer niet altijd beter is en duidelijkheid en transparantie in de (samen-)werking de basis is voor groei.

In dit actieplan formuleert Muntpunt de missie, visie en kerntaken die zijn vastgelegd na een seminarie van directie, team- en projectleiders.

In de bepaling van missie, visie en kerntaken heeft de organisatie rekening gehouden met de opdracht van Muntpunt, het ruime publiek dat de werking wenst te bereiken en de beleidsplannen van beide overheden.

Gezien de recente ontwikkelingen binnen Muntpunt werd nog geen beleidsplan opgemaakt. Hierdoor kan binnen het actieplan dan ook niet verwezen worden naar een breder kader.

9 december 2014

Inhoudstafel

Inleiding	3
Inhoudstafel	5
MISSIE – VISIE KERNTAKEN	9
Missie	11
Kerntaken	12
KT 1: een ruim en actueel bibliotheekaanbod uitbouwen	12
KT 2: een brede waaier van informatie verstrekken over het Brusselse aanbod en de Vlaamse instellingen in Brussel.....	12
KT 3: ontmoetingen stimuleren tussen mensen, culturen, partners en ideeën	12
KT 4: Brussel promoten (in Vlaanderen en Vlaanderen promoten in Brussel)	12
OPERATIONELE DOELSTELLINGEN.....	13
KT 1: een ruim en actueel bibliotheekaanbod uitbouwen	15
OD 1: de zichtbaarheid van de bibliotheek binnen en buiten het gebouw verhogen	15
OD 2: een duidelijker fysiek en digitaal collectiebeleid	16
OD 3: collecties ontwikkelen en beheren met aandacht voor een evenwicht tussen vraaggestuurde en aanbodgerichte selectie	16
OD 4: collectieprocessen optimaliseren en de werking uniformeren.....	16
OD 5: de bibliotheekwerking optimaliseren via uniforme werkprocessen.....	17
OD 6: (sectorale) samenwerkingsverbanden behouden en uitbreiden.....	17
OD 7 de werkprocessen van collectievorming en catalografie beter afstemmen.....	18
KT 2: een brede waaier van informatie verstrekken over het Brusselse aanbod en de Vlaamse instellingen in Brussel	19
OD1: een duidelijk plan opstellen voor fysieke en digitale informatieverstrekking	19
OD 2: het informatiecentrum uitbouwen en de zichtbaarheid verhogen door de realisatie van informatieacties en- campagnes	19
OD 3: specifieke informatie aanbieden aan de hand van opleidingen en consultatiemomenten, in samenwerking met partners	20
OD 4: permanent basisinformatie aanbieden met betrekking tot de belangrijkste stadsinfo (met focus op de Nederlandstalige gemeenschapsdiensten).....	20
OD 5: een kwalitatieve individuele vraagafhandeling realiseren.....	21
OD 6: de zichtbaarheid en efficiëntie van het informatiecentrum vergroten door het ontwikkelen van een digitaal informatieplatform en een helpdeskfunctie.....	21
KT 3: ontmoetingen stimuleren tussen mensen, partners, culturen en ideeën	23

OD1: een programma ontwikkelen met ontmoetingsactiviteiten die het lees-, kijk-, en luisterplezier centraal stellen	23
OD2: ontmoetingen organiseren rond markante persoonlijke verhalen uit Brussel en de wereld	23
OD3: workshops ontwikkelen en organiseren omtrent vaardigheden die personen helpen om hun (persoonlijk) verhaal beter verteld te krijgen	23
KT 4: Brussel promoten (in Vlaanderen en Vlaanderen promoten in Brussel).....	24
OD 1: de merkenstrategie opmaken en afstemmen met het Brusselse werkveld	24
OD 2: de Muntpunt-shop inzetten voor de promotie van Brussel.....	24
OD 3: Brussel toegankelijk maken op een drempelverlagende manier	25
OD 4: activiteiten organiseren om mensen Brussel te laten ontdekken	25
OT 1: organisatorische duidelijkheid en tevredenheid scheppen	26
OD 1: een helder organisatiemodel implementeren	26
OD 2: een uniforme methodologie voor projectwerking implementeren met strikte rapportering	26
OT 2: een performante communicatiewerking uitbouwen	27
OD 1: eigen communicatie-instrumenten ontwikkelen en optimaliseren.....	27
OD 2: procedures uitschrijven voor de communicatienoden van Muntpunt	27
OD 3: communiceren over Muntpunt-initiatieven via eigen en externe kanalen	28
OD 4: het merk Muntpunt bewaken	28
OT 3: de klantendienst verder uitbouwen.....	29
OD1: de Muntpuntbezoeker beter leren kennen	29
OD 2: comfortdiensten binnen het bibliotheekaanbod uitbreiden	29
OD 3: de klant doorheen het volledige Muntpuntaanbod gidsen	29
OD4: de boodschap van de ontevreden klant kennen en gebruiken.....	30
OT 4: de partnerwerking verdiepen en een schaalvergroting realiseren (zowel intern als extern)	31
OD 1: de bestaande partnerwerking verdiepen met acties die een breder draagvlak creëren in de stad	31
OD 2: Muntpunt inschakelen als grote actor in Brusselse netwerken die beter gekend zijn bij een anderstalig publiek	31
OD 3: inzetten op prospectie van nieuwe grootstedelijke initiatieven bij prioritaire én nieuwe partners	32
OD 4: de Europese dimensie van Brussel binnen trekken in de integrale werking van Muntpunt	

OT 5: de ICT-werking optimaliseren.....	33
OD 1: het ICT-driejarenplan uitvoeren.....	33
OD 2: de ICT-omgeving optimaliseren.....	33
OT 6: een overzichtelijk financieel beheer realiseren	34
OD 1: een begroting en meerjarenraming uitschrijven	34
OD 2: nauwer opvolgen van de aanwending van financiële middelen.....	34
OD 3: verwerking en controle van de financiën uitvoeren	34
OT 7: een efficiënt operationeel beheer garanderen	35
OD 1: een kostenefficiënte en kwaliteitsvolle technische uitbating van het gebouw realiseren .	35
OD 2: verdere maatregelen nemen op vlak van veiligheid, gezondheid en welzijn	35
OT 8: HR : het Muntpuntteam motiveren via waardering, ontwikkeling en diversiteit	36
OD 1: opleiding, kennisdeling, coaching en teambuilding organiseren via Academie Muntpunt	36
OD 2: een efficiënte HR-werking garanderen ter ondersteuning van de Muntpuntwerking	36
OD 3: de interne communicatie als werkinstrument en als strategische hefboom optimaliseren	37
OD 4: diversiteit binnen het Muntpuntteam garanderen door inzet van alternatieve werkrachten en door het plan voor diversiteit en loopbaanontwikkeling uit te voeren.....	37
OT 9: innovatie binnenloodsen in zowel de interne als de publieksgerichte werking.....	38
OD 1: verder uitbouwen van meetindicatoren om de Muntpuntwerking te evalueren	38
OD 2: persoonlijke werkprocessen vergemakkelijken via 'WORKFLOW 2015'	38
OD 3: expertise en ondersteuning bieden bij het inschakelen van eigen communicatie-instrumenten.....	38
OD 4: innovatieve projecten op het gebied van content management introduceren bij de collectievorming	39
OT 10: een commercieel beleid introduceren dat de verdere groei van Muntpunt mede kan financieren	40
OD1: structurele samenwerkingen uitwerken met (commerciële) mediapartners.....	40
OD2: (commerciële) partners aantrekken die via projecten of rechtstreeks Muntpunt versterken	40
OD3: partners aantrekken via een doordacht verhuurbeleid en bijhorend communicatieplan ..	41

MISSIE – VISIE KERNTAKEN

Missie

Muntpunt wil, als inspirerende Nederlandstalige ontmoetingsplek in Brussel, bijdragen tot de bewuste oriëntatie van mensen in hun persoonlijke ontwikkeling en deelname aan het maatschappelijk leven.

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)*

Visie

Muntpunt wil hét baken in de stad zijn dat oriënteert, informeert, inspireert en verbindt.

Brussel blijft verbazen.

Of je er nu woont, werkt, studeert, kortstondig verblijft of (toevallig) langskomt: de complexiteit van deze bruisende, meertalige, multiculturele smeltkroes slaat je om de oren in elke straat en op ieder plein.

Het is een labyrint van instellingen, organisaties, werkingen, groepen en individuen, elkeen bezig met zijn stukje stad en leefwereld maar tegelijkertijd ook op zoek naar “samen zijn”.

Muntpunt wil in deze complexiteit dé organisatie zijn die - voortbouwend op zijn rol als hoofdstedelijke belevingsbibliotheek - evolueert naar een ruimere dienstverlening als informatiecentrum van de Vlaamse gemeenschap. In samenwerking met partners gidst Muntpunt het publiek doorheen het Nederlandstalige aanbod in Brussel. Het doel is om uit te groeien tot een referentiecentrum dat in iedere fase van de levensloop van de mens een wegwijzer is in de zoektocht naar informatie, inspiratie en ontmoeting. Hierbij streven we steeds diversiteit, verbinding, vernieuwing en groei na.

Kerntaken

In dit actieplan kiest de organisatie voor duidelijke kerntaken als basis van de werking, kerntaken die aansluiten bij de opdracht van Muntpunt. Het actieplan koppelt aan elk van deze kerntaken (KT) meetbare operationele doelstellingen (OD).

Door duidelijke kerntaken te bepalen wil de organisatie een efficiëntere interne werking realiseren en meer helderheid scheppen ten opzichte van publiek, partners en overheden.

KT 1: een ruim en actueel bibliotheekaanbod uitbouwen

Met een actueel, gevarieerd en goed georganiseerd media-aanbod wil Muntpunt inspelen op de recreatieve, educatieve, informatieve en culturele behoeften van zijn doelpubliek. Dat doet de organisatie door op vernieuwende wijze collecties te ontwikkelen en te presenteren. Daarnaast zet de organisatie in op contextuele inbedding van collecties als strategisch middel om tegemoet te komen aan de (impliciete) vraag van de Muntpuntgebruiker.

KT 2: een brede waaier van informatie verstrekken over het Brusselse aanbod en de Vlaamse instellingen in Brussel

Muntpunt is een plek waar dagelijks gemiddeld 1.800 mensen over de vloer komen. Een veelvoud daarvan raadpleegt dagelijks de verschillende communicatiekanalen van Muntpunt. De organisatie heeft de opdracht dit publiek te informeren over het rijke Nederlandstalige aanbod in Brussel. Daarvoor zet de organisatie, in samenwerking met partners, campagnes en acties op en zorgt het voor een kwaliteitsvol informatieaanbod en vlotte vraagafhandeling, zowel fysiek als digitaal.

KT 3: ontmoetingen stimuleren tussen mensen, culturen, partners en ideeën

Brussel is een kleine wereldstad met een enorme diversiteit onder zijn bewoners, onder zijn gebruikers en zijn bezoekers. Elk van hen is welkom in Muntpunt, een open huis dat nauw aansluit op de stedelijke openbare ruimte. Muntpunt onderstreept die openheid door ontmoetingen te organiseren tussen personen met verschillende sociale, culturele en andere achtergronden. Die ontmoetingen komen tot stand in samenwerking met diverse partners en hebben als onderwerp: het plezier van het lezen, kijken, beluisteren... van teksten, beelden, muziek...; de verhalen die personen zelf te vertellen hebben; de vaardigheden die nodig zijn om boeiende verhalen te vertellen.

KT 4: Brussel promoten (in Vlaanderen en Vlaanderen promoten in Brussel)

Muntpunt, Bruist van Brussel. Muntpunt wil bij Vlamingen, (Nederlandstalige en anderstalige) Brusselaars en andere stadsgebruikers Brussel als bruisende stad op de agenda zetten. Muntpunt verruimt daarbij de blik van het publiek in zijn ontdekkingstocht naar het Nederlandstalige aanbod in Brussel. Het neemt participatieobstakels weg door gerichte en toegankelijke communicatie en promotie te voeren over de stad en haar cultuur. Muntpunt wil iedereen meer goesting in Brussel doen krijgen!

OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

Binnen de operationele doelstellingen maakt dit actieplan een onderscheid tussen de doelstellingen met betrekking tot de kerntaken (KT) en de doelstellingen die de realisatie van deze kerntaken ondersteunen: de ondersteunende taken (OT). Deze ondersteunende doelstellingen bereikt de organisatie hetzij via organisatieontwikkeling, hetzij via de ondersteunende reguliere werking.

KT 1: een ruim en actueel bibliotheekaanbod uitbouwen

Het bibliotheekmanagement staat voor de uitdaging om in de nabije toekomst een antwoord te formuleren op de gestage verdwijning van het fysieke deel van zijn collecties. En - misschien verrassend - zullen het vooral de digitale dragers (zoals cd's en dvd's) zijn, die het eerst de collecties zullen verlaten. Collectiemanagement evolueert naar content management. In 2015 zal Muntpunt daarom inzetten op de contextuele inbedding van collecties.

OD 1: de zichtbaarheid van de bibliotheek binnen en buiten het gebouw verhogen

Muntpunt onderneemt stappen om de zichtbaarheid van de bibliotheek en haar diverse functies te verhogen, zowel in als buiten het gebouw.

Een duidelijke buitensignalisatie, de opstelling van permanente collecties op de gelijkvloerse verdieping en een innovatief *store design* voor de etalage in de Agora verhogen de zichtbaarheid van de bibliotheek. Daarnaast geeft een strategische communicatiecampagne de bib een eigentijds en wervend imago: een sensibiliseringscampagne omtrent onze ecologische beslissing om boeken niet meer te kaften, een bewustmaking bij (potentiële) klanten van onze bijdrage aan de deeleconomie, namelijk door de unieke dienstverlening die erop gericht is om boeken en andere media met elkaar te delen.

De bib bereikt ook een grotere aanwezigheid in de stad door diverse acties, bijv. de uitleen van onze collecties via partnerplatformen (zoals tijdens Passa Porta Festival in Bronks), of deelname aan Bookcrossing. Tot slot wordt de dienstverlening beter gecommuniceerd naar prioritaire partners, bijvoorbeeld door een portfolio aan te bieden aan scholen.

Het resultaat uit zich als volgt:

- meer scholen maken gebruik van onze dienstverlening. Het aantal klas- en introductiebezoeken stijgt
- het gebruik van GoPress op de scholen neemt toe
- de collecties in de 'etalage' worden frequenter uitgeleend
- het aantal leden stijgt

In 2015 maakt de organisatie een nulmeting voor deze resultaten. Een significante stijging van het aantal klasbezoeken of het gebruik van GoPress op scholen kan dan ook pas in 2016 vastgesteld worden.

OD 2: een duidelijker fysiek en digitaal collectiebeleid

Muntpunt zoekt in zijn collectiebeleid naar een evenwicht tussen rendement en kwaliteit van het assortiment. Zowel gedrukte en digitale media als virtuele content maken deel uit van de Muntpuntcollecties.

Onder impuls van maatschappelijke en technologische ontwikkelingen stuurt de organisatie voortdurend haar collectiebeleid bij. Zo zal de organisatie onder meer volgende strategische vragen beantwoorden: hoe vertaalt Muntpunt meertaligheid? In hoeverre moet er nog geïnvesteerd worden in een cd-collectie? Hoe kan Muntpunt de digitale en fysieke collecties op elkaar afstemmen? De optimalisatie van het collectiebeleid zal zich vertalen in een aangepast aanbod, zonder dat er geraakt wordt aan de basisprincipes van het MP3-model.

De collectieomvang zal onder geen beding toenemen, de instroom moet gelijk zijn aan de uitstroom. De bijsturing vertaalt zich concreet in het aantal aangekochte titels per collectiesegment. Vervolgens meet de organisatie of deze bijsturing een verhogend effect heeft op de uitleencijfers van media. Hiervoor kunnen verschillende meetmethodes gebruikt worden, de gebruiksfactor of het afwezigheidspercentage per collectiesegment.

OD 3: collecties ontwikkelen en beheren met aandacht voor een evenwicht tussen vraag-gestuurde en aanbodgerichte selectie

Het collectiebeleid blijft gebaseerd op het MP3-model (2013). Naast de uitbouw van een brede en actuele basiscollectie zet de organisatie verder in op de accentcollecties en start de bibliotheek met de planmatige uitbouw van projectcollecties die aansluiten bij andere Muntpuntactiviteiten.

De collectievormers maken gefundeerde selecties uit het brede marktaanbod. Zij actualiseren hun collectie-expertise, positioneren hun collectie, houden nauwlettend het rendement van hun collectie in het oog en sturen voortdurend bij waar nodig. De verdere uitbouw van collecties zal gebeuren in samenwerking met externe experts en belanghebbenden. Door een wervende presentatie van de collecties en de samenstelling van themastanden in partnership komt de werking tegemoet aan de impliciete vraag van onze gebruikers.

Om het rendement van collecties te monitoren gebruikt Muntpunt volgende meetindicatoren:

- voor de gehele collectie geldt een lineaire toename van het aantal uitleningen als indicator. Vanaf 2015 is een vergelijking mogelijk met de nulmeting van 2014
- elk collectiesegment wordt geplaatst tegenover het landelijk gebruikscoefficiënt van 2,5, dat hier als standaard geldt
- via een intern tevredenheidsonderzoek meet de organisatie of het aanbod afgestemd is op de vraag van zijn gebruikers

OD 4: evaluatie samenstelling en opstelling collectie

Om tot een optimale bibliotheekwerking te komen, zal Muntpunt een aantal werkprocessen verbeteren. De organisatie maakt een doorlichting van het collectiegebruik aan de hand van gebruikscijfers en een klantenbevraging, met de bedoeling zwakke en sterke scores te detecteren. De evaluatie omvat de opstelling van de collectie, het gebruik van de accentcollecties, de signalisatie.

De organisatie zorgt voor wisselende themacollecties die het gebruik/de zichtbaarheid moeten verhogen op het gelijkvloers.

Muntpunt meet vier keer per jaar het gebruik van de collectie per onderdeel, en vergelijkt. Vanuit de gebruikscijfers, en ook vanuit de eigenheid van de collectieonderdelen, zullen aanbevelingen geformuleerd worden. De organisatie ontwikkelt verder een opstellingsplan voor uitvoering in 2016. Daarnaast harmoniseert Muntpunt de verwoordingen in de catalogus met de termen in de signalisatie. Tot slot ontwikkelt de organisatie een format voor grote periodieke themastands.

Het opstellingsplan voor de collectie zal alle nodige aanpassingen opsommen voor uitvoering in 2016. Ook het meten van het collectiegebruik, waarvoor we in 2015 een nulmeting realiseren, zal concrete resultaten opleveren in 2016.

OD 5: de bibliotheekwerking optimaliseren via uniforme werkprocessen

Om tot een optimale bibliotheekwerking te komen, verbetert Muntpunt een aantal werkprocessen. Dit moet ertoe leiden dat medewerkers efficiënter kunnen werken en dat media sneller beschikbaar zijn voor de klant.

De optimalisatie start bij de processen die te maken hebben met 'de weg van het boek': aankopen, ontsluiten via catalogus, ter beschikking stellen, uitlenen, teruggebrachte werken terug op het rek plaatsen, afvoeren. De organisatie herbekijkt de processen, bespreekt ze met het betrokken team en duidt een 'proceseigenaar' aan. Het innovatieteam bepaalt duidelijk te volgen stappen, documenteert de processen en voorziet handleidingen in samenwerking met het betrokken team. De helft van de collectie bestelt Muntpunt kast-klaar.

Het resultaat is een beschrijving (vademecum) van de processen, gedocumenteerd met handleidingen. Daarnaast rekent Muntpunt op volgende effecten:

- nieuw bestelde items zijn (gemiddeld) beschikbaar binnen 3 weken
- teruggebrachte boeken zijn na 24u opnieuw beschikbaar. Wegzetter (vrijwilligers) besparen een derde van de tijd om eenzelfde volume terug in de kasten te zetten
- als gevolg van een snellere beschikbaarheid van media verwacht Muntpunt een stijging van het gebruik van de collectie, nl. tot een gemiddelde gebruikscoefficiënt van 2,5.

OD 6: (sectorale) samenwerkingsverbanden behouden en uitbreiden

Muntpunt zal de structurele samenwerking binnen sectoraal verband uitbreiden en consolideren, met de bedoeling de bibliotheekwerking van Muntpunt up-to-date te houden.

Muntpunt heeft een vaste vertegenwoordiging in de diverse overlegstructuren. Medewerkers kunnen deelnemen aan opleidingen georganiseerd door de sector. Daarnaast neemt Muntpunt initiatief tot overleg rond gedeelde problematieken en maakt collectieve afspraken rond collecties. Binnen de streekorganisatie BruNO vervult Muntpunt de rol van proeftuin, pionier en voortrekker. De organisatie ondersteunt SBB bij de uitvoering van innovaties.

Deelname aan overlegvormen en werkgroepen binnen de sector resulteert in intervisie, gedeelde oplossingen voor gedeelde problemen, collectieve afspraken voor collectiebeleid en de complementaire beschikbaarheid van collecties. De bibliotheekwerking is op die manier mee met de nieuwste ontwikkelingen. Muntpunt is bovendien een proeftuin voor het streekgericht bibliotheekbeleid (SBB) en speelt een voortrekkersrol op het gebied van innovatie.

OD 7 de werkprocessen van collectievorming en catalografie beter afstemmen

Collectievorming en catalografie stemmen alle deelprocessen in 'de weg van het boek' op elkaar af. Zo zal onder meer de aankoop van kastklare boeken een grondige herziening vragen van de diverse werkprocessen. Team innovatie stuurt de hertekening van de werkprocessen aan, in nauw overleg met het team collectievorming en het team catalografie.

Het aantal in te voeren media in de OpenVlacc-databank vermindert onder impuls van deze wijziging en levert tijdswinst op. In de tweede helft van 2015 start een pilot rond plank-klaar koppelen (snellere koppeling van catalografische gegevens) met als gevolg dat ook de invoer in de Vubis-databank in omvang zal afnemen. De resultaten van de arbeidstijdbesparing zullen pas in 2016 duidelijk worden, vermits het succes van deze nieuwe manier van werken gedeeltelijk afhankelijk is van de dienstverlening van de leveranciers in kastklare boeken.

De verwerkingstijd nodig om de boeken kastklaar te produceren, wordt korter en meetbaar. De leveranciers hanteren een tijdsindicator die varieert van 14 tot 21 dagen.

KT 2: een brede waaier van informatie verstrekken over het Brusselse aanbod en de Vlaamse instellingen in Brussel

OD1: een duidelijk plan opstellen voor fysieke en digitale informatieverstrekking

Het informatiecentrum van Muntpunt wil inspelen op de actualiteit van de stad en de levensfasen van mensen. Een informatieplan zal een antwoord bieden op volgende vragen: wie zoekt welke informatie, op welke manier, via welke kanalen, op welke momenten in het leven? Dit informatieplan maakt het mogelijk het informatiecentrum in de toekomst klantgericht uit te bouwen (zie ook OD 2).

De organisatie onderneemt daartoe volgende acties:

- gebruikersonderzoek naar de informatiebehoeften en gebruikte bronnen;
- continue monitoring van maatschappelijke tendensen met als doel de thema's van informatieacties en -campagnes hierop af te stemmen;
- onderzoek naar, en realisatie van nieuwe informatieformats (infografieken, informatiefolders, online infozines,...).
- consequent doorvoeren van effectmetingen voor alle tools en initiatieven van het informatiecentrum (website, acties, campagnes, foldergebruik) met het doel het aanbod hierop af te stemmen;
- een jaarlijkse evaluatie en bijsturing van de werking
- Onderzoek naar mogelijke samenwerkingspistes met partners in functie van het (digitale) informatieplatform (VGC, CultuurNet, Vlaams- Brusselse Media, ...)

Daaruit volgt in juni een vraaggestuurd informatieplan voor Muntpunt. In oktober zal de organisatie bovendien een duidelijk en helder meerjarenplan voor het informatiecentrum klaar hebben.

OD 2: het informatiecentrum uitbouwen en de zichtbaarheid verhogen door de realisatie van informatieacties en- campagnes

Muntpunt organiseert jaarlijks een aantal informatieacties en -campagnes met als doel geconcentreerd en in de diepte te informeren over bepaalde thema's die aansluiten bij de stedelijke actualiteit of de levenscyclus van de stadsgebruiker. Bij de uitbouw van acties en campagnes wordt het partneraanbod maximaal benut en staan de informatienoden van de burger voorop.

In 2015 organiseert Muntpunt twee campagnes: "Engagement in de stad" in het voorjaar, in samenwerking met het cultuurcentrum Brussel en het netwerk van de cel stedelijk beleid van de VGC, en "Uit in Brussel" in het najaar, over zinvolle vrijetijdsbesteding. Het thema van deze campagnes wordt maximaal uitgewerkt en zal de integrale Muntpuntwerking kleuren (collectie, informatiecentrum, ontmoetingen en promotie Brussel). Verbinding met de stad en samenwerking met partners staat telkens voorop. Daarnaast voert Muntpunt doorheen het jaar nog informatieacties. Die acties zijn frequenter, kleinschaliger, en minder integraal in opzet en uitwerking. Ook hier is de verbinding met de stad steeds maximaal.

Informatieacties en -campagnes leiden tot informatieverspreiding en sensibilisering rond specifieke stadsthema's. Met de campagnes mikt Muntpunt op een publiek van 1000 bezoekers. Er wordt telkens samengewerkt met minstens een vijftal stedelijke partners. Dit leidt tot de ontwikkeling van een zinvol informatieproduct, een campagnematige communicatie alsook de programmatie van een tiental gelinkte activiteiten, alle met een link naar de bibliotheekcollectie.

OD 3: specifieke informatie aanbieden aan de hand van opleidingen en consultatiemomenten, in samenwerking met partners

In het kader van de eerste informatiecampagne -“Talent Werkt” in 2014 - heeft Muntpunt succesvol geëxperimenteerd met de organisatie van open consultaties, workshops en informatieve lezingen door deelnemende partners. Deze informatierol gaat verder dan eerstelijnsdoorverwijzing, ze zorgt voor een gerichte dienstverlening die aansluit bij een informatieve vraag. Muntpunt wil dit samen met het partnernetwerk in de toekomst verder uitwerken, hetzij via tijdelijke of occasionele activiteiten, hetzij via terugkerende consultatiemomenten in het gebouw.

De consultatiemomenten van Het Punt doorheen het jaar worden alvast verdergezet. Dit model van samenwerking wordt uitgebreid naar andere partners, in eerste instantie die partners waarmee werd samengewerkt in het kader van “Talent Werkt”. Een mogelijke piste is een “pop up” werkwinkel en/of leerwinkel. Daarnaast onderzoekt de organisatie of er occasionele consultatiemomenten kunnen worden uitgewerkt met andere partners, bijvoorbeeld met de centra voor loopbaanbegeleiding. De organisatie wil ook opleidingen opzetten in samenwerking met partners (bijvoorbeeld over dementie, wegwijs in de het welzijnslandschap, onderwijs in Brussel, ...).

Met vaste consultatiemomenten van partners wil Muntpunt zijn publiek op educatieve wijze informeren. Het bereik en de tevredenheid van deze consultatiemomenten wordt gemeten in samenspraak met de desbetreffende partner.

OD 4: permanent basisinformatie aanbieden met betrekking tot de belangrijkste stadsinfo (met focus op de Nederlandstalige gemeenschapsdiensten)

De hierboven beschreven initiatieven (acties, campagnes, opleidingsreeksen en consultatiemomenten) zijn erop gericht om informatie op een proactieve manier aan te bieden. Muntpunt investeert verder ook in de permanente verstrekking van gemeenschapsinformatie. Bezoekers kunnen er zo dagelijks terecht voor informatie over wonen, werken, welzijn, onderwijs en cultuur en vrije tijd in Brussel.

Dit impliceert een reeks permanente acties in Muntpunt: een aanbod van relevante folders onderhouden over het Nederlandstalige aanbod in Brussel, digital signage voorzien in het gebouw, dagelijkse publicatie van relevante informatie verzorgen via sociale media (Twitter, Facebook, Pinterest en LinkedIn), een informatieplatform opzetten op de website dat als informatiebron en als gids fungeert. Voor dat platform stelt de organisatie een sterk content-plan op, in samenwerking met betrokken partners (zie ook OD 5 en 6).

Bovengenoemde acties resulteren in een continue en kwalitatieve informatiestroom rond het Nederlandstalig aanbod van Muntpunt en zijn partners. De verspreiding van het informatieaanbod wordt gemeten via tellingen van het aantal verspreide folders, het aantal partnerorganisaties, het

aantal bezoekers dat op de website terecht komt via de sociale media, het aantal bezoekers op het informatieluik van de website.

OD 5: een kwalitatieve individuele vraagafhandeling realiseren

Muntpunt zet acties, campagnes en opleidingsreeksen op om mensen proactief te informeren over belangrijke thema's in Brussel. Daarnaast realiseert de organisatie een permanent on- en offline informatieaanbod. Complementair hiermee wil Muntpunt een kwalitatieve eerste-, tweede- en derdelijns-informatieverstrekking realiseren.

Dit gebeurt als volgt:

- registratie van alle inhoudelijke vragen in het helpdesksysteem met als doel de meetbaarheid, de kwaliteit, en een efficiënte afhandeling te garanderen
- uitdieping van de beleidsthema's uit campagnes: na iedere campagne wordt de vergaarde informatie en kennis van partners duurzaam opgeslagen in het online informatieluik
- samenwerking met de Vlaamse infolijn (1700) om het informatieaanbod en de vraagafhandeling te verbeteren

Daarbij rekent Muntpunt op volgende resultaten:

- duidelijke en gedocumenteerde afspraken en processen over het afhandelen van eerste-, tweede- en derdelijns vragen (zowel intern als met partners)
- opleidingsprogramma voor alle informatiemedewerkers opgesteld in functie van campagnes en beleidsthema's, implementatie van het helpdeskprogramma OTRS (januari 2015)
- online overzicht van de veel gestelde vragen (eerste, tweede en derde lijn) met antwoord (minimum 25 vragen)

OD 6: de zichtbaarheid en efficiëntie van het informatiecentrum vergroten door het ontwikkelen van een digitaal informatieplatform en een helpdeskfunctie

Het informatiecentrum ontwikkelt niet enkel acties en campagnes om thema's in de kijker te zetten, maar investeert ook in een digitaal informatieplatform om het permanente aanbod en de veel gestelde vragen een plaats te geven. Dit platform vormt de ruggengraat van het informatiecentrum, een databank of 'Brusselbibliotheek' met informatie over het (Nederlandstalige) aanbod in Brussel op vlak van wonen, werken, welzijn, cultuur en vrije tijd.

Dit gebeurt door de realisatie van een digitaal platform waarin alle relevante kennis opgeslagen en ontsloten kan worden. Ontsluiting moet in de loop van 2015 gebeuren via het online-informatieluik of door het gebruik van een helpdesk-systeem voor individuele vraagafhandeling (zie OT4 - OD3). De organisatie ontwikkelt het online-informatieluik op basis van een concreet content-plan en in samenwerking met partners (zie ook OD1 en OD3).

Het succes van het digitale informatieplatform wordt afgemeten aan het gebruik ervan. Zo verwachten we op het einde van het jaar een duidelijk gebruikersrapport dat Muntpunt zicht geeft op het gedrag en de informatiebehoeften van het publiek. Aan de hand van het gebruikersrapport zal

Muntpunt het informatieplan bijsturen. De efficiëntie- en kwaliteitsverhoging van de vraagafhandeling zal gemeten worden via een gebruikersbevraging in december.

KT 3: ontmoetingen stimuleren tussen mensen, partners, culturen en ideeën

OD1: een programma ontwikkelen met ontmoetingsactiviteiten die het lees-, kijk-, en luisterplezier centraal stellen

Muntpunt organiseert ontmoetingsmomenten waarop volwassenen, studenten, scholieren, kinderen en hun ouders het plezier van het lezen, bekijken en beluisteren van bibliotheekmedia kunnen delen. Die ontmoetingen leiden bovendien tot gedeelde lees-, kijk- en luistertips voor een ruimer publiek van gebruikers, die zich kunnen laten gidsen doorheen het ruime collectieaanbod.

De bestaande activiteiten (zoals het boekenprogramma De Leeskamer, de leesclubs, de bibliotheekrondleidingen, de voorleessessies, ...) blijven op het programma staan. In samenwerking met partnerorganisaties wordt de waaier aan activiteiten inhoudelijk meer divers en bereikt het aanbod een ruimer publiek. Nationale bibliotheekcampagnes zoals de Jeugdboekenweek, Bibliotheekweek, Voorleesweek,... worden actief aangewend om het programma ruimere bekendheid te geven.

Speciale aandacht gaat in 2015 uit naar lagere scholen. Voor hen wordt een portofolio gemaakt met de diensten die Muntpunt hen verleent op het vlak van lees-, kijk- en luisterplezier.

Meetindicatoren (ook voor OD's 2 en 3) zijn: aantal activiteiten, aantal aanwezigen, aantal betrokken organisaties, tevredenheidsenquêtes, bezoek online lees-, kijk-, en luistertips, persvermeldingen, aantal vermeldingen in communicatiekanalen van partnerorganisaties.

OD2: ontmoetingen organiseren rond markante persoonlijke verhalen uit Brussel en de wereld

Muntpunt legt via zijn partnerwerking zijn oor te luisteren bij het Brusselse maatschappelijke veld en spoort markante persoonlijke verhalen op waarrond publieke ontmoetingen kunnen opgezet worden. In samenspraak met alle betrokkenen worden die ontmoetingen concreet vormgegeven. Bedoeling is om niet enkel de vaak gehoorde, maar ook de eerder verborgen verhalen een forum te geven.

Elementen in het programma zijn: tentoonstellingen, documentaires, debatten, interviews, festiviteiten, ...

OD3: workshops ontwikkelen en organiseren omtrent vaardigheden die personen helpen om hun (persoonlijk) verhaal beter verteld te krijgen

Muntpunt ontwikkelt een programma van laagdrempelige workshops onder de algemene noemer "storytelling". Centraal in de verschillende workshops staat de ontwikkeling van vaardigheden die deelnemers helpen om (hun) verhalen te vertellen.

Elementen in het programma zijn: wekelijkse schrijfworkshop 'The Write Stuff', reeks 'digital storytelling' (die werkt rond de basisvaardigheden van digitale geletterdheid), reeks voorlees- en vertelworkshops, maandelijkse workshop voor kinderen, CoderDojo, ...

KT 4: Brussel promoten (in Vlaanderen en Vlaanderen promoten in Brussel)

In dit actieplan worden nog geen concrete operationele doelstellingen geformuleerd daar er met betrekking tot dit deel van de Muntpunt- opdracht (in Vlaanderen en Vlaanderen promoten in Brussel) eerst nog een overleg met de overheden zal plaatsvinden over de invulling ervan. Het resultaat van dit overleg zal wel worden uitgewerkt en opgenomen in het beleidsplan 2016-2020.

OD 1: de merkenstrategie opmaken en afstemmen met het Brusselse werkveld

Een onderzoek (sterkte-zwakteanalyse, afstemming strategie, doelgroepenoriëntatie en positionering) naar de bestaande submerken en co-branded merken - UiTinBrussel, Broodje Brussel, Gratis in Brussel - moet leiden tot strategische keuzes met betrekking tot de merkenarchitectuur. In functie van de huidige kerntaken zal Muntpunt merken opnieuw lanceren of afbouwen met het oog op publieksverruiming en -vernieuwing.

Op basis van de strategische keuzes en met focus op het mogelijke nieuwe digitale platform wordt een onderzoek opgestart naar mogelijke structurele partnerships en crowdsourcing-projecten met Vlaams-Brusselse Media en Brusselse partnerorganisaties die content kunnen creëren of verrijken. Bestaande partnerships worden geëvalueerd in functie van de gemaakte strategische keuzes en worden optimaal geïntegreerd in de merkenstrategie. Vanaf juni brengt de organisatie de aanbevelingen uit het onderzoek en de evaluatie in praktijk.

Muntpunt vernieuwt het platform UiTinBrussel en bouwt het verder uit als centraal kanaal voor het Nederlandstalig cultuur- en vrijetijdsaanbod in Brussel. De organisatie vergroot het draagvlak en de reikwijdte van het verrijkte aanbod. We bouwen een sterk merk uit voor de promotie van Brussel en streven naar een stijging van het aantal online bezoekers en paginaweergaven, abonnees, fans. Bovendien monitoren we de toppagina's, de balievragen, het profiel van de bezoekers, partnerkanalen en media (zie ook KT 2 OD 6).

OD 2: de Muntpunt-shop inzetten voor de promotie van Brussel

De shop is één van de instrumenten om Muntpunt en Brussel zichtbaarder te maken bij bezoekers. De shop moet Muntpunt helpen nieuwe bezoekers aan te trekken, zal extra inkomsten genereren en voor meer activiteit in de Agora zorgen.

In december 2014 startte de shop met een eerste selectie producten die gelinkt zijn aan Brussel. Muntpunt werkt hiervoor samen met Toerisme Vlaanderen. Daarnaast ontwikkelt Muntpunt in kleine oplage een aantal producten rond het eigen merk. De producten passen in de huisstijl, en creëren mee het imago van Muntpunt: ze zijn stedelijk, milieuvriendelijk en hebben een eenvoudige, mooie vormgeving. In februari volgt een eerste evaluatie. Welke producten slaan aan? Waarnaar is er vraag? Op basis van het antwoord op deze vragen breiden we het assortiment producten geleidelijk uit in de loop van het jaar:

- Basisproducten die gebruikt kunnen worden tijdens het bezoek aan de bibliotheek (notebook, pen, potlood, oortjes,...), volgens de publieksnoden
- een selectie producten die info geven over Brussel en wat er in Brussel leeft, creatieve producten gemaakt in Brussel of met Brussel als onderwerp, producten die de grootstedelijkheid van Brussel en Muntpunt uitstralen – hoofdmoot van het aanbod;

OD 3: Brussel toegankelijk maken op een drempelverlagende manier

Muntpunt wil het Nederlandstalig aanbod in Brussel op een toegankelijke manier beschikbaar maken om iedereen kansen te bieden, te helpen kiezen en te sterken. Muntpunt wil participatieobstakels helpen wegnemen met aangepaste instrumenten in functie van de doelgroep.

Muntpunt waakt over een transparant en toegankelijk taalgebruik. Voor mensen uit etnisch-cultureel diverse gemeenschappen zet de organisatie vanaf eind maart meertalige communicatie in waar nodig. Vanaf eind maart wordt de inclusieve vrijetijdspas Paspardoe – een initiatief van de VGC - verder uitgebouwd. Daarbij streeft de organisatie naar een gerichte communicatie naar betrokken doelgroepen. Voor NT2-cursisten en alle mensen die Nederlands willen oefenen, zal de organisatie de taaliconen vanaf september optimaler toepassen in online en offline communicatiekanalen.

Vanaf de oplevering van het strategisch communicatieplan zal Muntpunt taaliconen, toegankelijk taalgebruik, meertaligheid en gerichte communicatie-instrumenten inzetten waar nodig. De organisatie streeft hierbij naar een duidelijke stijging de participatie aan het eigen aanbod (Muntpuntpassen en activiteiten) van de respectievelijke doelgroepen.

OD 4: activiteiten organiseren om mensen Brussel te laten ontdekken

Muntpunt ontwikkelt en organiseert 2 Brussel-activiteiten in het kader van: 'Zomer in de stad' en 'UiT in de stad'. Deze activiteiten promoten Brussel, spelen in op de "Brusselactualiteit" of worden uitgewerkt op vraag van onze subsidiërende overheden.

De activiteiten krijgen steeds vorm in samenwerking met (Brusselse) partners. Er is het jaarlijks wekerende zomerproject 'Zomer in de stad' - met het feest van de Vlaamse Gemeenschap op 11 juli (Brussel danst) - waarvoor de organisatie samenwerkt met Brusselse cultuurhuizen. Voor 'UiT in de stad' ontwikkelt de organisatie projecten die Brusselbewoners, -gebruikers en -bezoekers de stad (opnieuw) laten ontdekken. Dit jaar speelt de organisatie vanaf het voorjaar (mei 2015) in op de Nederlandstalige culturele aanwezigheid in Brussel.

Dit leidt in 2015 alvast tot volgende resultaten:

- Een uitgestippelde stadswandeling langs 10 grote Brusselse cultuurhuizen met Muntpunt als vertrekpunt. Geïnteresseerden kunnen een tablet met stadsplan en het bijbehorende verhaal uitlenen.
- Brussel danst op 11 juli. Ook bij de derde editie blijven de locaties dezelfde: Grote Markt, Muntplein en parcours. de organisatie rekt bij goed weer op minstens 7000 bezoekers en 150 deelnemende artiesten.

OT 1: organisatorische duidelijkheid en tevredenheid scheppen

OD 1: een helder organisatiemodel implementeren

Een organisatie kan slechts een grotere maturiteit bereiken door duidelijkheid en transparantie te creëren in haar werking, zowel intern als naar buiten toe.

Deze transparantie wil Muntpunt bereiken door in januari 2015 een aangepast organisatiemodel te introduceren. Dit impliceert enerzijds een aantal functionele wijzigingen aan het organogram. Anderzijds herziet Muntpunt zijn overlegstructuur om tot een helder en efficiënt beslissingsmodel te komen.

Deze oefening moet in 2015 resulteren in een gedragen en meetbare programmatie en algemene werking die omvat kan worden in onder meer een jaarkalender waarop elk team zijn werking ruime tijd op voorhand kan inplannen, zodat last minute-werk een uitzondering wordt op de regel.

OD 2: een uniforme methodologie voor projectwerking implementeren met strikte rapportering

Om binnen Muntpunt een efficiënte projectwerking te realiseren, is een uniforme werkwijze nodig die alle projectleiders en -medewerkers op gelijkaardige manier toepassen. De organisatie legt de manier van rapporteren en evalueren duidelijk vast en volgt dit strikt op.

De keuze voor eenvoudige, efficiënte tools voor projectwerking en -communicatie zal de samenwerking tussen teams vergemakkelijken. Opleidingen over de basisprincipes van projectwerking en de toepassing van de gekozen tools helpen medewerkers op weg.

Door de implementatie van een uniforme methodologie en strikte rapportering voor projectwerking zal de motivatie van projectmedewerkers stijgen. De projectevaluaties zullen bovendien uitwijzen dat er meer projectdoelstellingen bereikt worden binnen de gestelde tijd, kostprijs en kwaliteit.

OT 2: een performante communicatiewerking uitbouwen

OD 1: eigen communicatie-instrumenten ontwikkelen en optimaliseren

Om zijn publiek beter en professioneler te kunnen bereiken, en de interne werking te optimaliseren, heeft Muntpunt nood aan een nieuwe website, een verbeterd CRM-systeem (Customer Relationship Management) en een vernieuwd intern communicatieplatform.

Muntpunt schrijft in het eerste kwartaal een aanbesteding uit voor een nieuwe Muntpuntwebsite, gebaseerd op een content-plan in lijn met de strategische keuzes van de organisatie. De website moet de kerntaken van Muntpunt op een heldere en eenvoudige manier weergeven. De gebruiksvriendelijkheid voor het Muntpuntpubliek en voor de medewerkers staat daarbij centraal. Zo streven we naar 20% meer paginaweergaves en 20% werkbesparing door betere automatisering. De lancering van de nieuwe website is voorzien in het najaar. Daarnaast onderzoekt Muntpunt de piste voor een aparte Uit-website in samenwerking met partners als Cultuurnet en de Vlaams-Brusselse Media (zie ook KT 4 OD 1).

In het kader daarvan zet de organisatie samenwerkingen op met Agenda.be en Cultuurnet. Daarnaast actualiseert de organisatie zijn contactenbestand. Vervolgens tekent de organisatie de gewenste situatie uit en toetst die aan de technische en financiële mogelijkheden. Tenslotte stelt Muntpunt een plan van aanpak op dat het team in april uitrolt en in december finaliseert. Dit moet resulteren in een vlottere workflow en een uitgezuiverd contactbestand. De vernieuwing van het intranet ('M') zorgt voor toegang tot organisatie gebonden informatie en een interactieve publicatieflow voor interne berichten. Vanaf februari voorziet M ook in de opslag van team- en projectgebonden informatie en documenten.

OD 2: procedures uitschrijven voor de communicatienoden van Muntpunt

Muntpunt wil een duidelijke, eenvoudige en heldere communicatiewerking implementeren, die ondersteuning biedt aan alle teams die iets wensen te communiceren met betrekking tot de reguliere werking of een project. Daarbij streeft de organisatie naar een betere afstemming tussen de algemene Muntpuntwerking en de mogelijkheden binnen het communicatieteam.

Binnen de operationele communicatie zijn er vanaf januari vier verantwoordelijken die elk voor hun domein aanspreekpunt zijn. Vanaf maart introduceert de organisatie ook verschillende standaarddocumenten die de andere teams helpen om hun communicatiebehoeften duidelijk in kaart te brengen. Een professionele relatie tussen teams en aanspreekpunten zorgt ervoor dat de interne communicatie vlotter verloopt.

Duidelijke afspraken beperken het aantal last-minute vragen aan het communicatieteam. Werkbare standaarddocumenten zetten andere teams ertoe aan om tijdig (bijvoorbeeld al tijdens de conceptfase van een project) aan de communicatiemogelijkheden te denken.

OD 3: communiceren over Muntpunt-initiatieven via eigen en externe kanalen

Muntpunt maakt zijn initiatieven kenbaar aan de buitenwereld, en dit zowel aan een eigen (trouw) publiek, als aan een nieuw publiek. De keuze van de gebruikte communicatiekanalen gebeurt in functie van de specifieke doelstellingen van het initiatief.

De cel operationele communicatie kiest voor bepaalde kanalen bij de opmaak van een communicatieplanning. Vanaf januari stemt de organisatie de communicatieplanning voor elk initiatief af op het overkoepelende strategisch communicatieplan (zie OD 4), de jaarkalender en de budgettaire mogelijkheden. Muntpunt zal voortaan niet enkel eigen kanalen inzetten en wil gebruik maken van een meer divers pakket van communicatiekanalen.

In 2015 zal een significant deel van de projectcommunicatie via externe kanalen verlopen, waarmee we ook meer in het stadsbeeld aanwezig zijn. De eigen communicatiekanalen worden geoptimaliseerd (zie OD1) en dankzij planning per project binnen een overkoepelende communicatieplanning consequenter ingezet.

OD 4: het merk Muntpunt bewaken

Muntpunt vernieuwde in 2014 zijn huisstijl en start in 2015 een coherent, gestructureerd en geïntegreerd communicatiebeleid.

De organisatie zal de vernieuwde huisstijl volledig implementeren in schrijfstijl, beeldtaal en signalisatie. In afwachting van het vernieuwde N-logo ontwikkelt de organisatie sjablonen en realiseert een huisstijlgids tegen eind maart.

Aan de hand van een strategisch communicatieplan zet Muntpunt de grote communicatielijnen uit en realiseert een eerste referentiekader en nulmeting om te komen tot een coherent communicatiebeleid. Daarmee biedt de organisatie een houvast om coherente projectcommunicatieplannen op te stellen. Met de hulp van consulting realiseert de organisatie een eerste plan tegen maart.

Muntpunt wil zijn vernieuwde identiteit optimaal uitdragen en versterken om het gewenste imago te creëren. Muntpunt wil herkend worden als referentiehuis voor het Nederlandstalige aanbod in Brussel. De organisatie streeft naar een publieksverruiming en -vernieuwing (fysieke en online bezoeken, Muntpuntpassen, deelnemers aan initiatieven).

OT 3: de klantendienst verder uitbouwen

OD1: de Muntpuntbezoeker beter leren kennen

Wie zijn de Muntpuntbezoekers? Waarom komen ze naar Muntpunt? Wat verwachten ze? Wat zoeken ze? Waar zoeken ze? Vinden ze wat ze zoeken? Zijn ze tevreden met het resultaat?

De klantendienst wil op basis van gebruikersbevestigingen zoveel mogelijk data over de klanttevredenheid van de bezoeker verzamelen om zo zijn dienstverlening te evalueren en te verbeteren. De conclusies van de gebruikersbevestigingen worden verzameld in een bezoekersrapport. De organisatie voorziet een gebruikersbevestiging en tevredenheidsenquête bij bezoekers van het gebouw, bij de deelnemers aan Muntpunt-activiteiten en bij de virtuele bezoeker.

Het resultaat is een nulmeting van de klanttevredenheid in Muntpunt. Een rapport zal Muntpunt toelaten om zijn producten en dienstverlening publieksgericht te evalueren en verder te ontwikkelen.

OD 2: comfortdiensten binnen het bibliotheekaanbod uitbreiden

Momenteel beschikt Muntpunt over een basispakket aan comfortdiensten binnen het bibliotheekaanbod (onder meer de 24u op 24u beschikbare inleverschuif, online reserveren en verlengen, herinnering via e-mail). Muntpunt onderzoekt de mogelijkheid om nog meer comfortdiensten te ontwikkelen die het gebruiksgemak verhogen.

Muntpunt voorziet een haalbaarheidsstudie voor enkele nieuwe diensten, zoals samengestelde boekenpakketten (collect&go), pop-up bibliotheken in stadsparken en alternatieve abonnementsformules.

In 2015 wil Muntpunt minstens twee nieuwe comfortdiensten ontwikkelen en uitrollen om zo het ledenaantal te verhogen.

OD 3: de klant doorheen het volledige Muntpuntaanbod gidsen

De organisatie van alle Muntpuntdiensten is zodanig dat klanten en bezoekers optimaal gebruik kunnen maken van het volledige Muntpuntaanbod: collectie, activiteiten, educatieve initiatieven én informatiebemiddeling. Door contextuele inbedding brengt de organisatie dat diverse aanbod bij elkaar. Een positieve bezoekerservaring, zowel voor individuen als voor groepen, is het gevolg.

De organisatie creëert een context die het aanbod kadert en de zelfredzaamheid van de klanten verhoogt. Aan specifieke doelgroepen wordt eventueel maatwerk geboden. Voor de individuele klant is een vraaggestuurde dienstverlening het uitgangspunt. Dit wordt ook vertaald via de website. Waar nodig wordt de Muntpuntexpertise door extra vorming uitgebreid en/of door co-creatie met externen aangevuld. Interne en externe curatoren houden de vinger aan de pols en adviseren Muntpunt over nieuwe tendensen en wisselende maatschappelijke ontwikkelingen.

Zo zal Muntpunt een kwaliteitslabel dragen dat staat voor betrouwbaarheid, degelijkheid en onafhankelijkheid. Meetindicatoren zijn

- een vernieuwde frontoffice organisatie die alle expertise optimaal inzet (eerste jaarhelft)
- een pool van interne en externe adviseurs en curatoren
- een stijgend gebruik van de digitale diensten (raadplegingen van de website, raadplegingen van de digitale databanken, online inschrijvingen voor activiteiten).
- een daling van het aantal klachten.
- een pool van gidsen die mensen rondleidingen geven doorheen het gebouw, de collectie en het brede Muntpunt-aanbod

OD4: de boodschap van de ontevreden klant kennen en gebruiken

De ontevreden Muntpuntbezoeker kan steeds een klacht formuleren via tal van kanalen: de balie, de website, het klachtenformulier,... Klachten worden steeds op een discrete manier beantwoord en afgehandeld door de klachtencoördinator.

In 2015 wil Muntpunt blijven inzetten op de verbetering van het klachtenbeleid en de afhandelingsprocedure. De organisatie gaat op zoek naar een vernieuwd registratiesysteem voor de klachtafhandeling en integratie binnen het helpdesksysteem (voorzien in maart 2015).

Dit resulteert in een meetbare daling van het aantal klachten, en een duidelijk, gestructureerd overzicht per kwartaal om tendensen in de klachten vroegtijdig op te sporen.

OT 4: de partnerwerking verdiepen en een schaalvergroting realiseren (zowel intern als extern)

OD 1: de bestaande partnerwerking verdiepen met acties die een breder draagvlak creëren in de stad

Door publieksgerichte samenwerking met partners en stakeholders wil Muntpunt een grotere impact krijgen in de stad en het grootstedelijk engagement verhogen.

Muntpunt wil een meer intense samenwerking realiseren met de Brusselse media (zoals bijvoorbeeld in “Brussel Helpt”). Via die samenwerking kan Muntpunt ook nieuwe partners en netwerken aanboren.

Het resultaat wordt gemeten:

- op partnerniveau: minimaal 10 deelnemende partners die hun eigen publiek sensibiliseren en 5 lokale acties ontwikkelen
- op publieksniveau: een grotere publieksparticipatie die zichtbaar wordt via het aantal informatievragen, de deelname via vrijwilligerswerk, een duurzame nawerking van de actie

Intern wordt hieraan meegewerkt vanuit de kerntaken ‘informatie’ en ‘ontmoetingen’. De communicatie wordt gedragen door Muntpunt en versterkt door verschillende (Brusselse) grootstedelijke en (Vlaamse) lokale (partner-)media.

OD 2: Muntpunt inschakelen als grote actor in Brusselse netwerken die beter gekend zijn bij een anderstalig publiek

Muntpunt wil zich positioneren door zich in te schakelen in een aantal Brusselse netwerken die beter gekend zijn bij een anderstalig publiek.

Zo treedt Muntpunt op als actor bij de verdere conceptualisering en realisatie van het ‘Brussels Creative Forum’, als partner van BAPEO/Visit Brussels en koepelorganisatie BKO (Brussels KunstenOverleg). Daarnaast creëert de organisatie verbinding als intermediair van grote en kleinere creatieve initiatieven.

Dit moet resulteren in partner-initiatieven rond ‘creative city’. De organisatie realiseert ook een infobeurs rond de verbindende factor die Muntpunt is.

OD 3: inzetten op prospectie van nieuwe grootstedelijke initiatieven bij prioritaire én nieuwe partners

Partnerwerking zal nieuwe grootstedelijke initiatieven detecteren, op het intern overleg brengen en - na goedkeuring - opnemen in de jaarkalender.

Muntpunt heeft regelmatige contacten met partners in functie van de Muntpunt-jaarplanning en de grootstedelijke actiekalender. Verslaggeving en intern overleg zijn telkens het vertrekpunt voor concrete acties.

Concrete realisaties worden zowel op korte als middellange termijn geëvalueerd.

OD 4: de Europese dimensie van Brussel binnentrekken in de integrale werking van Muntpunt

Brussel is een internationale stad. Muntpunt wil dit internationale karakter weerspiegeld zien in zijn programma, haar bibliotheekaanbod en zijn publiek. De internationale Brusselaar is immers een interessante partner om het bestaande aanbod voor alle bezoekers te verrijken.

Muntpunt wil in 2015 samenwerkingspistes met Europese culturele instellingen en expat-Netwerken exploreren om zo, aan de hand van co-creatie, activiteiten met een internationaal karakter te programmeren. Een samenwerking met de internationale cultuurhuizen, netwerken en gemeenschappen zal opgestart worden met als doel de wederzijdse verbreding van aanbod en publiek. Muntpunt wil tegen eind 2015 duurzame contacten gelegd hebben met minimum vijf internationale culturele centra of netwerken.

Daarnaast wil Muntpunt zijn bibliotheek en ontmoetingsaanbod gericht promoten naar de expat-gemeenschap. Dit met als doel om expats beter te integreren in de Vlaamse gemeenschap, en dit zowel in Brussel als in de Brusselse rand. Naar de internationale gemeenschap wil Muntpunt zich profileren als de plek om de Vlaamse gemeenschap te ontdekken en te ontmoeten. Tegen 2015 wil Muntpunt enkele nieuwe formats ontwikkelen die zowel Muntpunt promoten als het internationale en Vlaamse publiek met elkaar in contact brengen (bijv. lezingen, debatavonden, bezoekersgroepen...). Om dit te realiseren wil Muntpunt opnieuw structureel overleg opstarten met VZW De Rand en het Verbindingsbureau Brussel Europa om de doelgroep gezamenlijk te benaderen.

OT 5: de ICT-werking optimaliseren

OD 1: het ICT-driejarenplan uitvoeren

Het ICT-meerjarenplan (2013-2016) komt voort uit een studie van HP-Belgacom die de basis vormde voor een overheidsinvestering ter waarde van 1,3 miljoen euro. Dit plan wordt jaarlijks geactualiseerd en regelmatig op het directieoverleg geagendeerd voor afstemming op de inhoudelijke werking van Muntpunt.

Het ICT-meerjarenplan werd in 2013 opgesteld en bestaat uit de volgende luiken:

- uitbouw van het netwerk (netwerkcomponenten, servers, storage, pc's,...)
- inzet van intern en extern personeel voor de exploitatie (support, interventies)
- gebruik van business applicaties (intranet, digital signage, CRM, website, helpdesk)

Dit zal in 2015 leiden tot:

- een uitbreiding van de storage-ruimte
- de inzet van een tijdelijke externe ICT'er ter ondersteuning, en ad-hoc consultatie van derde partijen
- de implementatie van een centraliserende monitoring tool en een helpdesk tool (zie ook KT 2 OD 5)

OD 2: de ICT-omgeving optimaliseren

Door nieuwe ontwikkelingen is de ICT-omgeving voortdurend vatbaar voor optimalisatie. De organisatie geeft prioriteit aan de continuïteit van de dienstverlening door de beschikbaarheid en functionaliteit van applicaties te waarborgen. Daarnaast streeft de ICT-werking naar een evenwicht tussen (verplichte) aanpassingen van het bestaande, en de aanloop naar nieuwe elementen in de ICT-architectuur.

Zo dringt zich de ontwikkeling en de uitrol op van een nieuwe versie van het virtuele besturingssysteem (VM-Ware image) op alle gebruikerssystemen. Daarnaast moet er een gecentraliseerd monitoringsysteem komen op de gehele netwerk omgeving, om zo de pro-activiteit van de ICT-ondersteuning te verhogen. Tot slot wensen we de connectiviteit met het Wi-Fi-netwerk te verbeteren.

Hiermee beoogt de organisatie een verhoogde stabiliteit van de gebruikersomgeving, meetbaar via de helpdesktool. Daarnaast streeft de werking naar een vermindering van ongeplande netwerkinterventies en bijhorende 'outages'. Het monitoringsysteem zal daartoe de pro-activiteit van interventies verhogen.

OT 6: een overzichtelijk financieel beheer realiseren

OD 1: een begroting en meerjarenraming uitschrijven

De begroting wordt jaarlijks opgemaakt en bevat een raming van de ontvangsten (middelenbegroting) en de uitgaven (uitgavenbegroting) voor het begrotingsjaar in kwestie en dit conform de ESR-begrotingsregels. De meerjarenraming vertaalt de beleidsopties in een budgettaire meerjarig perspectief.

De directie bereidt een begrotingsvoorstel voor dat de aanvang vormt van een informatieronde met de betrokken teambegeleiders. Na afloop van de inforonde wordt een begrotingsontwerp met bijhorende toelichtingen ter goedkeuring ingediend bij de Raad van Bestuur en de Algemene Vergadering van de vzw. Op het ogenblik van de opmaak van de begroting is er nog een grote mate van onzekerheid omtrent de raming van ontvangsten en uitgaven. Daarom heeft Muntpunt de mogelijkheid om in de loop van het jaar een aanpassing van de begroting door te voeren.

Het is de ambitie om een steeds accuratere begroting in te dienen, die zo nauw mogelijk aansluit bij het actie- en beleidsplan van Muntpunt. Dit vertaalt zich in een vermindering van het aantal begrotingsversies en een minimale bijsturing van de begroting.

OD 2: nauwer opvolgen van de aanwending van financiële middelen

De hierboven genoemde begrotingsaanpassing laat toe om de gegevens te actualiseren. Zo kan de organisatie budgettaire marges en/of budgettaire tekorten preventief opsporen teneinde corrigerende maatregelen te kunnen nemen. Ook de ontvangsten worden opnieuw geraamd. Dit vereist een continue monitoring en analyse om grote schommelingen te vermijden en de naleving van toegekende budgetten te garanderen.

Daarvoor werden in 2014 twee hulpmiddelen ingevoerd, met name de MAC sheet (voor de opvolging van budgetten per team) en een cashflow tool (die de evolutie weergeeft van de cashpositie versus de facturatie en uitstaande verplichtingen – zie ook MAC sheet). Deze hulpmiddelen worden verder ingezet en verfijnd om een zo accuraat mogelijk budgetbeheer te bekomen.

Dit biedt bovendien de mogelijkheid om tijdig in te grijpen en bij te sturen waar nodig.

OD 3: verwerking en controle van de financiën uitvoeren

Om de ingeschreven budgetten te kunnen gebruiken moet Muntpunt een aantal regels inzake het toezicht op de uitvoering respecteren. De uitgaven moeten gebeuren conform de wetgeving inzake overheidsopdrachten en conform de ESR-codes én moeten de interne controleprocedures respecteren. Daarna volgt de afhandeling van het dossier (van bestelling tot betaling) in het boekhoudsysteem. Tot slot wordt een geconsolideerde rapportering met betrekking tot de begrotingsuitvoering opgemaakt.

In 2014 werkte de organisatie verder aan de realisatie van een analytische boekhouding. Deze verfijning van de algemene boekhouding, met bijkomende registraties in het boekhoudpakket voor elke verrichting, laat toe meer inzicht te krijgen in bijvoorbeeld de kosten per team, per product of per project. Deze inspanning wordt verdergezet.

OT 7: een efficiënt operationeel beheer garanderen

OD 1: een kostenefficiënte en kwaliteitsvolle technische uitbating van het gebouw realiseren

Aan de (technische) uitbating van een gebouw als dat van Muntpunt hangt een niet onaardig prijskaartje vast. Sinds de ingebruikname van het gebouw heeft de organisatie steeds gestreefd naar een haalbaar evenwicht tussen het comfort voor personeel en bezoekers en de kosten die daarmee gepaard gaan.

Ook in 2015 zal de organisatie een sterke focus leggen op de monitoring en optimalisatie van het energieverbruik ($\pm 22\%$ van de totale exploitatiekost) en van de schoonmaak en uitbating van de publieke toiletten ($\pm 34\%$ van de exploitatiekost).

Maandelijks vindt een onderhoud plaats met de leverancier (Dalkia) die instaat voor de technische uitbating van het gebouw. Naast het overlopen van de werking en het verbruik (monitoring via het Gebouw Beheer Systeem), stelt het contract dat Dalkia voorstellen formuleert voor een optimalisatie (verbruik/kosten) en verbetering van het comfort. Daarnaast toetst Muntpunt de effectiviteit van de schoonmaak aan de algemene tevredenheid van bezoekers en via een semestriële (interne) audit.

OD 2: verdere maatregelen nemen op vlak van veiligheid, gezondheid en welzijn

Muntpunt wil een aangename en veilige omgeving bieden voor zijn medewerkers. Ook aan de bezoekers van Muntpunt wil de organisatie een zo groot mogelijk comfort aanbieden.

Voor de medewerkers zal Muntpunt in 2015 een risicoanalyse (qua tevredenheid, ergonomie en veiligheid) laten uitvoeren door ons Extern Preventiebureau, conform de nieuwe wetgeving. De resultaten hiervan worden opgenomen in een actieplan dat in de loop van het werkjaar uitgerold wordt. Ook zal de Vlaamse Overheid ingrepen uitvoeren die de toegankelijkheid en het bezoekerscomfort verhogen voor het publiek.

Deze actiepunten moeten Muntpunt in 2015 in staat stellen om een verhoogde arbeidsvreugde te bereiken, die gemeten wordt via de personeelspeiling. De verhoging van het comfort voor bezoekers wordt gemeten via een monitoring van de klachten (conform het klachtenbeleid).

OT 8: HR : het Muntpuntteam motiveren via waardering, ontwikkeling en diversiteit

OD 1: opleiding, kennisdeling, coaching en teambuilding organiseren via Academie Muntpunt

Als jonge en lerende organisatie wilt Muntpunt ook in 2015 de competenties en de werking van zijn team verder ontwikkelen. Dit gebeurt via het programma van Academie Muntpunt: een bundeling van activiteiten waarmee medewerkers nieuwe kennis opdoen, vaardigheden leren of attitudes assimileren, telkens met het oog op de realisatie van de organisatie-, team- en/of individuele doelstellingen.

De activiteitenwaaier van Academie Muntpunt gaat van (interne en externe) opleiding tot kennisdeling, coaching en teambuilding. Het plan Academie Muntpunt dat voorjaar 2014 tot stand kwam, wordt in het voorjaar van 2015 geactualiseerd. Een aantal formules zoals de 'Klare Koffie'-sessies (voor interne informatieverstrekking en kennisdeling), interne middagklassen en praktijkklassen lopen verder. Professionalisering en persoonlijke ontwikkeling blijven de voornaamste accenten.

Met Academie Muntpunt beoogt de organisatie te kunnen rekenen op gemotiveerde medewerkers die gegroeid zijn in hun functioneren en in hun persoonlijke ontwikkeling. Alle opleidingen, de coaching en de jaarlijkse teambuildingdag worden anoniem geëvalueerd via een schriftelijke enquête. Daarnaast zullen de verschillende groeiresultaten af te leiden zijn via de beoordelingscyclus, de personeelspeiling en de evaluaties van de verschillende andere operationele doelstellingen.

OD 2: een efficiënte HR-werking garanderen ter ondersteuning van de Muntpuntwerking

Opdat het Muntpuntteam zijn doelstellingen kan realiseren, wordt het ondersteund door een efficiënte HR-werking, die de verschillende processen van in-, door- en uitstroom van medewerkers omvat. Voor medewerkers met een VGC-statuut wordt daarvoor samengewerkt met de Directie personeel en HRM van de VGC.

Concreet gaat het (doorlopend) om de organisatie van selecties en aanwervingen, het beheer van de loon- en andere HR-administratie, het beheer van het systeem voor werktijdregistratie, de opvolging van het beoordelingssysteem en de monitoring en bijsturing (waar nodig) van werkafspraken, cf. het arbeidsreglement. Het onthaalbeleid voor nieuwe (vaste en alternatieve) medewerkers zal tegen het najaar van 2015 worden geoptimaliseerd.

Een efficiënte HR-werking op maat faciliteert de algemene Muntpuntwerking. Het functioneren van de reguliere HR-werking wordt geëvalueerd via het beoordelingssysteem en zal ook deels tot uiting komen in de geplande risico-analyse. De optimalisatie van het onthaalbeleid zal nieuwe medewerkers helpen om sneller te integreren in Muntpunt, wat ook gemeten kan worden via het beoordelingssysteem.

OD 3: de interne communicatie als werkinstrument en als strategische hefboom optimaliseren

Muntpunt wenst zijn opdracht waar te maken vanuit een open organisatiecultuur, met een transparante communicatie van en met zijn medewerkers. Zowel om de betrokkenheid van medewerkers te handhaven tijdens de veranderingen die een jonge en lerende organisatie met zich meebrengt, als om de dagdagelijkse samenwerking te bevorderen is het belangrijk voldoende aandacht te besteden aan een sterk model en kwalitatieve tools voor interne communicatie.

Een vernieuwd overlegmodel en maandelijkse personeelsvergaderingen zullen vanaf begin 2015 de interne communicatie versterken. Daarnaast zorgt de vernieuwing van het intranet 'M' (zie OT2 - OD1) voor een gebruiksvriendelijke toegang tot (organisatie- en teamgebonden) informatie en documenten, en de publicatie van nieuwsberichten vanuit de hele organisatie. Bovendien zal 'M' in het voorjaar een werkinstrument worden voor teamoverschrijdende projectwerking.

De doorgevoerde verbeteringen op het vlak van interne communicatie resulteren in meer duidelijkheid en een grotere tevredenheid bij de medewerkers. Dit zal moeten blijken uit de personeelspeiling en deels ook uit het beoordelingssysteem. Ook draagt een sterke interne communicatie bij tot de efficiëntie van de Muntpuntwerking, wat zich weerspiegelt in de resultaten van de meeste organisatie- en teamdoelstellingen.

OD 4: diversiteit binnen het Muntpuntteam garanderen door inzet van alternatieve werkrachten en door het plan voor diversiteit en loopbaanontwikkeling uit te voeren

Net als Brussel, is het Muntpuntteam divers. Zowel in etniciteit, sekse, seksuele geaardheid en leeftijd, als qua statuut. Om het engagement en de persoonlijke ontwikkeling van dit diverse team te stimuleren blijft Muntpunt in 2015 inzetten op de begeleiding van zowel de vaste medewerkers als van jobstudenten, stagiaires, vrijwilligers en andere alternatieve werkrachten.

Tijdens de eerste maanden van 2015 wordt het vrijwilligersbeleid geactualiseerd en de toepassing ervan bijgestuurd waar nodig. Zowel Het Punt als het Huis van het Nederlands worden hierin betrokken. Verder wordt het aantrekken van stagiaires verbeterd en blijft de baliepermanentie vanuit het team Info, onthaal & klantenzorg versterkt worden door jobstudenten. Tenslotte wordt het loopbaan- en diversiteitsplan, waarvoor Muntpunt in 2014 subsidies aanvroeg bij het departement werk & sociale economie, concreet gemaakt in de periode van 1 september 2014 tot 31 augustus 2016.

Met de geleverde inspanningen beoogt Muntpunt een tevreden en divers team dat bijdraagt aan de realisatie van de operationele doelstellingen. Dit resultaat zal zowel zichtbaar worden via de evaluatiegesprekken met de alternatieve werkrachten als via het beoordelingssysteem, de personeelspeiling en de bottom-up evaluatie. De eerste resultaten van het loopbaan- en diversiteitsplan worden besproken met de contactpersoon van het departement werk & sociale economie.

OT 9: innovatie binnenloodsen in zowel de interne als de publieksgerichte werking

OD 1: verder uitbouwen van meetindicatoren om de Muntpuntwerking te evalueren

Om de werking van Muntpunt in kaart te brengen en bij te sturen, verzamelt de organisatie kwantitatieve en kwalitatieve gegevens voor analyse en evaluatie. Dit leidt tot aanbevelingen voor verbetering en biedt een managementinstrument voor controle van de verschillende deelwerkingen en het budget.

De meetindicatoren zijn gebaseerd op de KPI's die werden vastgelegd in 2014, het nuljaar voor een aantal metingen. In 2015 zal de evolutie ten opzichte van eerdere meetresultaten zichtbaar worden. Daarnaast zal Muntpunt de metingen uitbreiden over de gehele Muntpuntwerking. De organisatie gaat op zoek naar een presentatiemethode om de resultaten makkelijker te interpreteren en met elkaar te vergelijken.

De metingen gebeuren volgens vastgelegde termijnen (maandelijks, vier maal per jaar, of jaarlijks, naargelang het type gegevens). Zo kan Muntpunt relevante cijfers intern toegankelijk maken (voor medewerkers, directie en Raad van Bestuur) en op regelmatige basis ook bekend maken aan het publiek.

OD 2: persoonlijke werkprocessen vergemakkelijken via 'WORKFLOW 2015'

Medewerkers van Muntpunt maken gebruik van verschillende oplossingen om de controle te houden over hun projecten, ideeën, vergaderingen en planning. In 'Workflow 2015' maakt Muntpunt de synthese en komt het tot een werkstrategie die het mogelijk maakt om taken en projecten beter, sneller, gemakkelijker en meer teamgericht aan te pakken, met een minimum aan inspanning.

Via workshops waar collega's hun persoonlijke workflow uit de doeken doen worden verschillende in huis gebruikte methodieken in kaart gebracht en bestudeerd. Getoetst aan een via consensus vastgelegde lijst met vereiste functionaliteiten wordt de meest ideale workflow hier uitgefilterd.

Hieruit volgt een vastgelegde en gedocumenteerde workflow op maat van de organisatie, die via interne communicatie, demo's en ondersteuning overall in Muntpunt kan worden toegepast.

OD 3: expertise en ondersteuning bieden bij het inschakelen van eigen communicatie-instrumenten

Muntpunt stemt de diverse instrumenten (zoals CiviCRM en de website) duurzaam af op concrete organisatienoden met de bedoeling de totale werking van Muntpunt te optimaliseren. Het resultaat moet een betere en vlottere automatisering opleveren, waar efficiëntie en doelmatigheid voorop staan.

Communicatie en Innovatie werken samen om de wensen en verwachtingen van andere teams te vertalen naar werkbare functionaliteiten en configuraties. Academie Muntpunt (zie OT8 - OD1) organiseert diverse workshops om de systeemkennis te vergroten binnen de verschillende teams.

Voor de Muntpuntwebsite streeft de organisatie naar meer paginaweergaves en werkbeparing door een verbeterde automatisering. Het gebruik van CiviCRM moet resulteren in een vlottere workflow met werkbeparing en een uitgezuiverd contactbestand, waarbij 80% van de contactgegevens helemaal in orde zijn.

OD 4: innovatieve projecten op het gebied van content management introduceren bij de collectievorming

Het toekomstbestendig maken van het collectiebeleid zal een voortdurende uitdaging zijn. Om tempo te houden met de technologische en maatschappelijke trends zal Muntpunt een Vlaamse voorzet doen tot een project dat zowel in VS als in Nederland hoge toppen scoort: 'Massive Open Online Cursussen'.

Muntpunt zal een platform bieden voor creatie, productie en gebruik van online beschikbare cursussen rond brede thema's. Het project zet aan tot emancipatie van kansengroepen en andere doelgroepen op zoek naar hefboomen voor hun sociale en socio-economische ontwikkeling en integratie. Muntpunt zet daarbij sterk in op samenwerking met externe partners uit de educatieve sector.

Een haalbaarheidsstudie brengt de technische oplossingen en potentiële (sectorale) partners in kaart. Muntpunt wordt voortrekker van Nederlandstalige Open Online Cursussen in het Brusselse.

OT 10: een commercieel beleid introduceren dat de verdere groei van Muntpunt mede kan financieren

OD1: structurele samenwerkingen uitwerken met (commerciële) mediapartners

Om de werking van Muntpunt bekend(er) te maken bij bestaand en nieuw publiek is samenwerking met Brusselse, Vlaamse en nationale mediapartners onontbeerlijk.

Projectgebonden overeenkomsten (bijvoorbeeld voor Brussel danst) evolueren geleidelijk aan naar structurele partnerships, die elk seizoen hernieuwd worden. Hierin spelen de grote projecten een fundamentele rol, maar ook de kleinere initiatieven zijn van belang. De betrokkenheid van de mediapartner evolueert van louter communicatief en informatief naar participatief. Vanaf januari 2015 zit Muntpunt met de mediapartners aan tafel om, in eerste instantie, de projectgebonden samenwerkingen verder uit te bouwen, die in de loop van 2016 uitmonden in structurele samenwerkingen.

Deze samenwerkingen resulteren in een toename van het totale budget in ruilvereenkomsten (2015). Van zodra de rol van de partners meer structureel wordt (2016), vertaalt zich dit in meer persvermeldingen bij de mediapartners.

OD2: (commerciële) partners aantrekken die via projecten of rechtstreeks Muntpunt versterken

Muntpunt zet samenwerkingen op met bedrijven die zijn projecten of werking ondersteunen. Bij dit soort samenwerking ligt de klemtoon op verwerving van extra middelen, materiaal of content. Samenwerkingen vertrekken steeds vanuit het doel en/of thema van het project of vanuit de kerntaken van Muntpunt. Belangrijk is dat de bijdrage van de partner het project verrijkt binnen het Muntpuntkader en dit op een zo natuurlijk mogelijke manier.

Binnen de werking en programmering voorziet Muntpunt actief (als organisator) een plaats voor activiteiten rond bijvoorbeeld ondernemerschap, werken als zelfstandige, een eigen bedrijf starten,... Persoonlijkheden uit de ondernemerswereld delen hun ervaringen, geven presentaties of gaan dieper in op een onderwerp uit de actualiteit.

In 2015 is dit nog vooral projectgebonden, om ook hier te evolueren naar seizoens- of structurele partnerships vanaf 2016. Belangrijk hierbij is dat de bijdrage van de partner op een zo natuurlijk mogelijke wijze het project verrijkt, en bij uitbreiding het imago van Muntpunt versterkt.

Als resultaat verwacht de organisatie een stijging van het aantal samenwerkingen en een toename van het totale budget, zowel in ruilvereenkomsten, content, (financiële) middelen als materiaal

OD3: partners aantrekken via een doordacht verhuurbeleid en bijhorend communicatieplan

Muntpunt heeft een ideale ligging in centrum Brussel, en beschikt over een aantal zeer mooie, goed uitgeruste zalen, die gehuurd kunnen worden door bestaande en nieuwe partners uit de sociale, culturele, en commerciële sector.

Het commercieel beleid geeft mee vorm aan de doelstelling “Muntpunt als ontmoetingsplek” via een doordacht verhuurbeleid en bijhorend communicatieplan. Bedoeling is de diversiteit onder de zaalgebruikers te vergroten, evenals het aantal zaalverhuren en dus ook de inkomsten.

Via mailing (vier keer per jaar) informeert Muntpunt bestaande en potentiële zaalhuurders over de Muntpuntwerking (bijvoorbeeld met een overzicht van interessante activiteiten, algemene of specifieke promoties betreffende de zaalhuur). Via een jaarlijkse enquête (februari 2015) polst Muntpunt naar hun bevindingen, tips en noden.

Muntpunt verbetert tot de dienstverlening binnen de huidige mogelijkheden en budgetten. Daarnaast streeft de organisatie naar een verhoging van het aantal zaalhuren en van de totale opbrengst. Concreet mikt Muntpunt in 2015 op 130 overeenkomsten, waarbij de organisatie 7.000 extra bezoekers verwelkomt, om tot een omzet van 64.000 euro te komen. In maart 2015 plant Muntpunt een eerste jaarlijkse tevredenheidsenquête voor zaalhuurders. De organisatie doet ook een nulmeting naar hun diversiteit.