

The Story Of Us

**Bachelorscriptie in het kader van
de opleiding Communicatie aan de Hogeschool Leiden**

Student: Laura van der Vet
Studentnummer: 1080332
Klas: COM4C
Vakcode: CO416AO
Opdrachtgever: Universiteitsbibliotheek Nijmegen
Eerste lezer: Anna Kowalska
Tweede lezer: Nynke Wiekenkamp
Begeleider: Edwin Santbergen
Versie: 2
Inleverdatum: 1 augustus 2016



‘ Saying you don’t need a librarian because you have the internet, is like saying you don’t need a math teacher because you have a calculator.’
- Anonymous

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	0
Voorwoord	0
1. Inleiding.....	1
2. Situatieschets	2
2.1 Over de Universiteitsbibliotheek Nijmegen	2
2.2 De hybride bibliotheek	3
2.3 Toekomst.....	4
3. Probleemformulering.....	5
3.1 Probleemstelling.....	5
3.2 Doelstelling.....	5
3.3 Onderzoeksvragen.....	5
3.4 Onderzoeksdoelgroep	6
3.5 Definities van veelgebruikte begrippen	6
3.6 Grenzen van het onderzoek	7
4. Theoretisch kader.....	8
4.1 Wat is er geschreven over identiteit?	8
4.2 Onderdelen van identiteit	10
4.3 Storytelling	13
4.4 Conceptueel model	17
4.5 Hypothesen	19
5. Methode van onderzoek	20
5.1 Onderzoeksstrategie	20
5.2 Operationalisatie	21
6. Resultaten	24
6.1 Identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen	24
6.2 Imago van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen	25
6.3 De identiteit in de corporate identity mix.....	29
6.4 Invulling van de corporate identity mix.....	30
6.5 Hypothesen	33
7. Conclusie	34
7.1 Deelvraag 1.....	34
7.2 Deelvraag 2.....	34

7.3	Deelvraag 3	35
7.4	Deelvraag 4.....	35
7.5	Eindconclusie.....	36
8.	Aanbevelingen en discussie.....	37
8.1	Aanbevelingen	37
8.2	Discussie	38
9.	Implementatieplan: het verhaal van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen	39
	Bibliografie.....	44
	Bijlage I: het zoekplan	47
	Bijlage II: topic guide	48
	Bijlage III: verbatims	55
	Bijlage IV: analyseschema's	116
	Bijlage V: organogram Universiteitsbibliotheek Nijmegen	140
	Bijlage VI: uitkomsten Coosto-analyse	142
	Bijlage VII: kernwaarden	145
	Bijlage VIII: logboek	146
	Bijlage IX: reflectieverslag	151
	Bijlage X: beoordelingsformulier opdrachtgever.....	154

Samenvatting

De opdrachtnemer, communicatiestudent Laura van der Vet, heeft onderzoek gedaan naar de identiteit en het imago van de opdrachtgever, de Universiteitsbibliotheek Nijmegen. De probleemstelling voor dit onderzoek was: hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen de corporate identity mix op een dusdanige wijze inzetten dat haar identiteit als digitale bibliotheek overkomt op de klant?

Naast deskresearch is er kwalitatief onderzoek gedaan aan de hand van semi-gestructureerde interviews met de doelgroep van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen; haar klanten, bestaande uit studenten, docenten en wetenschappers. Daarnaast is er gesproken met medewerkers van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen zelf.

Op basis van de resultaten uit dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat van de drie elementen van de corporate identity mix; gedrag, communicatie en symboliek (Van Riel & Balmer, 1997), er twee niet overeenkwamen met de identiteit van de Universiteitsbibliotheek. Dit zijn gedrag en communicatie. Om deze twee onderdelen van de corporate communicatiemix aan te laten sluiten bij de identiteit van de bibliotheek wordt gebruik gemaakt van storytellingtechnieken. De opdrachtnemer adviseert om een digitale bibliothecaris te ontwikkelen om de corporate story uit te kunnen dragen via diverse online en offline communicatiekanalen.

Voorwoord

De laatste paar maanden van mijn studentenleven mocht ik besteden aan het onderzoeken van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen en haar identiteit. Het feit dat ik mocht werken met storytelling was de kers op de taart van een fantastische afstudeeropdracht. Na maanden onderzoek kan ik nu met grote zekerheid zeggen dat ik me graag verder wil verdiepen in het fenomeen storytelling en hopelijk een plek vind waar ik dat naar hartenlust mag doen.

In de aanloop naar, en ten tijde van, de periode waarin ik mijn scriptie heb geschreven heb ik hulp gehad van een paar bijzondere mensen.

Thecla, bedankt dat ik het afgelopen half jaar op je kamer heb mogen zitten. Bedankt dat je hebt geluisterd naar mijn zorgen en mijn overwinningen. En boven alles bedankt voor de vele dingen die ik van je heb mogen leren, zowel over de bibliotheek als instituut als over het leven van een professional in zijn algemeenheid. Hopelijk maakt deze scriptie je verwachtingen waar. Als afscheidsboodschap geef ik je graag het volgende mee: de factor mens is onlosmakelijk verbonden met de ontwikkeling van proactieve mijlpalen waarbij de synergie met de communicatie een win-winsituatie creëert.

Erik, bedankt dat je me in contact hebt gebracht met Thecla en dat je me zo enorm enthousiast hebt gemaakt voor de bibliotheekwereld. Daarnaast wil ik je bedanken voor de tijd die je hebt vrijgemaakt voor mij om me meer te leren over het onderwerp. Zonder jou had ik er niet over durven dromen dat ik kon afstuderen op een onderwerp als storytelling.

Roxanne, bedankt dat je de afgelopen vier jaar mijn studiepartner-in-crime bent geweest. Jouw feedback en steun maakten deze periode een stuk makkelijker en gezelliger.

Nynke, bedankt dat je altijd vertrouwen in mij hebt gehad. Van mijn wanhoop over statistiek tot mijn wens om te weten hoe het is om docent te zijn, je hebt me altijd gesteund.

Edwin, bedankt voor je begeleiding het afgelopen half jaar en voor de vele sparmomenten tijdens het schrijfproces.

Bas, bedankt voor je steun en de kilo's Tony Chocolonely de afgelopen periode.

Hopelijk maak ik jullie allemaal trots met deze scriptie. Hij was er niet geweest zonder jullie hulp.

Laura van der Vet
Nijmegen
Mei 2016

HOOFDSTUK 1. INLEIDING



1. Inleiding

De Universiteitsbibliotheek Nijmegen (hierna 'UBN') is het kenniscentrum van de Radboud Universiteit Nijmegen. Alle beschikbare documentatie en literatuur van de universiteit is hier te vinden en er zijn veel studieplekken. Sinds 2015 is het een volwaardige hybride bibliotheek: dit wil zeggen dat ze in een overgangsfase zit van traditionele bibliotheek naar een digitale variant. De bibliotheek is verdeeld in zes vestigingen op de campus van de Radboud Universiteit en al deze vestigingen doen mee aan dit proces. Ze lopen echter niet gelijk in de transitie, aangezien sommige vakgebieden lastiger over kunnen stappen van een traditionele bibliotheek naar een digitale dan andere vakgebieden (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a).

De 'klanten' van de bibliotheek zijn de studenten, docenten en onderzoekers van de Radboud Universiteit. Het is belangrijk dat ze de diensten van de bibliotheek goed weten te vinden. De diensten van een traditionele bibliotheek zijn echter heel anders dan die van een digitale bibliotheek. De digitale bibliotheek biedt bijvoorbeeld meer online diensten en offline biedt ze meer hulp bij het indienen van papers en het aanvragen van ISBN nummers. De UBN vermoedt dat klanten de bibliotheek nog zien als traditionele bibliotheek (T. Ettema – Bootsma, persoonlijke communicatie, 10 januari 2016). Dat is jammer want bij een traditionele bibliotheek horen andere services en producten dan bij een digitale bibliotheek.

Daarom wil de UBN graag onderzoek doen naar haar identiteit. Zien de klanten de bibliotheek wel als een digitale bibliotheek en alle diensten en producten die daarbij horen? Dit onderzoek is de basis voor de afstudeerscriptie van Laura van der Vet, vierdejaars communicatiestudent van de Hogeschool Leiden. Dit leidt tot de volgende centrale onderzoeksvraag:

Hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen de corporate identity mix op een dusdanige wijze inzetten dat haar identiteit als digitale bibliotheek overkomt op de klant?

Daarnaast wordt er op basis van de onderzoeksresultaten een advies uitgebracht. Als klanten de bibliotheek inderdaad als digitaal zien, hoe kan dit beeld dan versterkt worden? Als de klanten de bibliotheek nog als traditioneel zien, hoe kunnen er dan stappen gemaakt worden richting een imago als digitale bibliotheek? Een belangrijk onderdeel van dit advies zal het incorporeren van storytelling zijn. Storytelling past goed bij de digitale bibliotheek en eventuele uitingen van storytelling kunnen meegenomen worden naar de digitale bibliotheek (T. Ettema – Bootsma, persoonlijke communicatie, 10 januari 2016).

In dit onderzoeksrapport wordt eerst een situatieschets gegeven. Daarna volgt de probleemstelling en het theoretische kader. Daaropvolgend worden de methoden van onderzoek toegelicht. Resultaten van het onderzoek en de bijbehorende conclusies, aanbevelingen en discussie volgen. Als laatste volgt er een adviesrapport.

HOOFDSTUK 2. SITUATIESCHETS

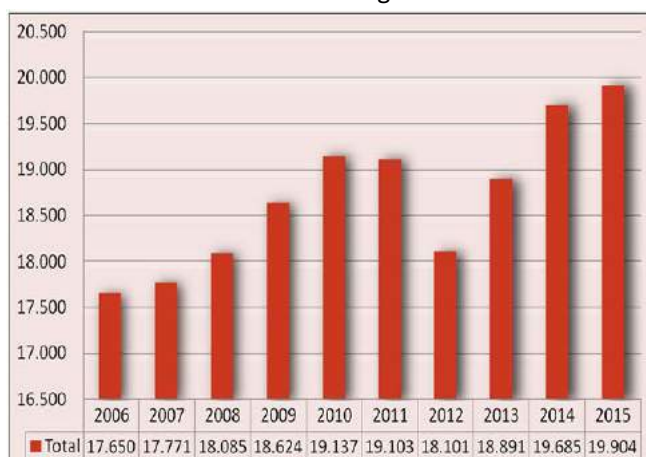


2. Situatieschets

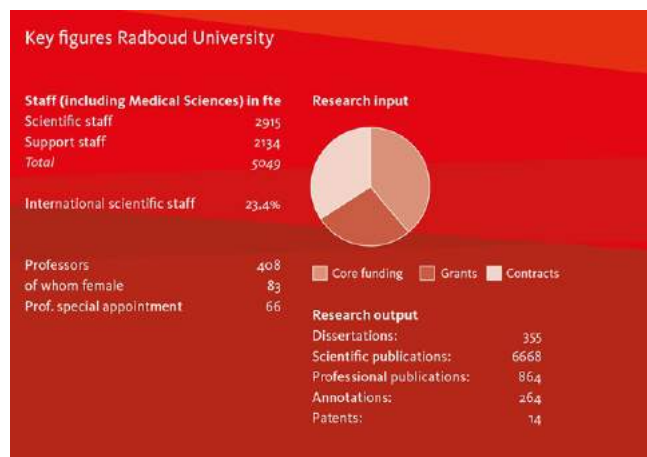
De situatieschets beschrijft de omgeving van de Universiteitsbibliotheek van de Radboud Universiteit Nijmegen (hierna UBN).

2.1 Over de Universiteitsbibliotheek Nijmegen

In 1923 werd de Katholieke Universiteit Nijmegen opgericht (Radboud Universiteit Nijmegen, 2015b). Dit zou later, in 2004, de Radboud Universiteit Nijmegen worden (Radboud Universiteit Nijmegen, 2015c). Nu is de Radboud Universiteit Nijmegen werkgever en onderwijsinstituut. In 2015 waren er 19.904 studenten op de campus (figuur 2.1) en werd er voor 2915 fte onderzoek gedaan (figuur 2.2). Zowel student als onderzoeker maakt gebruik van de UBN.



Figuur 2.1. Hoeveelheid studenten aan de Radboud Universiteit Nijmegen (Radboud Universiteit Nijmegen, 2015a).



Figuur 2.2 Hoeveelheid medewerkers en publicaties van de Radboud Universiteit Nijmegen (Radboud Universiteit Nijmegen, 2015a).

De UBN heeft zes locaties verdeeld over de campus van de Radboud Universiteit. Dit zijn de Centrale Bibliotheek, de Library of Science, de Bibliotheek Medische Wetenschappen, UBN-Sociale Wetenschappen, de Bibliotheek Rechtsgeleerdheid en UBN-Managementwetenschappen. Daarnaast is er nog het Katholieke Documentatie Centrum. Het Katholieke Documentatie Centrum wordt in deze scriptie niet gerekend onder de Universiteitsbibliotheek Nijmegen, aangezien het beleid voor het centrum onder toezicht staat van de secretaris van het College van Bestuur. Dit is niet het geval met de andere onderdelen van de Universiteitsbibliotheek (Katholiek Documentatie Centrum, 2016).

Op het moment van schrijven werken er 111 medewerkers bij de Universiteitsbibliotheek (B. Treep, persoonlijke communicatie, 3 maart 2016). Een organogram van de UBN staat in bijlage V.

De bibliotheek vervult zowel op traditioneel als digitaal vlak functies voor studenten, wetenschappers en docenten maar liever wordt ze gezien als een kennisknooppunt. Het moet de plek op de campus zijn om informatie te vinden. De UBN leent niet alleen boeken uit, zowel traditioneel als digitaal, maar kent ook ondersteunende diensten. Zo ondersteunt ze wetenschappers bij het aanvragen van ISBN nummers, helpt ze met dataopslag en doet ze systematische reviews (T. Ettema – Bootsma, persoonlijke communicatie, 11 mei 2016).

Visie

De visie van de UBN luidt als volgt:

‘In partnerschap met onderzoekers, docenten, studenten en bestuurders van de Radboud Universiteit levert de bibliotheek diensten en producten die optimaal aansluiten bij de behoeften van onderwijs en onderzoek. Zij zorgt daarbij voor:

- Voldoende kritische massa aan wetenschappelijke informatie door uitbreiding van het aanbod aan digitale bronnen.
- Opslag en zichtbaarheid van de wetenschappelijke onderzoeksproductie van de Radboud Universiteit in de Radboud Repository.
- Nieuwe interactieve dienstverlening in een optimaal toegankelijke digitale bibliotheek, onafhankelijk van tijd en plaats.
- Een geïntegreerde en gedifferentieerde fysieke studie- en informatieomgeving.
- Aanbod van scholing in academische vaardigheden op het gebied van wetenschappelijke communicatie (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a)'.

Missie

De missie van de UBN luidt als volgt:

‘De universiteitsbibliotheek ondersteunt de realisering van de kwaliteitsambities van de Radboud Universiteit Nijmegen door een optimale wetenschappelijke informatievoorziening en een kwalitatief hoogstaande studieomgeving (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a)'.

2.2 De hybride bibliotheek

Momenteel is de wereld van de wetenschappelijke bibliotheek sterk in beweging. De traditionele bibliotheek maakt plaats voor de digitale. Ook de UBN is bezig met deze transitie, en daarom beschrijft ze zichzelf als ‘hybride bibliotheek’. Een hybride bibliotheek is in overgang van traditionele bibliotheek naar digitale bibliotheek. Deze transitieperiode zal nog jaren in beslag nemen en geleidelijk gaan: sommige vakgebieden blijken makkelijker in te passen in de digitale bibliotheek dan andere. De vakgebieden die lastig direct over kunnen stappen op de digitale bibliotheek moeten ook nog gebruik kunnen maken van de services van een traditionele bibliotheek. Daarom blijft de UBN voorlopig een hybride bibliotheek (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a).

In 2011 is het programma ‘Digitale Bibliotheek’ opgesteld. Het programma heeft vijf programmalijnen, die elk een aantal producten en diensten bevatten die inmiddels grotendeels gerealiseerd zijn. De programmalijnen zijn:

1. Discovery Tool, Electronic Resource Management, Website en mobiele media, Online instructie tools, Virtuele Kenniscentra, Digitale readers.
2. Radboud Repository en Open Access publishing, Archivering van data, Onderwijs-repository.
3. Digitalisering cultureel erfgoed.
4. Duurzame opslag cultureel erfgoed.
5. Managementinformatie, gebruiksstatistieken (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a).

2.3 Toekomst

De UBN heeft de ambitie om in 2020 bijna volledig overgestapt te zijn van hybride bibliotheek naar digitale bibliotheek (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a). Dit heeft grote consequenties voor de rol die de bibliotheek wil gaan vervullen voor de universiteit. Wetenschappelijke informatievoorziening is dan namelijk volledig digitaal en de bibliotheek dient als gids in de digitale jungle van literatuur. De fysieke locatie van de bibliotheek moet een kennisknooppunt worden waar klanten informatie, verdieping en hulp kunnen vinden.

Om zich voor te bereiden op deze stap heeft er recentelijk een grote renovatie van de Centrale Bibliotheek plaatsgevonden. Op 8 december 2015 werd het gebouw 'heropend' na de toevoeging van 400 nieuwe studieplekken met stopcontacten, een koffiecorner, veel meer groepsworkplekken, een nieuwe instructieruimte en een nieuwe ruimte voor tentoonstellingen (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015b). Langzaam verschuift de bibliotheek haar diensten van puur boekenuitleen en studiewerkplek naar ontmoetings- en vergaderlocatie, met veel meer mogelijkheden tot educatie in de vorm van de nieuwe instructieruimte.

HOOFDSTUK 3. PROBLEEMFORMULERING



3. Probleemformulering

De missie van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen (hierna UBN) stelt dat ze de realisering van de kwaliteitsambities van de Radboud Universiteit Nijmegen ondersteunt, door middel van een optimale wetenschappelijke informatievoorziening en een kwalitatief hoogstaande studieuomgeving (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a). Een manier om die missie te vervullen is het overstappen van traditionele bibliotheek naar digitale bibliotheek, om zo goed mogelijk aan te sluiten bij de toekomstige wensen en behoeften van de klant. De bibliotheek heeft al grote stappen gemaakt om een digitale bibliotheek te worden en wil ook graag als digitale bibliotheek gezien worden. Het is echter de vraag of de klant dit ook zo ziet. Er is bijvoorbeeld een uitgebreide collectie e-books, maar dat is niet bekend bij de eindgebruiker (Intern klantonderzoek Library of Science, persoonlijke communicatie, 15 april 2016).

De UBN vraagt zich in welke mate de klant de bibliotheek ervaart als een digitale bibliotheek. Dit is erg belangrijk aangezien ze als traditionele bibliotheek vermoedelijk snel niet meer aansluit bij toekomstige de wensen en behoeften van de klant, en uiteindelijk zal ze haar missie niet meer kunnen volbrengen. Als ze haar missie niet meer kan volbrengen is ze overbodig en krijgt de bibliotheek waarschijnlijk geen subsidie meer voor haar activiteiten van het College van Bestuur van de Radboud Universiteit Nijmegen (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a).

Een belangrijk onderdeel van het overbrengen van de identiteit en de corporate story is storytelling. Daar wil de bibliotheek graag meer gebruik van gaan maken in de toekomst (T. Ettema-Bootsma, persoonlijke communicatie, 10 januari 2016). Dit sluit aan bij de moderne aanpak van de bibliotheek en haar digitale ambities. Daarnaast is het een middel om te proberen het imago van de bibliotheek te beïnvloeden.

3.1 Probleemstelling

De probleemstelling luidt als volgt: hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen de corporate identity mix op een dusdanige wijze inzetten dat haar identiteit als digitale bibliotheek overkomt op de klant?

3.2 Doelstelling

De doelstelling luidt als volgt: inzicht geven in de identiteit, het imago en het gebruik van de huidige en gewenste corporate identity mix van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen, teneinde een advies te geven over de inzet van de onderdelen van de corporate identity mix.

3.3 Onderzoeksvragen

De onderzoeksvragen luiden als volgt:

- Deelvraag 1: wat is de huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?

Toelichting: met deze deelvraag wordt uitgewerkt wat de huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen is momenteel. De bibliotheek stelt dat zij een digitale bibliotheek is, maar daar is verder geen onderzoek naar gedaan. De juistheid van deze uitspraak wordt onderzocht met deze deelvraag.

- Deelvraag 2: wat is het huidige imago van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?

Toelichting: met deze deelvraag wordt onderzocht wat het imago van de Universiteitsbibliotheek is. De bibliotheek stelt dat ze overwegend gezien wordt als een traditionele bibliotheek. De juistheid van deze uitspraak wordt onderzocht met deze deelvraag.

- Deelvraag 3: hoe komt de identiteit van de bibliotheek tot uiting in de verschillende onderdelen van de corporate identity mix?

Toelichting: identiteit komt tot uiting in de drie onderdelen van de corporate identity mix: gedrag, symboliek en communicatie (Van Riel & Balmer, 1997). Als de identiteit via één van deze drie onderdelen niet goed wordt uitgedragen kan dit gevolgen hebben voor de perceptie van die identiteit door de klant. Met deze deelvraag wordt onderzocht of één of meerdere van de drie onderdelen niet aansluit bij de identiteit.

- Deelvraag 4: hoe kan de bibliotheek de onderdelen van de corporate identity mix met behulp van storytellingtechnieken invullen?

Toelichting: de Universiteitsbibliotheek Nijmegen vindt storytelling een leuke en positieve manier om haar identiteit over te brengen. Daarnaast past het goed bij de digitale ambities van de bibliotheek. Deze deelvraag onderzoekt welke storytellingstrategie het beste kan worden aangehouden om de corporate identity mix zo veel mogelijk synchroon te houden met de persoonlijkheid van de bibliotheek.

3.4 Onderzoeksdoelgroep

De onderzoeksdoelgroep bestaat uit medewerkers van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen en hun klanten, te weten; studenten, docenten en onderzoekers. De bibliotheek heeft momenteel 111 medewerkers (B. Treep, persoonlijke communicatie, 3 maart 2016). In dit onderzoek wordt uitgegaan van 19.904 studenten (figuur 2.1), en van 2915 fte aan docenten en onderzoekers (figuur 2.2). Dit laatste komt neer op 2165 docenten en wetenschappers (B. Treep, persoonlijke communicatie, 3 maart 2016).

3.5 Definities van veelgebruikte begrippen

De term 'identiteit' wordt in deze scriptie gebruikt zoals Whetten & Mackey omschrijven:

"Organizational identity consists of those self-descriptors/identity claims used by an organization for purposes of specifying what is most central to the organization that is also most enduring (continuous) and/or most distinctive about the organization" (Whetten & Mackey, 2002, p.410). Een verdere toelichting op deze definitie is te vinden in het theoretische kader, hoofdstuk 4.1.

Ook voor 'imago' wordt de definitie van Whetten & Mackey gebruikt. Deze luidt als volgt:

"Organizational image is what organizational agents want their external stakeholders to understand is most central, enduring, and distinctive about their organization" (Whetten & Mackey, 2002, p.410). Een verdere toelichting op deze definitie is te vinden in het theoretisch kader, hoofdstuk 4.1.

De identiteit, oftewel de persoonlijkheid, van een bedrijf komt tot uiting in de elementen van de corporate identity mix. Deze drie onderdelen zijn symboliek, communicatie en gedrag (Van Riel & Balmer, 1997).

De omschrijving van de corporate story is van Van Riel & Fombrun (2007). Zij definiëren de corporate story als volgt: "A corporate story is a structured textual description that communicates the essence of the company to all stakeholders, helps strengthen the bonds that bind employees to the company, and

successfully positions the company against rivals” (Van Riel & Fombrun, 2007, p.69). De corporate story en de persoonlijkheid uit de corporate identity mix worden in deze scriptie gebruikt als verschillende termen voor hetzelfde onderwerp. Nadere toelichting staat in hoofdstuk 4.3.

Voor het begrip ‘storytelling’ worden de drie elementen en twee eisen van Forman (2013) aangehouden. De drie voorwaardelijke elementen voor storytelling zijn een gebeurtenis met een begin, midden en eind, een verteller en een publiek. De twee eisen zijn dat het vertelde verhaal authentiek en vloeiend moet zijn. Deze begrippen worden nader toegelicht in het theoretisch kader, hoofdstuk 4.3.

3.6 Grenzen van het onderzoek

Het onderzoek zal plaatsvinden van 8 februari tot en met 26 mei 2016 bij de Universiteitsbibliotheek Nijmegen aan de Comeniuslaan 2 in Nijmegen. Voor dit onderzoek is geen budget vastgesteld.

HOOFDSTUK 4. THEORETISCH KADER



4. Theoretisch kader

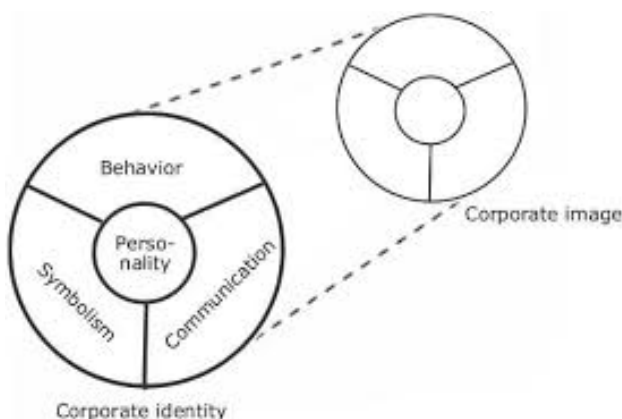
Dit hoofdstuk gaat over identiteit en storytelling. De literatuur is gevonden met behulp van het zoekplan (zie bijlage I). De theorie achter identiteit en de corporate story en storytelling wordt uiteengezet, deze theorie vormt het fundament voor het conceptuele model en de bijbehorende hypothesen. Er zijn drie subhoofdstukken over de theorie. De opbouw van het hoofdstuk is als volgt: allereerst wordt het begrip 'identiteit' besproken, daarna het verschil tussen identiteit, imago en reputatie, vervolgens wordt de corporate story en storytelling besproken, daarna volgt het gekozen conceptuele model, en als laatste volgen de hypothesen.

4.1 Wat is er geschreven over identiteit?

Naar de identiteit van ondernemingen en de perceptie van die identiteit is sinds 1980 tot op heden veel onderzoek gedaan (Balmer, 2001). Het is belangrijk dat de identiteit en het imago van een organisatie goed op elkaar aansluiten, want dit zorgt ervoor dat de organisatie gezien en begrepen wordt op de manier die zij graag zou willen. Als er discrepantie is tussen de identiteit en het imago dan kan dit ten koste gaan van de zichtbaarheid van de organisatie en uiteindelijk van haar reputatie (Cornelissen, 2011).

Birkigt en Stadler (1986) waren de eerste twee die probeerden om de relatie tussen identiteit en imago te verklaren. Van Riel en Balmer (1997) breidden dit model uit omdat ze vonden dat het model van Birkigt en Stadler te simpel was. Dit is niet de laatste keer dat Balmer kritiek levert op het duo. In 2002 en 2006 levert hij nogmaals kritiek op het Birkigt and Stadler model of corporate identity. In 2006 vertaalt hij deze kritiek zelfs naar een nieuw model dat volledig los staat van de basis die Birkigt en Stadler gelegd hebben. Ook betogen Karaosmanoglu en Melewar (2006) een kritische evaluatie van het model, maar ze besluiten wel met de constatering dat het model nog altijd relevant is.

Het eerste model dat identiteit en imago verklaart is van Birkigt en Stadler; The Birkigt and Stadler model of corporate identity uit 1986 (Birkigt & Stadler, 1986).



Figuur 4.1 Corporate Identity Mix (Birkigt & Stadler, 1986)

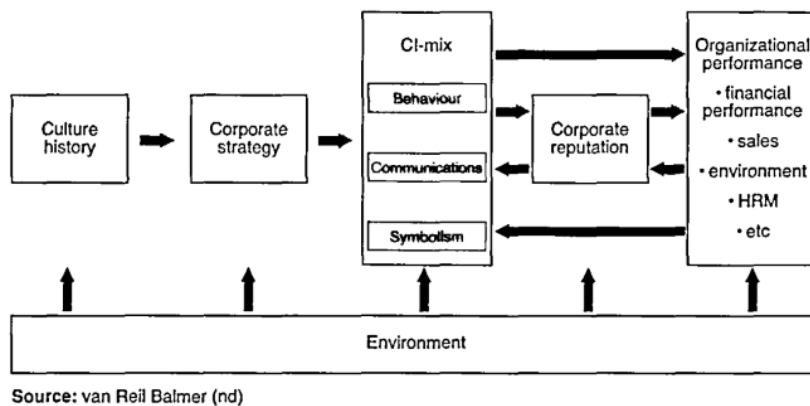
Volgens Birkigt en Stadler bestaat de identiteit van een organisatie uit drie elementen die samen de persoonlijkheid uitdragen:

1. Gedrag; de gedragingen van medewerkers die opgemerkt worden door stakeholders.
2. Symboliek; dit zijn de uiterlijke kenmerken van de organisatie, zoals het logo en de huisstijl.
3. Communicatie; alle vormen van geplande communicatie, zoals advertenties, publicaties, mediaoptredens en persberichten (Birkigt & Stadler, 1986).

De drie elementen die de identiteit van de organisatie vormen, bevatten veel elementen die door buitenstaanders goed kunnen worden waargenomen, zoals het logo of de advertenties. Daarom volgt het

imago van de organisatie logisch vanuit de identiteit (Birkigt & Stadler, 1986). Dit heeft uiteindelijk weer gevolgen voor de reputatie van het bedrijf.

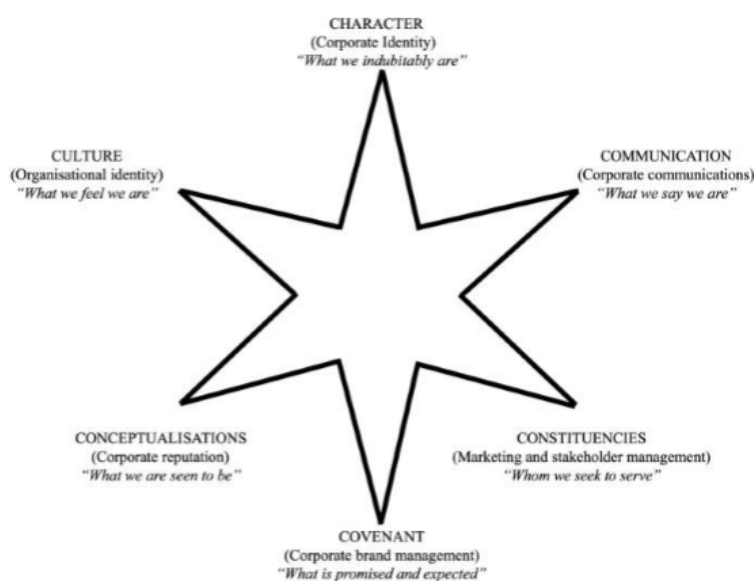
Van Riel en Balmer (1997) bedachten in een uitgebreider model. Ze waren van mening dat het model van Birkigt en Stadler te beperkt was. Zo hielden Birkigt en Stadler geen rekening met omgevingsfactoren of met het effect dat imago (door van Riel en Balmer 'reputatie' genoemd) had op het bedrijf. Dit resulteerde in de schematische weergave in figuur 4.2.



Figuur 4.2 Identiteit en Imago volgens van Riel en Balmer (1997).

een corporate identity mix maar vraagt zich af of de huidige theorieën up-to-date zijn en of het wel mogelijk is om een ambigue begrip als 'identiteit' te vangen in een identity mix. Al eerder stelde hij dat er veel onduidelijkheid is over het begrip 'corporate identity' en dat aanvullend onderzoek noodzakelijk is (Balmer, 2001). Met betrekking tot Birkigt en Stadler concludeert hij dat hun theorie verouderd is. Ze mist de concepten van 'cultuur', 'strategie' en 'structuur' van de organisatie en zet zich daarmee buiten spel, academisch gezien. Wel stelt Balmer dat wetenschappers en uitvoerenden in het communicatieveld hele andere ideeën hebben over wat een goede theorie is. Waar wetenschappers houden van complexiteit

kiest de uitvoerende kant liever voor een eenvoudige theorie, zoals die van Birkigt en Stadler (Balmer, 2002).



Source: Balmer (2006)

Figuur 4.3 The 6C's of Corporate Marketing (Balmer & Geyser, 2006).

Later komen Balmer en Geyser (2006) tot de conclusie dat corporate identity en corporate reputation (in dit geval bedoeld als corporate image in de zin van Birkigt en Stadler) niet afzonderlijk te bekijken zijn. Ze moeten samengenomen worden met corporate branding en corporate communications, onder de noemer 'the 6C's of corporate marketing' (Balmer & Geyser, 2006).

Corporate identity is in dit model verdeeld in culture en character. Corporate image wordt in het model conceptualisations genoemd. De voornaamste toevoeging die dit model beoogt, is het integreren van identiteit en imago in de rest van de marketingstrategie. Volgens Balmer en Geyser (2006) is dit in de wetenschap de uitzondering op de regel. In de toekomst moet er meer onderzoek gedaan worden naar identiteit en imago als onderdeel van de marketingstrategie en niet als losstaand geheel (Balmer & Geyser, 2006).

Ook betogen Karaosmanoglu en Melewar (2006) de relevantie van de identity mix zoals hij oorspronkelijk was; bestaande uit symboliek, communicatie en gedrag. Daar voegen ze wel aan toe dat er in de corporate identity mix als zodanig geen rekening gehouden wordt met communicatie die 'per ongeluk' plaatsvindt, bijvoorbeeld door verkeerd begrepen boodschappen. Verder onderzoek is volgens hen wenselijk, maar de corporate identity mix hoeft niet de prullenbak in, zoals Balmer wel betoogt (Karaosmanoglu & Melewar, 2006).

Het verschil tussen identiteit, imago en reputatie

De termen 'imago' en 'reputatie' worden veel door elkaar heen gebruikt, terwijl ze iets anders betekenen. Voor dit onderzoek is het belangrijk om de twee termen te definiëren. Cornelissen (2011) maakte onderscheid tussen de twee vanuit het perspectief van de toevoerder. Het imago is de manier waarop een organisatie door een individu wordt waargenomen, gebaseerd op bepaalde berichten of andere uitingen op een vastgelegd moment. De reputatie daarentegen is opgebouwd uit alle dingen die een individu heeft gehoord of gelezen over een organisatie.

Whetten en Mackey (2002) hebben een andere definitie van identiteit, imago en reputatie. Zij stellen dat de identiteit van een organisatie als volgt gedefinieerd kan worden: "Using their language, organizational identity consists of those self-descriptors/identity claims used by an organization for purposes of specifying what is most central to the organization that is also most enduring (continuous) and/or most distinctive about the organization." (Whetten & Mackey, 2002, p.410). De 'self-descriptors' van Whetten en Mackey zou je meetbaar kunnen maken door middel van gedrag, symboliek en communicatie van Birkigt en Stadler. Zo wordt duidelijk wat het meest centraal, beklijvend en onderscheidend is aan de organisatie (Whetten & Mackey, 2002).

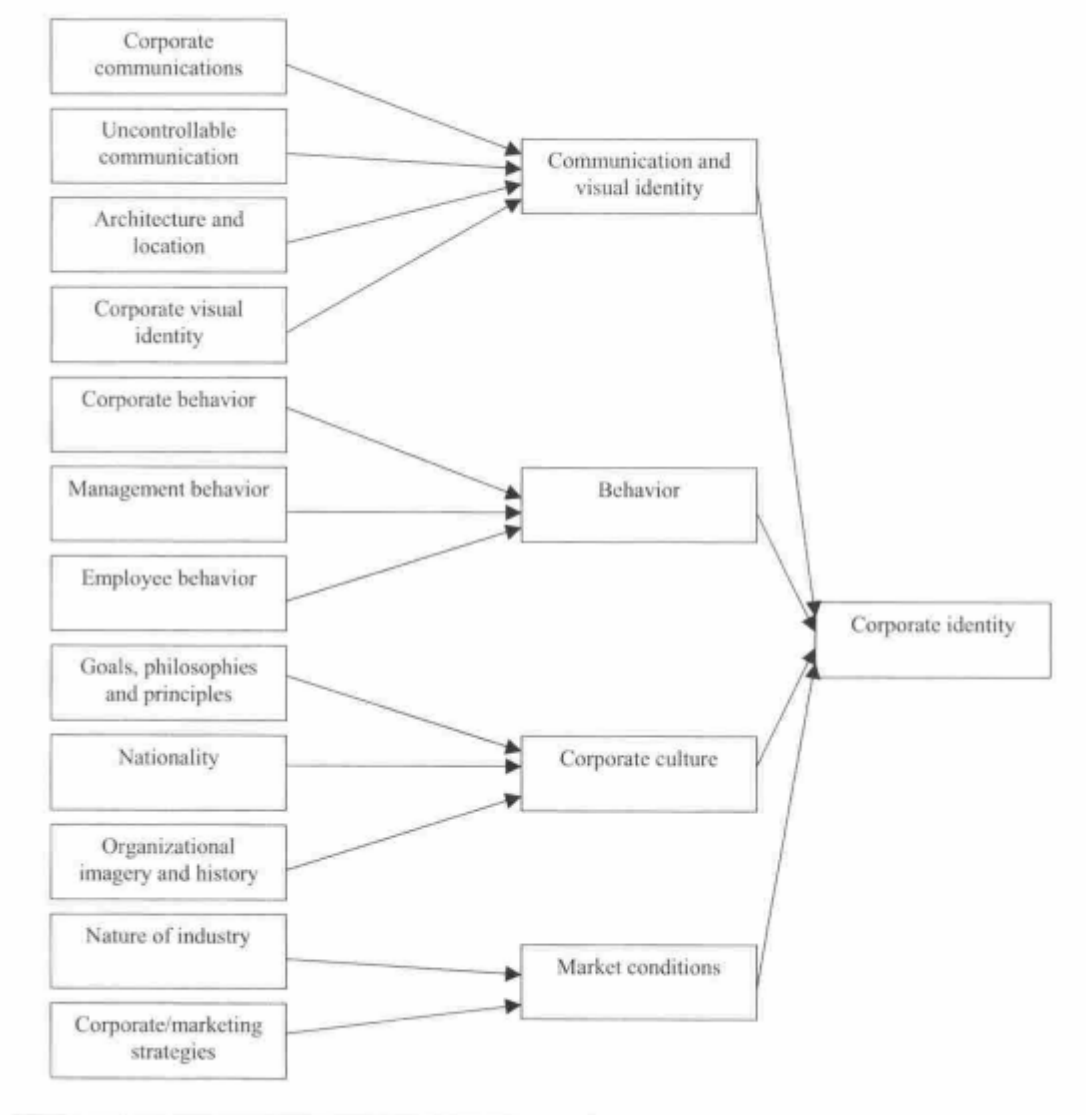
Hun definitie van imago sluit daarop aan en luidt als volgt: "Organizational image is what organizational agents want their external stakeholders to understand is most central, enduring, and distinctive about their organization." (Whetten & Mackey, 2002, p.410). Kortom, imago moet een correcte afspiegeling zijn van wat de organisatie ziet als zijn meest centrale, beklijvende en onderscheidende eigenschappen. Reputatie bestaat uit de feedback die de organisatie krijgt van zijn stakeholders over de geloofwaardigheid van claims die de organisatie doet (Whetten & Mackey, 2002). Imago is dus de feitelijke waarneming van de stakeholder, de reputatie is een oordeel over die waarneming.

4.2 Onderdelen van identiteit

Zoals voorgaande hoofdstukken duidelijk maken, wordt er veel gezegd en geschreven over identiteit. Er worden modellen bedacht en er zijn verschillende definities van wat identiteit nou eigenlijk is. Waar verrassend weinig over wordt geschreven is waar die identiteit uit is opgebouwd. Dit viel ook Melewar en Jenkins (2002) op. Zij definieerden de bouwstenen voor identiteit, aan de hand van de corporate identity mix. Ze gebruiken de corporate identity mix zoals die is bedacht door Birkigt en Stadler (1986), met twee aanpassingen. Ze voegen het kopje 'market conditions' toe. Deze toevoeging komt van Peteraf en Shanley (1997), die ontdekten dat grote bedrijven hun identiteit niet alleen konden toetsen aan de hand van

interne factoren. Wat er gebeurde op de markt waarin zij opereerden had ook grote invloed op de identiteit van het bedrijf. Daarnaast hebben Melewar en Jenkins (2002) communicatie en symboliek samengenomen in één kopje, en bedrijfscultuur opgenomen als apart kopje. Bedrijfscultuur kan in deze context vergeleken worden met het onderdeel 'persoonlijkheid' uit het model van Birkigt en Stadler.

Figure 1: Corporate identity and its subconstructs



Figuur 4.4 The Corporate Identity Construct (Melewar & Jenkins, 2002)

Communicatie en visuele identiteit

Volgens Melewar en Jenkins (2002) wordt de communicatie en de visuele identiteit gevormd door bedrijfscommunicatie, communicatie waar je geen controle over hebt, architectuur en locatie en de visuele bedrijfsidentiteit.

Bedrijfscommunicatie bestaat uit managementcommunicatie, marketingcommunicatie en organisatiecommunicatie. Van deze drie vormen van communicatie is de eerste het belangrijkste. Managementcommunicatie is het primaire kanaal van de bedrijfstop om de strategie van de organisatie te

communiceren met de rest van de organisatie. De strategie vormt het hart van alle activiteiten van het bedrijf en daarom is dit onderdeel zo belangrijk (Melewar & Jenkins, 2002).

Communicatie waar je geen controle over hebt, is lastig te vatten in een duidelijke omschrijving. Het omvat zowel crises in je bedrijf waar de media druk over communiceert, als wat medewerkers thuis op een verjaardagsfeestje over hun werkplek vertellen (Melewar & Jenkins, 2002).

Architectuur van het organisatiegebouw en de locatie van dit gebouw zijn fundamentele onderdelen van de identiteit van een bedrijf. Dit wordt vaak vergeten in onderzoeken naar de organisatieidentiteit (Melewar & Jenkins, 2002). Er wordt veel budget uitgetrokken voor de perfecte locatie en de prettigste inrichting van het gebouw. Dit onderstreept alleen maar het belang hiervan bij de vorming van de identiteit (Olins, 1995 in Melewar & Jenkins, 2002).

Het doel van de visuele bedrijfsidentiteit is het 'presenteren van het centrale idee van de organisatie met impact, beknoptheid en urgentie' (Olins, 1995 in Melewar & Jenkins, 2002). Melewar en Saunders (2000) hebben het begrip 'visuele bedrijfsidentiteit' verder gespecificeerd naar de naam van de organisatie, het logo, typografie en de kleuren van de huisstijl.

Gedrag

Het gedrag van een organisatie kent drie elementen: organisatiegedrag, managementgedrag en medewerkersgedrag. Gedrag is lastig te bestuderen vanuit het oogpunt van communicatie, zonder melding te maken van de aspecten uit het vakgebied psychologie (Melewar & Jenkins, 2002).

Organisatiegedrag is meestal onbewust en lastig te bevatten. Het gedrag wordt gecommuniceerd zonder dat deze signalen beïnvloed of bedacht worden door de organisatie. Door de ontvangers worden bewuste gedragingen wel veel belangrijker gevonden dan de vele onbewuste gedragingen en ook beter onthouden (Van Rekom, 1997 in Melewar & Jenkins, 2002).

Managementgedrag schuurt heel erg dicht tegen organisatiegedrag aan, aangezien de managers vaak dicht bij de mensen zitten die het organisatiegedrag het meest beïnvloeden. Als het gedrag van het management niet in lijn is met de gedragingen van de organisatie ontstaat er een discrepantie. Deze discrepantie is schadelijk voor de identiteit van het bedrijf (Melewar & Jenkins, 2002).

Er is een verband tussen het gedrag van de organisatie en het gedrag van de medewerkers (Van Rekom, 1997 in Melewar & Jenkins, 2002). Hoe meer dit in balans is, hoe groter de kans dat medewerkers zich inzetten voor organisatiedoelen. Om dit te bereiken moet er een klimaat zijn waarin werkzaamheden van medewerkers zowel centraal als onderscheidend zijn. Het is belangrijk om zo'n klimaat te creëren aangezien de gedragingen van de medewerkers vaak het meest overkomen op externe stakeholders van de organisatie. Tevreden medewerkers worden dus direct gelinkt aan een positieve indruk bij externe stakeholders (Kiriakidou & Millward, 2000 in Melewar & Jenkins, 2002).

Bedrijfscultuur

De bedrijfscultuur bestaat uit: de doelen, filosofie en principes, de nationaliteit en de organisatiehistorie (Melewar & Jenkins, 2002).

De doelen, filosofie en principes van een organisatie verwoorden wat de organisatie graag wil, hoe ze dat wil bereiken en waarom ze dat wil bereiken. Deze aspecten zijn vaak niet heel onderscheidend voor een bedrijf, omdat ze vaak hetzelfde zijn als de doelen, filosofie en principes van andere bedrijven (Van Rekom, 1997 in Melewar & Jenkins, 2002). Echter zijn deze elementen wel terug te lezen in de missie en visie van een bedrijf, en deze zijn wel degelijk heel persoonlijk voor de organisatie.

Organisaties zijn steeds vaker internationaal, daarom is nationaliteit een belangrijker onderdeel van de identiteit geworden. Aan een nationaliteit kleven allerlei vooroordelen en tevens een eigen manier van communiceren (Avison, 1997 in Melewar & Jenkins, 2002). Daarom is het belangrijk om de nationaliteit van de organisatie mee te nemen in de identiteitsvorming.

De organisatiehistorie en de daaruit voortvloeiende culturele eigenschappen zoals organisatietaboes zijn het lastigst om te meten (Melewar & Jenkins, 2002). Onderdelen van de cultuur kunnen bijvoorbeeld godsdienst, geschiedenis van het bedrijf en bepaalde verhalen over het bedrijf zijn.

Marktinvloeden

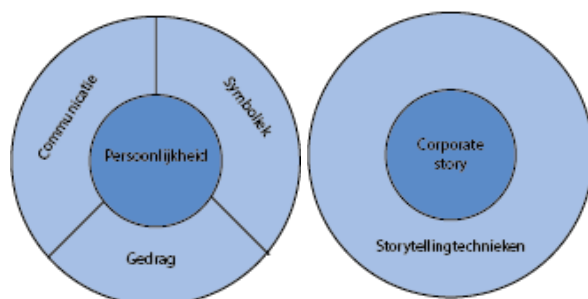
Een bedrijf is (bijna) nooit de enige in zijn vakgebied en wordt beïnvloed door de gedragingen van andere bedrijven. Dat zie je terug in de identiteit van het bedrijf en daarom kun je de identiteit nooit volledig opbouwen uit slechts interne factoren. Externe factoren hebben ook invloed op de vorming van de bedrijfsidentiteit (Peteraf & Shanley, 1997 in Melewar & Jenkins, 2002).

4.3 Storytelling

Een manier om de identiteit van de organisatie invulling te geven is het vertellen van de corporate story (Van Riel & Fombrun 2007). Een goede corporate story vat de essentie van het bedrijf voor stakeholders samen, versterkt de band tussen de medewerkers van de organisatie en geeft een sterke positie tegenover concurrenten (Van Riel & Fombrun 2007). Een manier om de corporate story van een organisatie te vertellen is het gebruiken van storytelling. Dit sluit ook op natuurlijke wijze aan bij het idee van de 'corporate story', dit suggereert dat er een verhaal te vertellen valt. Storytelling kent diverse toepassingen (Forman, 2013). Één daarvan is interactive storytelling. Deze methode vraagt interactie van het publiek en zorgt uiteindelijk voor meer engagement bij het publiek (Sumi, 2010).

Corporate story

De corporate story, oftewel het verhaal van de organisatie, kent vele definities. Voor deze scriptie wordt gewerkt met de definitie van Van Riel & Fombrun (2007, p.144): "A corporate story is a structured textual description that communicates the essence of the company to all stakeholders, helps strengthen the bonds that bind employees to the company, and successfully positions the company against rivals". In deze definitie spreken de schrijvers over de 'essence of the company', oftewel de identiteit van de organisatie. De corporate story van een organisatie is zijn identiteit. In figuur 4.5 staat 'corporate story' dan ook op de plek waar bij de corporate identity mix de persoonlijkheid staat. Op de plek waar bij de identity mix de drie elementen van gedrag, symboliek en communicatie staan, staat bij de corporate story het middel dat in dit theoretisch kader gebruikt gaat worden, namelijk storytelling. Storytelling is de



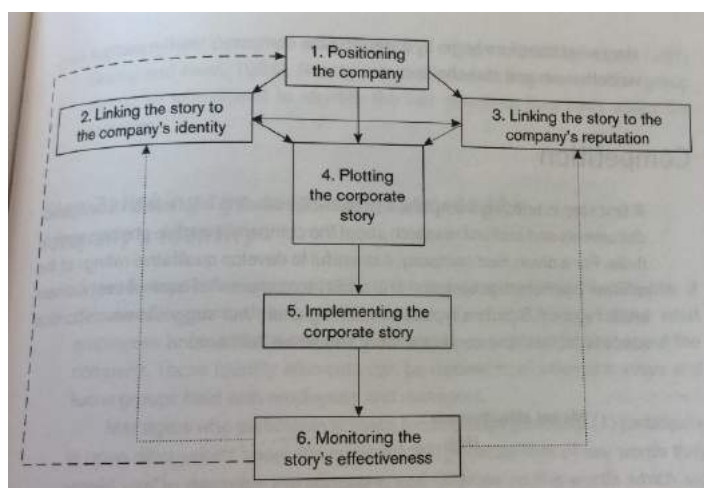
Figuur 4.5 De corporate identity mix in samenhang met de corporate story. Afbeelding zelfgemaakt ter verduidelijking van de relatie tussen de corporate identity en corporate story.

strategie die een rode draad zou moeten vormen in de uitingen van gedrag, symboliek en communicatie, wil de identiteit (oftewel de corporate story) van de organisatie goed overkomen op de stakeholders.

Volgens Van Riel en Fombrun (2007) bestaat een goede corporate story uit drie unieke bouwstenen; unieke elementen, unieke plots en een unieke manier van presenteren. De unieke elementen

bestaan uit de kerneigenschappen van de organisatie. Deze eigenschappen zijn kenmerkend voor de specifieke organisatie, niet voor de branche waarin zij opereert of de producten die zij verkoopt. Deze elementen worden aan elkaar geweven in unieke plots. Deze unieke scenario's maken de elementen tastbaar en persoonlijk voor de organisatie. De scenario's worden dan weer bij elkaar gehouden door een plot. Dit plot vormt de ruggengraat van het verhaal en verbindt het begin, het midden en het einde met elkaar. Het plot van de corporate story moet als laatste op een unieke manier verteld worden aan het publiek. Dat kan zijn door middel van een 'over ons' sectie op een webpagina, maar er zijn veel creatievere alternatieven te bedenken dan dat (Van Riel & Fombrun, 2007).

Een manier om deze unieke elementen, plots en presentatie tot hun recht te laten komen, worden storytellingtechnieken gebruikt.



Figuur 4.6 Het maken van een corporate story (Van Riel, 2001 in Van Riel & Fombrun, 2007)

Zoals Van Riel & Fombrun (2007) beschrijven in het model in figuur 4.6 heeft de identiteit van de organisatie een sterk verband met het verhaal dat het bedrijf vertelt. Dat is ook logisch want de unieke elementen, scenario's en presentatie van de corporate story leunen zwaar op identiteitskenmerken. Ook de identiteitsperceptie van de doelgroep is hierbij van belang. Als er een lacune is tussen de identiteit van de organisatie en de identiteitsperceptie van de doelgroep, dan kan deze wellicht gedicht worden door middel van een corporate story.

Over storytelling

Het fenomeen 'storytelling' is eeuwenoud. Onze prehistorische voorouders zaten bij het kampvuur om elkaar verhalen te vertellen. Niet alleen als tijdverdrijf, maar ook omdat verhalen vaak heel nuttig waren. Ze vertelden bijvoorbeeld waar je het beste kon jagen, of welke planten je beter niet kon opeten. Het goed opletten bij een verhaal kon dus het verschil betekenen tussen leven en dood. Tegenwoordig kunnen we gewoon Google raadplegen voordat we een vreemde plant in onze mond steken. Toch is het goed vertellen van verhalen relevanter dan ooit. Mensen worden dagelijks gebombardeerd met boodschappen. Dit gebeurt via hun computer, telefoon, televisie, op straat, in de trein, thuis op de bank, auditief, visueel en ga zo maar door. Dat is veel informatie om te verwerken voor de ontvanger. Als je wil opvallen tussen deze waterval aan communicatie moet je van goeden huize komen. En dat goede huis heet 'storytelling', stelt storytelling expert Ludo Hekman (persoonlijke communicatie, 13 mei 2016) van bureau Butch and Sundance.

Mensen hebben namelijk een natuurlijke behoefte aan goede verhalen. Deze behoefte is sterker dan andere vormen van communicatie en input van buitenaf. Verhalen scheppen orde, rust en betekenis in de eindeloze stroom van informatie en krijgen daarom voorrang in ons brein (Forman, 2013). Een goed verteld verhaal beklijft dus beter dan een flitsende advertentie.

Er is een biologische verklaring voor deze natuurlijke behoefte. Goede storytelling maakt oxytocines vrij in het lichaam van de toehoorder. Deze oxytonines worden ook wel het 'gelukshormoon' genoemd en zorgen ervoor dat de toehoorder meer verbondenheid voelt met het vertelde verhaal (Tugend, 2015).

Wat precies 'goede storytelling' is, is niet helemaal duidelijk. Er is weinig over geschreven. Forman probeert een aantal condities te benoemen die goede storytelling in ieder geval kunnen bevorderen.

Verhalen vertellen kent een hele brede toepassing, van scenarioschrijvers voor films tot speechschrijvers van de burgemeester van Boekel. Een verhaal vertellen in een film is natuurlijk een hele andere tak van sport dan 'storytelling' gebruiken voor organisatiedoeleinden en het is belangrijk om hier onderscheid in te maken. Storytelling bevat in het bedrijfsleven de volgende elementen (Forman, 2013):

- Een gebeurtenis of scene met een begin, midden en een einde. Er is een duidelijke keuze gemaakt over wat er wel en niet verteld wordt in het verhaal. Dit resulteert in een logische rode draad die ogenschijnlijk losstaande feiten met elkaar verbindt.
- Een verteller. Dit kan een persoon zijn maar het mag ook iets anders of iets abstracts zijn.
- Een publiek. Dit mag een 'live' publiek zijn, zoals bij een presentatie, maar ook een onzichtbaar publiek, zoals bij online communicatie het geval kan zijn.

Dit geeft heel veel ruimte voor interpretatie. Storytelling omvat zowel het verhaal op de website over de ontstaansgeschiedenis van een bedrijf, als het bericht over de werkdag van schoonmaker Kenny op de officiële facebookpagina van de organisatie.

De kwaliteit van het verhaal is enorm belangrijk, wil je boodschap goed overkomen op je publiek. Volgens Forman (2013) moet een goed verhaal voldoen aan twee eisen; het moet authentiek zijn en vloeiend verteld worden.

De gestelde feiten in een verhaal moeten overeenkomen met de werkelijkheid. Dit is niet alleen uit ethische overwegingen juist, maar ook vanuit bedrijfsoverwegingen. De waarheid komt altijd uit en als die waarheid te veel verdraaid is (of is weggelaten) in je bedrijfsverhaal doet dit afbreuk aan de betrouwbaarheid van de organisatie. Daarnaast loop je het risico serieuze imagoschade te lijden. Een authentiek verhaal moet plausibel, realistisch en herkenbaar zijn (Forman, 2013).

De manier waarop je een verhaal vertelt is minstens zo belangrijk als de authenticiteit van je verhaal. Je verhaal kan namelijk nog zo plausibel, realistisch en herkenbaar zijn, als het verhaal niet vloeiend verteld wordt wil niemand er naar luisteren. Vloeiend vertellen is hier niet letterlijk bedoeld. Als het verhaal een filmpje is op een webpagina, dan moet het snel laden en niet haperen tijdens het afspelen. Daarnaast moet een verhaal een beroep doen op zowel de emotie als het intellect van de toehoorder. Doet het dat

niet, dan is het verhaal uit evenwicht en loopt het minder soepel (Forman, 2013).

Forman (2013) heeft een framework ontworpen om de basiselementen van storytelling weer te geven, zie hiervoor figuur 4.7.

Authenticiteit en vloeiendheid vormen de basis voor het organisatiedoel dat je wil behalen met je verhaal. Daarmee kan je toewerken naar een specifiek doel, bijvoorbeeld het werven van 'fans' van je merk.



Figuur 4.7 Framework for organizational storytelling van Forman (2013).

Een nieuwe ontwikkeling op het gebied van storytelling is de introductie van 'interactive storytelling'. Dit is een (vaak digitaal) verhaal dat het publiek uitnodigt om te participeren. Dit kan zijn omdat de toehoorder keuzes mag maken in het verloop van het verhaal, of simpelweg omdat het verhaal geactiveerd wordt omdat een omstander toevallig langs een scherm loopt. Deze manier van verhalen vertellen, bekijft nog beter dan de traditionele manier van storytelling. Door de actieve deelname aan het verhaal onthoudt de toehoorder veel beter wat er gezegd wordt (Sumi, 2010).

Storytelling, zowel interactief als traditioneel, is relatief nieuw in de communicatiewereld. Daarom is er nog geen duidelijke lijn in de toepassing van storytelling. Wat Hekman (persoonlijke communicatie, 13 mei 2016) wel zeker weet, is dat een goed verhaal de voorwaarde is voor het goed toepassen van storytellingtechnieken. Deze technieken kunnen interactief zijn, zoals met een serious game of via een interactieve youtube video, of passief in de vorm van een filmpje. Storytelling door middel van een presentatie kan ook. Wat wel belangrijk is bij storytelling is dat er een duidelijk verhaal is. Er zijn nog veel meer technieken te verzinnen en er komen ook steeds nieuwe technieken bij. Met de opkomst van de VR-bril is er bijvoorbeeld nog veel meer mogelijk in de wereld van storytelling (L. Hekman, persoonlijke communicatie, 13 mei 2016).

Erik Boekesteijn (persoonlijke communicatie, 3 mei 2016), ook expert op het gebied van storytelling, stelt dat het toepassen van storytellingtechnieken altijd interactief is. Het luisteren naar een verhaal is als het goed is ook een actieve bezigheid en daarmee bereik je interactie. Deze interactie is dus niet gelinkt aan (digitale) technieken.

Storytelling en de bibliotheek

Watson – Lakamp stelt dat storytelling bij uitstek een geschikte techniek is om te gebruiken voor bibliotheken. Bibliotheken grossieren in verhalen en het overbrengen daarvan kan het beste via dezelfde methode, namelijk een verhaal. Watson – Lakamp houdt minder strak vast aan de eisen voor een goed verhaal volgens Fornum. Zij stelt dat een verhaal één van de volgende elementen moet bevatten :

- Het verhaal laat zien wat je met elkaar gemeen hebt.
- Het verhaal focust op een interessant persoon.
- Het verhaal vertelt over een ontbering die is overwonnen.
- Het verhaal maakt dat anderen ergens iets om gaan geven (Watson – Lakamp, 2015).

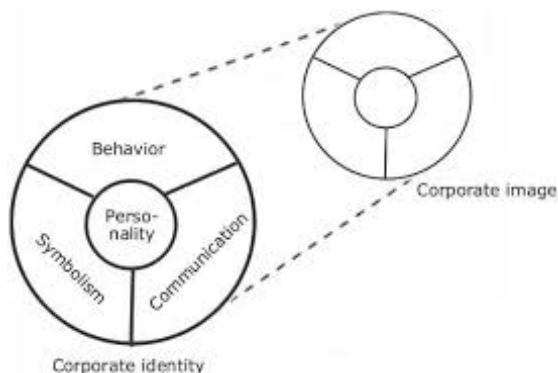
Vooraf details zijn hierbij van belang, zo wordt de verhaalbeleving echter. Goede verhalen zijn te vinden bij medewerkers, klanten en stakeholders (Watson – Lakamp, 2015). Het delen van verhalen is volgens Erik Boekesteijn (persoonlijke communicatie, 3 mei 2016) het nieuwe maken van verhalen. Een verhaal hoeft niet verzonnen te worden, alleen maar gevonden. Het is een goed idee om van te voren te bedenken wat voor een persoonlijkheid de auteur van het verhaal heeft. Is het bijvoorbeeld een expert, een toevallige passant of een grappenmaker (Watson – Lakamp 2015)?

Boekesteijn (persoonlijke communicatie, 3 mei 2016) stelt dat de rol van de bibliotheek verschuift en daarmee verandert de manier waarop storytelling toegepast moeten worden. De bibliotheek moet de waarde van alle verhalen kunnen schatten. Dit is zowel voor openbare bibliotheken als voor wetenschappelijke bibliotheken erg van belang. Het zijn immers instituten die betrouwbaar moeten zijn. Daarnaast is het belangrijk om bezoekers meer verantwoordelijk te maken over het lot van de bibliotheek en al die verhalen. Het creëren van een zogenaamde community kan helpen bij het maken van betrokkenheid. Klanten kunnen namelijk ook online zoeken naar literatuur, daar hebben ze de bibliotheek tegenwoordig niet meer voor nodig. Het is dus belangrijk dat de bibliotheek een nieuwe rol voor zichzelf creëert in de vorm van kenniscurator, vinder van verhalen en archivaris van die verhalen. Invulling geven aan de community kan bijvoorbeeld door het organiseren van discussiegroepen over

maatschappelijk interessante onderwerpen en het verbinden van mensen met bepaalde kennis. Een functie die daarbij zou kunnen helpen is een zogenaamde 'engagementofficer'. Deze medewerker gaat op zoek naar verhalen en verbinding onder de klanten van de bibliotheek en probeert zo meer betrokkenheid te bewerkstelligen. Dit kan op vele manieren, bijvoorbeeld door letterlijk met de klanten te gaan praten tijdens hun bezoeken, maar ook abstracter door bijvoorbeeld social media voor en over de bibliotheek goed in de gaten te houden.

4.4 Conceptueel model

Christensen en Askegaard (2001) hebben een uitgebreide studie gemaakt van alle veelgebruikte theorieën die er op dat moment waren rond identiteit en imago. Ze vroegen zich af of één theorie nou beter was dan alle anderen, en kwamen tot de conclusie dat dit een tweeledig antwoord is. Er is geen theorie die universeel beter is dan alle andere theorieën, maar voor elke praktische casus geldt wel dat sommige theorieën een stuk beter aansluiten dan anderen. Dus waar wetenschappelijk gezien geen superieure theorie is, kan ieder afzonderlijk geval wel een theorie hebben die het beste aansluit op het probleem. Het is aan de onderzoeker om te kiezen welke theorie het beste aansluit bij het probleem dat hij gaat onderzoeken (Christensen & Askegaard, 2001).



Figuur 4.8 Het gekozen conceptuele model: Corporate Identity Mix (Birkigt & Stadler, 1986).

Voor dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van 'The Birkigt and Stadler model of corporate identity' (1986) (zie figuur 4.8). Deze theorie sluit het beste aan bij de probleemstelling van dit onderzoek, omdat elementen als 'merkwaarde' en 'reputatie' niet zijn opgenomen in dit model. In andere modellen was dit wel vaak het geval. Dat sluit echter niet prettig aan bij een organisatie die niet uit is op winst of verkoop, maar een ondersteunende missie heeft. Het model van Birkigt en Stadler biedt hier wel ruimte voor.

In plaats van de drie elementen uit de het model van Birkigt en Stadler wordt gebruik gemaakt van de drie elementen uit de corporate identity mix (Van Riel & Balmer, 1997). Birkigt en Stadler gaven minder invulling aan deze drie termen en Van Riel en Balmer waren in hun omschrijving begrijpelijker en beter toepasbaar voor de doeleinden van dit onderzoek.

De corporate identity mix is visueel identiek aan de corporate identity van Birkigt en Stadler. Echter wordt er anders gebruik van gemaakt. Personality, ofwel persoonlijkheid, wordt in deze scriptie gezien als de identiteit van de organisatie. Het gedrag, de communicatie en de symboliek worden gezien als manieren om die identiteit tot uiting te brengen.

Voor de termen 'identiteit' en 'imago' wordt geen gebruik gemaakt van de definitie door Birkigt en Stadler. De originele tekst is in het Duits en de definities zijn te lastig te vertalen. Daarom worden de definities van Whetten en Mackey (2002) aangehouden. Deze zijn in het Engels en beter te vertalen.

- Identiteit: de identiteit van een organisatie bestaat uit eigenschappen die de organisatie zichzelf toedicht, en die omschrijven wat het meest centraal, het meest beklijvend en het meest onderscheidende is aan de organisatie (Whetten & Mackey, 2002).
- Imago: het imago is wat de organisatie wil dat de stakeholders weten over de meest centrale, beklijvende en onderscheidende eigenschappen van de organisatie (Whetten & Mackey, 2002).

De centrale, beklivende en onderscheidende eigenschappen van de organisatie zijn sterk gelieerd aan diens persoonlijkheid. Deze persoonlijkheid gaat onderzocht worden aan de hand van de corporate identity mix van Van Riel & Balmer (1997):

1. Gedrag; de gedragingen van medewerkers die opgemerkt worden door stakeholders.
2. Symboliek; dit zijn de uiterlijke kenmerken van de organisatie, zoals het logo en de huisstijl.
3. Communicatie; alle vormen van geplande communicatie, zoals advertenties, publicaties, mediaoptredens en persberichten.

4.5 Hypothesen

De volgende drie hypothesen zijn opgesteld:

Hypothese 1:

Als het gedrag van de organisatie overeenstemt met diens identiteit, dan komt de identiteit ook goed over op de klant.

Hypothese 2:

Als de communicatie van de organisatie overeenstemt met diens identiteit, dan komt de identiteit ook goed over op de klant.

Hypothese 3:

Als de symboliek van de organisatie overeenstemt met diens identiteit, dan komt de identiteit ook goed over op de klant.

"So wie beim Marketing-Mix im Mittelpunkt ein definierter Markt als Ziel steht, so ist im Identitäts-Mix die Unternehmenspersönlichkeit der dynamische Kern und Ausgangspunkt, dem als Instrumente der 'Selbstverwirklichung' Verhalten, Erscheinungsbild und Kommunikation zur Verfügung stehen."

(Birkigt, Stadler & Funck, 1998, p.19)

HOOFDSTUK 5. METHODE VAN ONDERZOEK



5. Methode van onderzoek

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe het onderzoek wordt gedaan. Er is gekozen voor zowel deskresearch als kwalitatief onderzoek. Welke deelvraag op welke manier wordt onderzocht staat in figuur 5.1.

5.1 Onderzoeksstrategie

Deelvragen	Deskresearch	Kwalitatief onderzoek
1. Wat is de huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?	X	X
2. Wat is het huidige imago van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?		X
3. Hoe komt de identiteit van de bibliotheek tot uiting in de verschillende onderdelen van de corporate identity mix?	X	X
4. Hoe kan de bibliotheek de onderdelen van de corporate identity mix invullen?	X	

Figuur 5.1 Onderzoeksstrategie per deelvraag.

Deskresearch

Deelvraag 1, deelvraag 3 en deelvraag 4 worden (deels) beantwoord met behulp van literatuuronderzoek.

In het geval van deelvraag 1 is er al veel geschreven over de identiteit van de huidige bibliotheek, voornamelijk in het beleidsplan 2015 – 2020. Daarnaast zijn veel elementen van de identiteit, zoals de communicatie en de symboliek, goed te vinden door middel van literatuuronderzoek en observatie van de praktijk. Deelvraag 1 wordt wel aangevuld met kwalitatief onderzoek (zie figuur 5.1).

Storytelling is een relatief nieuw begrip en er is dan ook recente literatuur over te vinden. Deelvraag 4 wordt daarom helemaal door middel van deskresearch beantwoord. Naast de relevante literatuur wordt er ook gesproken met enkele experts op het gebied van storytelling.

Als laatste wordt het programma Coosto gebruikt om zicht te krijgen op de mening over de UBN op social media. De gebruikte zoekterm is: "UB Nijmegen" | "Universiteitsbibliotheek Nijmegen" | . UBN bleek geen geschikte zoekterm te zijn aangezien een aantal bedrijven 'UBN' heet, en de resultaten daarom vertroebeld raakten door het toevoegen van deze zoekterm. In de zoekopdracht worden berichten meegenomen van de periode 14 april 2015 tot 14 april 2016. Coosto vindt resultaten op Facebook, Twitter, blogs, nieuwswebsites en instagram. De resultaten van deze analyse zijn te vinden in bijlage VI. Deze resultaten zijn voornamelijk van belang bij deelvraag 2 en 3.

Kwalitatief onderzoek

Deelvraag 2 en 3 worden beantwoord met behulp van kwalitatief onderzoek. Ook kent deelvraag 1 elementen van kwalitatief onderzoek. Er wordt kwalitatief onderzoek gebruikt omdat gezocht wordt naar de beweegredenen en overwegingen van de geïnterviewde (Verhoeven, 2011). Deelvraag 1 en 3 worden aangevuld met deskresearch.

De aspecten van alle deelvragen, met uitzondering van deelvraag 4, komen aan bod in een semigestructureerd interview aan de hand van een topic guide (zie bijlage II). De semigestructureerde opzet van het interview laat ruimte over voor eventuele interessante zijsporen die ter sprake komen in de gesprekken. Die zijn ook waardevol en daarom moet daar plaats voor zijn (Verhoeven, 2011). De geïnterviewden blijven anoniem, om zo een zo vertrouwelijk mogelijke interviewsituatie te creëren. De respondenten ontvangen een kleine beloning.

Guest, Bunce en Johnson (2006) ontdekten dat er bij kwalitatieve onderzoeksinterviews na 12 interviews verzadiging van informatie optreedt en ze noemden dit ‘de wet van informatieverzadiging’. Dat wil zeggen dat er bijna geen nieuwe informatie naar boven komt bij respondenten na het houden van 12 interviews. Kvale en Brinkmann (2009) stellen daartegenover dat er op zijn minst 10 interviews gehouden moeten worden voordat de ‘wet van informatieverzadiging’ optreedt. Voor dit onderzoek worden 12 interviews gehouden.

5.2 Operationalisatie

De interviews worden afgenomen op locatie bij de Universiteitsbibliotheek Nijmegen, aangezien de respondenten daar werkzaam zijn. De interviewer komt naar één van de zes bibliotheken om het interview af te nemen en op te nemen. Het interview per Skype afnemen is ook mogelijk. In dat geval wordt de cardsorting opdracht online gedaan. De leidraad van het interview is de topic guide. Deze is te vinden in bijlage II. Aan de hand van de topic guide zijn twee vragenlijsten opgesteld, één voor de medewerkers van de UBN en één voor de klanten van de UBN.

Respondenten worden geselecteerd aan de hand van de eisen in het respondentenschema. Uitnodigingen voor het interview worden verstuurd aan kandidaten voor het interview. Deze kandidaten worden gevonden door medewerkers van de UBN en persoonlijk benaderd door deze medewerkers. Daarnaast

Categorie:	Aantal:
1. Medewerkers van de UBN	3
2. Klanten die de fysieke bibliotheek wekelijks gebruiken	3
3. Klanten die de fysieke bibliotheek sporadisch gebruiken	3
4. Klanten die hoofdzakelijk gebruik maken van de digitale bibliotheek	3
Totaal:	12

Figuur 5.2 Respondentenschema.

Er worden in totaal 12 interviews gehouden. Dit zijn er voldoende om een betrouwbare afspiegeling van de werkelijkheid te veronderstellen (Meier, 2012). Er wordt verwacht dat boven dit aantal respondenten verzadiging van de informatie optreedt.

Onder de klanten van categorie 3 vallen alle klanten die niet wekelijks gebruik maken van de fysieke bibliotheek. Dit mag bijvoorbeeld eens in de twee weken zijn, maar ook eens in de twee maanden. Voorwaarde is wel dat ze minimaal één keer per maand gebruik maken van de diensten van de

wordt er een oproep gedaan via social media. Het aanbrengen van een interviewkandidaat die daadwerkelijk geïnterviewd wordt, wordt beloond met een taart. Deelnemende kandidaten ontvangen een kleine attentie, maar worden hier van tevoren niet van op de hoogte gesteld. Het respondentenschema is verdeeld in vier categorieën. De respondenten uit categorie één krijgen enkele andere vragen dan respondenten uit categorie 2 tot en met 4, omdat het medewerkers van de UBN betreft. Bij het uitzoeken van de deelnemers is een representatieve verdeling aangehouden van studenten (6) en docenten (3) (bijlage III).

bibliotheek (dat kan dus ook online zijn). Klanten uit categorie 4 maken hoofdzakelijk gebruik van de digitale diensten van de bibliotheek. Dat wil zeggen dat ze maximaal eens per maand gebruik maken van de fysieke bibliotheek.

Voor het onderdeel over storytelling wordt deskresearch gedaan en worden twee gesprekken gehouden met experts op het gebied van storytelling. Deze twee experts zijn Ludo Hekman en Erik Boekesteijn. Ludo Hekman is mede-eigenaar van Butch and Sundance, een journalistiek bureau dat verhalen vertelt met behulp van storytellingtechnieken (Butch and Sundance, 2016). Erik Boekesteijn is mede-eigenaar van Doklab, een bedrijf dat storytelling apps maakt voor touchables. Tevens adviseert hij bibliotheken in innovatievraagstukken en het relevant blijven als instituut in de samenleving (Doklab, 2016). Daarnaast is hij 'Beste Bibliotheclaris' geworden in 2015. De inzichten aan de hand van deze gesprekken staan in het theoretisch kader.

Het meten van identiteit

Voor het meetbaar maken van identiteit wordt het model van Melewar & Jenkins (2002) gebruikt. Alleen het kopje 'marktinvoeden' wordt buiten beschouwing gelaten omdat dit minder relevant is voor het onderzoek. De Universiteitsbibliotheek Nijmegen kent namelijk niet echt een markt met concurrenten. De overige drie onderwerpen, communicatie en visuele identiteit, gedrag en bedrijfscultuur, komen terug in de interviews met respondenten en in deskresearch.

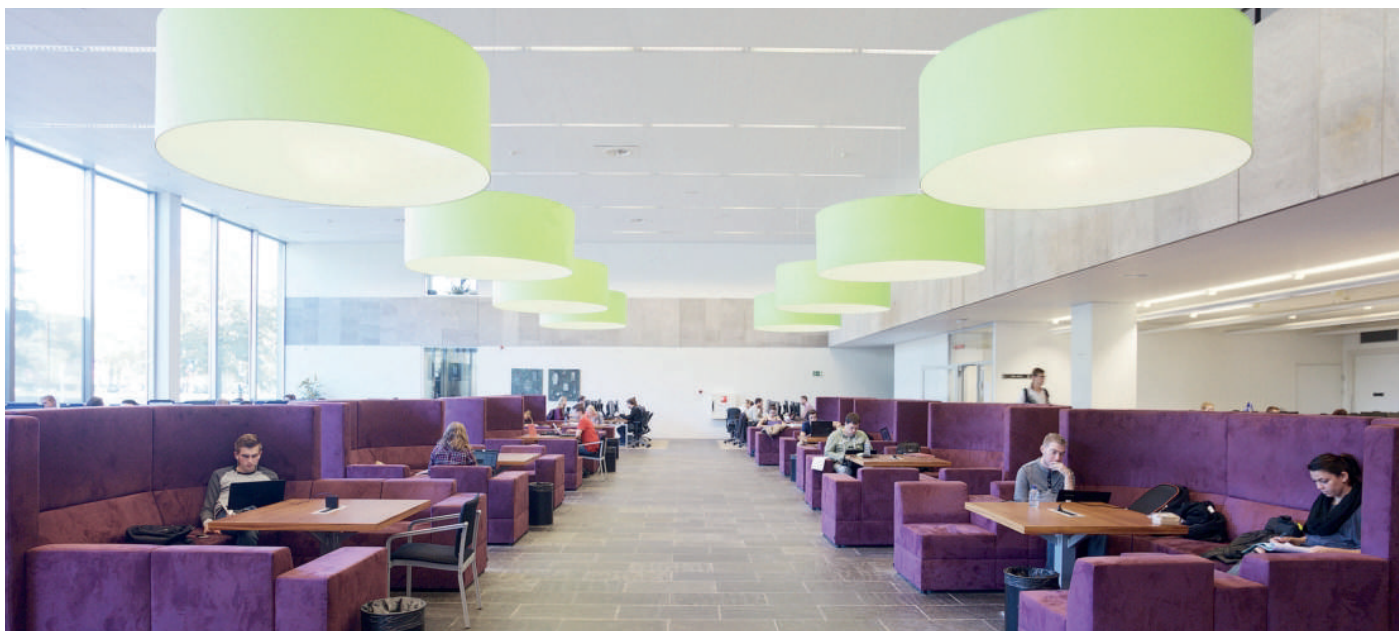
Communicatie en visuele identiteit kent volgens Melewar & Jenkins (2002) vier onderdelen; bedrijfscommunicatie, oncontroleerbare communicatie, architectuur en locatie en de visuele bedrijfsidentiteit. De bedrijfscommunicatie wordt gemeten aan de hand van een poster van de Universiteitsbibliotheek die momenteel in hun vestiging van de Library of Science hangt. De respondenten worden bevraagd over de poster tijdens het interview. Oncontroleerbare communicatie wordt gemeten in de vorm van een Coosto-analyse van de social media-uitingen over de bibliotheek. De architectuur en locatie komen kort voor in de interviews maar er wordt niet expliciet naar gevraagd. De visuele bedrijfsidentiteit wordt ook besproken aan de hand van de poster die gebruikt wordt bij de bedrijfscommunicatie.

Het gedrag kent volgens Melewar & Jenkins (2002) drie onderdelen; organisatiegedrag, managementgedrag en medewerkersgedrag. Het is erg lastig om deze drie te meten, zeker omdat er geen groot intern kwalitatief onderzoek gedaan wordt (Melewar & Jenkins, 2002). Klanten zien vaak organisatiegedrag en medewerkersgedrag als een geheel, de medewerker is immers de spreekbuis van de organisatie (Weick, 1979 in Melewar & Jenkins, 2002). Aan de geïnterviewde medewerkers worden vragen gesteld over het gedrag van het management in relatie met de digitale bibliotheek. Aan geïnterviewde klanten worden vragen gesteld over hun ervaring met contact met de organisatie en haar medewerkers. Ook wordt er specifiek gevraagd naar hun ervaringen met Ask Your Librarian, de digitale vraagfunctie op de website van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen, in verband met de digitale identiteit van de bibliotheek.

De bedrijfscultuur kent volgens Melewar & Jenkins (2002) ook drie onderdelen; de doelen, filosofie en principes, de nationaliteit en de organisatiehistorie. De doelen, filosofie en principes van de Universiteitsbibliotheek worden vertaald naar de kernwaarden en de visie en de missie van de bibliotheek. Deze zijn beschikbaar via deskresearch en er wordt tevens een aantal vragen over gesteld aan de respondenten, zowel klant als medewerker. De nationaliteit van de organisatie wordt behandeld door middel van deskresearch. De organisatiehistorie is uitgewerkt in de situatieschets in hoofdstuk 2.

Al deze elementen komen samen in de resultaten en zullen uiteindelijk in de conclusie in hoofdstuk 7 uitmonden in een beknopte weergave van de identiteit van de Universiteitsbibliotheek. Tevens is dan ook inzichtelijk op welke punten de identiteit afwijkt van de perceptie van de klant en de medewerker.

HOOFDSTUK 6. RESULTATEN



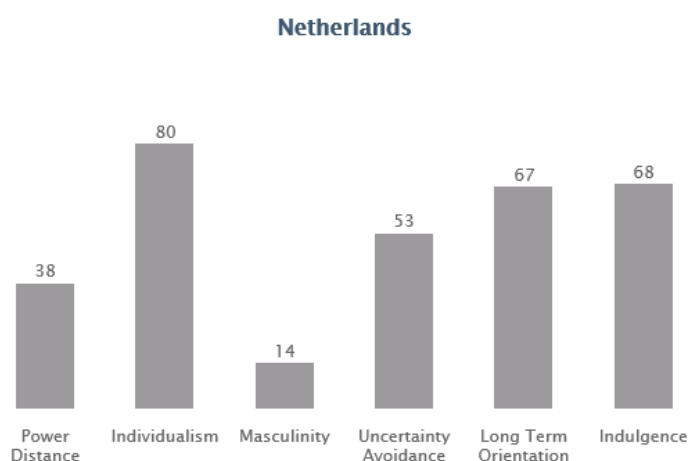
6. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek besproken. Eerst worden alle resultaten over de identiteit en het imago van de Universiteitsbibliotheek uiteengezet. Daarna volgen de resultaten over de corporate identity mix, en de invulling daarvan. De gehouden interviews in het kader van het kwalitatieve deel van het onderzoek zijn uitgewerkt tot verbatims en te vinden in bijlage III. De daaruit volgende analyseschema's staan in bijlage IV.

6.1 Identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen

De identiteit van de bibliotheek in haar kern, haar persoonlijkheid, wordt gemeten aan de hand van de cultuur in de organisatie. Dit is het middelpunt in de corporate identity mix (Van Riel & Balmer, 1997). De doelen, filosofie en principes van de bibliotheek zijn vertaald naar haar visie, missie en kernwaarden (bijlage II). Daarnaast is er deskresearch gedaan naar de nationaliteit van de Universiteitsbibliotheek en haar organisatiehistorie. De visie van de bibliotheek benadrukt de nieuwe functie van de bibliotheek. De eerste drie punten gaan over overwegend digitale dienstverlening, het vierde punt gaat over een optimale werkomgeving en het laatste punt gaat over hun nieuwe functie als onderwijzer in de kunst van het zoeken (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a). De missie sluit daar in geest op aan. De kernwaarden van de bibliotheek zijn betrouwbaar, dichtbij, alert en verbindend en verdiepend. Vooral betrouwbaar en dichtbij stippen de wens van de bibliotheek om digitaal te worden aan (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a). De nationaliteit van de Universiteitsbibliotheek impliceert dat ze een langetermijnnoriëntatie heeft, welwillend is naar haar klanten, graag onzekerheden vermijdt, een goede balans wil vinden tussen werk en vrije tijd voor haar werknemers en een hoge mate van individualisering kent (Hofstede, 2016). Als laatste toont de organisatiehistorie dat de Universiteitsbibliotheek zich een tijdje geleden los heeft gemaakt van haar Katholieke wortels (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a).

Nationaliteit



Figuur 6.1 Nederland volgens de 'country comparison' tool van Hofstede (Hofstede, 2016).

Om de nationaliteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen in kaart te brengen wordt de 'country comparison' tool op de website van Hofstede gebruikt. Hofstede meet cultuur aan de hand van zes dimensies van cultuur (Nunez, Nunez Mahdi & Popma, 2014).

De Universiteitsbibliotheek Nijmegen opereert uitsluitend in Nederland, dus de nationaliteit van de bibliotheek is Nederlands. De scores worden kort toegelicht om een beeld te geven van de Nederlandse cultuur.

In Nederland is er weinig afstand tot de machthebbende organen. Hiërarchie wordt alleen toegepast daar waar naar nodig, vandaar de lage score van 38. Nederland kent een bijzonder hoge mate van individualisering, de score is 80. Dit wil zeggen dat Nederlanders vaak een vrij groot maar los sociaal netwerk hebben met weinig verplichtingen. De score van 14 voor masculiniteit wil zeggen dat Nederland voornamelijk een feminine samenleving kent. Dit wil zeggen dat belangrijke waarden in de Nederlandse

cultuur een goede werk/vrije tijd balans zijn, en iedereen betrekken bij belangrijke activiteiten. Nederlanders vertonen een minieme voorkeur voor het ontwijken van onzekerheden, de score is 53. Vanwege het pragmatische karakter van het land scoort Nederland hoog op langetermijnoriëntatie, namelijk 67. Als laatste krijgt Nederland ook een hoge score voor welwillendheid. Nederlanders zijn doorgaans positief en vinden het prettig om leuke dingen te doen en het mooie van het leven te beleven (Hofstede, 2016).

Organisatiehistorie

De Universiteitsbibliotheek Nijmegen is onderdeel van de Katholieke Universiteit Nijmegen sinds zijn oprichting in 1923 (Radboud Universiteit Nijmegen, 2015b). In 2004 veranderde de naam van de universiteit naar Radboud Universiteit Nijmegen. Een overblijfsel van de katholieke historie van de universiteit is te vinden in de naam en functie van het Katholieke Documentatie Centrum, een archief voor de katholieke geschiedenis vanaf 1800 (Radboud Universiteit Nijmegen, 2015c). De Universiteitsbibliotheek Nijmegen is altijd sterk verbonden geweest aan de Radboud Universiteit, mede omdat de universiteit de diensten van de bibliotheek financiert (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a).

6.2 Imago van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen

Het imago van de bibliotheek is opgedeeld in het imago op het gebied van visuele en communicatieve uitingen, gedrag en de persoonlijkheid zelf.

Imago op het gebied van visuele en communicatieve uitingen

Het imago van de bibliotheek op het gebied van de visuele en communicatieve uitingen uit de corporate identity mix is onderzocht aan de hand van interviews met klanten en medewerkers. Klanten van de universiteitsbibliotheek, respondenten uit categorie 2, 3 en 4, reageren overwegend positief op de symbolische uitingen van de poster (bijlage IV, analyseschema 8). Ze benoemen vooral de pictogrammen en koppelen daar ook een digitale natuur van de bibliotheek aan. Een enkeling benoemt de aanwezigheid van e-books (bijlage IV, analyseschema 4). Inhoudelijk wordt de poster voornamelijk als overbodig ervaren (bijlage IV, analyseschema 6). Medewerkers, respondenten uit categorie 1, denken dat respondenten de poster in zijn geheel niet interessant vinden en voorbij zullen lopen (bijlage III, verbatim 1, 2, 12). De sentimenten op social media zijn overwegend positief, Coosto kon 13% van de berichten interpreteren als positief, tegenover 1% negatieve berichten (bijlage VI, figuur 2). Een respondent merkt op dat de Universiteitsbibliotheek bijna afwezig is op social media (bijlage III, verbatim 7). De locaties van de bibliotheek op de campus worden overwegend ervaren als goed bereikbaar. Vooral de Library of Science en de Centrale Bibliotheek, beiden recentelijk verbouwd, worden ervaren als open en transparant. Respondenten zijn erg blij met de nieuwe werkplekken en benoemen vaak dat ze veel met hun laptop willen kunnen werken (bijlage III, verbatim 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10). Respondent 1 denkt dat klanten de verbouwingen niet positief vinden omdat het er volgens haar te veel zijn (bijlage III, verbatim 1).

Imago op het gebied van gedrag

Het imago van de bibliotheek aangaande haar gedrag is onderzocht aan de hand van kwalitatieve interviews met klanten en medewerkers. Klanten zijn overwegend bekend met Ask Your Librarian, maar slechts een enkeling heeft het daadwerkelijk gebruikt (bijlage IV, analyseschema 10). Het gebruik had wisselend succes, een respondent merkt op dat ze maar liefst drie dagen heeft moeten wachten op een antwoord (bijlage III, verbatim 5). Klanten maken wel gebruik van de balie. Ze geven aan dat medewerkers hun vaak laten meekijken op het computerscherm, om zo een digitale oplossing aan te dragen voor het probleem (bijlage IV, analyseschema 9). Wel merken twee respondenten op dat de medewerkers niet altijd even goed te benaderen zijn en dat het onduidelijk is wat je precies allemaal kan vragen aan een baliemedewerker (bijlage III, verbatim 6, 8). Één respondent geeft aan dat dat voor haar een reden is om

überhaupt geen vragen te stellen bij de balie als ze een probleem heeft (bijlage III, verbatim 8). Medewerkers zeggen weinig betrokken te worden bij de digitale bibliotheek door hun leidinggevendenden. Ze hebben ook het gevoel weinig invloed te hebben op het hele proces (bijlage III, verbatim 1, 12). Één medewerker zegt dat ze graag meer contact zou willen met stakeholders en klanten van de bibliotheek om hun binding met de bibliotheek sterker te maken (bijlage III, verbatim 2). Alle drie de medewerkers verwachten wel dat ze als behulpzaam worden ervaren door klanten (bijlage III, verbatim 1, 2, 12).

De bibliotheek wordt als heel behulpzaam ervaren door de respondenten (bijlage IV, analyseschema 9). Bijna alle respondenten hebben wel een keer iets inhoudelijks gevraagd aan een baliemedewerker, bijvoorbeeld over het zoeken van literatuur (bijlage IV, analyseschema 9). Het contact met baliemedewerkers wordt als prettig ervaren (bijlage IV, analyseschema 9), maar als verbeterpunt wordt aangedragen dat het duidelijker zou moeten zijn wat de medewerkers nou daadwerkelijk voor de klant kunnen betekenen (bijlage IV, analyseschema 11). Sommige respondenten noemen de medewerkers zelfs een beetje traditioneel en passief (bijlage IV, analyseschema 11). Als respondenten om hulp vroegen aan de balie wezen baliemedewerkers bijna altijd aanvullend op een digitale manier om het probleem op te lossen, bijvoorbeeld door de klant mee te laten kijken op het computerscherm (bijlage IV, analyseschema 12). Niet alle respondenten waren bekend met de online bibliothecarisfunctie van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen, Ask Your Librarian (bijlage IV, verbatim 10). Via Ask Your Librarian kun je op de website van de Universiteitsbibliotheek een vraag stellen aan de bibliotheek. Je krijgt dan antwoord van een bibliotheekmedewerker (bijlage III, verbatim 12). Maar drie respondenten hebben daadwerkelijk gebruik gemaakt van de functie en twee daarvan plaatsten hier een kanttekening bij (bijlage IV, analyseschema 10). Een respondent merkt op dat Ask Your Librarian perfect werkte maar dat hij het gebruikte voor een hele specifieke vraag en verder altijd naar de balie loopt (bijlage III, verbatim 7). De andere respondent kreeg pas na 3 dagen antwoord op haar vraag. Zij ervaaarde dit als veel te langzaam en op deze wijze was de informatie inmiddels achterhaald (bijlage III, verbatim 5). Sommige respondenten merken op dat ze het nooit gebruiken en dat het ook niet in ze op komt om online een vraag te stellen aan de bibliotheek, zij lopen liever naar de balie in het gebouw (bijlage IV, analyseschema 10).

Twee medewerkers geven aan dat het contact met het management niet zo vloeiend loopt. Ze hebben het idee dat ze weinig invloed hebben op wat er gebeurt in de organisatie en ze hebben het idee dat het management ze weinig betreft bij de veranderingen in de organisatie (bijlage III, verbatim 1, 12). Op de vraag of het management de identiteit van de bibliotheek als digitale bibliotheek veel aanstipt, antwoorden ze allebei ontkennend (bijlage III, verbatim 1, 12). De algemene koers van het bedrijf wordt sowieso weinig besproken met ze (bijlage III, verbatim 1, 12). De digitalisering is een vanzelfsprekendheid die niet apart hoeft worden aangestipt, vindt respondent 2 (bijlage III, verbatim 2). Een respondent uit haar ongenoegen over de aanschaf van producten voor de digitalisering. Volgens haar worden ze weinig gebruikt en is het nodeloze geldverspilling (bijlage III, verbatim 1). Verder merkt een respondent op dat ze graag meer contact zou willen hebben met de klanten en stakeholders van de bibliotheek, om een sterkere band met deze twee groepen aan te gaan namens de bibliotheek (bijlage III, verbatim 2). Wel denken respondenten dat ze worden beschouwd als behulpzaam in hun functie (bijlage III, verbatim 1, 2, 12). Twee respondenten merken op dat de bibliotheek wellicht nog meer dienend kan zijn voor de behoefte van de klant, door het invullen van een deel van het curriculum van de colleges met een vak als academische vaardigheden (bijlage III, verbatim 2, 12).

Imago op het gebied van persoonlijkheid

Het imago van de bibliotheek aangaande haar persoonlijkheid wordt onderzocht aan de hand van kwalitatieve interviews met klanten en medewerkers, de Hofstede-test en deskresearch. Klanten en medewerkers ervaren de visie en de missie van de bibliotheek als een digitale missie (bijlage IV,

analyseschema 15). Klanten en een deel van de medewerkers geven wel aan dat ze het lastig vinden om een visie te lezen omdat ze het een beetje vaag vinden (bijlage IV, analyseschema 13). Een enkeling merkt op dat er niets meer over boeken staat in de visie en de missie (bijlage III, verbatim 9). Klanten kiezen bij de kernwaarden voor de bibliotheek in zijn huidige staat voor ‘behulpzaam’, ‘traditioneel’, ‘dichtbij’, ‘digitaal’ en ‘bereikbaar’ (bijlage IV, analyseschema 1). Medewerkers kunnen dit redelijk inschatten (bijlage IV, analyseschema 3). Klanten kiezen bij hun ideale bibliotheek voor overwegend andere kernwaarden. Ze kiezen voor ‘behulpzaam’, ‘kwalitatief en kwantitatief’, ‘innovatief’, ‘veelzijdig’, ‘digitaal’ en ‘bereikbaar’ (bijlage IV, analyseschema 2). Opvallend is dat drie respondenten kiezen voor ‘motiverend en prikkelend’, terwijl dit bij de kernwaarden voor de huidige bibliotheek niet is gekozen (bijlage IV, analyseschema 2). Deze respondenten willen graag dat de bibliotheek hun nieuwsgierigheid voor dingen buiten hun eigen studieplan prikkelt (bijlage IV, analyseschema 2). Klanten vinden de kernwaarden die de bibliotheek zelf heeft gekozen redelijk aansluiten bij het beeld dat ze hebben van een digitale bibliotheek. Vooral ‘betrouwbaar’ vinden ze erg belangrijk, in verband met de betrouwbaarheid van zoekresultaten. Alleen ‘alert’ kunnen ze vaak niet zo goed plaatsen, sommigen vinden de bibliotheek juist helemaal niet alert (bijlage IV, analyseschema 3). Medewerkers zijn niet zo blij met de kernwaarden. Respondent 12 zegt dat de kernwaarden niet zo veelzeggend zijn (bijlage III, verbatim 12).

De visie en de missie zijn voorgelegd tijdens de kwalitatieve interviews (bijlage II). Over het algemeen zijn respondenten in eerste instantie positief over de visie en de missie van de bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 13). Alleen respondent 9 is duidelijk negatief over de visie en de missie, omdat er niets in staat over fysieke boeken (bijlage III, verbatim 9). Op de vraag of de respondenten nog iets aan zouden passen, antwoorden ze bijna allemaal negatief. Ze weten niet zo goed wat ze dan aan zouden moeten passen (bijlage IV, analyseschema 14). Een enkeling merkt op dat de visie en missie nu erg passief zijn maar dat dit wellicht niet erg is (bijlage III, verbatim 7). Alle respondenten uit de categorieën 2, 3 en 4 ervaren de visie en de missie als passend bij een digitale bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 15). Vooral de eerste drie punten van de visie worden aangehaald als passend bij de digitale ontwikkelingen die de bibliotheek doormaakt (bijlage IV, analyseschema 15).

Medewerkers zijn overwegend positief over de visie en de missie van de bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 13). Alleen respondent 1 is negatief, zij vindt de visie en de missie vaag en niet echt aansluiten bij de ambities van de bibliotheek om digitaal te worden (bijlage III, verbatim 1). De tevreden medewerkers zouden wel de visie en de missie wat scherper willen maken en willen actualiseren (bijlage IV, analyseschema 14). Dit zijn tevens de medewerkers die vinden dat de visie en de missie wel passen bij de digitale bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 13).

Bij de cardsortingopdracht kregen de respondenten twintig kernwaarden voorgelegd. Uit deze twintig kernwaarden kozen ze vier kernwaarden die passen bij de bibliotheek op dit moment (bijlage IV, analyseschema 1), en vier kernwaarden die passen bij hun ideaalbeeld van een bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 2). Er vielen een aantal dingen op. De meest gekozen kernwaarden voor de huidige bibliotheek zijn ‘behulpzaam’, ‘traditioneel’, ‘dichtbij’, ‘digitaal’ en ‘bereikbaar’. Het is interessant dat ‘traditioneel’ en ‘digitaal’ allebei evenveel gekozen zijn, namelijk vijf keer (bijlage IV, analyseschema 1). Echter blijkt dat de meeste respondenten ‘digitaal’ en ‘traditioneel’ vaak geen tegenpolen vinden. Een digitale bibliotheek omschrijven ze vaak als een webportal naar de beschikbare literatuur, en dat is momenteel al beschikbaar bij de bibliotheek (bijlage III, verbatim 4, 7, 8, 9, 10, 11). Een traditionele bibliotheek wordt ook niet per se als negatief ervaren. Respondenten maken zich soms zorgen of het traditionele element van de bibliotheek wel behouden blijft. Volgens hen is dat voornamelijk de mogelijkheid om fysieke boeken te lenen (bijlage III, verbatim 1, 7, 9, 10, 11). Opvallend is dat twee van de drie medewerkers de bibliotheek ‘traditioneel’ noemt en niet heeft gekozen voor kernwaarde ‘digitaal’

(bijlage IV, analyseschema 1). De derde medewerker kiest wel voor kernwaarde ‘digitaal’, maar vooral omdat hij veel waarde hecht aan digitalisering (bijlage IV, analyseschema 1). De bibliotheek wordt door de overgrote meerderheid ervaren als ‘behulpzaam’ (bijlage IV, analyseschema I). Acht van de tien respondenten koos dit als kernwaarde. Dit slaat vooral terug op de behulpzaamheid van medewerkers achter de balie. Respondenten hebben het gevoel dat ze altijd terecht kunnen bij de baliemedewerkers en dat vinden ze prettig (bijlage III, verbatim 3, 6, 8, 10, 11, 12). Een respondent benoemt dat ze denkt dat de baliemedewerkers behulpzaam zijn, maar dat ze niet zo goed snapt wat deze medewerkers voor de klant kunnen betekenen (bijlage III, respondent 8). Medewerkers vinden ook dat de bibliotheek momenteel behulpzaam is, ze kozen alle drie voor deze kernwaarde (bijlage IV, analyseschema 1). De kernwaarde ‘dichtbij’ wordt voornamelijk uitgelegd als de fysieke afstand tot de bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 1). Respondenten omschrijven ‘bereikbaar’ bijna hetzelfde als ‘dichtbij’ (bijlage III, verbatim 4). Een enkeling benoemt dat ‘bereikbaar’ ook gaat over de online benaderbaarheid (bijlage III, verbatim 5). Twee van de drie medewerkers noemt de bibliotheek ook ‘dichtbij’, en één daarvan ervaart ‘dichtbij’ als iets dat zowel een digitale als fysieke invulling kan hebben (bijlage III, verbatim 2).

De kernwaarden die respondenten het meest koppelen aan de ideale bibliotheek zijn ‘behulpzaam’, ‘kwaliteit en kwantiteit’, ‘innovatief’, ‘veelzijdig’, ‘digitaal’ en ‘bereikbaar’. De veruit meest gekozen waarde is ‘digitaal’ (bijlage IV, analyseschema 2). Dit komt deels omdat respondenten de waarde hebben laten liggen na de eerste opdracht en deels omdat ze hem erbij hebben gekozen bij de tweede. Twee van de drie medewerkers kiest nu ook voor ‘digitaal’ omdat dit volgens hen past bij de huidige behoefte van de klant (bijlage IV, analyseschema 2). Respondenten koppelen ook hier ‘digitaal’ voornamelijk aan het online vinden van literatuur (bijlage III, verbatim 4, 7, 9, 10). ‘Behulpzaam’ wordt ook weer veel gekozen (bijlage IV, analyseschema 2), maar minder dan bij de huidige kernwaarden. Opvallend is dat alle medewerkers ‘behulpzaam’ hebben weggelegd bij het samenstellen van de kernwaarden van de ideale bibliotheek, terwijl de respondenten op één na de kernwaarde hebben laten liggen (bijlage IV, analyseschema 1, 2). De medewerkers vervangen ‘behulpzaam’ voor waarden als ‘innovatief’ en ‘vernieuwend’ (bijlage IV, analyseschema 1, 2). De enige respondent die ‘behulpzaam’ weglegde verving deze waarde ook door ‘vernieuwend’ (bijlage III, verbatim 3). Respondenten die ‘kwaliteit en kwantiteit’ kozen bij de kernwaarden voor de huidige bibliotheek lieten deze waarde ook liggen voor de ideale bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 2). Ze vinden het belangrijk dat de bibliotheek zowel een breed als een hoogwaardig assortiment aan kennis aanbiedt. Twee van de drie medewerkers kiezen bij de ideale bibliotheek voor de kernwaarde ‘innovatief’. Ze stellen dat het erg belangrijk is om mee te groeien met de behoeften en wensen van de klant en dit kan volgens hen voornamelijk door te innoveren (bijlage III, verbatim 1, 2). Één respondent merkt op dat het belangrijk is dat de bibliotheek zich blijft innoveren om de traditionele vorm van de bibliotheek langzaam lost te laten (bijlage III, verbatim 8). ‘Veelzijdig’ is iets dat voornamelijk wordt aangedragen door respondenten (bijlage IV, analyseschema 2). Ze willen gebruik kunnen maken van verschillende diensten in de bibliotheek. Wat die precieze diensten zijn weten ze nog niet zo goed, maar in ieder geval willen ze er kunnen werken, hulp kunnen krijgen bij het zoeken naar literatuur en willen ze er toegang hebben tot computers (bijlage III, verbatim 2, 4, 10). ‘Bereikbaar’ blijft een belangrijk punt bij de ideale bibliotheek, de waarde wordt slechts één keer ingeruild door een respondent. Deze respondent geeft aan dat als de bibliotheek digitaler wordt, dat ‘bereikbaarheid’ dan minder relevant wordt. In dit geval bedoelde de respondent fysieke bereikbaarheid (bijlage III, verbatim 4). Opvallend is dat drie respondenten kiezen voor de waarde ‘motiverend en prikkelend’. Die is bij het huidige beeld van de bibliotheek geen enkele keer gekozen. Respondenten geven aan graag een wat sterkere binding te hebben met de bibliotheek door middel van een motiverendere en prikkelendere omgeving. Hierdoor verwachten ze meer verdieping te vinden in de aangeboden kennis en meer binding te krijgen met de bibliotheek zelf (bijlage III, verbatim 3, 4, 8).

De medewerkers van de bibliotheek kregen nog een aparte vraag voorgelegd. Zij mochten benoemen welke kernwaarden de klanten hadden gekozen bij hun beeld van de huidige bibliotheek. De keuzes van de medewerkers waren zeer uiteenlopend. Alleen 'betrouwbaar' en 'bereikbaar' werden twee keer genoemd. Verder noemden ze 'behulpzaam', 'traditioneel', 'digitaal', 'vernieuwend', 'benaderbaar', 'dichtbij', 'behulpzaam' en 'veelzijdig' (bijlage IV, analyseschema 3). Dit komt aardig overeen met de gekozen kernwaarden van de respondenten (bijlage IV, analyseschema 1). Alleen noemde niemand 'kwalitatief en kwantitatief', terwijl dit door vier respondenten zowel in hun huidige beeld als hun ideaalbeeld als belangrijk is genoemd.

De klanten van de bibliotheek kregen ook een aparte vraag voorgelegd. Hen werd gevraagd wat ze van de huidige kernwaarden die de bibliotheek zelf heeft gekozen vonden. Deze kernwaarden zijn 'dichtbij', 'betrouwbaar', 'alert' en 'verbindend en verdiepend' (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a). 'Alert' levert bij veel respondenten problemen op. Sommige respondenten begrijpen niet zo goed wat met deze waarde bedoeld wordt (bijlage III, verbatim 4, 5, 7, 8, 10). Tevens geven sommige respondenten aan dat ze ook het gevoel hebben dat de bibliotheek niet zo goed op de hoogte is van haar omgeving, en daarom helemaal niet alert is (bijlage III, verbatim 5, 10). Een enkele respondent geeft aan dat hij de kernwaarden te vrijblijvend vindt, ze zetten niet aan tot actie (bijlage III, verbatim 3). Een van de medewerkers geeft aan dit sentiment te delen (bijlage III, verbatim 12). Als respondenten wordt gevraagd of ze de kernwaarden vinden passen bij een digitale bibliotheek dan antwoorden ze vrijwel allemaal redelijk positief tot positief (bijlage IV, analyseschema 3). Vooral de kernwaarde 'betrouwbaar' speelt daar een rol in. Respondenten benoemen dat in een steeds digitaler wordende wereld de betrouwbaarheid van informatie steeds lastiger te beoordelen is. De bibliotheek is een betrouwbaar instituut waar zij juiste informatie vandaan verwachten te halen (bijlage IV, analyseschema 3).

6.3 De identiteit in de corporate identity mix

De visuele en communicatieve identiteit van de bibliotheek is gemeten aan de hand van een poster, oncontroleerbare communicatie op social media en de locatie en architectuur van het gebouw. In de corporate identity mix valt dit onder communicatie en symboliek (Van Riel & Balmer, 1997). De symbolische identiteit van de bibliotheek als digitale bibliotheek wordt op de poster tot uiting gebracht door pictogrammen die een digitale invulling hebben zoals een Wi-Fi teken. De inhoud van de poster noemt e-books als eerste bij het kopje 'search', om de digitale natuur van de bibliotheek te onderstrepen (bijlage II). Er is weinig oncontroleerbare communicatie over de bibliotheek. Opvallend is dat het belangrijkste topic waarover de bibliotheek spreekt 'papier' is (bijlage VI, figuur 4). De locatie en de architectuur van de gebouwen van de bibliotheek valt ook onder de symboliek volgens de corporate identity mix (Melewar & Jenkins, 2002). Recentelijk is het hoofdgebouw volledig verbouwd, om de nieuwe functie van de bibliotheek ook op die wijze uit te dragen. Er zijn bijvoorbeeld meer praatruimtes en meer plekken waar groepen samen kunnen werken aan projecten.

De identiteit van de bibliotheek zou ook tot uiting moeten komen in haar gedrag. Om haar digitale natuur te benadrukken is er een 'Ask Your Librarian' functie op de website geplaatst, waar je vragen kunt stellen aan de bibliothecarissen. Tevens helpen medewerkers achter de balie klanten met het vinden van een digitale oplossing voor hun zoekproblemen. Als laatste is het belangrijk dat de identiteit ook door intern gedrag wordt uitgedragen, bijvoorbeeld door het management in haar communicatie met de rest van de medewerkers.

De communicatie van de UBN is gemeten aan de hand van een poster (bijlage II) die voorgelegd werd aan respondenten. Deze poster geeft als het goed is in één oogopslag weer wat de bibliotheek is, en wat de bibliotheek voor je kan betekenen. De persoonlijkheid als digitale bibliotheek komt hier naar voren door

middel van de vormgeving, de duidelijk aanwezige QR-code en de pictogrammen op de poster. De respondenten gaven hun mening over zowel het visuele aspect van de poster als het inhoudelijke deel. Respondenten zijn overwegend positief over de visuele aspecten van de poster (bijlage IV, analyseschema 4). Alleen de QR-code wordt door geen enkele respondent gebruikt en een groot deel van de geïnterviewden vroeg zich ook actief af of een QR-code überhaupt wel gebruikt wordt. Respondenten reageerden vooral op de pictogrammen op de poster. Deze reactie is gemengd positief. Respondenten koppelen het digitale gevoel van de poster ook vaak aan de pictogrammen, specifiek gezien het Wi-Fi teken (bijlage IV, analyseschema 8). De inhoud wordt voornamelijk ervaren als overbodig, er staat zowel te veel brede informatie als te weinig concrete informatie op de poster. Daarnaast is het grootste deel van de informatie ook online te vinden (bijlage IV, analyseschema 6). Een enkeling vraagt zich actief af of een poster wel het juiste communicatiemiddel is voor een bibliotheek die graag als digitaal ervaren wil worden (bijlage III, verbatim 6). Medewerkers van de bibliotheek denken dat klanten de poster voorbij zullen lopen en zien geen toegevoegde waarde (bijlage III, verbatim 1, 2 en 12).

De oncontroleerbare communicatie van de Universiteitsbibliotheek is gemeten aan de hand van een Coosto-analyse. Het computerprogramma Coosto geeft een diepteanalyse over sentimenten en berichten op social media op basis van een zoekterm en een periode. De gekozen zoekterm voor dit onderzoek is: "UB Nijmegen" | "Universiteitsbibliotheek Nijmegen" |. De periode is van 14 april 2015 tot 14 april 2016. Uit de analyse komt duidelijk naar voren dat het grootste deel van de geïdentificeerde auteurs van berichten op social media mannelijk is (28%) tegenover 14% vrouwelijke auteurs (bijlage VI, figuur 1). De top 3 van auteurs die berichten schrijven over de bibliotheek zijn accounts in beheer van de bibliotheek zelf (bijlage VI, figuur 1). De meest gebruikte kanalen zijn Facebook, Twitter en hun eigen blog (bijlage VI, figuur 2). Het aantal impressies van berichten van de bibliotheek zijn wel erg hoog, namelijk 14.603 (bijlage VI, figuur 3). Impressie wil zeggen hoe vaak een bericht van of over de bibliotheek is getoond aan social media gebruikers. De top 3 trending topics van de bibliotheek zijn; 'papier', 'universiteitsbibliotheek Nijmegen' en 'collectie van de universiteitsbibliotheek'. Papier is met afstand de populairste term (bijlage VI, figuur 4). In totaal kon Coosto 53 berichten vinden die voldeden aan de zoekterm. Deze berichten waren overwegend positief (13%) tegenover 1 negatief bericht (bijlage VI, figuur 2). Een respondent merkt op dat de bibliotheek weinig actief is op social media (bijlage III, verbatim 7).

De locatie en de architectuur zijn kort onderzocht met deskresearch en een paar respondenten benoemden de architectuur en locatie expliciet in de kwalitatieve interviews. Het hoofdgebouw van de UBN is in 2015 volledig verbouwd, om de nieuwe functie van de bibliotheek ook in het gebouw zelf weer te geven. Er zijn meer groepsworkplekken, praatruimtes en plekken waar je in stilte kunt studeren (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015b). Respondenten noemen de locaties bereikbaar, er is altijd een bibliotheek in de buurt waar ze kunnen werken. De opstelling van voornamelijk het nieuwe hoofdgebouw en het recent verbouwde Library of Science wordt als open en transparant ervaren. Er wordt expliciet genoemd dat de respondenten het prettige plekken vinden om te werken, bijvoorbeeld met hun laptop aan tafel. Daar zijn ook voldoende mogelijkheden voor (bijlage III, verbatim 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10). Een enkele respondent merkt op dat het hoofdgebouw van de bibliotheek niet te bereiken is vanaf het hoofdplein van de campus en noemt de bereikbaarheid van de bibliotheek daarom ook minder goed (bijlage III, verbatim 11).

6.4 Invulling van de corporate identity mix

Er is onderzoek gedaan naar hoe de corporate story het beste verteld kan worden en hoe de elementen van de corporate identity mix ingevuld moeten worden. Dit is gedaan aan de hand van deskresearch, gesprekken met experts en ideeën van respondenten over de digitale bibliotheek.

De Universiteitsbibliotheek zegt een digitale bibliotheek te zijn. Dit wil ze graag zijn om relevant te blijven in een, voor bibliotheken, snel veranderende wereld (T. Ettema – Bootsma, persoonlijke communicatie, 10 mei 2016). Haar nieuwe rol omschrijft ze als volgt: de bibliotheek moet in de toekomst in optima forma een kennisknooppunt zijn waar digitale mogelijkheden het vinden van kennis makkelijker maakt (E. Boekesteijn, persoonlijke communicatie, 3 mei 2016).

Persoonlijkheid uit de corporate identity mix heeft een sterk verband met de corporate story. Derhalve hebben communicatie, gedrag en symboliek een sterk verband met de manier waarop de corporate story wordt uitgedragen: storytelling. Storytellingstechnieken kan je toepassen in de onderdelen van de corporate identity mix. Als één van de onderdelen van de mix de identiteit minder sterk uitdraagt kan dit ondersteund worden door storytellingstechnieken. Er zijn veel van dat soort technieken, zoals presentaties, interactieve youtubefilmpjes en nieuwe mogelijkheden die de VR-bril en andere innovaties creëren (L. Hekman, persoonlijke communicatie, 13 mei 2016). Het is van belang om de juiste techniek te vinden bij de verschillende onderdelen van de corporate identity mix. Voor de bibliotheek als instituut is de keuze voor storytellingstechnieken een bijzonder logische. Een bibliotheek grossiert in verhalen en het voelt natuurlijk aan om dit uit te dragen in verhalende vorm (Watson – Lakamp, 2015).

Volgens Forman (2013) heeft corporate storytelling altijd een gebeurtenis of scene met een begin, een midden en een einde, een verteller en een publiek. Daarnaast moet een verhaal altijd authentiek en vloeiend zijn (Forman, 2013). Als deze voorwaarden goed worden toegepast kan storytelling leiden tot meer betrokkenheid en vertrouwen bij de stakeholders en klanten. Ditzelfde geldt voor medewerkers van de organisatie (Forman, 2013).

Klanten ervaren de bibliotheek overwegend als traditioneel (bijlage IV, analyseschema 17). Ze stippen wel aan dat ze de ambitie van de bibliotheek om digitaal te worden zien (bijlage IV, analyseschema 17). Klanten zien een digitale bibliotheek voornamelijk als een webportal via waar ze bij beschikbare literatuur kunnen komen (bijlage III, verbatim 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11). Dit is niet zo'n brede definitie en wellicht een verklaring van de tegenstand van sommige respondenten (bijlage III, verbatim 9).

Respondenten mochten ideeën aandragen voor de digitale bibliotheek. Hun ideeën zijn in te delen in drie categorieën; cursussen en workshops (bijlage III, verbatim 3, 4, 5), een visuele online boekenkast (bijlage III, verbatim 2, 10, 11) en technische toevoegingen aan de fysieke bibliotheeklocaties (bijlage III, verbatim 6, 12). Wel waarschuwt een respondent dat de beleving van de klant in de bibliotheek niet moet worden onderschat. Contact met een menselijke baliemedewerker is volgens hem niet te vervangen (bijlage III, verbatim 12).

Bevindingen uit het deskresearch

Voor het deskresearch is literatuuronderzoek gedaan en zijn er gesprekken gevoerd met experts op het gebied van storytelling en de digitale bibliotheek. Een groot deel hiervan is al uitgemeten in het theoretisch kader. De belangrijkste punten worden hier weergegeven, plus de inzichten die verworven zijn over storytelling in relatie tot de bibliotheek.

'Persoonlijkheid' uit de corporate identity mix is voor dit onderzoek gelijkgesteld met de corporate story. Van Riel en Fombrun (2007) benadrukken ook een sterk verband tussen imago en de manier waarop de corporate story verteld wordt. De corporate story en de identiteit van de organisatie moeten overeenkomen om effectieve storytelling te kunnen toepassen (Van Riel, 2001). Communicatie, symboliek en gedrag geven uiting aan de persoonlijkheid van de organisatie (Van Riel & Balmer, 1997). Ditzelfde doet storytelling voor de corporate story. Door onderzoek te doen naar de uitingen in de corporate identity mix kan dus bepaald worden op welke wijze storytelling het beste kan worden toegepast. Om dit

te bewerkstelligen kan gebruik gemaakt worden van verschillende storytellingtechnieken. Dit is een vrij onuitputtelijke lijst, waar bijvoorbeeld interactieve youtube filmpjes en serious games onder vallen (L. Hekman, persoonlijke communicatie, 13 mei 2016).

Forman (2013) stelt dat corporate storytelling altijd de volgende elementen bevat; een gebeurtenis of scene met een begin, midden en een einde, een verteller en een publiek. Deze drie elementen mogen bijzonder breed worden opgevat en bieden veel ruimte voor eigen interpretatie (Forman, 2013). Wel moet elk verhaal voldoen aan twee eisen; authenticiteit en vloeïendheid. Dit wil zeggen dat de feiten in het verhaal overeen moeten komen met de werkelijkheid, en dat de manier waarop het verhaal verteld wordt flexibel verloopt (Forman, 2013). Als deze twee elementen goed worden toegepast dan ontstaat er vertrouwen bij de klanten van het verhaal en uiteindelijk meer betrokkenheid. Dit geldt tevens voor de medewerkers en stakeholders van de organisatie (Forman, 2013).

De bibliotheek anno 2016 dient door middel van innovatie een nieuwe rol voor zichzelf te creëren bij de klant, anders wordt ze overbodig. Dit is de zorg van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen. Daarom wil zij graag een digitale bibliotheek worden. Een digitale bibliotheek kan als volgt omschreven worden: de bibliotheek moet in de toekomst in optima forma een kennisknooppunt zijn waar digitale mogelijkheden het vinden van kennis makkelijker maken (E. Boekesteijn, persoonlijke communicatie, 3 mei 2016).

Het is logisch om deze rol uit te dragen door middel van storytelling, bibliotheken grossieren immers in verhalen (Watson – Lakamp, 2015). Het is belangrijk om goed na te denken over hoe deze verhalen verteld moeten worden, bijvoorbeeld via een blog of via een social media account (Watson – Lakamp, 2015). Het kan ook effectief zijn om verhalen in levende lijve uit te wisselen, bijvoorbeeld in een discussiegroep (E. Boekesteijn, persoonlijke communicatie, 3 mei 2016).

De digitale bibliotheek

De essentie van de corporate story van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen zit in de transformatie naar de digitale bibliotheek. Daarom is dit ook meegenomen in de interviews met de respondenten en het gesprek met een professional.

Respondenten uit de categorie 2, 3 en 4 ervaren de bibliotheek momenteel overwegend als een traditionele bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 17). De bibliotheek is wel onderweg naar een digitale bibliotheek en dit wordt als overwegend positief ervaren (bijlage IV, analyseschema 17). Alleen respondent 9 vindt dit geen positieve ontwikkeling (bijlage III, verbatim 9). Bij de vraag wat een digitale bibliotheek nou precies is antwoordt de meerderheid dat het een webportal is vanuit waar je digitaal bij de beschikbare literatuur kunt komen (bijlage III, respondent 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11). Dit is een vrij beperkte interpretatie in vergelijking met de definitie van de digitale bibliotheek als gedefinieerd in de vorige paragraaf. Dat verklaart ook wellicht de sterke tegenstand van sommige respondenten, zoals respondent 9 (bijlage III, verbatim 9), die bang zijn dat er geen fysieke boeken meer te vinden zijn in de digitale bibliotheek.

Respondenten droegen ideeën aan voor de uitbreiding van de digitale bibliotheek. Respondenten benadrukken dat ze wel weten dat de bibliotheek bepaalde cursussen over online faciliteiten verzorgt, maar dat ze geen idee hebben wanneer en waar die plaatsvinden. Als deze cursussen en workshops meer onder de aandacht worden gebracht dan zullen er ook meer liefhebbers zich melden, aldus de respondenten (bijlage III, verbatim 3, 4, 5). Een respondent merkt ook op dat deze cursussen ook in de vorm van e-learning op de site kunnen worden geplaatst, zodat ze altijd inzichtelijk zijn (bijlage III, verbatim 5). Een aantal respondenten noemt de mogelijkheid van een eigen online bibliotheekje. Een

online boekenkast (die ook visueel zo is vormgegeven) waar je online literatuur in kunt opslaan (bijlage III, verbatim 2, 10, 11). Respondent 6 draagt het idee aan voor een digitale informatiezuil waar bezoekers van de bibliotheek e-learning modules op kunnen openen en waar nieuwe aanwinsten van de bibliotheek op worden gepresenteerd (bijlage III, verbatim 6). Een app om uit te zoeken waar je boek staat, of waarmee je een boek kunt bestellen en laten bezorgen lijkt respondent 12 een goed idee (bijlage III, verbatim 12). Wel waarschuwt de respondent ervoor dat hij denkt dat de beleving van de bibliotheek wordt onderschat. Hij wijst op de meerwaarde van een menselijk aanspreekpunt achter de balie. Dat is niet te vervangen door digitale hulpmiddelen (bijlage III, verbatim 12).

6.5 Hypothesen

In deze paragraaf worden de hypothesen voor dit onderzoek herhaald en beantwoord.

Hypothese 1 luidt: Als het gedrag van de organisatie overeenstemt met diens identiteit, dan komt de identiteit ook goed over op de klant.

Deze hypothese blijkt niet te kloppen. Respondenten zijn niet geneigd om de bibliotheek digitaal te benaderen als ze een vraag hebben, ze lopen liever naar de fysieke balie (bijlage IV, analyseschema 12). Het is voor sommige respondenten ook niet duidelijk wat baliemedewerkers daadwerkelijk voor hen kunnen betekenen (bijlage III, verbatim 4, 8).

Hypothese 2:

Als de communicatie van de organisatie overeenstemt met diens identiteit, dan komt de identiteit ook goed over op de klant.

Deze hypothese blijkt niet te kloppen. Vooral het gemis van activiteit op social media, door en over de bibliotheek, is een belangrijk punt (bijlage III, verbatim 7, bijlage VI, figuur 1 t/m 4). Het management communiceert ook niet over de digitale bibliotheek met haar medewerkers, maar beschouwt de digitalisering als een zelfsprekendheid (bijlage III, verbatim 1, 2, 12).

Hypothese 3:

Als de symboliek van de organisatie overeenstemt met diens identiteit, dan komt de identiteit ook goed over op de klant.

Deze hypothese blijkt te kloppen. De symbolische uitingen van de bibliotheek blijken op de klant over te komen als uitingen van een digitale bibliotheek, voornamelijk vanwege het gebruik van pictogrammen die bij de respondent een digitale associatie oproepen (bijlage IV, analyseschema 8). Ook de architectuur en locatie van de gebouwen blijken het gevoel te versterken (bijlage III, verbatim 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10).

HOOFDSTUK 7. CONCLUSIE



7. Conclusie

In dit hoofdstuk worden alle deelvragen beantwoord. De antwoorden van deze deelvragen leiden uiteindelijk tot het beantwoorden van de centrale vraag van deze scriptie:

Hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen de corporate identity mix op een dusdanige wijze inzetten dat haar identiteit als digitale bibliotheek overkomt op de klant?

7.1 Deelvraag 1

Deelvraag 1 luidt: wat is de huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?

Volgens experts is de definitie van een digitale bibliotheek: een kennisknooppunt zijn waar digitale mogelijkheden het vinden van kennis makkelijker maken (E. Boekesteijn, persoonlijke communicatie, 3 mei 2016).

De Universiteitsbibliotheek Nijmegen stelt dat ze een digitale bibliotheek is (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a). Dit komt redelijk overeen met de werkelijkheid. Ze draagt haar identiteit uit aan de hand van de drie onderdelen van de corporate identity mix; communicatie, symboliek en gedrag (Van Riel & Balmer, 1997). Haar communicatie sluit minder goed aan op haar wens om digitaal te zijn. De communicatieve uitingen op de poster werden overwegend als digitaal beschouwd, maar op het digitale platform is dit niet het geval. Naast een slechte online zichtbaarheid (bijlage III, verbatim 7), is het meest besproken topic door de bibliotheek op social media 'papier' (bijlage VI, figuur 4). De symbolische uitingen van de bibliotheek sluiten wel goed aan op haar digitale wens. Er staan bijvoorbeeld pictogrammen op die het digitale karakter van de bibliotheek versterken (bijlage II). Het gedrag van de bibliotheek is overwegend digitaal. Ze biedt de diensten aan van een digitale bibliothecaris via Ask Your Librarian. Daarnaast horen medewerkers klanten een digitale oplossing te geven voor hun probleem.

Als laatste is er de persoonlijkheid van de bibliotheek. De visie en de missie van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen benadrukken haar digitale karakter en de nieuwe rol die ze wil innemen op de campus van de Radboud Universiteit Nijmegen. De bijbehorende kernwaarden zijn bedacht met een digitale bibliotheek in het achterhoofd. Vooral haar definities van betrouwbaar en dichtbij sluiten goed aan bij de digitale bibliotheek. Betrouwbaar is volgens de bibliotheek de mogelijkheid om betrouwbare informatie te vinden in een digitale wereld die steeds onbetrouwbaarder wordt (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a). Dichtbij wil zeggen dat klanten de bibliotheek altijd en overal kunnen bereiken, zowel fysiek als digitaal (Universiteitsbibliotheek Nijmegen, 2015a).

De huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen is overwegend digitaal. Het is wel duidelijk dat de bibliotheek zich nog in een transitieperiode bevindt. Vooral op het gebied van (online) communicatie kan gewerkt worden aan de identiteit.

7.2 Deelvraag 2

Deelvraag 2 luidt: hoe effectief komt de identiteit van de bibliotheek tot uiting in de corporate identity mix van de bibliotheek?

Hoe de uitingen van de persoonlijkheid van de bibliotheek overkomen is gemeten aan de hand van kwalitatieve interviews. De symbolische uitingen van de bibliotheek worden ervaren als de uitingen van een digitale bibliotheek. Respondenten benoemen namelijk de poster uit het onderzoek als een poster voor een digitale bibliotheek, met als voornaamste reden de pictogrammen (bijlage IV, analyseschema 8).

De architectuur en locaties van de gebouwen worden ervaren als open, transparant en prettig om te werken met een laptop (bijlage III, verbatim 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10). De communicatie wordt als minder digitaal ervaren. Vooral de weinige activiteit op social media is een gemis (bijlage III, verbatim 7). Het gedrag van de bibliotheek wordt ook weinig ervaren als digitaal. Sommige respondenten benoemen expliciet dat het ook niet in ze opkomt om digitaal een vraag te stellen aan de bibliotheek als ze ook gewoon naar de balie kunnen lopen (bijlage IV, analyseschema 12). Wel geven medewerkers soms aan hoe een probleem digitaal opgelost kan worden door de klant mee te laten kijken op het computerscherm (bijlage IV, analyseschema 9). Daarnaast geven twee respondenten aan dat ze niet zo goed weten wat de baliemedewerkers voor ze kunnen betekenen (bijlage III, verbatim 4, 8).

Niet alle middelen uit de corporate identity mix worden effectief ingezet. In de symboliek komt haar identiteit wel naar voren, maar in gedrag en communicatie wordt de bibliotheek nog ervaren als vrij traditioneel.

7.3 Deelvraag 3

Deelvraag 3 luidt: wat is het imago van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?

Het imago van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen wordt beoordeeld aan de hand van de indruk die de respondenten hebben van de drie middelen uit de corporate identity mix: communicatie, gedrag en symboliek, en van de persoonlijkheid van de bibliotheek. De drie middelen van de corporate identity mix zijn in de vorige vraag behandeld.

De persoonlijkheid van de bibliotheek werd mede bepaald aan de hand van de visie, de missie en de kernwaarden. Daarnaast werd respondenten letterlijk gevraagd of ze de bibliotheek een digitale bibliotheek vonden. De visie en de missie werden overwegend als digitaal ervaren door de respondenten (bijlage IV, analyseschema 15). Respondenten uit de categorie 2, 3 en 4, klanten van de bibliotheek, kozen ook massaal digitaal als kernwaarde voor de huidige en ideale bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 1 en 2). Respondenten uit categorie 1, medewerkers, deden dat slechts bij de ideale bibliotheek (bijlage IV, analyseschema 2). Opvallend is dat als respondenten gevraagd werd of ze de bibliotheek in haar huidige vorm digitaal vinden, ze heel gemengd antwoorden. Vijf respondenten benoemen de bibliotheek als digitaal, de rest is onbeslist of kiest voor traditioneel (bijlage IV, analyseschema 17). Als respondenten gevraagd wordt wat ze verstaan onder een digitale bibliotheek noemen ze vooral dat het een webportal is, dat toegang geeft tot online literatuur (bijlage III, verbatim 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11).

De persoonlijkheid van de bibliotheek wordt wel overwegend gezien als digitaal. Dit kan komen omdat klanten en medewerkers een vrij enge definitie van 'digitale bibliotheek' hanteren. Een webportal dat toegang geeft tot online literatuur is inmiddels namelijk allang beschikbaar bij de bibliotheek.

7.4 Deelvraag 4

Deelvraag 4 luidt: hoe kan de bibliotheek de onderdelen van de corporate identity mix met behulp van storytellingtechnieken invullen?

Uit deskresearch blijkt dat storytelling een uitstekende methode is voor een bibliotheek om haar verhaal te vertellen. De bibliotheek handelt immers in verhalen (Watson – Lakamp, 2015). Goede corporate stories bevatten een gebeurtenis of scene met een begin, een midden en een einde, een verteller en een publiek (Forman, 2013). Dit hoeft niet altijd strak aangehouden te worden maar mag aangepast worden als dit past bij het verhaal (Watson – Lakamp, 2015). Ook met een verhaal altijd authentiek en vloeiend zijn (Forman, 2013). Hier moet rekening mee worden gehouden in het gebruik in de corporate identity

mix. Hoe de verhalen precies verteld gaan worden, hangt af van de techniek, en er zijn veel verschillende storytellingtechnieken beschikbaar (L. Hekman, persoonlijke communicatie, 13 mei 2015). Het is belangrijk de techniek aan te passen op het doel dat je hebt met je verhaal (Watson – Lakamp, 2015). Mits de voorwaarden voor een goede corporate story in acht worden genomen, leidt storytelling tot een grotere verbondenheid van klanten, medewerkers en andere stakeholders met de organisatie.

Storytelling kan gebruikt worden om de corporate story te vertellen door middel van storytellingtechnieken. Deze technieken kunnen terugkomen in zowel de communicatie, het gedrag als de symboliek van de corporate identity mix. Welke technieken dit precies zijn moet bekeken worden per onderdeel van de mix en aan de hand van het uiteindelijke doel van het verhaal.

7.5 Eindconclusie

Op basis van de antwoorden op de voorgaande resultaten kan de centrale vraag beantwoord worden: hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen de corporate identity mix op een dusdanige wijze inzetten dat haar identiteit als digitale bibliotheek overkomt op de klant?

De identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen is inderdaad die van een digitale bibliotheek. Alleen online laat de bibliotheek dit nog te weinig merken (bijlage III, verbatim 7). Tevens worden niet alle middelen uit de corporate identity mix effectief ingezet. Klanten en medewerkers ervaren het gedrag en de communicatie van de bibliotheek nog als overwegend traditioneel (bijlage IV, analyseschema's 6, 9). De symboliek wordt wel als digitaal ervaren (bijlage IV, analyseschema 8). Ondanks het gemis in gedrag en communicatie zien klanten de persoonlijkheid van de bibliotheek wel als digitaal (bijlage IV, analyseschema 17). Dit komt omdat ze een bijzonder enge definitie van 'digitale bibliotheek' hanteren (bijlage III, verbatim 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11). Op basis daarvan kan geconcludeerd worden dat de bibliotheek toch niet als digitale bibliotheek volgens haar eigen definitie wordt gezien.

De corporate identity mix van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen kan verbeterd worden op het gebied van gedrag en communicatie (bijlage IV, analyseschema 12). De methode van voorkeur voor deze verbetering is storytelling (Van Riel & Fombrun, 2007). Storytelling zou dan vooral ingezet moeten worden bij de communicatie en het gedrag, omdat klanten en medewerkers de symboliek al wel als digitaal ervaren. Daarnaast kan storytelling ingezet worden om de persoonlijkheid van de bibliotheek nader te duiden, klanten en medewerkers moeten een duidelijker beeld krijgen van wat de term 'digitale bibliotheek' werkelijk inhoudt. Welke storytellingtechnieken moeten worden toegepast moet per situatie en verhaal bekeken worden (Watson – Lakamp, 2015). Er zijn onuitputtelijk veel methoden te bedenken (L. Hekman, persoonlijke communicatie, 13 mei 2016).

Kortom, de Universiteitsbibliotheek Nijmegen zal in de corporate identity mix vooral veranderingen moeten doorvoeren in gedrag en communicatie om daarmee haar identiteit als digitale bibliotheek over te brengen op de klant.

HOOFDSTUK 8. AANBEVELINGEN EN DISCUSSIE



8. Aanbevelingen en discussie

In dit hoofdstuk worden de aanbevelingen gepresenteerd die volgen uit de doelstelling. Daarnaast wordt het proces van het onderzoek kritisch bekeken.

8.1 Aanbevelingen

De doelstelling van dit onderzoek luidt: inzicht geven in de identiteit, het imago en het gebruik van de huidige corporate identity mix van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen, teneinde een adviesrapport te schrijven over de inzet van de onderdelen van de corporate identity mix.

De identiteit van de bibliotheek is digitaal, en dat is ze ook overwegend in de ogen van de respondenten. Echter, de respondenten hebben een heel ander idee van een digitale bibliotheek dan de bibliotheek zelf (bijlage III, verbatim 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11). Het imago van de bibliotheek komt dus toch niet overeen met haar identiteit als digitale bibliotheek, vanwege de verschillende invullingen van dat begrip.

De huidige corporate identity mix wordt op het gebied van symboliek goed toegepast. Respondenten benoemen daarbij vooral de pictogrammen op de poster (bijlage III, verbatim 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10 en bijlage IV, analyseschema 4). Echter valt de toepassing van het gedrag en de communicatie tegen. Respondenten maken weinig gebruik van de online helpfuncties die de bibliotheek biedt en medewerkers geven aan dat in het contact met hun leidinggevenden de digitale bibliotheek niet ter sprake komt (bijlage III, verbatim 1, 12 en bijlage IV, analyseschema 10). Twee respondenten zeggen dat ze niet zo goed weten wat ze kunnen vragen aan baliemedewerkers en dat de baliemedewerkers ook niet echt benaderbaar zijn (bijlage III, verbatim 4, 8). Daarnaast is de Universiteitsbibliotheek weinig actief op social media, zowel zelf als onderdeel van het gesprek (bijlage III, verbatim 7 en bijlage VI). Als communicatiemethode zou dit juist een logische keuze zijn geweest voor een digitale bibliotheek.

Storytelling is een goede methode om gedrag en communicatie beter overeen te laten komen met de identiteit. Tevens moet de definitie van de digitale bibliotheek onder de aandacht gebracht worden.

Er zal een duidelijke corporate story moeten komen. Deze versterkt als het goed is de identiteit (Van Riel & Fombrun, 2007). Deze corporate story vormt de kapstok voor alle storytellingtechnieken die toegepast kunnen worden om de onderdelen van de corporate identity mix beter in lijn te laten zijn met de identiteit van de bibliotheek. In dit geval zou de primaire focus moeten gaan naar de onderdelen gedrag en communicatie. Vooral bij gedrag is het belangrijk dat alle betrokken medewerkers actief onderdeel zijn van het proces, omdat gedrag natuurlijk ook deels door deze medewerkers geuit wordt. Medewerkers hebben nu het gevoel dat ze absoluut niet betrokken worden bij het proces en dat is jammer (bijlage III, verbatim 1, 12). Betrokkenheid bij het proces verhoogt de betrokkenheid bij het eindresultaat.

Teneinde een beeld te geven over hoe dat resultaat bereikt kan worden, wordt er een adviesrapport geschreven met suggesties voor de invulling van de corporate story, enkele voorbeelden van storytellingtechnieken, en een kostenraming voor elk afzonderlijk project.

Daarnaast wordt aangeraden om nader onderzoek te doen naar de betrokkenheid van medewerkers bij de nieuwe identiteit van de bibliotheek. Uit de kwalitatieve interviews met de medewerkers kwam naar voren dat ze zich weinig betrokken voelen bij het proces en ook ontevreden zijn over beslissingen die gemaakt worden in dat proces (bijlage III, verbatim 1, 12). Ook kan er onderzoek gedaan worden naar de toepassing van social media bij de doelgroep van de bibliotheek, om boodschappen optimaal af te kunnen stemmen.

8.2 Discussie

Voor dit onderzoek is kwalitatief onderzoek en deskresearch gedaan. In deze paragraaf wordt teruggekeken op het onderzoeksproces.

Voor het kwalitatieve onderzoek zijn maar drie medewerkers geïnterviewd. Dit is een logische keuze omdat medewerkers ook een perceptie van de identiteit van de organisatie hebben, en het waardevol is om hun perceptie te vergelijken met de perceptie van de klant. Echter was het achteraf misschien ook erg interessant geweest om meer intern onderzoek te doen, omdat de suggestie wordt gewekt dat medewerkers zelf niet helemaal achter de nieuwe identiteit van de bibliotheek staan.

De Coosto-analyse heeft waardevolle inzichten gebracht, maar omdat er relatief weinig activiteit te meten was kan de validiteit van sommige resultaten in twijfel worden getrokken. Desalniettemin was het de moeite om de resultaten op te nemen in het onderzoek, mede omdat ze de uitingen van een respondent ondersteunden.

In het onderzoek is geen rekening gehouden met de afzonderlijke locaties waar de Universiteitsbibliotheek Nijmegen opereert. Dit is gedaan omdat het wel één organisatie is en de resultaten per locatie betreffende de identiteit niet bijzonder zouden moeten verschillen. Echter noemt een respondent wel heel terecht dat dit niet het geval is. Sommige locaties zijn nog bijzonder traditioneel in gedrag en aanbod, terwijl andere locaties juist voorop lopen in de digitalisering. Het kan interessant zijn om daar nog verder onderzoek naar te doen.

Er is veel deskresearch gedaan voor dit onderzoek. Alleen over storytelling is weinig diverse literatuur beschikbaar. Om dit aan te vullen is er contact gezocht met twee beroepsexperts op het gebied van storytelling. Dit heeft zeker een lacune weten te vullen, maar er is wel behoefte aan meer literatuur over het fenomeen storytelling. Zeker omdat het momenteel een onderdeel van het communicatieveld is dat steeds populairder wordt.

HOOFDSTUK 9. IMPLEMENTATIEPLAN



9. Implementatieplan: het verhaal van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen

In dit implementatieplan wordt een strategie gegeven die aansluit op de conclusies uit dit onderzoeksrapport. Daarnaast wordt er een suggestie gegeven over de uitwerking hiervan. Het onderzoeksrapport gaat over de volgende centrale vraag: hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen de corporate identity mix op een dusdanige wijze inzetten dat haar identiteit als digitale bibliotheek overkomt op de klant?

Strategische adviezen

De conclusies uit het onderzoeksrapport leiden tot algemene adviezen op het gebied van identiteit, imago en het uitdragen van de corporate story. Deze worden hieronder toegelicht.

Identiteit

Uit het onderzoek kwam naar voren dat klanten een beperkte definitie van de digitale bibliotheek hanteren. Een digitale bibliotheek wordt door de klanten van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen vooral gezien als een online catalogus of portaal, via waar ze bij wetenschappelijke literatuur kunnen komen. Een betere definitie van de digitale bibliotheek is: een kennisknooppunt waar digitale mogelijkheden het vinden van kennis makkelijker maken.

Het is belangrijk om de juiste definitie van de digitale bibliotheek kenbaar te maken aan de klant, aangezien dit de kern is van de corporate story.

Imago

Klanten hebben een minder digitale associatie bij gedragingen en communicatie van de bibliotheek. Deze twee elementen van de corporate identity mix verdienen dus de meeste aandacht in een advies over de corporate story. Klanten hebben wel een digitaal gevoel bij de symboliek van de bibliotheek. Voornamelijk pictogrammen en de fysieke werkruimten in de bibliotheek nodigen deze gevoelens uit. Maar dit is gebaseerd op de beperkte definitie die de klant geeft aan de digitale bibliotheek. Het is belangrijk om de daadwerkelijke definitie ook te verwerken in de symbolische uitingen van de bibliotheek.

Het uitdragen van de corporate story

In dit adviesrapport is storytelling gekozen als het middel om de corporate story uit te dragen. Uit het onderzoek blijkt dat storytelling een goed middel is om de corporate story uit te dragen. Daarnaast heeft dit in de uitingen van de bibliotheek een natuurlijke versterking van de functie; het vinden, maken en delen van kennis en verhalen.

De digitale bibliothecaris

In dit hoofdstuk staat een suggestie over de invulling van de corporate identity mix door middel van storytelling. Er is gekozen voor een zogenaamde 'digitale bibliothecaris'. Er is een voorbeeldinvulling gemaakt voor de digitale bibliothecaris en tevens is er een kostenschatting gemaakt.

Maak kennis met de digitale bibliothecaris

'Aangenaam kennis met je te maken, ik ben de digitale bibliothecaris. Ik help je met het vinden, maken en delen van kennis'. Gaandeweg het onderzoek vielen een aantal dingen op die samen hebben geleid tot het idee van de digitale bibliothecaris:

- Weinig zichtbaarheid in wat de baliemedewerkers voor je kunnen betekenen.
- Dichtbij is erg belangrijk voor klanten, ook online.
- Er heerst lichte angst bij werknemers en klanten omdat de definitie van de 'digitale bibliotheek' niet duidelijk is. Het is geen optie om de fysieke bibliotheek te vervangen voor een webportal.
- Menselijk contact is erg belangrijk, voor zowel klant als werknemer.
- Klanten willen graag geprikkeld en gemotiveerd worden om meer te doen bij de bibliotheek en meer betrokken worden bij de bibliotheek.



Figuur 9.1 Voorbeeldpersonage 'de Digitale Bibliothecaris'.

Het klinkt vreemd om dan een digitale bibliothecaris te ontwikkelen. Maar zo'n digitale bibliothecaris dient niet als vervanging van menselijk contact, noch als vervanging voor de fysieke bibliotheek of het fysieke boek. De digitale bibliothecaris dient als gids in het oerwoud van de bibliotheek en past zich aan aan de wensen en behoeften van de klant.

Wat is een digitale bibliothecaris?

Zij (of hij) is het menselijke gezicht van het digitale deel van de bibliotheek, en ondersteunt tevens de fysieke functies van de bibliotheek. Bijvoorbeeld door studenten de weg te wijzen naar boek, of door wetenschappers te informeren over de hulp die de bibliotheek biedt bij het aanvragen van een ISBN-nummer.

Wat doet een digitale bibliothecaris?

De digitale bibliothecaris helpt de klanten met het vinden, maken en delen van kennis. Ze (of hij) is 24 uur per dag, 7 dagen in de week bereikbaar. Dat kan via de computer, via een app op je telefoon of via één van de touchscreens in de bibliotheek zelf. Ze is de digitale assistent van de klant, maar ook van de medewerkers in de bibliotheek. Tevens is ze het gezicht van de bibliotheek in alle onpersoonlijke communicatieuitingen, zoals posters en social media-kanalen. Ze weet ook erg goed bij wie de klanten terecht kunnen met hun vragen en stuurt ze door naar de juiste (fysieke) medewerkers. Als laatste probeert de digitale bibliothecaris een hogere betrokkenheid te krijgen van de klant, en de klanten te prikkelen en te motiveren om meer te doen met en bij de bibliotheek.

Het creëren van de hoofdrolspelers

Zowel uit het beleidsplan van de bibliotheek als uit de gesprekken tijdens het onderzoek blijkt dat iedere locatie van de bibliotheek een kleine identiteit op zich heeft. Die identiteit past bij het vakgebied waar de

locatie bij hoort en bij de mensen die er werken. Het is zonde om deze karaktertrekken niet te gebruiken in de toekomst. Het feit dat alle locaties anders zijn, en toch allemaal bij de Universiteitsbibliotheek Nijmegen horen is wat deze bibliotheek juist zo bijzonder maakt!

De digitale bibliothecaris moet een mens van bits en bytes worden, in plaats van vlees en bloed. Maar dit kan nooit dezelfde mens worden voor alle locaties. Daarom mag elke locatie invulling geven aan zijn eigen digitale persona, van het zitten met een tekenaar voor een ontwerp, tot de functies die de digitale bibliothecaris heeft. Dit ontwerpen en brainstormen gebeurt in een workshop, waarna de begeleider en de tekenaar aan de slag gaan met een voorstel.



Figuur 9.2 Voorbeeld portal 'de Digitale Bibliothecaris'.

Het toegangsportaal van Marjolein kent vier vakken; eentje voor Marjolein met een aanpasbare tekstballon, eentje voor de 'reserveer een computer' functie, eentje met de 'vind mijn boek' functie en de laatste is gereserveerd voor het onder de aandacht brengen van recent aangekochte literatuur. In de tekstballon van Marjolein staat een welkomstboodschap: 'Wist u dat wij een ISBN-nummer voor u kunnen aanvragen?'. De tekstballon is aanklikbaar en brengt je direct op de webpagina waar meer informatie staat over de aanvraag.

Het publiek van het verhaal

Om beter te signaleren wat klanten van een bepaalde locatie graag willen, en waar ze zich mee bezig houden, is het aan te raden om een uitgebreid doelgroeponderzoek te doen. De wensen en behoeften van een student biologie zijn natuurlijk anders dan die van een wetenschapper bestuurskunde in de 18^e eeuw. De bevindingen uit dit onderzoek vormen de basis voor de inrichting van je digitale bibliothecaris. Een directe link naar de Kluwer Navigator is handig voor rechtenstudenten, maar niet zo relevant voor de klanten van de medische bibliotheek. Die hebben waarschijnlijk liever een link naar PubMed.

Dit is een voorbeeld van een digitale bibliothecaris, gemaakt voor de fictieve bibliotheeklocatie 'Geesteswetenschappen'. De fictieve medewerkers van deze locatie hebben gemerkt dat er drie dingen zijn waar hun klanten veel mee bezig zijn, namelijk het vinden van een vrije computer om aan te werken, het zoeken naar fysieke boeken en het aanvragen van ISBN-nummers voor publicaties. Dat kan vertaald worden naar het volgende:

Dit is Marjolein. Marjolein is 28 jaar en heeft in Nijmegen gestudeerd. Na haar studie Religiewetenschappen merkte ze dat het bibliotheekwezen toch meer trok dan andere keuzes in haar vakgebied. Voordat ze bibliothecaris werd was ze al drie jaar zaalwacht bij de locatie Geesteswetenschappen. In haar vrije tijd kookt Marjolein graag, en ze zet zich in voor het Bijbels Openlucht Museum.

Het toegangsportaal van Marjolein kent vier vakken; eentje voor Marjolein met een aanpasbare

Ook de manier van benaderen kan hierin worden meegenomen. Studenten worden waarschijnlijk graag benaderd via social media, mits dit toegevoegde waarde heeft en betrokkenheid creëert, terwijl niet alle wetenschappers daar waarschijnlijk op zitten te wachten.

Storytellingtechnieken

De manier van benaderen komt terug in het gebruik van de storytellingtechnieken. Het verhaal van bibliothecaris Marjolein is af, maar daarmee is er nog niks gebeurd met haar verhaal. Dat verhaal moet uitgedragen worden. De fictieve medewerkers van Geesteswetenschappen hebben een doelgroeponderzoek gedaan en kwamen tot de conclusie dat hun studenten veel gebruik maken van social media. Het lijkt hen daarom een goed idee om Marjolein een Twitter-account te geven. Dit Twitter-account wordt beheerd door de locatie zelf. Een week aan tweets voor Marjolein zou bijvoorbeeld kunnen zijn; twee tweets over nieuwe artikelen en literatuur voor het vakgebied die interessant zijn om te lezen, een retweet van een lezing op de Honours Academy, aandacht voor een artikel waar ze onlangs een ISBN-nummer voor heeft aangevraagd en een tweet dat het op dat moment zo druk is in de bibliotheek dat er geen computers meer vrij zijn. Wetenschappers lezen liever langere stukken tekst en zijn minder actief op social media, was tevens een conclusie van het fictieve onderzoek. Een aantal medewerkers van Geesteswetenschappen schrijven graag, en besluiten Marjolein een eigen blog te geven. Lezers kunnen ideeën voor onderwerpen aandragen waar ze graag mee uitleg over willen, en de medewerkers kunnen zelf ook prikkelende onderwerpen bedenken. Een voorbeeld is een bespreking over een trend die gaande is op het vakgebied van Geesteswetenschappen.

Storytellingtoepassingen voor de digitale bibliotheek

De digitale bibliothecaris kan ontzettend veel functies hebben en services en activiteiten van de fysieke bibliotheek onder de aandacht brengen. Dit kan de betrokkenheid van de klanten vergroten en prikkelt en motiveert ze hopelijk om op een andere manier gebruik te gaan maken van de bibliotheek. Dit zijn enkele voorbeelden:

- Alle boeken in de bibliotheek zijn voorzien van een NFC-code. Deze code is te lezen door een kleine technische antenne genaamd een 'Arduino'. De bibliotheek kan overwegen om op een aantal plekken Arduino's te plaatsen zodat de boeken in de buurt van de Arduino gelezen kunnen worden door dit apparaatje. Klanten kunnen dan in de catalogus met hun mobiel de exacte locatie van het boek ophalen, tot op de plank en standplaats nauwkeurig. De app op hun mobiel leidt hun door middel van visuele hulpmiddelen letterlijk tot aan het gezochte boek.
- Organiseer aan de hand van de nieuw binnengekomen literatuur een open discussieavond voor een bepaald vakgebied. Bijvoorbeeld over drie recent uitgekomen boeken over 'klinische angststoornissen'. Vraag wetenschappers en studenten om in discussie te gaan over deze boeken en het onderwerp zelf. De discussieavond kan plaatsvinden vlak na sluitingstijd van de locatie van de bibliotheek, dat maakt de sfeer van zo'n discussieavond nog bijzonderder. Zorg ook voor versnaperingen, thee en koffie. Het aankondigen van zo'n thema-avond kan mooi via de digitale bibliothecaris. Zet het bijvoorbeeld op de Facebookpagina en laat het in de spreekballon van je portal voorbij komen. Dit brengt de fysieke bibliotheek goed onder de aandacht, zorgt voor een hogere betrokkenheid onder de aanwezigen en zorgt voor een prikkelende en motiverende bibliotheek.
- Maak een chatfunctie via de digitale bibliothecaris. Zaalwachters die werken voor de bibliotheek hebben veel tijd over in hun functie en gebruiken die in de praktijk voor persoonlijke werkzaamheden, zoals studeren. Geef deze werknemers toegang tot de chatfunctie en laat ze live vragen beantwoorden van klanten. Mochten ze het antwoord niet weten kunnen ze de klant altijd vertellen waar hij wel terecht kan met het probleem.

Voorbeelden van communicatiekanalen van de digitale bibliothecaris

De digitale bibliothecaris kan via allerlei media en offline manieren communiceren met de klanten van de bibliotheek. Het is aan de afdelingen om te bepalen welke kanalen het best passen bij hun doelgroep en wat er het beste gezegd kan worden. Dit zijn enkele (maar niet onuitputtelijke) voorbeelden:

- Via social media, zoals Twitter, Facebook en Instagram.
- Via een blog
- Via een digitale poster op één van de schermen, of op een papieren poster
- Via Ask Your Librarian
- Via de nieuwsbrief
- Via de website

Voortgangsbewaking en evaluatie

Het is belangrijk om de eenheid en de voortgang van de digitale bibliothecaris te bewaren. Daarom wordt er per afdeling één hoofdverantwoordelijke voor de digitale bibliothecaris aangewezen. Eens per maand komen alle hoofdverantwoordelijken bij elkaar en wisselen ze informatie uit. Wat ging er goed, wat sloeg aan, en wat sloeg juist helemaal de plank mis? Van elkaar leren en tips overnemen past ook erg goed bij het doel van de digitale bibliothecaris zelf; het maken, vinden en delen van kennis.

Inschatting kosten

Er is een globale berekening van de kosten van dit project gemaakt. Echter, aan de offertespreken kunnen geen rechten ontleend worden. De prijs van het technisch ontwikkeltraject hangt af van de precieze invulling en functionaliteiten van de digitale bibliothecaris (K. Rotteveel, persoonlijke communicatie, 23 mei 2016).

Omschrijving:	Bedrag:
Technische ontwikkeling digitale bibliothecaris	25.000 – 40.000 €
Visuele weergave digitale bibliothecaris	5000 €
Zes ochtenden ontwikkeling van de digitale bibliothecaris	2400 €
Het onderhouden van de digitale bibliothecaris op structurele basis	0,2 fte per locatie, strategisch te verdelen over bijvoorbeeld zaalwachters en communicatiemedewerkers
Totaal:	32.400 – 47.000€

Nuttige contactgegevens

Doklab heeft een schatting gedaan voor het ontwikkelen van de digitale bibliothecaris en heeft in het verleden al samengewerkt met de Universiteitsbibliotheek Nijmegen:

Doklab
Vestplein 100 in Delft
info@doklab.nl
Telefoon: +31 (0)15 – 7440050

Voor de workshops voor de invulling van de digitale bibliothecaris is de ontwikkelaar van dit adviesrapport beschikbaar:

Laura van der Vet
lauravandervet@gmail.com
Telefoon: +31 (0)6 34 06 88 79

BIBLOGRAFIE EN BIJLAGEN



Bibliografie

- I. Zoekplan
- II. Topic guide
- III. Verbatims
- IV. Analyseschema's
- V. Organogram
- VI. Coosto-analyse
- VII. Kernwaarden
- VIII. Logboek
- IX. Reflectieverslag
- X. Beoordelingsformulier opdrachtgever

Bibliografie

- Avison, S. (1997). The race to go global: brand development in new markets. *Journal of Brand Management*, Vol. 5(1), p.28-39.
- Balmer, J. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing; seeing through the fog. *European Journal of Marketing*, Vol. 35, No. 3/4, 2001, p. 248-291.
- Balmer, J. (2002). Of Identities Lost and Found. *International Studies of Management & Organization*, vol.32, no.3, Fall 2002, p. 10-27.
- Balmer, J., & Geyser, S. (2006). Corporate marketing. *European Journal of Marketing*, Vol. 40, No. 7/8, p.730 - 741.
- Birkigt, K. & Stadler, M. M. (1986). *Corporate identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*. Verlag Moderne Industrie, Landsberg an Lech.
- Birkigt, K., Stadler, M. M., & Funck, H. J. (1998). *Corporate identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*. MI Wirtschaftsbuch.
- Butch and Sundance (2016). About. Opgehaald van Butch and Sundance: <http://www.butchandsundance.nl/about>
- Christensen, L. T., & Askegaard, S. (2001). Corporate identity and corporate image revisited: a semiotic perspective. *European Journal of Marketing*, Vol. 35, No. 3/4, p. 292-315.
- Cornelissen, J. (2011). *Corporate Communication*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE.
- Doklab (2016). Het verhaal van Doklab. Opgehaald van Doklab: <http://www.doklab.nl/het-verhaal-van-doklab/>
- Forman, J. (2013). *Storytelling in Business*. Stanford: Stanford University Press.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field methods*, 18(1), 59-82.
- Hofstede, G. (2016). Cultural Compass Tool. Opgehaald van Website van The Hofstede Centre: <https://geert-hofstede.com/netherlands.html>
- Karaosmanoglu, E., & Melewar, T. (2006). Corporate communications, identity and image: A research agenda. *Journal of Brand Management*, vol.14, p. 196-206.
- Katholiek Documentatie Centrum (2016). Over het Katholiek Documentatie Centrum. Opgehaald van Katholiek Documentatiecentrum: http://www.ru.nl/kdc/over_het_kdc/het_kdc/
- Kiriakidou, O., & Millward, L. (2000). Corporate identity; external reality or internal fit. *Corporate Communications*, Vol.5(1), p.49-58.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: learning the craft of qualitative research interviewing*. Los Angeles, CA: Sage.

Meier, U. (2012). *Kwalitatief marktonderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv.

Melewar, T., & Jenkins, E. (2002). Defining the Corporate Identity Construct. *Corporate Reputation Review*, Vol.5 No.1, p. 76-90.

Melewar, T., & Saunders, J. (2000). Global Corporate visual identity: using an extended marketing mix. *European Journal of Marketing*, Vol.34, No.5/6, p.538-550.

Nunez, C., Nunez Mahdi, R., & Popma, L. (2014). *Intercultural Sensitivity*. Assen: Royal van Gorcum.

Olins, W. (1995). *The New Guide To Identity*. Hampshire: Gower.

Peteraf, M., & Shanley, M. (1997). Getting to know you: a theory of strategic group identity. *Strategic Management Journal*, Vol. 18, p.165-186.

Radboud Universiteit Nijmegen (2015a). Feiten & Cijfers. Opgehaald van Radboud Universiteit Nijmegen: <http://www.ru.nl/overons/overradboud/feitencijfers/>

Radboud Universiteit Nijmegen (2015b). Oprichting. Opgehaald van Radboud Universiteit Nijmegen: <http://www.ru.nl/overons/overradboud/geschiedenis/oprichting/>

Radboud Universiteit Nijmegen (2015c). Periode van groei. Opgehaald van Radboud Universiteit Nijmegen: <http://www.ru.nl/overons/overradboud/geschiedenis/periode-groei/>

Sumi, K. (2010). Learning Story Marketing through Practical Experience of Story Creation System . *International Conference on Interactive Digital Storytelling* (pp. 98 - 110). Edinburgh, UK: Springer.

Tugend, A. (2015). The tales we tell. *Entrepreneur*, 46 - 48.

Universiteitsbibliotheek Nijmegen (2015a). Beleidsplan. Opgehaald van Website van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen: <http://www.ru.nl/ubn/bibliotheek/ub/visie-missie/beleidsplan/>

Universiteitsbibliotheek Nijmegen (2015b). Feestelijke heropening Universiteitsbibliotheek. Opgehaald van Website van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen: <http://www.ru.nl/ubn/bibliotheek/locaties/sociale/nieuws/redactionele/feestelijke-heropening-universiteitsbibliotheek/>

van Rekom, J. (1997). Deriving an operational measure of corporate identity. *European Journal of Marketing*, Vol.31(5/6), p.410-422.

van Riel, C. & Balmer, J. (1997) Corporate identity: the concept, its measurement and management, *European Journal of Marketing*, Vol. 31 Iss: 5/6, pp.340 - 355

Van Riel, C. (2001). *Sustaining the corporate story*. In M. Schultz, H. M.J., & M. Larsen, *The Expressive Organization* (pp. 157-181). Oxford: Oxford University Press.

van Riel, C., & Fombrun, C. J. (2007). *Essentials of corporate communication*. London: Routledge.

Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.

Watson - Lakamp, P. (2015). *Marketing moxie for Librarians*. Santa Barbara, California: Libraries Unlimited.

Weick, K. (1979). *The social psychology of organizing*. Reading: Addison-Wesley.

Whetten, D., & Mackey, A. (2002). A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation. *Business & Society*, Vol. 41, No.4, p. 393-414

De foto's op de voorkant en tussenbladen zijn afkomstig uit de Beeldbank van de Radboud Universiteit Nijmegen. Hier is toestemming voor verleend door het beheer van de Beeldbank. De figuren en afbeeldingen in het implementatieplan zijn zelfgemaakt, en rechten- en naamsvermeldingsvrije cartoons.

Bijlage I: het zoekplan

Het zoekplan dient als leidraad bij het vinden van relevante literatuur. Er wordt een concreet doel geformuleerd, er worden goede zoektermen bedacht, er worden randvoorwaarden gesteld en handige zoekbronnen benoemd.

Doel

Het doel van het formuleren van het zoekplan is ondersteuning bieden bij het vinden van relevante theorie die bijdraagt aan het beantwoorden van de probleemstelling: hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen haar nieuwe identiteit op een dusdanige wijze overbrengen dat de perceptie van de klant overeenkomt met de nieuwe identiteit?

Relevante zoektermen

Nederlands	Engels
Imago	Image
Identiteit	Identity
Reputatie	Reputation
Bibliotheek	Library
Interactieve storytelling	Interactive storytelling
Virtuele storytelling	Virtual storytelling
Bedrijfsverhaal	Corporate story

Randvoorwaarden

De gevonden bronnen mogen in het Nederlands en in het Engels zijn. Bronnen mogen alle vormen van wetenschappelijke literatuur zijn. Resultaten mogen (een uitzondering daargelaten) echter niet ouder zijn dan 20 jaar, om de relevantie van de bronnen te waarborgen.

Informatiebronnen

De volgende zoekmachines en instellingen leveren wetenschappelijk relevante resultaten op voor het onderzoek:

- RuQuest (zoekmachine van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen)
- Radboud Repository
- Picarta
- Google Scholar
- Mediatheek Hogeschool Leiden
- HBO Kennisbank
- EBSCO-host

Bijlage II: topic guide

Het doel van deze topic guide is het vormen van de basis voor de vragenlijst voor de interviews die gehouden gaan worden in het kader van het kwalitatieve deel van dit onderzoek. Hier staan achtereenvolgens de probleemstelling, deelvragen, doelgroep, methode, locatie, het verloop, de inhoud, de cardsortingopdracht en de daadwerkelijke vragenlijst in.

Probleemstelling

De probleemstelling luidt als volgt: hoe kan de Universiteitsbibliotheek Nijmegen de corporate identity mix op een dusdanige wijze inzetten dat haar identiteit als digitale bibliotheek overkomt op de klant?

Deelvragen

- Deelvraag 1: wat is de huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?
- Deelvraag 2: wat het imago van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen?
- Deelvraag 3: hoe komt de identiteit van de bibliotheek tot uiting in de verschillende onderdelen van de corporate identity mix?
- Deelvraag 4: hoe kan de bibliotheek de onderdelen van de corporate identity mix met behulp van storytellingtechnieken invullen?

Doelgroep

De doelgroep voor het kwalitatieve deel van het onderzoek en voor deze topic guide bestaat uit de huidige medewerkers van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen en de klanten van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen.

Methode

3 medewerkers, 3 veelgebruikers van de bibliotheek, 3 matige gebruikers van de bibliotheek en 3 uitsluitend digitale gebruikers van de bibliotheek worden benaderd om deel te nemen aan het onderzoek via de e-mail. Na bevestigingen worden er face-to-face interview afgenomen met de respondenten. Het interview is semigestructureerd en er mag doorgevraagd worden op interessante uitspraken en bevindingen. De tijdsindicatie bij het verloop van het interview is niet statisch. Er wordt gemikt op interviews van 20 minuten met een uitlooptijd van 10 minuten.

De medewerkers van de UBN krijgen een andere vragenlijst dan de gebruikers van de bibliotheek.

Locatie

De respondenten krijgen de vraag of er een ruimte beschikbaar is voor een half uur op hun eigen werkplek. Daar wordt het interview afgenomen. Mocht daar geen plek zijn, dan wordt er een ruimte gereserveerd door de interviewer.

Verloop interview

1 Introductie 00:00 – 00:05 uur

Welkom : Inleiding

- Voorstellen
- Uitleg doel van het interview

2 Kern 00:05 - 00:25 uur

- Vragen van de vragenlijst

3 Afsluiting 00:25 - 00:30 uur

- Belangrijkste punten herhalen
- Bedanken

Topic Guide

Tijdens het onderzoek zullen de volgende onderwerpen aan bod komen:

- De huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek
- Het huidige imago van de Universiteitsbibliotheek
- Het gewenste imago van de Universiteitsbibliotheek

Cardsortingopdracht

Bij het onderdeel 'de huidige identiteit van de Universiteitsbibliotheek' komt een cardsorting opdracht aan bod. De bibliotheek heeft sinds kort vier kernwaarden benoemd van de organisatie: dichtbij, betrouwbaar, alert, verbindend & verdiepend (de laatste twee horen samen, vandaar vier kernwaarden). De geïnterviewde krijgt twintig kaartjes met kernwaarden erop en mag daaruit de vier kaartjes kiezen die hij of zij het meest vindt passen bij de identiteit van de Universiteitsbibliotheek.

Vragenlijst interview voor medewerkers

Algemeen:

- Mag ik uw functie opnemen in het interview en wat is deze?
- Hoelang bent u al werkzaam bij de UBN?

Cardsortingopdracht

- Kunt u uit deze twintig kernwaarden de vier waarden benoemen die u het beste vindt passen bij de organisatie?
- Kunt u uit deze twintig kernwaarden de vier waarden benoemen die u denkt dat de klanten kiezen voor de UBN?
- Kunt u uit deze twintig kernwaarden de vier waarden benoemen die u denkt dat perfect past bij de identiteit die de UBN zou moeten willen hebben?
- Kent u de kernwaarden van de UBN?

Communicatie en visuele uitingen (poster UBN)

- Wat vindt u van de symbolische uitingen van de UBN? Denk hierbij bijvoorbeeld aan kleurgebruik, aan het logo, typografie, aan de bladspiegel, etc.
- Wat vindt u van de communicatie van de UBN? Denk hierbij aan tone-of-voice, mediumgebruik, frequentie, inhoud, etc.
- Hoe denkt u dat belanghebbenden de visuele uitingen van de UBN ervaren? Denk hierbij bijvoorbeeld aan kleurgebruik, aan het logo, aan de bladspiegel, etc.
- Hoe denkt u dat belanghebbenden denken over de communicatie-uitingen van de UBN ervaren? Denk hierbij aan tone-of-voice, mediumgebruik, frequentie, inhoud, etc.
- Wat zou er kunnen veranderen/verbeteren aan de symbolische uitingen van de UBN? Denk hierbij bijvoorbeeld aan kleurgebruik, aan het logo, typografie, aan de bladspiegel, etc.
- Wat zou er kunnen veranderen/verbeteren aan de UBN? Denk hierbij aan tone-of-voice, mediumgebruik, frequentie, inhoud, etc.

Gedrag van de organisatie

- Heeft u veel contact met mensen buiten de organisatie, zoals klanten of het universiteitsbestuur? Hoe zou u dat contact omschrijven?
- Hoe zou u het contact met het management omschrijven?
- Hoe denkt u dat belanghebbenden contact met de bibliotheek ervaren?
- Wat zou er kunnen veranderen/verbeteren aan het gedrag van de UBN naar buiten toe, bijvoorbeeld naar de klanten?
- Wat zou er kunnen veranderen/verbeteren aan het gedrag van de UBN binnen de organisatie?

Organisatiecultuur

- Kent u de missie en de visie van de UB?
- Vindt u die passen bij de organisatie?
- Denkt u dat belanghebbenden de missie en de visie van de UB kennen? Hoe ervaren ze de missie en de visie?
- Zou u zelf iets willen toevoegen aan de missie en visie van de UBN?

Digitale bibliotheek

- Zou u de bibliotheek omschrijven als een traditionele of een digitale bibliotheek? Waarom?
- Wat is een digitale bibliotheek volgens u? Heeft de Universiteitsbibliotheek dat?
- Welke diensten zou een digitale bibliotheek aan moeten bieden volgens u? Doet de Universiteitsbibliotheek dat?

Afsluiting

- Wilt u nog iets toevoegen aan dit gesprek?
- Wilt u graag het eindresultaat van deze scriptie ontvangen?

Vragenlijst interview voor gebruikers

Algemeen:

- Bent u student of medewerker van de Radboud Universiteit?
- Mag ik uw studie/functie opnemen in het interview en wat is deze?
- Hoelang bent u al studerende/werkzaam bij de UBN?
- Hoe vaak maakt u gebruik van de bibliotheek? Fysiek of digitaal?

Cardsortingopdracht:

Huidige identiteit:

- Kunt u uit deze twintig kernwaarden de vier waarden benoemen die u het beste vindt passen bij de organisatie?

Gewenste identiteit:

- Kunt u uit deze twintig kernwaarden de vier waarden benoemen die u denkt dat perfect past bij de identiteit die de UBN zou moeten willen hebben?

Communicatie en visuele uitingen (poster UBN)

Huidige situatie:

- Wat vindt u van de symbolische uitingen van de UBN? Denk hierbij bijvoorbeeld aan kleurgebruik, aan het logo, typografie, aan de bladspiegel, etc.
- Wat vindt u van de communicatie van de UBN? Denk hierbij aan tone-of-voice, mediumgebruik, frequentie, inhoud, etc.

Gewenste situatie:

- Wat zou er kunnen veranderen/verbeteren aan de symbolische uitingen van de UBN? Denk hierbij bijvoorbeeld aan kleurgebruik, aan het logo, typografie, aan de bladspiegel, etc.
- Wat zou er kunnen veranderen/verbeteren aan de UBN? Denk hierbij aan tone-of-voice, mediumgebruik, frequentie, inhoud, etc.

Gedrag van de organisatie

Huidige situatie:

- Heeft u contact gehad met de Universiteitsbibliotheek, bijvoorbeeld bij de servicedesk of via de Ask A Librarian functie?
- Hoe zou u dat contact omschrijven?

Gewenste situatie:

- Wat zou er kunnen veranderen/verbeteren aan het gedrag van de UBN naar buiten toe, bijvoorbeeld naar u?

Organisatiecultuur

Huidige situatie:

- Kent u de missie en de visie van de UB?
- Vindt u die passen bij de organisatie?

Gewenste situatie:

- Zou u zelf iets willen toevoegen aan de missie en visie van de UBN?

Digitale bibliotheek

- Zou u de bibliotheek omschrijven als een traditionele of een digitale bibliotheek? Waarom?
- Wat is een digitale bibliotheek volgens u? Heeft de Universiteitsbibliotheek dat?
- Welke diensten zou een digitale bibliotheek aan moeten bieden volgens u? Doet de Universiteitsbibliotheek dat?

Afsluiting

- Mist u nog een dienst van de bibliotheek in uw dagelijkse werkzaamheden?
- Heeft u nog tips of feedback voor de bibliotheek?
- Wilt u nog iets toevoegen aan dit gesprek?
- Wilt u het eindresultaat van deze scriptie ontvangen?

Cardsortingopdracht

Betrouwbaar	Actueel	Benaderbaar	Open en transparant
Veelzijdig	Digitaal	Behulpzaam	Alert
Traditioneel	Zelfverzekerd	Dichtbij	Bereikbaar
Disruptief	Conventioneel	Kwaliteit en kwantiteit	Vernieuwend
Verbindend en verdiepend	Innovatief	Prikkelend en motiverend	Actief

search

More than 2,000 e-books
Compulsory literature (for reference only)
Purchase of new book or journal



borrow

Borrow books free of charge with your employee or student pass
Borrow headphones
Borrow a laptop(lock)



work

Wi-Fi (eduroam)
Reserve a room
Drinks covered with lid permitted
Printing (+increase print balance), scanning, laminating, binding
Lockers with socket



need help?

Workshops, e.g.: Endnote, Mendeley, Web of Science
Personal assistance:
Mon - Fri: 8.30 am to 5.30 pm

for sale

Markers
Notepads
Memory sticks

open & contact

Mon-Thurs: 8.30 am to 10 pm
Fri: 8.30 am to 8 pm
Sat: 9.30 am to 4 pm
infobfac@ubn.ru.nl

Library of Science

www.ru.nl/ubn/fnwi



Radboud University



Showcard visie en missie van de Universiteitsbibliotheek

Visie en missie

Visie

In partnerschap met onderzoekers, docenten, studenten en bestuurders van de Radboud Universiteit levert de bibliotheek diensten en producten die optimaal aansluiten bij de behoeften van onderwijs en onderzoek. Zij zorgt daarbij voor:

- Voldoende kritische massa aan wetenschappelijke informatie door uitbreiding van het aanbod aan digitale bronnen.
- Opslag en zichtbaarheid van de wetenschappelijke onderzoeksproductie van de Radboud Universiteit in de Radboud Repository.
- Nieuwe interactieve dienstverlening in een optimaal toegankelijke digitale bibliotheek, onafhankelijk van tijd en plaats.
- Een geïntegreerde en gedifferentieerde fysieke studie- en informatieomgeving.
- Aanbod van scholing in academische vaardigheden op het gebied van wetenschappelijke communicatie.

Missie

De universiteitsbibliotheek ondersteunt de realisering van de kwaliteitsambities van de Radboud Universiteit Nijmegen door een optimale wetenschappelijke informatievoorziening en een kwalitatief hoogstaande studieomgeving.

Bijlage III: verbatims

In deze bijlage staan de complete verbatims van de gehouden interviews in het kader van het kwalitatieve deel van dit onderzoek. De verbatims zijn allen anoniem, alleen gebruikerscategorie, geslacht en betrekking zijn opgenomen in deze bijlage. In de topic guide (bijlage II) staat een aantal introductievragen aan de respondent om zijn betrekking aan de universiteit te ontdekken. Deze delen van het interview zijn niet opgenomen in de verbatims omdat respondenten anoniem dienen te blijven en achteraf blijkt dat respondenten soms toch geïdentificeerd kunnen worden aan de hand van hun betrekking, bijvoorbeeld omdat er maar één persoon in deze functie werkzaam is aan de universiteit of in de bibliotheek.

Tabel bijlage III.1: Respondententabel

Respondent-Nummer	Categorie*	Geslacht	Betrekking (student, docent, wetenschapper, medewerker UBN)
1	1	Vrouw	Medewerker UBN
2	1	Vrouw	Medewerker UBN
3	2	Man	Docent en wetenschapper
4	4	Vrouw	Student
5	4	Vrouw	Docent en wetenschapper
6	2	Man	Student
7	4	Man	Student
8	3	Vrouw	Student
9	2	Man	Docent en wetenschapper
10	3	Vrouw	Student
11	3	Man	Student
12	1	Man	Medewerker UBN

* Toelichting categorieën:

1. Medewerker van de Universiteitsbibliotheek Nijmegen.
2. Klant die de fysieke bibliotheek wekelijks gebruikt.
3. Klant die de fysieke bibliotheek sporadisch gebruikt.
4. Klant die de bibliotheek hoofdzakelijk digitaal gebruikt.

Respondent 1

I: Welkom, ik heb een aantal vragen voor je zometeen. We gaan ook een aantal opdrachten doen maar daar komen we zo wel op. Nu heb ik een cardsortingopdracht voor je. Dat wil zeggen dat ik 20 kernwaarden heb verzameld.

R: Hmmhmm..

I: Neem even de tijd om ze te lezen en te bekijken en dan mag je kiezen welke je het beste vindt passen bij de bibliotheek nu.

R: En moet ik dan in mijn hoofd houden de Universiteitsbibliotheek op zich of deze bibliotheek?

I: Nee de Universiteitsbibliotheek op zich. Maar als er dingen die je anders vindt bij de Universiteitsbibliotheek dan bij de bibliotheek hier en je vindt dat het vermelden waard dan mag dat.

R: Hmmhmm. Zo dat zijn er nogal veel.

I: Het zijn er twintig, dan heb je wat te kiezen. En je mag hardop denken.

R: Ja anders dan eh.. Ik denk dat het heel veel dingen zijn die ze graag willen zijn.

I: Daar komen we straks op.

R: Maar wat is het nu.. Ik denk altijd dat de bibliotheek vijf jaar achterloopt op de huidige. En welke zouden daar dan het beste bij passen.. Mag je er ook meerdere?

I: Ja! Vier mag je er.

R: Oh vier mag ik er.

I: Ja, je mag ze ook verschuiven en pakken en..

R: Ja.. Even kijken. Ehm.. Poeipoeipoei.. Hmm.. Nou ik denk wel nog steeds behulpzaam. Moet ik die bovenaan leggen?

I: Waar jij het makkelijk vindt voor jezelf.

R: Oh okee. Behulpzaam vind ik het wel. Toch nog best wel traditioneel ook al willen ze dat niet. Hmm.. Bij van kwaliteit en kwantiteit dat zijn van die begrippen die alle kanten op kunnen natuurlijk maar eh.. Dat vind ik ook wel, dat dat wel in de gaten gehouden wordt.

I: En dat is dan in de zin van de collectie?

R: In de collectie ja. Ja, vooral de collectie. En.. Tjongejonge. Ik vind het lastig.

I: Waar twijfel je over?

R: Ja ik zit een beetje te twijfelen. Ik denk dan bij ieder woord denk ik, bijvoorbeeld innovatief, nee nee nee dat willen ze, of dat zouden ze willen zijn. Of dat denken ze dat ze dat zijn of zoiets, maar dat vind ik eigenlijk niet. Want er wordt hier te lang nagedacht om een besluit te nemen en dan is het al niet meer, dan loop je al niet meer voorop denk ik. Als je dat zou willen. En het lijkt alsof ze dat willen. En even kijken, ehm, misschien wel dichtbij. Wat het ook betekent.

I: Maar wat betekent het voor jou?

R: Eh.. Dat je nog steeds eh.. Of is dat ook maar wat ze willen. Er zijn nog steeds locaties en je kunt nog steeds in Nijmegen, dichtbij, naar de bibliotheek lopen. He, het is niet, het is nog steeds niet dat alles digitaal is of op een afstand. Nee je bent, maar ik weet niet of ik nu goed zit te denken hoor.

I: Je kunt niet fout denken, als dat het voor jou betekent dan is dit het.

R: Dan denk ik dit.

I: Okee dat is mooi.

I: Weet je ook welke kernwaarden de bibliotheek zelf heeft gekozen?

R: Oh die zaten hierbij he geloof ik? Volgens mij is het verbindend en verdiepend..

I: Dat klopt.

R: Misschien is het ook wel deze?

I: Nee.

R: Open en transparant?

I: Nee.

R: Oh wat erg.

I: Nou dat geeft niet.

R: Betrouwbaar, dat is er ook een of niet?

I: Nee maar je zit.. Ja trouwens, ja! Dat is er wel een.

R: Deze denk ik dan.

I: Nee.

R: Nee? Oh wat erg. Is het dan er wel eentje die ik heb gekozen?

I: Ja, je hebt er eentje.

R: Maar welke dan. Behulpzaam?

I: Nee, dichtbij.

R: Ja? Wauw, ik ben helemaal op de hoogte.

I: En alert.

R: Alert? Nee daar was ik niet opgekomen. Ik heb vandaag nog iemand zien lopen met dat tasje met die kernwaarden. Maar ik heb niet goed opgelet.

I: Ze blijven niet hangen?

R: Ze blijven niet hangen nee. Het is een hele mond vol he.

I: Dan wil ik nu overschakelen naar het onderwerpje gedrag. En eh dan laten we deze even voor wat het is. Daar komen we later weer op terug en dan gaan we daar straks weer vers in.

R: Ja, ja.

I: Ehm, ik heb een aantal vragen over het gedrag van de organisatie en ik wilde vragen of je veel contact hebt met mensen van buiten de organisatie. Dus bijvoorbeeld studenten, of docenten, of het bestuur van de universiteit.

R: Ehm... Ik heb niet veel contact met he. Met een paar studenten omdat ik hier heb gestudeerd, maar die studeren zelf ook niet meer. Met een paar mensen die ik ken van de balie. Of die student of klant zijn dat weet ik niet want die kom ik dan zomaar tegen. En die ken ik dan via de balie. Dus dan heb ik daar wel eens een praatje mee.

I: Maar voor je werk niet?

R: Vanuit mijn werk heb ik dan contact met de budgetcoördinatoren. En die zijn, maar dat doe ik vooral met de mail nu nog. En een paar ken ik van vroeger nog, toen ik hier psychologie heb gestudeerd. Toen was het nog dat het gewoon mijn docenten waren. En waar ik nu contact mee heb over de boeken die aangeschaft moeten worden. Dus in die zin heb ik daar contact mee.

I: En dat is voornamelijk via de mail?

R: Voornamelijk via de mail ja.

I: Okee. Eh, dan heb ik wat vragen over een poster. Ik heb een poster. Misschien herken je hem, hij is van de Library of Science.

R: Nee, ik herken hem niet.

I: Ik had wat vragen over de symboliek. Wat vind je van de symbolische uitingen die hierop staan? Dus bijvoorbeeld de typografie, en de afbeeldingen die hierop staan.

R: Eh ik vind die afbeeldingen al gelijk heel verwarrend want ik zag gelijk dat kopje koffie bij 'werk' staan, en ja okee dat zou ik ook kunnen bedenken. Maar ik dacht niet, ik denk niet aan werk als ik een kopje koffie zie zeg maar. Ehm, en dit vond ik ook meteen, dat boodschappenmandje bij 'search' vond ik ook niet meteen, niet search nee. Dat is meer als je iets wil kopen denk ik, dat je dan een winkelwagentje hebt of iets. En eh.. Ja is dit van de website ofzo?

I: Nee, dit is een poster die hangt in de Library of Science.

R: Search, borrow, work. Ja ik vind dat er te veel op staat voor een poster die je, ja.. Dit is heel groot. Dat is dan.. Ik weet niet, ik zou niet meteen denken 'dat is voor mij of zo'. Voor mij is het te veel tekst

I: Een beetje te onbestemd ofzo.

R: Ja, ik ben sowieso een koppensneller. He dus, misschien. Misschien een beetje raar als je in een bibliotheek werkt want dan wil je natuurlijk graag lezen maar ik heb dat niet. Snel scannen waar dit over gaat en dan zie ik 'Library of Science' en die drie woorden.

I: Ja.

R: En dan zie ik die drie dingen en van die koffieplaatjes en dat is dan niet dat ik denk, ik weet nou nog steeds niet waar het over gaat. Search, borrow, work. Okee, nee. Het zou mij niet aantrekken. Ik weet niet of dat de vraag is?

I: Nee, nee, ik vroeg gewoon wat je ervan vindt.

R: oh, okee. Nou dat.

I: Okee we hebben het dan ook al een beetje gehad over de communicatie an sich, dus over de tekst. Dat het jou ook niet aanspreekt omdat je niet zo goed weet wat je aanmoet met search, borrow, work.

R: Nee.

I: Okee. Ehm dat is goed. En eh, we komen hier straks op terug. Als je de bibliotheek als persoon zou omschrijven, wat voor een persoon zou dat dan eigenlijk zijn?

R: Als ik de bibliotheek als persoon zou omschrijven dan zou ik het omschrijven als een degelijke persoon, al komt dat denk ik vooral door het gebouw zelf. De bunker. Hmm.. Maar ook een beetje de organisatie.

Ja. Het staat er maar het blijft ook staan. Het is een beetje, hoe heet het.. Ik weet het niet.

I: Je hoeft er niet krampachtig iets bij te verzinnen hoor. Als dit het is voor jou, dan is dit het.

R: Okee, dan is dit wat er in me opkomt.

I: Dankjewel.

R: En ze willen wel meer. Dat wel.

I: Daar gaan we nu naartoe.

R: Okee.

I: Althans, we gaan van wat de bibliotheek is, naar hoe de klant de bibliotheek ziet. Dat leek me wel een leuke overstap. En dan vraag ik me vooral af, of je uit deze twintig kernwaarden de vier kunt kiezen die de klanten zouden kiezen.

R: Hmm.. Okee. Hmmmmmm... Ik denk bereikbaar, en dan heb ik het vooral over de fysieke bereikbaarheid bij de Centrale Bibliotheek vooral. Want ik vind dit bijvoorbeeld al een beetje te veel verstoep. Ehm.. Misschien, hoe de klant het ziet he? Misschien.. Dit wel een beetje wel. Of dat de klant dat zou willen..

I: Digitaal.

R: Ja.. Ehm.. Ja.. Digitaal gewoon eh. De klant komt daar ook gewoon om te werken en om de werkplekken te gebruiken en dan wil hij op de werkplek alles kunnen gebruiken wat ie nodig heeft. Denk ik. En dan wil je blijven zitten waar je zit en dan wil je dat alles aanklikbaar is.

I: Ja.

R: Op die manier. Ook vier zei je he? Hmm.. Misschien vernieuwend in de zin van 'alweer een nieuwe verbouwing? Dat is toch net verbouwd?' Maar op zich, voor ons is het misschien beter. Of eh vaker in onze ogen is het al vaker gebouwd. En klanten, die zeg maar om de vier jaar zijn er allemaal nieuwe studenten als het goed is dus die weten dat nog allemaal niet. Maar misschien denken ze wel 'Oh, mooi', dat vond ik ook. En ehm.. De klant... Ik hoop dit, maar ik weet het niet.

I: Je hoopt benaderbaar.

R: Ja ik hoop dat ze wel denken, daar kun je wat vragen. Daar kun je als ik ergens hulp nodig bij heb dan kan ik of naar een balie of naar een informatiemedewerker of ICT kun je ook vragen stellen. Dus ik hoop

dat ze dat vinden.

I: En via Ask your Librarian?

R: Ja ook wel, ja ja. Dat is ook digitaal dus ja. Inderdaad.

I: Okee, en waarom zijn ze allemaal niet hetzelfde als die jij hebt gekozen?

R: Ojah, ik dacht eerst van 'ik weet niet of dat mag' maar toen ik, ik zat wel tussendoor te bedenken van 'zal ik eentje van die kiezen' en ehm.. Ja omdat ik denk dat dat ook de hele tijd een beetje fout gaat bij alle nieuwe verbouwingen enzo. Dat ze voornamelijk denken van, en ze heb ik het over de leiding die het bepaald van wat er moet gaan gebeuren, dat ze voornamelijk kijken naar 'wat denken wij dat de klant wil'. En wat hebben ze al in Amsterdam bijvoorbeeld, en oh dat moeten wij ook. Een touch table, die nooit iemand heeft aangeraakt. En dat is toch echt wel de bedoeling van een touch table. En dat is dan zo'n duur aanschaf item dat daar staat en een beetje zinloos is gewoon. Vind ik. En dan denk ik, ze kijken ook wel naar klantenonderzoeken enzo, maar, eh, ja maar ik denk gewoon dat klanten iets anders willen dan wat zij bedenken. Daar komt het eigenlijk op neer.

I: Okee, dat mag. Over die touch tables enzo he. Denk je dat het ongebruik komt door wat er op staat? Nu staat er volgens mij een kaart op.

R: Nu staat er een kaart op. Ik weet niet eens meer waar hij nu staat. Of hangt ie?

I: Hij hangt in de hal van de Centrale Bibliotheek.

R: Okee. Nee dat is dat grote scherm. Ik bedoelde iets anders. Het was echt een table. Zo'n CSI-geval. Dat je echt eh.. De enige mensen die ik daar ooit mee heb zien spelen echt dat was twee jongens en die hadden er airhockey op gezet en die waren aan het airhockeyen op zo'n table.

I: Wat leuk.

R: Ja wel heel leuk maar dat is wel eh.. Daar werd het dan voor gebruikt soms. Maar dat ding dat in de hal staat, dat scherm. Ja in het begin was het ook zo dat niemand het durfde aan te raken en toen was het een tijdje zo dat wij zo stonden te wijzen van 'toe maar' en dan gingen wel sommige mensen deden dat dan. Maar ik heb nu het idee dat het niet echt gebruikt wordt ofzo. Ik weet het niet. Het mag wel gebruikt worden. Maar ik heb dus eigenlijk niet echt een idee. Of dat nou is wat ze willen.

I: Okee, goed punt.

I: We gaan even terug naar de poster.

R: Hmmhmm.

I: Hoe denk je dat de klant hier tegenaan kijkt? En dan mag je het zowel over de symboliek als over de tekst hebben.

R: Okee, ehm.. Want het hangt al in de Library of Science he? Dus dan zien ze Library of Science. Waar ze al zijn. Dat is echt het grootste dat erop staat. Dus ik zou dan denken 'daar ben ik al'. Ik loop hier voorbij, want dit valt niet zo op voor de klant denk ik. En degene die wat wil, ja die zal het misschien gaan lezen. Dan nog denk ik, dan moet je al een van die drie dingen willen volgens mij. 'Ik wil search'. Okee... 'oh help, ik kan om hulp vragen'. En waar moet je dan zijn. Dat is niet duidelijk toch? Ik zie niet waar je moet zijn. Persoonlijke assistentie van maandag tot vrijdag. Dat is fijn, maar waar? En, 'borrow' en 'for sale'.. Nee, ik ehm. Ja ik weet dat het daar kan. Dat je daar zo'n laptop kan huren, of lenen, per dag. Maar eh, hangt dit bij de balie ofzo?

I: Het hangt in de hele bibliotheek op een aantal plekken. En de bibliotheek wil zich graag profileren als de digitale bibliotheek, als onderdeel van de identiteit, schreeuwt dit nou 'digitale bibliotheek'?

R: Nee. Niet bepaald nee.

I: En waarom?

R: Omdat het eh.. Gewoon digitaal denk ik van, dan moet je alleen iets te hebben: voor al je vragen, kijk hier. En niet dat je ook nog die vragen apart op een papiertje hebt staan. Ik denk dat alleen zo'n dingetje *wijst op QR-code* dat dat al meer aandacht trekt dan dit.

I: Okee dus de QR-code trekt meer aandacht dan..

R: Ik vind dat wel. Ze lopen allemaal met hun telefoon rond dus dan kijken ze gewoon, en dan scannen ze dat ding en dan hebben ze dat bij zich. Ik denk dat dat nog meer helpt, ook al weet je niet eens waar het over gaat, dan dit. Dan denk je 'oh dat hoeft ik niet'. Digitaal is snel checken, denk ik.

I: Ja. Okee.

I: Dan gaan we het nu hebben over het gewenste imago. En dat is het laatste stukje dat we doen. En dan mag je voor de laatste keer vier kernwaarden kiezen en die mogen ook uit deze poule komen *wijst op al gekozen kernwaarden*. Welke vier denk je dat de Universiteitsbibliotheek zou moeten willen hebben?

R: Okee... Hmm...

I: Het mag helemaal jouw ideaalbeeld zijn.

R: Ja.. Lastig weer. Wat ze zouden moeten willen hebben.. Hmmm.. Ik denk wel actief, en dan bedoel ik daarmee actief meedenken en steeds, ze willen innovatief zijn. En dat moeten ze ook zijn. Gewoon een beetje dat actieve mee gewoon dat je constant vernieuwend kijkt naar wat moet de klant. En dat is volgens mij ook wat ze willen maar dat is niet wat ze per se doen zeg maar. En dat kan waarschijnlijk ook niet zo snel als dat je het kan bedenken maar sommige dingen vind ik erg traag en langzaam. En dat is jammer. Komt niet door de bibliotheek denk ik, het komt door de hele universiteit. Omdat er geld moet zijn voor verschillende plekken en weet ik veel wat. Dus het is ook niet dat je dat per se.. Maar ja, als je het mag zeggen dan dit.

I: Ja, het is helemaal zonder bezwaren.

R: Daarom, dan dit. Ehm.. En actueel denk ik ook dat ze moeten zijn. Want eh.. he er zijn niet alleen geschiedenisstudenten die iets zoeken in een bibliotheek. Het zou juist heel, zeker als je digitaal.. Digitaal moet wel echt.. Dan zou je ook verwachten dat het heel actueel is.

I: Dan kun je natuurlijk ook een digitaal archief hebben.

R: Ja. Mag ook hoor. Moet ook denk ik wel. Maar niet alles, digitaal is niet per se heilig denk ik. Vooral met digitale e-books, of met boeken enzo is het helemaal niet ideaal. Ik vind het persoonlijk niet fijn om een boek van een scherm af te lezen. Plus dat het heel vaak single-user gebruik is, dus als iemand erin bezig is dan kan je er niet bij en dan is het net zoals bij een normaal boek. En printen, mag niet meer dan 10 pagina's, anders kom je in de knoei met de copyright. Dus het is, nog lang niet zo ideaal als dat het klinkt. Vind ik. Het zou mooi zijn, allemaal klik klik klik. Met artikelen zou het misschien wel met boeken nog. Dus ja. Ik denk deze.

I: Okee. En eh, ja we hebben het eigenlijk al gehad over de poster. Wat jouw ideaalbeeld zou zijn. De naam weg en de QR-code groter volgens mij?

R: Ja. Nou ik denk dat dat inderdaad. Daar trek je ze misschien ook niet mee. Maar dit, voor mensen die alleen maar lopen te lezen de hele tijd.. Ik denk niet dat die dat doen.

I: Is het ideaalbeeld misschien zelfs helemaal geen poster?

R: Een poster kan wel denk ik. Maar misschien niet altijd dezelfde poster. Af en toe nieuwe posters verzinnen en die dan overal ophangen en dat er ook een soort van nieuwsgierigheid gewekt wordt van 'wat zit er eigenlijk achter die QR-code?'. Ja, zoiets. Ik weet niet. Misschien iedere maand iets anders. Er zijn ook wel van die digitale schermen dus daar zou je ook iets op kunnen doen natuurlijk.

I: Ja. Zou er misschien meer gebruik van moeten worden gemaakt?

R: Ja daar wordt wel aardig gebruik van gemaakt denk ik. En dat kan ook eigenlijk niet anders want het is gewoon open he, zo'n posterscherm. Dus ja. Het is een poster op een TV. Ja. Daar zouden misschien filmpjes op kunnen maar ik weet niet of dat in de bibliotheek kan. Ja. Dus.

I: Ja. Dat snap ik.

I: Ehm. Ik heb nog wel een hele belangrijke vraag over de interne communicatie hier. Of er namelijk over of er in contact met managers en in de directie enzo. Vertellen zij, hangen ze aan onderwerpen die ze met jullie bespreken het digitale aspect? Wordt daar veel over gecommuniceerd?

R: Die vind ik wel lastig. Met onderwerpen die bij ons besproken worden het digitale aspect.

I: Ja bijvoorbeeld tijdens overleggen, word daar wel eens de nadruk opgelegd? Van wat kunnen wij bijvoorbeeld doen om wat digitaler te worden?

R: Ik heb niet het idee dat ze dat per se aan ons vragen. Maar, dat kan ook aan mij liggen natuurlijk. Wel bijvoorbeeld dat de aanschaf van boeken hoofdzakelijk digitaal is. Eerst ga je kijken of er een digitaal boek beschikbaar is. En dat is dan de afspraak maar als het te duur is dan, want vaak is het heel duur of veel duurder dan een gewoon boek, dan mag het niet zoveel duurder zijn dan een normaal boek want dan wordt het normale boek aangeschaft. Het budget moet niet meteen op zijn zeg maar. Dus wat dat betreft weet ik dat daar wel afspraken over zijn. En ze zijn nou bezig met World Share, en dat is natuurlijk ook, ik weet eigenlijk niet precies wat het is. Dat had ik misschien wel kunnen weten als ik beter had opgelet. Maar ja, het is er nog niet, dus dan denk ik 'ik zie het wel als het er is en dan'..

I: Ja.

R: er zijn ook andere dingen waar ik nu mee bezig ben. En vaak ook omdat het hier dingen heel lang duren. Dan wordt er gezegd 'okee in september is het er' en dan duurt het nog een jaar langer ofzo dus. Ja je kan je overal druk over gaan maken. Maar dan denk ik dan, dat dan liever niet. Maar dat met die boeken is ook iets digitaals denk ik, en het zoeken voor de catalogus enzo.

I: Ja.

R: Dat je het over de hele wereld kan zoeken. Zoiets. Ja dan is het.. Ja.

I: Zou je nog iets toe willen voegen aan dit gesprek?

R: Hmm.. Nee gewoon, dat het wel leuk was.

I: Heb je nog tips of feedback voor mij?

R: Nou.. Nee je doet het wel lekker ontspannen. Ik zou het niet weten.

I: Okee, dan wil ik je bedanken voor dit interview.

R: Graag gedaan.

*Organisatiecultuur is niet ter sprake gekomen, dit is later nagevraagd en besproken. De respondent vond de visie en de missie wat vaag en vond het niet echt aansluiten bij de digitale bibliotheek.

Respondent 2

I: Allereerst wilde ik een opdracht gaan doen met kaartjes.

R: Hmmhmm..

I: Ik heb hier twintig kernwaarden en ik zou graag willen dat u uit deze twintig kernwaarden de vier kernwaarden kiest die u het beste vindt passen bij de bibliotheek zoals hij nu is.

R: Zoals die nu is, niet zoals die moet zijn?

I: Ja. Neem u tijd, u mag ze ook gewoon pakken en schuiven.

R: Hmmhmm. Hmm er zitten ook onze kernwaarden tussen, ik zie het.

I: Ja dat klopt.

R: Okee.

I: Natuurlijk zitten die er ook tussen.

R: Goed voorbereid.

I: Okee u heeft gekozen voor betrouwbaar, traditioneel, behulpzaam en dichtbij. Waarom?

R: Ik heb me niet gerealiseerd, dat was het beeld dat eh.. Betrouwbaar dat zijn we van.. Traditioneel zijn we heel betrouwbaar. Ja mensen die geven heel veel waarde aan de juistheid van de informatie en de compleetheid daarvan. Ehm.. Zoeken alles heel nauwkeurig uit. We willen nog steeds betrouwbaar zijn in de toekomst maar dan in iets andere vorm maar daar kan ik straks op komen. Dit zit erbij omdat we zowel fysiek als digitaal vrij dichtbij de gebruikers staan. We zijn dus ook benaderbaar. Er zitten een paar met overlap bij. Behulpzaam, mensen zijn over het algemeen die hier werken heel erg behulpzaam, er zijn heel erg gericht op hoe kan ik klant helpen? En traditioneel omdat we de grote sprong naar digitaal nog moeten maken, in alle aspecten. We hebben wel digitale collecties, maar de collecties die we hebben daar gaan we nog anders mee om.

I: okee, en wat als de klant vier kernwaarden zou mogen kiezen, zouden die anders zijn dan de kernwaarden die u hebt gekozen?

R: Voor nu?

I: Ja, wat zouden de klanten hebben gekozen?

R: Ik denk dat deze sowieso uitkomen, betrouwbaar. Mogelijk deze, dichtbij. Ehm.. Mogelijk veelzijdig. Ik denk behulpzaam wel. Met mijn eigen, ja, ik ben..

I: En als laatste, als de bibliotheek in optima forma zou zijn, welke vier kernwaarden zouden er dan zijn?

R: In de toekomst?

I: Ja.

R: Ja de verleiding is groot om onze eigen kernwaarden te kiezen.

I: Dat mag.

R: maar dat is zo saai hè?

I: Dat hangt ervan af, als u vindt dat dat de bibliotheek in optima forma is straks dan mag dat.

R: Okee. Okee. Zelf zou ik deze kiezen. Wel betrouwbaar.

I: Waar twijfelt u over?

R: Omdat ik meer wil kiezen dan ik mag. Ja. Deze.

I: Dus alert, veelzijdig, betrouwbaar en innovatief. En waarom deze vier?

R: Omdat we ons zoveel mogelijk aan het proces van onderzoekers richten en dat betekent dat je snel moet inspringen, die processen zijn veelzijdig, divers, veranderen, de behoeftes veranderen snel, en de behoeftes moeten vrij snel direct worden opgelost. Daar doe je niks aan. Zeg maar het proces van onderwijs en studie die vereist sowieso eh alertheid en veelzijdigheid. Betrouwbaarheid vind ik belangrijk in verband met zeker de digitalisering en internet de bagger zeg maar en de kwalitatief goeie informatie steeds moeilijker te onderscheiden. De zekerheid van 'hier zit ik goed', ik denk dat je daar meerwaarde van hebt als bibliotheek. En innovatief heeft eigenlijk hiermee te maken, dat je je blijft aanpassen. Als dat nodig is. Innovatief hoeft niet per se digitaal te zijn.

I: Lig daar ook een taak van de bibliotheek? Om de behoefte bijna voor te zijn?

R: Ja. Ja ik ben op zoek naar een voorbeeld. Ik weet niet of het een goed voorbeeld is. Ja het is een beetje een globaal voorbeeld. Wat wij doen, wat elke bibliotheek praktisch doet ook al jaren, is dat je niet op consumptie van informatie, dus de studiematerialen, de boeken, de tijdschriften, dat je die beschikbaar stelt, en dat je ook zorgt voor de productie van de universiteit. Dus datgene wat hier wordt geschreven en gemeten, dus researchdata en publicaties, dat is eigenlijk een nieuwe taak van de bibliotheek. Zorgen voor de output, dat die vindbaar is, dat hij niet verdwijnt na een paar jaar, etcetera. En je bent het eigenlijk, je zou dit eigenlijk als voorbeeld kunnen nemen, daarmee ben je voor wetenschappers die hier een paar jaar heeft gewerkt en die gaat weg om bij een andere universiteit te werken en hij heeft een paar usb-sticks en zijn laptop met zijn metingen bijvoorbeeld. Die komt er pas achter dat hij een probleem heeft in zo'n situatie. Dus hij gaat naar een andere universiteit, waar zijn al die gegevens? Dus eigenlijk zou je als bibliotheek omdat je zoveel bij die processen zit, kun je het ook voorspellen vanuit je eigen kennis, van okee, van informatie die zowel geproduceerd als geconsumeerd wordt. Dus je weet van okee, op een gegeven moment heeft hij een probleem. En de universiteiten ook.

I: Ja, goed voorbeeld wel hoor. Dat waren de kernwaarden.

I: We gaan nu kijken naar de poster. En die hangt in de Library of Science. Zo. Dat is deze. Ik weet niet of u hem al had gezien.

R: Eh, ja.

I: En ik wil graag vragen of u even naar de symbolische uitingen wel kijken, dus dat zijn de plaatjes, de kleuren, het lettertype enzo en uw mening erover zou willen geven en of u iets aan de poster zou veranderen.

R: Ik vind de kleur niet mooi, maargoed dat is persoonlijk. Ik vind hem simpel, dus dat is goed. Ik moet nog niet naar de inhoud kijken hè?

I: Nee daar komen we zo op.

R: Ehm.. Ik vind de pictogrammen niet direct duidelijk. Niet direct nee. Deze, die loop wel, maar deze niet.

I: Volgens mij is dat zo'n boekenmandje.

R: Ja maar dan moet je dat kopen hè, dus ja, de associatie je moet daarvoor betalen. En dit is wel goed maar dan zouden we meer media moeten hebben. Eigenlijk. Ja. We willen helemaal niet dat de bibliotheek koptelefoons uitleent. Dat is een organisatorisch probleempje geweest. Nee nee nee er is absoluut behoefte aan dus we zullen de taak ergens organiseren maar dat moeten wij niet doen. Omdat we daar geen geld voor hebben, dat is eigenlijk het eh.. Koffie. Ja kijk ik associeer dit meer met pauze dan met doorwerken.

I: En de QR-code onderin, zou u die gebruiken?

R: Ik heb zijn QR-reader maar meestal, ik ben zelf geen gebruiker van QR-codes. Het duurt mij te lang voordat je hem te pakken krijgt.

I: Ja. En wat zouden studenten hiervan vinden? Of de klanten, dus ook de docenten en wetenschappers.

R: Die lopen hierlangs. Ik denk kijk het is veelomvattend op deze poster he, dus wat doet de bibliotheek zoal. Ja dus het is echt van naar iets veel kleiner. EN dat weten mensen wel. Dus als je iets onder de aandacht wil brengen dan moet je niet zeggen van 'bij ons kun je alles vinden om te zoeken, te lenen en te werken' dus je moet eigenlijk een of twee of drie dingen uitpikken en die wisselen. Dus bijvoorbeeld 'cursussen endnote' of eh.. Nieuwe e-books. Dus meer alert dan een overall description of the library. Omdat eh.. omdat het al weten. Eigenlijk is het herhaling van informatie die mensen al in hun hoofd hebben, dus niks nieuws, of als er iets echt nieuws is dan zit het hieronder. En dan moet je te veel zoeken.

I: Ja, okee.

R: Dus ik heb een beetje afgebrand deze poster.

I: Ja maar dat maakt niet uit. Het gaat meer om de poster, de poster staat voor communicatie naar de

klant en dit was wel een helder voorbeeld.

R: Dat is waar.

I: Dan wilde ik het nog even hebben over de inhoud, we hadden het al gehad over dat wat er op de poster staat over de inhoud vrij generiek is, en dat studenten dit al weten. Wilt u er verder nog iets over zeggen?

R: Hmm.. Nee, de eerste ingang vind ik te breed en te bekend bij de meeste mensen. En wat daaronder staat vind ik ook te bekend voor een deel en het is te veel.

I: Okee. EN dat vinden studenten ook?

R: Ja ja dat denk ik ook. Ik denk niet dat ze het gaan studeren, ik denk dat ze langslopen.

I: dan zijn we klaar met de poster. Dan gaan we het nu even hebben over de organisatie an sich. Heeft u veel contact met klanten?

R: Nou eigenlijk te weinig. Ik heb het wel georganiseerde contacten met studenten die als studentenklankbordgroep met wetenschappers die eh voorzitters van de bibliotheekcommissies, ik heb bestuurlijke contacten met de decanen en de bedrijfsvoerders van de faculteiten. Eh en bij de borrels of ja, bij informele gelegenheden ook. Maar ik zou eigenlijk meer van die contacten willen.

I: Waarom, wat is de meerwaarde?

R: Ehm.. Om de bibliotheek toch iets meer op het netvlies te hebben. Om meer te checken van wat leeft er bij hun. Dus iets meer input. Het is een gelaagde organisatie dus we hebben heel veel contacten. Info bereikt mij niet altijd. Dat zijn ander type contacten. Dus ik zou iets meer met figuren op bepaalde onderwerpen zou ik eigenlijk moeten organiseren. Dus als het gaat om OpenAccess dan zou ik een groepje kunnen hebben, of als het gaat om research is zou ik een groepje kunnen hebben. Maar dat moet ook weer niet te veel zijn want die mensen hebben het hartstikke druk dus je moet ze ook niet te veel lastig vallen.

I: en honderd mensen, honderd meningen natuurlijk.

R: Ook dat.

I: En hierbinnen het bedrijf, zeg maar, we zijn natuurlijk bezig om van een traditionele bibliotheek naar een digitale te gaan. Komt dit ook terug in de communicatie bijvoorbeeld van hier, van het MT naar beneden, naar de baliemedewerker?

R: Ja ik denk dat wij meer in die overgangsfase zijn, dat het een vanzelfsprekendheid is die je niet hoeft te benadrukken. Eh en dat het een proces is waar iedereen in zit, dus niet alleen wij maar ook alle andere bibliotheken. Een paar jaar geleden was dat nog wel een issue, van okee, wanneer komt die digitale bibliotheek? Maar mensen zitten daar al jaren in en zeker de laatste jaren hebben we een soort versnelling. Dus nee ik denk dat dit specifieke aspect niet onderstreept moet worden.

I: En eh, hoe denkt u dat klanten het contact met de bibliotheek ervaren? Want we hadden het al over kernwaarden, dat ze ons zien als betrouwbaar.

R: Ja dat denk ik, ja maar we liften een beetje op het imago van bibliotheken op zich. Niet deze bibliotheek specifiek maar een bibliotheek is een betrouwbaar instituut. Daarom zou ik de naam ook nooit zomaar veranderen. Ik zou het nooit mediatheek noemen omdat de naam een hele sterke brand heeft. Ik vind het niet handig dat HBO's dat hebben gedaan. Je gooit een sterke brand gewoon weg.

I: En zou u nog dingen veranderen in het contact met de klant? Of is dat eigenlijk wel goed zo?

R: Als bibliotheek hè?

I: Ja.

R: Ik zou ze absoluut willen versterken. Veel sterker, veel actiever, veel dichterbij. Ehm.. Als het gaat om bijvoorbeeld. Gewoon praktisch, de wetenschapper die werkt hè, die heeft een research proces, een onderwijsproces en hij is niet geïnteresseerd om naar de bibliotheek te gaan om te luisteren over 'wat hebben ze nou voor iets nieuws'. Maar ze hebben we de eigen vergaderingen, overleggen, lunchpauzes,

dat je daar, in hun natuurlijke momenten van 'we zijn bij elkaar', we zijn in onze normale workflow, die zou je meer moeten benutten, door daar vijf minuutjes van te prikken. Dat is dat zeker. En ik zou de, ik zou een aantal functies die wij hebben willen integreren. Dus, dat is al een plan, om de functies aan de kant van de producent van informatie, om die te integreren hebben we ze nu gespreid. We hebben de research data club, we hebben de for the repository, dat zou ik bij elkaar willen voegen eigenlijk want ik denk dat het sterker wordt daardoor. Maar ook dingen als ehm.. information literacy, dus informatievaardigheidencursussen, de bibliotheekinstructies, die zou ik wat meer willen samenvoegen. Intern gaat het goed maar met een aantal andere dingen binnen de universiteit. Zoals academisch schrijfcentrum. We hebben een samenwerking, ze zitten in dit gebouw, maar het zou wat, ook qua aanbod, wat sterker kunnen.

I: Ja.

I: Dan wilde ik het even hebben over de cultuur binnen de universiteitsbibliotheek. En eh, dat meet ik vooral aan de missie en de visie.

R: ik ken de geest ervan maar hoe de specifieke bewoording is weet ik niet.

I: Ik heb hem mee en ik zou u willen vragen om hem even te lezen en om dan aan te geven of u, wat u denkt dat de klanten ervan vinden en of u er iets aan zou veranderen?

R: Ja visie zou ik kle, ja ik vind, ik vind dit overall okee. Dus dat is okee want het moet een beetje tijdsafhankelijk zijn, het gaat al jaren mee. Ik zou het een klein beetje actualiseren. Want zichtbaarheid dat is niet alleen de repository dus dat zou ik schrappen. Ehm.. Nieuwe interactieve zou ik veranderen in interactieve. Dienstverlening, ja dat dekt vrij veel. Deze is ook goed. Ja. En deze zou ik ook niet zo, van voldoende kritische massa. Maar misschien iets anders geformuleerd. Het gaat niet om kritische massa, het gaat om relevantie. Dus relevante wetenschappelijke informatie. Dus je hoeft niet veel te hebben als het maar precies bij de behoefte aansluit.

I: Ja.

R: Op dat moment word je actueel. Er staat verder niets over bijzondere collecties. Dat is onze museale taak. Die zou ik wel toevoegen, dat hoort. Ja en de missie... Ja hier zou ik nog aan sleutelen. Optimale informatievoorziening dat gaat niet alleen maar om zeg maar informatie die je biedt, maar om informatie dienstverlening. Dus dat is meer dan materialen in de kast.

I: En wat vinden klanten hiervan?

R: Ik denk dat klanten dit soort dingen niet lezen. Ik lees het nooit.

I: En eh, past deze missie en deze visie in een digitale bibliotheek?

R: Ja. Ik vind het verschil, kijk, we zijn in proces naar steeds meer digitale bronnen, en het handige daarbij is dat je andere diensten kan opzetten dan bij fysieke materialen omdat je beperkter bent, met papieren boeken en tijdschriften. Met digitaal kan je veel meer. Ehm.. maar het is, ik vind verder, ik vind het onderscheid fysiek/digitaal niet zo relevant. Het moet zijn wat de klant nodig heeft, en digitaal is handiger. Dus als die beschikbaar is moet je het vooral doen. Dus als je zegt van okee we hebben een fysiek boek of een e-book, dan is een e-book handiger omdat die ook 's nachts ehm.. gedownload kan worden. Los van de prijs, want dat zijn andere problemen. Maar verder is dat onderscheid niet zo. Weet je wel van wij moeten per se digitaal, of we moeten per se papier. Het gaat om informatie, en handigheid daarvan. En niet om een medium. Het medium vind ik niet zo relevant.

I: En wat is een digitale bibliotheek dan?

R: Dat is, dat zijn digitale informatiebronnen met de diensten daaromheen. Dus alerting diensten, ehm.. je kan tekst en datamining aanbieden.

I: Ja, en bieden wij al die diensten al aan? Of missen we daar nog diensten?

R: Hmm.. We missen zeker diensten. Personalisatie, dat mensen eigen kleine bibliotheekjes kunnen

maken. We missen tekst en datamining tools, we missen datavisualisatie, dus eigenlijk instrumenten voor de onderzoeker. En die zijn er.

I: Okee. Ehm.. Dat was het. Wilt u nog iets toevoegen aan dit gesprek?

R: Nee, ik vond het leuk.

I: Hartstikke bedankt.

R: Heel graag gedaan.

Respondent 3

I: Ik ga een aantal kernwaarden uitleggen, een aantal begrippen; 20 stuks, bekijk ze rustig, neem er de tijd voor, en ik zou u willen vragen om de waarden hieruit te pikken, vier stuks, die u nú het beste vindt passen bij de identiteit van de bibliotheek.

R: Van de Library of Science. Of in het algemeen?

I: Het liefst algemeen, maar aangezien de library of science de bibliotheek is- of de locatie is die u het meest gebruikt kan ik me voorstellen dat het daar het meest op aansluit.

R: Ja, ik weet wel iets van de centrale bibliotheek maar we hebben niet voor niets de locatiebibliotheken en ik denk dat dat een hele goeie ontwikkeling is, dus uit deze twintig moet ik er vier kiezen die slaan op de bibliotheek zoals ik hem nu zie?

I: Ja.

R: 2016.

I: Ja.

R: Moet daar ook nog een prioriteit in zitten? Of is het gewoon vier stuks?

I: Nee, vier stuks.

R: Uhm, ik denk dat ik deze belangrijk vindt... deze vind ik belangrijk... Mag ik hier ook iets over zeggen terwijl ik die keuze maak?

I: Ja.

R: Als ik bijvoorbeeld "digitaal" zie staan, en "benaderbaar", dan vind ik "benaderbaar" betekent impliciet dat 'ie digitaal moet zijn op dit moment. Snap je? Dus dan vind ik "benaderbaar" algemener en belangrijker dan "digitaal".

I: Ja.

R: Digitaal vind ik vanzelfsprekend op dit moment.

I: Okee.

R: Kwaliteit kwantiteit is natuurlijk sowieso, dat moet misschien bovenaan staan....

I: De volgorde maakt verder niet uit.

R: Maar dat maakt voor jou niet uit nee, maar in mijn perceptie van mogelijkheden...

I: Ja.

R: "Dichtbij" vind ik ook niet belangrijk meer, ik zit even te kijken want, omdat het digitaal is hoeft het niet dichtbij te zijn... dat wel voor de studenten natuurlijk, om te studeren... "Behulpzaam" vind ik, hmm... ik ben wel een heel sociaal figuur, en "behulpzaam" impliceert ook dat iets verbindend en verdiepend is, kan zijn... het kan heel veel dingen betekenen, "behulpzaam", dus die pak ik dan zeker ook...

I: Dat is het voordeel en het nadeel van zulke kernwaarden, hè? Ze kunnen heel veel betekenen.

R: Ja... Ik zit even te kijken... Ik wil me niet als hielenlikker uiten, maar ik denk dat "innovatief" ook wel belangrijk is. Ik heb dan in ieder geval, nou dit zijn dan voor mij op de eerste plaats de belangrijkste, voor mij is het heel belangrijk dat als je zegt "innovatief", dat durf ik te zeggen omdat ik de ontwikkeling van die bibliotheek meemaak, en ik weet dat onder beleid van de huidige bibliothecaris, dat ze voortdurend bezig zijn met de boel zo up-to-date mogelijk te hebben...

I: Ja.

R: En dat betekent voor een deel ook dat ze innovatief zijn. Toen ik jou laatst ontmoette bij Gonny, toen kwam ik daar om even iets te zeggen over dat review-werk wat ze daar aan het doen zijn, dat is typisch iets... Systematic Reviews heet dat bij het CDL, het Centraal Dieren Lab en hier had ik gedacht van nou, dat lijkt me nou echt iets als je mensen wil helpen met het maken van een reviewartikel, en je wilt dat een beetje gecovered hebben, dat is gigantisch veel werk, en zo'n review daar komen misschien wel twee, driehonderd artikelen bij te staan. En dat wordt ook gevraagd, maar dat betekent tegelijkertijd dat het voor een normaal mens zeg maar als prins Is dat niet meer te overzien natuurlijk, nog los van hoe ga je je daar in roeren. Ik vond het grappig dat ik dat dus aankaartte, want Gonny was dus meteen enthousiast

daarover, en toen kwam natuurlijk aan de orde van ja, als je dat als service aan wilt bieden, en dan is het meteen ook interactief van mijn kant, ik neem een abonnement op papers, en ik geef een van die licenties aan Ruud in dit geval, een jongen die dat dan voor me gaat doen, maar dan kan de bibliotheek dat wel in z'n nieuwsbrief zetten.

I: Ja.

R: Nou, dat is een beetje wat ik eruit zou kiezen, vanuit mij, vanuit mijn persoonlijke visie op deze bibliotheek.

I: En dat was exact de bedoeling. En als de bibliotheek de ideale vorm voor u zou aannemen, de bibliotheek heeft zich helemaal ontwikkeld en ontwikkeld en ontwikkeld tot een bibliotheek waarvan u echt niks meer van kan vragen dan dat. Zou u iets veranderen aan deze kernwaarden?

R: Aan deze vier, of aan het hele pakket?

I: Nee, aan deze vier. Zou u andere kernwaarden kiezen voor de perfecte bibliotheek dan voor de bibliotheek zoals 'ie nu is?

R: Nee, ik denk dat dit blijft staan.

I: Ja?

R: Ja.

I: Dus u bent heel tevreden?

R: Ja.

I: Dat is heel goed.

R: Ja, ik ben heel tevreden over deze bibliotheek.

I: Weet u ook wat de kernwaarden zijn van de bibliotheek? Want ze hebben er vier.

R: Van onze bibliotheek, de kernwaarden? Uhm... ja, ik denk dat als ik naar onze bibliotheek kijk dat "bereikbaarheid" wel gekozen zal worden, en dit, "prikkelend" en "motiverend", "vernieuwend", "verbindend en verdiepend". Zit ik er ver naast, of niet?

I: Nou, er is er één goed. Ze staan namelijk op deze dingen: de bibliotheek is dichtbij, betrouwbaar, alert, even kijken, we hadden "verbindend en verdiepend", "Alert", "Dichtbij" en "Betrouwbaar". U lijkt niet heel enthousiast.

R: Nee, ik vind... als je mij had gevraagd met dit als keuze, zeg maar, maar misschien denk ik er gewoon heel anders over dan andere mensen, dan vind ik hier een paar absoluut open deuren in zitten.

I: Ja.

R: Een bibliotheek die niet betrouwbaar is, daar ga ik sowieso niet heen... dat ze alert zijn, ja, daar ga ik dan ook maar van uit, dichtbij is handig maar dat hoeft eigenlijk niet meer, dat kan heel handig zijn... Dit vind ik erg belangrijk, dit vind ik heel erg belangrijk.

I: Ja. Motiverend, verbindend, prikkelend en verdiepend.

R: Ja.

I: Ja. En...

R: En vernieuwend misschien, maar... Maar, wat is dit voor mooi dingetje?

I: Oh, dat is een.. ik zal het even laten zien, daarmee kun je het toetsenbord en het scherm schoonmaken.

R: Zo hee, wat chique. Dat zijn twee echte nieuwe dingen van de bibliotheek. Vroeger had je een strijkijzer om de publicaties glad te strijken.

I: Oh, fantastisch. En vindt u deze kernwaarden passen bij een bibliotheek die digitaal wil zijn?

R: Ja, als je het vanuit die hoe vraagt, zo had ik er net niet naar gekeken, meer globaal, maar als je specifiek vraagt van een digitale bibliotheek, dan vind ik "dichtbij" dus niet belangrijk, "betrouwbaar" wel, want er wordt nogal wat heen en weer geschoven over het net, en daar hoort – bij dat betrouwbaar hoort impliciet dat ze alert zijn op van alles en nog wat, "verbindend" is dan ook heel belangrijk omdat de verregaande individualisering die optreedt bij de mensen die gebruik maken van de bibliotheek en dat is de hele populatie die op een universiteit zit, dat zijn allemaal individuen aan het worden, dat is heel erg

belangrijk. "Verdiepend", ja, dat vind ik weer een automatisme.

I: Ja.

R: Ja, dat... als het dat niet is.. daar heb je een bibliotheek voor, die is verdiepend.

I: Ja.

R: Want, kijk, wat hier aan boeken in de kast staat, dat is een soort hobbyselectie, en voor een student om eens een topic uit te bestuderen voor een tentamen, dat is zeker niet... als ik colleges maak dan kijk ik daar eens even, dat is misschien een startpunt, maar dan daarna duik je meteen de digitale wereld in en gebruik je je zoekmachine.

I: Ja.

R: Dat is mijn visie op die slogans. Of op die kernwaarden.

I: Op de kernwaarden. Dan zijn we wat mij betreft nu wel klaar met de kernwaarden.

R: Helemaal klaar mee.

I: Dan ga ik u wat anders laten zien en daar hoeven we niet zo heel erg lang op in te gaan, dat gaat om de eerste impressie: het gaat namelijk om de communicatie en de visuele uitingen van de bibliotheek hier, en daarvan heb ik een voorbeeld meegenomen, namelijk een poster die u misschien heeft zien hangen...

R: Ja, ik geloof dat 'ie online staat, he?

I: Ook, volgens mij ja. Ik heb 'm in ieder geval van online, dus... hij staat ook online, en ik wil u vragen om even te kijken naar de symbolische uitingen die hierop staan, dus de plaatjes en de typografie en de kleuren en zo, en dan daarna ga ik vragen over de inhoud van de poster.

R: Dus eerst de visuele aspecten van de poster.

I: Ja. Neemt u het even in u op, dan... Wat vindt u hiervan, in eerste instantie?

R: Vooral mijn eerste indruk is dat er redelijk veel op staat.

I: Ja.

R: Vrij drukke poster, zeg maar. De vraag is Search, Borrow and Work, uhm.. Ja, search en borrow zijn eigenlijk de klassieke eigenschappen van de bibliotheek, en "er werken", wat tegenwoordig kan in de bibliotheek, dat zou wat mij betreft eigenlijk meer nadruk moeten krijgen. Ja... e-books, literature, is mij... ik denk dat ik het Engels redelijk goed beheers, maar "compulsory literature", daarmee wordt bedoeld, denk ik, de verplichte literatuur voor studenten.

I: Ja. Volgens mij ook.

R: Ik weet niet of dat dan helemaal goed beschreven is. "Purchase of new books or journals"... dat snap ik ook niet zo goed. Onder "Search" staat Purchase of new books or journals, als het purchase al iets is dan zit het meer in het vakje "Borrow", dat betekent dat je iets nodig hebt en ik weet niet of je dat onder "Search" doet, maar goed. En "Borrow books, free of charge, free of.. borrow headphones", ja... "borrow a laptop"... Ik vind borrow a laptop meer onder work horen, dat hoort onder die hele E-omgeving die er is, en dat vind ik eigenlijk ook die headphones, dat dat free services zijn onder "Work". Maar goed, ik... Je kunt... he, het is "Borrow" en dan staat hier onder "for sale: markers, notepads and memory sticks" "Search need help" Nou dat zijn workshops [??] dat snap ik dan wel heel goed. Persoonlijke assistentie is ook heel plezierig, dat je mensen aan kunt spreken, en okee, dat kan ik wel... maar hier snap ik dus een paar dingen niet.. de logica niet van.

I: Nee.

R: Lockers.. ja, lockers with a socket, wat moet je met een locker without socket, zou ik zeggen.

I: Ja, volgens mij bedoelen ze daar dat je je apparaat daarin kunt opladen. Dat er een power-socket in zit.

R: Dan moeten ze dat opschrijven.

I: Althans dat idee heb ik hoor, want ik weet het ook niet precies.

R: Dit zijn wel interessante dingen het feit dat je iets mag drinken is ook wel heel chique voor een bibliotheek vroeger mocht dat absoluut niet, dan werd je er uitgeknald.. Ik zou hierbij - voor de studenten

zou ik er nog bij zetten, even in mijn woorden, niet dat dat op die poster moet komen te staan, “prepare your presentation”, want iedereen wordt tegenwoordig gevraagd om powerpoints te maken, of een poster-achtige setting die heel vaak in een powerpoint-format geprint wordt, en het is natuurlijk fantastisch dat je daar screens hebt en zo, en computers waarop je kunt zien waar je mee bezig bent, en dat je dat ook met meerdere mensen tegelijk kunt doen. Teamwork met een fluisteromgeving zeg maar, je mag daar eigenlijk rustig praten, dat is wel belangrijk denk ik. Maar misschien wordt dat ook wel in de introductieweken al uitgelegd dat dat de nieuwe opties, de nieuwe bibliotheek zijn, zoals die nu is. Het valt mij op als je, ik heb toevallig vanochtend een studente van het gymnasium hier, die doet wel eens zo een beetje interviews doen en zo, dus die wou mij interviewen maar ze had een verkeerde afspraak geboekt, ze was hier te vroeg, dus toen hadden we tijd over en heb ik haar even het lab laten zien, en de aquaria beneden, toen liepen we door de gang weer terug naar de hoofdingang, langs de bibliotheek, en als je dan vertelt hoe die bibliotheek dus in elkaar zit, dan is het zo “oh, hebben ze dan geen boeken meer?” Toen zei ik van nou, als je daar achterin kijkt zie je de bibliotheek van wiskunde, dat is typisch een discipline binnen de faculteit, waarin je absoluut niet zonder boeken kunt.

I: Ja.

R: En daar is dus nog een fors deel van het materiaal in boeken. Je ziet hoe het hier is, ik vind boeken hebben ook een warmte, een waarde, die zeggen iets over wie je bent en wat je doet, en geven sfeer aan de kamer, ik heb genoeg collega's met zo'n kaal kantoor. We hebben geen plant, zo min mogelijk poespas en vaak een enorme zoi op het bureau, dat werkt voor mij niet. Boeken en dingen die met studeren te maken hebben, die heb ik absoluut nodig om een goeie werkomgeving te maken. En dat is ook wel iets wat je kunt uitdragen vind ik, naar mensen, dat dat belangrijk is.

I: Ja.

R: Goh, en dat naar aanleiding van deze poster!

I: Precies! En ik wilde even terug naar de poster.

R: Wat vind ik verder van de poster... ik vind hem foeilelijk. Punt.

I: Okee. Dat mag. Vindt u dit passen bij het feit dat de bibliotheek digitaal wil overkomen? Dat mag zijn van iets dat op de poster staat tot het feit dat ze een poster ophangen met deze informatie.

R: Nou, ik denk dat je ondanks de redelijk goeie faciliteiten in deze faculteit, digitaal gezien, dat je met een poster een groter bereik krijgt. Je kunt hem op allerlei plaatsen hangen waar je geen televisies hebt hangen. Mind you, de bereikbaarheid van sites, online, dat is nog weer een heel ander verhaal natuurlijk: wie gaat waar kijken? Dus ik denk dat die papieren varianten moet je sowieso voorlopig houden. Dus wat dat betreft vind ik het heel goed, en hij valt ook wel op als poster, dus dat ik hem foeilelijk vind dat is... ik heb ook niet een alternatief, de beste stuurliu staan aan wal, dat is makkelijk gezegd. Kijk, dit is... dat rood met dat geel... ja, ik vind dat dat een gemiste kans is, dat zou een veel expressiever, ja noem het maar logo kunnen zijn dan dit. Dat is wel goed natuurlijk, op al onze powerpointslides overal moet je dit patroon terug laten komen. Maar dat is ook nog niet zo heel erg lang dat dat centraal gecoördineerd wordt. Dat vind ik prima, maar ik vind dat, dat onderdeel van die sites, daar zal ongetwijfeld nog een hele club slimme mensen op gezeten hebben. En het zal ook niet heel weinig gekost hebben, maar een hele boel, om het zover te krijgen. Ik blijf het een ramp vinden. Hier zie ik bijvoorbeeld, ik vind dat slordig, dat de tekst zeg maar in het logo doorloopt. Het is maar een klein dingetje, maar als ik een powerpoint maak of als ik een plaatje maak dan zijn dat dingen waar ik op let. En dat vind ik dus heel erg lelijk. Het is ook met al die powerpointslides die we hebben, je bent een heel blok van je presentatieruimte kwijt, waardoor... ja, waardoor het powerpointfenomeen zeg maar gelimiteerd wordt, tot op zekere hoogte, en al helemaal als het dan met iets is wat geen nut heeft. Dat gele streepje wat je in al die dingen ziet, aan de bovenkant, iedereen projecteert daar ook overheen. Want dan ben je aan het maken, op je computer, en dan denk je, nou, het is mooi geworden, dan kom je op een congres of in een grote ruimte waar je het projecteert en dan zie je dat die gele streep er dwars doorheen loopt, nou, dat vind ik foeilelijk.

I: Okee.

R: Dit is heel handig natuurlijk, zo'n fotografie, euh...

I: Zo'n QR-code.

R: Zo'n code, ja, Radboud University, "In dei nomine feliciter", dat is nu eenmaal het logo, dat is toch nog de link met vroeger, de Katholieke Universiteit Nijmegen.

I: Vind u niet dat de bibliotheek misschien een eigen logo moet hebben?

R: Ja, dat zou goed kunnen ja. Ik vind het, hoe heet het, het neon dingetje bovenop onze deur, daar heb ik indertijd heel hard op aangedrongen bij Gonny en Jeffco zat er volgens mij in die tijd, dat is bij de opening onthuld en dat zou ik terug laten komen in dit geval.

I: Okee.

R: Want iedereen weet dat hè? Je ziet het ook van een afstand, dat is echt, uhm, dat is niet omdat ik er zelf bij betrokken was, maar het is wel een eyecatcher. Van grote afstand, al zie je daar dat gele lampje branden, zodra je daar loopt ga je kijken, dan weet je het.

I: Ja. Dat klopt. Het is een mooi ding. Ik wilde het kort nog even hebben over het gedrag van de organisatie en de organisatiecultuur, en daarna zijn we klaar.

R: Okee.

I: Het gedrag van de organisatie, dat klinkt natuurlijk heel breed, maar u heeft natuurlijk in uw functie heel veel contact gehad op informeel maar ook op formeel niveau met de bibliotheek. Heeft u ook gebruik gemaakt van bijvoorbeeld Ask Your Librarian?

R: Voor wat?

I: Voor bijvoorbeeld een vraag over het zoeken van artikelen, of over iets wat niet te vinden was, of...

R: Nee. Nee, dat lossen we eigenlijk gewoon intern op. Iedereen weet wel... ik weet ook beslist niet alles hoor, van wat er allemaal mogelijk is, maar binnen mijn leerstoelgroep, ik heb staf, waarvan de een het veel beter weet dan de ander, en aanvullend hebben wij eigenlijk maar zelden dat we fysiek voor vragen naar beneden gaan.

I: Ask Your Librarian dat is een online functie.

R: Ja?

I: Die zit op de website, dan kunt u een vraag stellen.

R: Dat heb ik dus nog nooit gebruikt.

I: Nog nooit gebruikt. En u wist ook niet wat het was.

R: Dat is ernstig.

I: Nou, dat is niet ernstig, dat zegt iets.

R: Dat moet onder de aandacht gebracht...

I: Dat zegt iets.

R: ...meer onder de aandacht worden gebracht.

I: Okee. En, uhm... Ja, dan heeft de rest ook geen zin. Maar dat geeft niet, dat is helemaal niet erg. Ik wilde het ook nog even hebben over de organisatiecultuur.

R: Als ik toch nog even terug mag komen...

I: Ja, natuurlijk.

R: Dat het online is, ja, dat is handig natuurlijk, en zal misschien voor veel mensen een barrière slechten.

I: Ja.

R: Maar als ik vragen heb, ik ga gewoon naar beneden.

I: Want u heeft altijd prettig contact bij de balie? U wordt altijd wel...

R: Er zit altijd wel iemand die je verder helpt.

I: Okee.

R: Dus... ik snap dat het er is, en het is ook goed dat het er is, denk ik, maar in mijn specifieke geval, dat je

misschien denkt: “hoe kan dat nou, dat die kerel dat niet weet,” het komt eigenlijk niet in me op om online te gaan zoeken of ik iets aan iemand kan gaan vragen. Omdat ik er gewoon heenloop.

I: Okee. Dat is een hele goeie...

R: Sorry.

I: Nee, dat is helemaal niet erg, en een hele goeie reden. Over de organisatiecultuur: kent u de missie en de visie van de bibliotheek?

R: Nou, ik heb hem recent nog opgezocht. Is ‘ie recent nog veranderd?

I: Ja, hij is recentelijk... aangepast. Ik heb hem bij me natuurlijk.

R: Eens even kijken.

I: Ja, lees hem rustig door.

R: Ja... Ja, okee. Helder.

I: Vindt u deze missie en visie passen bij een bibliotheek die zich wil profileren als digitaal?

R: Ja, ik denk het wel ja.

I: Ja, komt dat voor u wel echt naar voren?

R: Nou ja, de visies die daar staan die zijn onlosmakelijk verbonden met het digitaal zijn van het geheel. Het kon misschien vroeger, in de tijd dat er duizend boeken waren of zo, kon dat anders maar tegenwoordig met de enorme voorraad materiaal die er is en met de enorme flux aan materiaal naar de repository toe en weet ik veel wat... het is impliciet, zeg maar.

I: Okee.

R: Je zou dingen hier, uit die visie zou je iets weg kunnen laten...

I: Wat zou je...

R: Of “men” zou iets weg kunnen laten... zonder dat dat nou direct veel schade aanbrengt, maar dit is redelijk het beeld zoals – in mijn perceptie – een bibliotheek anno 2010 en verder moet werken.

I: Okee.

R: En er zitten wel specifieke dingetjes in hoor, de scholing, ik ben daar zelf wel bij betrokken geweest, waarbij we heel expliciet gezegd hebben van “er komt een cursus aan in het eerste jaar, de studenten moeten hier academisch gaan studeren, en ze denken nog dat de bibliotheek een verzameling boeken is.” Dus vragen wij mensen van de bibliotheek over het algemeen van nou, dingen te verzorgen, dat is dat... scholing in zoekmachines, open access publishing, plagiaatcontrole, alles wat maar met schrijven en wetenschappelijke verslaglegging te maken heeft. Alle mores en ethiek die daarbij komt kijken, die zit geworteld in bibliotheek, in de bibliotheek en het draaien van die faciliteit, en dat is best wel behoorlijk ingewikkeld en daar denken mensen helemaal niet aan in eerste instantie. Maar dat is wel... dat moet je ze dus wel aanleren en ook duidelijk maken aan studenten. Bijvoorbeeld los van de moeilijke zaken als ethiek en plagiaat en alles wat daarmee te maken heeft, reproduceerbaarheid, het opslaan van en toegankelijk maken van gegevens, daar zijn wij met mijn afdeling ook heel erg bij betrokken geweest om het volledig in kaart te brengen met centraal hoe wij ook al onze onderzoeksgegevens, zeg maar, in repositories gaan zetten. En daar denken wij natuurlijk ook steeds tegelijkertijd van “kan de bibliotheek daar een rol in spelen, en wie gaat dat dan doen, is daar personeel voor, et cetera et cetera”, dat zijn dus allemaal dingen die, zeker jonge mensen, zeventien, achttien, die van de middelbare school komen... geen flauw idee. Geen flauw idee. En ik denk dat het wel belangrijk is, want op... ik heb in die transitie gezeten, hè? Van de klassieke bibliotheek naar de e-bibliotheek, zeg maar, waarbij de.. vooral de oudere garde zich heel erg zorgen maakt of de bibliotheek überhaupt wel zal blijven bestaan. En we hebben indertijd met en.. hoe heette ze toch... goed, we hebben toen een aantal mensen achter elkaar gehad centraal, en we hebben gekeken van ja, nee, maar wat gaat nu die nieuwe bibliotheek zijn, wat is de nieuwe functie van de bibliotheek. Nou, dat is helemaal niet zo moeilijk om daar een hele lijst functies te beschrijven en ook

langzaam maar zeker ingevoerd te krijgen. Je hebt alleen van het college van bestuur en de bibliothecaris... hoofd, zeg maar, van de bibliotheek, heb je een innovatieve houding nodig over het bibliotheekgebeuren. Er gaat natuurlijk een gigantische berg geld in om, en ook dat realiseren mensen zich vaak niet: hoe duur het is. Als je ziet hoe wij nog steeds in de greep zitten van Elsevier en andere grote uitgevers met de package deals en zo... ja, je krijgt iets op je tafel gesmeten waar de hele goegemeente drie keer per jaar in kijkt. Maar het zit wel in je pakket. En nou ja, jij weet daar waarschijnlijk nog wel meer van dan ik over wat voor onderhandelingen daar gaande zijn. Er is nationaal bedreigd van "we stoppen er integraal mee". Er zijn abonnementen opgezegd van hele belangrijke journals, gewoon omdat uitgevers... die melken je aan alle kanten uit.

I: Het is nu weer bijgedraaid trouwens, de uitgevers.

R: Ja, ze zullen wel moeten.

I: Ja, precies, dus nu zijn er een aantal weer beschikbaar in Nederland.

R: Ik weet dat er in Amerika, en een paar andere... Engeland, Amerika, Canada, daar zijn hele dramatische ingrepen gedaan richting de uitgevers en dan komen ze vanzelf wel een keer weer terug.

I: En terecht. Vind ik wel.

R: Het peer-review systeem, vooral ook de impact factors de definitie daarvan... dat is dodelijk volgens mij voor creativiteit omdat je... ja, ik denk dat je moet kijken naar scores, veel belangrijker. Tuurlijk moet het een beetje mooi eruit zien en zo goed mogelijk opgepoetst zijn, maar Nature en Science vind ik rampzalige tijdschriften om te lezen, om eerlijk te zijn. Supplementen datasets waardoor het onleesbaar wordt. En ik ben iemand, als ik iets wil lezen wil ik het van A tot Z begrijpen. Wat ik aan het begin zei, van ik wil weten waar de punten en de komma's staan omdat een komma heel belangrijk kan zijn en ja, als je zo leest wordt je heel erg afgeleid als je verwezen wordt naar dingen die je dan weer apart ergens op moet zoeken. Ondanks het feit dat het allemaal heel snel kan tegenwoordig, als het allemaal goed gaat dan is het okee, maar het is nog altijd storend vind ik.

I: Ja. Dat kan ik me goed voorstellen.

R: Nou, ja, dat is een beetje mijn visie op de bibliotheek anno 2016.

I: Uw visie op de visie.

R: Visie op de visie, ja.

I: Even kijken, dat hebben we al besproken, dat hebben we al besproken, dat hebben we al besproken...

Ja! Mist u nog een dienst die in de digitale bibliotheek zou moeten zijn?

R: Mis ik een dienst...

I: En dan specifiek voor de digitale bibliotheek.

R: Nou, je zou... een ding dat... ik weet niet of ik dat bij de bibliotheek echt onder zou willen brengen, maar... hulp bij allerlei submitatieformats. Als je wetenschappelijke artikelen in wil dienen... dat is toch wel een kunst apart aan het worden.

I: Ja.

R: Maar... ik vind het wel een verantwoordelijkheid van de onderzoeker die eerste auteur is om dat uit te werken. Want daar zit mogelijk wel een hele hoop. Net zo goed als dat systematic reviews, dat kan gewoon heel handig zijn en het kan heel veel werk uit handen nemen, en met specialisten binnen de bibliotheek die dat digitaal kunnen aanpakken... Ja, dat wordt wel een hele mooie faciliteit, als dat er is.

I: Okee.

R: In de onderwijscontext zijn er natuurlijk heel veel dingen... Ik ben lid van de American Physiological Society, dat is een hele grote organisatie van fysiologisch onderzoekers, zeg maar, die hebben aparte onderwijssecties en onderwijsactiviteiten op die congressen, daar zie je heel veel dat bibliotheken betrokken worden bij het organiseren van congressen waarin expliciete aandacht is op onderwijszaken en een betrokkenheid van de bibliotheek, en dat is iets wat ik in Nederland nog nauwelijks ken. Omdat altijd

Nederland achter Amerika aanloopt zal dat wel gaan komen dus misschien moet men daar eens naar gaan kijken.

I: Daar zou Nijmegen in voorop kunnen lopen?

R: Ja, en je zou ook zo'n Library of Science zoals wij hebben, zo kan ik me ook voor andere disciplines voorstellen, zou je ook e-practica – he, want wij ontwikkelen zelf elektronische practica – ik kan me voorstellen dat daar ook een taak voor een bibliotheek kan liggen, al was het maar, om een voorbeeld te geven, wij hebben voor het eerste jaars cel, en weefsels, basisweefsels hebben wij onderwijsmodules, versatest heet dat, waarbij we een soort Earth-inzoomfunctie hebben, een Google Earth inzoomfunctie, dat je, ja, je begint met een hand en je eindigt met de kern van een cel in die hand, en je gaat daar helemaal doorheen, ik kan me voorstellen dat je dat, en we doen dat al voor een deel hoor, met Groningen en andere geïnteresseerden, dat je daar vanuit meerdere hoeken aan werkt, en digitaal kan dat, en dat je dat ook integraal beschikbaar maakt en dat dat dus een onderdeel wordt van je bibliotheek, omdat wij de studenten ook uitsturen vanuit de cursus, fysiek uitsturen van “nu heb je zelfstudieuren en nu ga je dat onderdeel bewaken”, en dat doen wij dan in de bibliotheek. En ik kan me voorstellen dat... wij implementeren die vorm van onderwijs meer en meer, en we noemen dat “flipping the classroom”, dat heb ik als directeur ingevoerd hier, waarbij we dus de moderne student zelf eerst aan het werk zetten voordat ze op academisch niveau colleges krijgen. Maar dat aan het werk zetten betekent dat er werkmodules moeten zijn, en ik kan me voorstellen dat een... voor een aantal verplichte vakken, als het curriculair vast ligt, dat je zegt van, nou, daar zijn modules online beschikbaar, dat die beheerd worden door de bibliotheek.

I: Ja. Goeie tips.

R: Ik heb altijd tips voor de bibliotheek.

I: Ja, maar dat is leuk om te horen, wat iedereen aanbrengt.

R: Ja.

I: Wilt u nog iets toevoegen aan dit gesprek?

R: Ik vond het heel plezierig.

I: Ja?

R: Ja, leuk.

I: Bedankt.

R: Ik ben wel nieuwsgierig wat je er van gaat bakken.

Respondent 4

I: We gaan zo meteen een aantal opdrachten doen. Ik ga je nu een aantal kaartjes voorleggen, en ik wil graag dat je uit die kaartjes een aantal kernwaarden kiest die van toepassing zijn op de bibliotheek zoals jij hem kent, vier stuks.

R: Okee.

I: Neem er de tijd voor, denk vooral hardop. En ze zijn allemaal vrij generiek dus zeg ook vooral wat het voor jou betekent.

R: Dat zijn best veel kaartjes.

I: Het zijn er twintig.

R: Okee, ehm.. Ja wat ik van de bieb vind. De eerste die er voor mij uit sprong was voor mij bereikbaar en benaderbaar maar dat is een beetje omdat ik dichtbij woon. Of ja. Ik denk dat het misschien met benaderbaar meer doelt op de mensen die daar zitten zeg maar.

I: Als dat het voor jou betekent dan is dat goed.

R: Ja. Okee. Even allemaal doorlezen.

I: Je mag ze allemaal pakken hoor en voor je neerleggen enzo.

R: Okee. Ehm... Ik zal wel eerst even de dingen die er voor mij uitspringen, dan kan ik de rest alvast een beetje weghalen. Ehm.. Benaderbaar, veelzijdig, even kijken, dichtbij maar dat is eigenlijk niet heel relevant omdat het in de medische faculteit zit. Als je even wil studeren dan kan je wel studeren.

I: Dat kan heel relevant zijn.

R: Ja. Wat betekent disruptief?

I: Disruptief betekent dat ze zo ver ontwikkeld zijn dat ze iets verstoren zeg maar.

R: Oh nee dat zijn ze niet. Even kijken. Digitaal dan, bereikbaar, en kwaliteit en kwantiteit. Even kijken hoor. Hmm... Ik denk dat ik nu de meeste wel heb, waar ik wel een gevoel bij heb met de bibliotheek. Daar zal best wel nog naar terug want nu zijn er zes.

I: Ja precies, welke twee zou je wegdoen?

R: Ehm.. Even kijken hoor. Ik denk dan toch benaderbaar omdat dat voor mij toch een beetje hetzelfde betekent als bereikbaar. Ehm.. En bereikbaar en dichtbij is ook wel weer hetzelfde voor mij.

I: Okee, dus dan kies je bereikbaar boven dichtbij.

R: Ja ze zijn hetzelfde. Dan zijn het er nog vier.

I: Okee dus veelzijdig, digitaal, bereikbaar en kwaliteit en kwantiteit. En wat betekent die laatste eigenlijk voor jou?

R: Eh.. kwaliteit en kwantiteit heeft vooral omdat je er heel veel kan doen, je kunt naar de pc's, en je kunt er ook een hokje huren. Ja ik heb het nu dan over de medische bibliotheek. Ehm.. Dus je kan zo'n hokje huren waar je dan met zes personen kan zitten en dan heb je één pc erbij dus dan kan je lekker overleggen en in de bibliotheek dus ook nog praten. Eh.. dus dat is wel heel fijn. Ehm.. Ja zo valt het ook wel weer een beetje onder veelzijdig. Dat je er gewoon heel veel kunt doen. En de faciliteiten die ze hebben zijn voor mij wel voldoende. Dus de pc's zijn ook allemaal goed up to date en je kunt er gewoon alles mee doen wat je wil doen. En dingen die er.. soms heb je in de bibliotheek meer faciliteiten dan je zelf thuis hebt. Dus dat is altijd wel fijn dat je eh.. ja. Dat je daar dan gewoon heen kan als je het thuis niet helemaal op kunt lossen. Ja. En in de bibliotheek zijn ook de bibliothecarissen en die kunnen je ook altijd helpen als je iets niet kan vinden of niet.. Of een artikel dat wat moeilijker is. Dat is altijd wel fijn. En bereikbaarheid is vooral dat dichtbij is. Digitaal, eh is dat je er ook thuis ook heel snel naar het medische vakgebied boeken kun je kijken, e-books tegenwoordig wat ook wel heel handig is. En ook eh.. dat je bij artikelen kan komen, dat is ook een facilititeit van de medische bibliotheek. En veelzijdigheid heb ik eigenlijk al een beetje genoemd.

I: Dankjewel! En wat als je deze kernwaarden nou zou kunnen veranderen naar de kernwaarden die passen bij jouw perfecte bibliotheek, zou je dan nog iets aanpassen aan de vier kernwaarden die je hier

hebt liggen?

R: Ehm... Even kijken. Mis ik iets in de bibliotheek.. Hmm.. Ja misschien dat ze toch. Misschien toch iets prikkelender en motiverender, dat je iets meer wordt aangetrokken door de bibliotheek. Nu is het echt een plaats waar ik vaak heen ga met een groepje, om in zo'n ruimte te werken, maar ik pak niet zo vaak de pc's zelf daar. Dan pak ik liever mijn tablet en ga ik op het studieplein zitten. En het projectenplein heb je dan ook nog tegenwoordig. Ja, omdat je dan ook zelf kan werken. En ik heb het niet nodig dat alles om me heen stel is om te werken, dus dan pak ik dit liever omdat dat nog dichterbij is.

I: Dat snap ik.

R: Ja.

I: En voor welke van de vier zou je dat dan ruilen?

R: Hmm... Ik denk misschien wel voor bereikbaarheid. Dat is een beetje stom misschien. Als je dat, de UB bijvoorbeeld, ja. Dan zou ik eerder naar de UB gaan, als dat wat meer prikkelt.

I: Okee. Dat zou echt voor jou een motivatie zijn om naar een andere locatie te gaan?

R: Ik denk het wel. Ja. Alleen ik weet natuurlijk, omdat deze bibliotheek dan heb je alle medische dingen allemaal al bij de hand enzo, bij de UB is dat wat minder specifiek allemaal. Dus dan heb ik het gevoel dat ik hier wat meer aan heb, aan de medische bibliotheek. Als ze bij de UB iets meer medische dingen zouden hebben en iets meer medische specialisten dan zou ik daar sneller heen gaan.

I: Okee, dankjewel. En ken je de vier kernwaarden van de bibliotheek?

R: Nee.. Om eerlijk te zijn niet.

I: Die zijn er. Dat is dichtbij, betrouwbaar, alert, verbindend en verdiepend.

R: Hmmhmm..

I: En vind je dat passen bij de bibliotheek? Wat roept dat bij je op?

R: Hmm... Dichtbij, betrouwbaar wel. Maar dat is gewoon, omdat het is heel makkelijk toegankelijk. Je kunt eigenlijk overal wel komen. Je kunt er altijd wel gaan zitten. Alert, dat weet ik niet zo goed wat ze daarmee willen. Even denken. Ja alert zou voor mij misschien meer betekenen dat, dat ze tegen de mensen die er zijn ofzo, dat ze er alles aan willen doen dat jij je goed gedraagt ofzo?

I: Een fijne studietijd hebt..

R: Ja zoiets. Ehm.. Verbindend zou voor mij dan betekenen dat je er met meerdere studenten kan zitten of dat je meer verbinding krijgt met je studie. En verdiepend dat je zelf kunt zoeken en dat je zelf in de boeken kunt gaan. Wat meer studiegericht ook.

I: Ja.

R: Grappig, ik wist helemaal niet dat die er waren.

I: Okee, ik heb nog twee opdrachten voor je en nog wat algemene vragen.

R: Ojah, leuk.

I: Ik heb nu een poster voor je. Die poster hangt in de Library of Science, maar het gaat niet zozeer om de Library of Science maar meer om de communicatie van de bibliotheek. En ik wil eerst vragen of je eerst even naar de symboliek wil kijken. Dat is dus bijvoorbeeld het lettertype, de plaatjes, de kleuren. En nog niet naar de inhoud. En wat vind je er dan van?

R: Hmm... Ze geven me wel al veel informatie. Je wordt gelijk getrokken naar search, borrow en work. Dus je weet wel meteen van 'oh, dit is wat je er kunt doen'. En de plaatjes erbij die symboleren dat. Dus dat is wel aantrekkelijk, anders is het alleen maar tekst die op een poster staat en dat is natuurlijk niet heel uitnodigend. Het lettertype is leesbaar, de kleuren zijn rustig, die plaatjes zijn denk ik het belangrijkste. Ze zijn wel leuk.

I: Zou je er iets aan veranderen?

R: Hmm... Ik zou dit wat meer naar beneden doen.

I: Dat Library of Science.

R: Ja. Maar verder, ik denk het niet, ik vind drie kolommen wel prima. Dus ik kan dat niet echt eh.. Verder vind ik hem wel prima.

I: Okee, en qua inhoud?

R: Ik moet het even lezen.

I: Je hoeft het niet intensief te lezen hoor.

R: Ah nee okee. Nou. Het viel me trouwens wel op van 'oh het is in het Engels' maar toen dacht ik 'oh dat is wel logisch want je we hebben natuurlijk ook veel internationale studenten ook'.

I: Ja.

R: Hmm.. EH.. Nou qua inhoud van het ding weet je al wel. Dit kun je er allemaal doen. Mag ik er commentaar op geven ook?

I: Ja, jaja.

R: Okee eh..

I: Ja je mag er alles over zeggen, en je mag ook zeggen wat je anders zou doen.

R: Ja, okee want ik zit even te denken want de meeste dingen spreken wel.. voor zich. Links zou ik misschien nog wat meer inkorten ofzo. Wat meer dat je wat meer woorden zou doen. Dat kan ook niet he. Oh, dit heel iets anders, dat was me nog niet opgevallen. Dan zou ik dit misschien ook wat meer naar onderen doen. Want nou lijkt het alsof het hierbij hoort.

I: Ja.

R: Maar maakt niet uit.

I: En vind je deze poster nou heel digitaal overkomen? Zeg maar, zegt dit 'digitale bibliotheek'?

R: Hmmm.. Ja ik denk wel, als je dit zo op een website zou hebben. Doel je daar op?

I: Ja nou niet specifiek. Gewoon, als je langs deze poster zou lopen, zou je dan denken 'dit is wel een digitale bibliotheek'.

R: Oh zo! Jaaaaa, ja. Ja.

I: Okee. En zou je de QR-code die onderin staat gebruiken?

R: Hmm.. Ik ben zelf niet zo van de QR-codes. Elke keer denk ik 'oh, leuke QR-code' maar dan onthou ik liever de naam en dan google ik het.

I: En dan zoek je het op op je telefoon.

R: Ja zoiets.

I: Okee, hmm, dat was de poster.

I: Ehm.. Heb je wel eens contact gehad met medewerkers van de bibliotheek?

R: Hmm.. Van de UB niet.

I: Nee gewoon van de bibliotheek, dus dat mag ook hier bij de medische zijn.

R: ja, ja dat komt natuurlijk omdat ik bij peerpoint werk. Sindsdien heb ik wel wat meer contact daar. Ik heb wel eens daar aan de balie gevraagd van over boeken of op zoek naar artikelen. In het begin van mijn studie ja, kreeg ik een soort van rondleiding in de bibliotheek. Toen heb ik er ook wel contact mee gehad. Ja en beneden bij de pc's daar vraag ik natuurlijk altijd of ik een hokje mag huren, dus daar heb ik dan wel contact mee. Ook als er iets mis gaat met de pc's of met de printer. Dat is meer praktische dingen.

I: Ja. En maak je ook gebruik van Ask Your Librarian?

R: Hmm... Nee. Nee.

I: Waarom niet?

R: Ja ik klik er wel op, alleen dan denk ik 'ja'. En dan houdt het op. Nee ik gebruik eigenlijk niet.

I: Is het makkelijker om naar de balie te lopen?

R: Hmm.. Ja ik denk het wel. Ja. Omdat je dan toch direct het antwoord weet, of dat het probleem dan toch eigenlijk niet zo groot was en dat je het intussen zelf hebt opgelost.

I: En als je dan naar de balie ging om iets te vragen over artikelen, liet de medewerker je dan op een

scherm zien van 'ik heb het zo gezocht, en zo gevonden'?

R: Oh nee ik bedoelde, je hebt daar allemaal enorme kasten met artikelen erin. En boeken ook. En meestal lopen ze dan even mee.

I: Oh okee, maar ze gaven geen online optie.

R: Nee, maar het is ook al een tijdje geleden hoor, moet ik zeggen. Ja. Van de laatste tijd vooral heel digitaal geworden.

I: Oh ja, ja dat is goed. En vond je het contact verder prettig?

R: Ja. Ja de mensen zijn altijd heel open en ze staan altijd voor je klaar. Ze vragen ook wel door. Van eh.. Kunnen we je ook ergens anders mee helpen. Dat is wel heel fijn, ja.

I: En zou je nog iets veranderen aan het contact dat je hebt? Of aan de manieren waarop je contact kunt hebben?

R: Hmm.. Nee ik denk het niet. Maar misschien dat het wel wat duidelijker kan worden wat ze allemaal te bieden hebben. Want nou is het, net als ik wat ik zei, je gaat er vooral heen om een boek te vinden. Ja.

I: Ja. En stel, op de website van de UB kan je chatten met één van de medewerkers, of vragen stellen, zou je dat dan doen?

R: Hmm.. Ik wist niet dat het bestond, maar het kan wel handig zijn.

I: Het bestaat niet.

R: Okee, ik had het ook niet verwacht. Ik denk het wel, want dan kun je ook vanuit huis vragen stellen. Soms loop ik vast en dan ja, dan laat ik het vervolgens zitten omdat ik vaak wel veel meer artikelen heb. Maar als je er in de chatbox naar kan vragen dan kun je het misschien toch wel vinden ja. Wat makkelijker.

I: Okee, dan ga ik het nu hebben over de organisatiecultuur. Ken je de missie en de visie van de bibliotheek?

R: Nee, die weet ik niet.

I: Ik heb hem mee. Ik wil je vragen om hem even rustig te lezen en mij daarna te vertellen of je het vindt passen bij de bibliotheek en of je er iets aan toe zou willen voegen.

R: Okee.. Ehm.. Ja wat vind ik ervan? Ik vind het allemaal kloppen. Ik wist niet, ja, met bestuurders. Wat ze daarmee bedoelen. Is er een overkoepelend iets dan? Wat over eh ja. Wat over de bibliotheek gaat denk ik dan?

I: Nou er is een directrice van de bibliotheek, en die bespreekt dingen met het universiteitsbestuur.

R: Oh ja, ja. Ja.. of dat er ook iets mist..

I: Oh maar als je het niet weet, dan weet je het niet hoor. Je hoeft niet per se iets aan te passen.

R: Nou ja, ik vind het eigenlijk allemaal wel kloppen ja. Nog even de missie doorlezen. Hmm... Ja. Ik denk wel dat ze dat doen.

I: Okee, en vind je dit passen bij een digitale bibliotheek?

R: Hmm.. Ja. Ja ik denk het wel. Ik zag hier inderdaad van interactieve dienstverlening, zodat je er gewoon altijd bij kan. Dus dan kan je ervan uit huis ook altijd bij. Het enige dat je dan niet hebt is dat je eh snel een vraag kan stellen. Of iets kan vinden of als er iets fout gaat.

I: Okee.

R: Ja.

I: Dankjewel.

I: Dat is altijd lastig, zulke dingen. Dan heb ik nog wat algemene vragen voor je over de digitale bibliotheek. Zou je de bibliotheek omschrijven als een digitale of een traditionele bibliotheek?

R: Hmmm.. Ik denk meer als een traditionele wel. Ja.

I: Waarom?

R: Waarom? Ja vooral omdat je er echt heen kan om zelf te gaan studeren en zelf dingen te vinden. Voor

mij is een digitale bibliotheek meer dat je gebruik kunt maken van PubMed, en al dat soort dingen. Dus dat je alles thuis kunt doen maar verder niet. Voor mij is een traditionele bibliotheek dat je een ruimte hebt waar je rustig kan werken. In groepjes.

I: Okee, ja. Okee en wat is een, je hebt al een beetje uitgewijd over wat een digitale bibliotheek voor jou is, dingen als PubMed enzo. En welke diensten levert dat nog meer, zo'n digitale bibliotheek?

R: Hmm.. Even denken. Ehm.. Ja dat je ook online boeken kan bestellen maar dat doe ik, kan lenen, kan aanvragen, dat doe ik eigenlijk nooit. Ik ga er dan gewoon heen, dan toch weer traditioneel. Hmm.. Ja verder maak ik er niet zo heel veel gebruik van denk ik.

I: Het is meer wat jij er, wat het volgens jou inhoudt.

R: Ja ja, voor mij is dat het eigenlijk. Dat je boeken kunt aanvragen en artikelen kunt zoeken.

I: En eh, dat zijn alle diensten die een digitale bibliotheek zou moeten aanbieden zouden ze nog andere dingen moeten aanbieden?

R: Hmm... Goeie. Ja ik weet dat ze bijvoorbeeld ook allemaal workshops enzo aanbieden. Ja, misschien dat dat wat meer in beeld zou kunnen komen zodat je er wat meer toe aangetrokken wordt. Dat, nu moet je er wel echt naar zoeken voordat je iets kunt vinden.

I: Ja.

R: Dus dat is altijd wel fijn. Ja en ik weet bij de medische bibliotheek heb je nu ook soms van die Lipguides, en al dat soort dingen, dus dat vind ik wel handig. Daar wil ik wel een keer gebruik van maken. En soms is het wel handig om eventjes terug te kijken van 'hoe zit dat nou eigenlijk met zoeken'. Ik weet niet of dat er voor de UB ook is. Ja. Dus dat zijn ook wel handigere dingen die tegenwoordig ook een rol spelen, denk ik. Ja.

I: Ja dankjewel. En dankjewel voor dit interview.

R: Graag gedaan!

Respondent 5

de recorder viel de eerste vijf minuten van het gesprek uit. De interviewer geeft zodra de band weer loopt een samenvatting

I: Okee, ik zal het even kort samenvatten. De vier kernwaarden die je hebt gekozen zijn digitaal, bereikbaar, betrouwbaar en dichtbij. Je zou er niks aan veranderen. En van de kernwaarden die de bibliotheek heeft vind je ze redelijk aansluiten behalve alert. Die kan je niet echt plaatsen want je vindt ze juist passief. En verbindend en verdiepend heeft voornamelijk toepassing op de cursus die je een jaar geleden hebt gevolgd.

R: Ja.

I: Nou dat waren de kernwaarden. Ik heb nu, ik heb nog een opdracht. Die gaat over de visuele uitingen van de bibliotheek. En dat is een poster in dit geval. En het gaat niet over de poster op zich maar meer over hoe de bibliotheek communiceert.

R: Ja.

I: En ik wil het graag hebben over hoe het er uit ziet, dus het uiterlijk, en over de tekst die er op staat. Ehm.. Als je zo kijkt naar de typografie en de kleuren en de afbeeldingen, wat zegt dit dan.

R: Dit is heel herkenbaar als Radboud *wijst op het logo van de Universiteit* eh en daarboven is niet herkenbaar. Maar het lijkt wel alsof er iemand over nagedacht heeft, want er staat een drie van die dingetjes. Dat zal wel de dingen van de bibliotheek zijn dan. Eh.. Dat is meer over de layout. Er staan van die gezellige tekeningetjes bij, dat vind ik wel leuk. En de inhoud.. Search.. Oh dit zijn de services denk ik, die de bieb verleent. Waarom moet dit op een poster?

I: Het is een informatieposter die hangt in de Library of Science.

R: Okee. Dus.

I: Ik denk dat het een overzicht is van de diensten die ze verlenen.

R: Ja.

I: En schreeuwt dit nou 'digitale bibliotheek' naar jou?

R: Schreeuwt dit digitale bibliotheek naar mij? Nou er staat een laptop op en zo'n vergrootglasje, en zo'n wifiteken. Dus dat schreeuwt dan wel weer digitaal.

I: Okee, en eh, zo'n QR-code, zou je die gebruiken?

R: Nee. Nee maar ik ben ook uit '84 dus ik ben waarschijnlijk, ik loop nog een beetje achter die QR-codes aan.

I: Nee hoor.

R: Nee, niemand gebruikt dit.

I: Dat moet nog komen volgens de kenners.

R: Oh okee. Volgens mij is het al vijf jaar toch?

I: Ja volgens mij ook, maar ja. Ik kom ook uit de jaren 80.

R: Tjah, dan is het vast niet voor ons bestemd.

I: Okee, dat was de poster. Ik wilde het kort even hebben over het gedrag van de organisatie. Dat klinkt heel breed maar dat valt mee. Heb je contact gehad met iemand in de bibliotheek onlangs?

R: Ik heb nog wel eens Ask the Librarian gemailld.

I: Ja?

R: Ja.

I: En beviel dat?

R: Ehm... Ik vond, wij zijn gewend aan snel antwoord. Dat wil zeggen meestal binnen een uur of drie, en niet binnen een dag of drie. Soms ben je een review aan het schrijven en dan heb je net even een artikel

nodig en dat komt dan na drie dagen en dan ben je alweer een beetje uit die materie die je gebruikt hebt.

I: Ja.

R: Dus dat vond ik een beetje langzaam.

I: Ja dat snap ik. Waren ze vriendelijk?

R: Eh ja, ja het is via e-mail dus dat kan je niet echt beoordelen.

I: Ja. En gaven ze je dan gewoon het artikel of legden ze ook uit van 'dit en dit is er misgegaan, volgens mij kun je het zo vinden'.

R: Eh, nee. Het was dan gewoon een kopie maken ofzo iets. Ze moesten even een kopietje maken en klaarleggen.

I: Okee. Dus qua verbetering zou je zeggen, sneller reageren.

R: Eh ja. Of een instructie misschien op de website over hoe je eh, snel zelf kan zoeken.

I: Dus wat meer eh, een compacte samenvatting van zo kan je het snel zelf vinden.

R: Ja.

I: En zou iets van een chatfunctie iets zijn? Chat your Librarian?

R: Ja! Ja. Dat zou een hele goeie zijn.

I: Okee, dan gaan we het nu hebben over de organisatiecultuur. Dat wil zeggen, hoe de Universiteitsbibliotheek zichzelf ziet. Ken je de visie en de missie van de bieb?

R: Nee.

I: Dat geeft niet, ik heb hem meegenomen namelijk, lees hem rustig door. Ik wil graag twee dingen van je weten na het lezen; vind je het passen bij de organisatie en vind je het passen bij een digitale bibliotheek?

R: Bij de Radboud Universiteit als organisatie? Want ik zit natuurlijk hier he *het Radboud UMC* dus dat is net weer wat anders dan daar he.

I: Nou ja, de bibliotheken vallen allemaal gewoon onder de Universiteitbibliotheek. Dus alles wat je gebruikt, zoals bijvoorbeeld PubMed en Ask your Librarian hier, dat geldt net zo goed voor..

R: Nee maar ik heb niet zo'n goed beeld van de Radboud Universiteit als organisatie.

I: Het gaat over de bibliotheek. Dit is de missie en de visie van de bibliotheek.

R: Tjah.. Hier heeft iemand goed over nagedacht. Eh.. Ik kan niet zeggen dat ik iets mis of dat ik zeg van 'dit zie ik niet zo' of, eh.. Er staat 'door uitbreiding van het aanbod en digitale bronnen'. Ja uitbreiding is natuurlijk altijd goed.

I: Dus het past wel in het beeld van een digitale bibliotheek?

R: Ja. Ja nou wel zorgen voor een passende omgeving waarin mensen daar gebruik van kunnen maken.

I: Ja. En hoe zie je dat dan voor je? Een locatie echt specifiek of bijvoorbeeld een website?

R: Eh nee ik bedoel hier bedoel ik meer echt de locatie.

I: Okee, dat was de missie en de visie. Zou je er zelf nog iets aan toe willen voegen?

R: Pffff...

I: Het hoeft niet, het mag wel.

R: Nee, dat, nee. Dat is te moeilijk.

I: Okee, ja dan heb ik nog wat korte vragen over de digitale bibliotheek en dan zijn we er. Zou je de bibliotheek omschrijven als digitaal of als traditioneel nog?

R: Hmm.. Daarvoor ben ik er denk ik te lang niet geweest. Ik heb laatst wel gezien dat alle boeken weg waren volgens mij, bij onze bieb. Dus ik denk dat het wel een redelijke digitale bibliotheek is. Ja.

I: Okee. En zijn er nog diensten die een digitale bibliotheek volgens jou moet hebben die de Universiteitsbibliotheek nog niet heeft?

R: Ja misschien dat die cursussen, EndNote enzo, dat daar, dat die, ook interactief via e-learning zouden kunnen? Zoiets? Ja en behoefte aan andere dingen die online zouden kunnen. Dus bijvoorbeeld het archiveren en het inhoudelijk zoeken. Zoiets.

I: Dat zijn hele goede tips. Mis je verder nog een dienst van de bibliotheek in je dagelijkse werkzaamheden?

R: Koffie halen?

I: Hahaha.

R: Ehm.. in mijn dagelijkse werkzaamheden.. Nee.

I: Okee. Heb je nog tips of feedback voor de bibliotheek?

R: Ehm.. Ja ik denk voornamelijk de snelheid van het reageren. Wat dat betreft.

I: Okee, die neem ik mee. Wil je verder nog iets toevoegen aan dit gesprek?

R: Nee.

I: Dan wil je bedanken voor dit interview.

R: Ik vond het leuk, geen probleem.

Respondent 6

I: Inderdaad, okee. Ik heb een opdracht voor je. Ik heb hier 20 kaartjes met kernwaarden. Ik zal ze je geven. En kijk er rustig naar en kies ervan, vier waarden die jij vindt passen bij de bibliotheek.

R: Okee. Die daarbij passen of die daarbij horen te passen?

I: Die erbij passen, die jij vindt dat erbij passen.

R: Okee.

I: Maar inderdaad, goede opmerking.

R: Ik pak er een paar en dan kijken we wel of het er vier worden. De bibliotheek is enigszins vernieuwend maar dat zeg ik alleen omdat ik hier ooit gewerkt heb en anders had ik dat misschien niet geweten.

I: Dus alleen omdat je het weet als ex-medewerker?

R: Ja, dus. Euhm. Even zien. Ze zijn wel behulpzaam en hebben heel veel informatie. Actueel, niet echt. Daar heb ik niet zoveel mee. Betrouwbaar, op zich wel maar het springt er niet echt uit. Conventioneel lijkt een beetje op traditioneel. Vernieuwend past het best. Zelfverzekerd is meer een persoonlijke eigenschap. Innovatief, een beetje. Prikkelend, niet echt. Het is een goede werkomgeving. Disruptief, nee juist niet. Digitaal, ja, beetje.

I: Een beetje digitaal?

R: Ja ze hebben wel digitale dingen maar ik gebruik voornamelijk de niet-digitale dingen. En bereikbaar, ja, het is dichtbij. Veelzijdig, ze hebben wel verschillende diensten maar ik gebruik er niet het merendeel van volgens mij. Ehm.. Dus ik denk... Er zijn er wel veel van toepassing maar niet per se nuttig. Dichtbij is meer omdat ik in de buurt woon en hier heel veel ben. Hmmm.. Deze is goed.. Hmm... Laten we deze vier maar doen.

I: Deze vier?

R: Ja deze vier.

I: Okee, dus jij zegt dat de bibliotheek **bereikbaar, behulpzaam, open en transparant, en innovatief** is. En bereikbaar is puur omdat je hier dichtbij woont?

R: Het is ook gewoon het gebouw enzo, het zit echt in het midden van het gebouw en iedereen komt hierlangs.

I: dus je zit midden in de loop?

R: Ja het is niet te missen, het zit in de meest bezochte vleugel.

I: En behulpzaam?

R: Ja, ze helpen altijd wel als je ergens hulp bij nodig hebt. Dus in ieder geval, iedereen bij de balie is altijd heel vriendelijk. Ze komen je in ieder geval altijd helpen en als ze het zelf niet weten bellen ze iemand die je wel kan helpen. Ze willen altijd graag helpen, ik denk dat dat het is.

I: Daar ga ik je zo nog wat dingen over vragen, dus goed dat we het er al even over hebben. Open en transparant, waarom zijn ze open en transparant?

R: Je kunt gewoon bij iedereen binnenlopen, bijvoorbeeld bij Gonny. Je kunt gewoon binnenlopen en dan vraag ik hoe het ervoor staat en dan vertelt ze wat er gaande is en wat er gaat gebeuren. En overal hangen nu posters, omdat de regels zijn veranderd. De workshops komen eraan, en deze nieuwe Open Access dingen zijn er. Dus wat dat betreft..

I: Oh ja, logisch. En innovatief?

R: Euhm. Af en toe doen ze enquêtes van 'dit is zijn onze sites en wat wil je daarmee doen' en printstelsysteem is vernieuwd. De hele bibliotheek is een paar jaar geleden verbouwd, en het is Open Access enzo. Ze proberen wel met hun tijd mee te gaan en dat lukt ze ook wel vind ik.

I: Oh wat goed.

I: En ken je de vier kernwaarden van de bibliotheek? Want we hebben er vier.

R: De officiële? Nee, dat zou me ook niet zo interesseren.

I: Wil je ze nu weten?

R: Ja hoor is goed, ik ben ze denk ik wel morgen weer vergeten.

I: Is goed. De officiële kernwaarden zijn dichtbij, betrouwbaar, alert, verbindend en verdiepend.

R: Okee. Alert. Ik weet niet wat ik me daarbij moet voorstellen.

I: Volgens mij gaat het om dat ze signaleren wat er in het werkveld gebeurt.

R: Okee, het klinkt voor mij meer als een persoonlijkheidskenmerk.

I: Ja, het is ook maar hoe je het zelf invult. Ik laat ze nog even liggen maar ik maak even wat ruimte op de tafel.

I: En ik heb iets anders voor je. Een poster die je waarschijnlijk ook wel kent. En daar heb ik wat vragen over. En mijn vraag klinkt vrij breed maar als je wat hulp nodig hebt om het wat tastbaarder te maken dan moet je het maar zeggen. Ik heb wat punten waar je bijvoorbeeld iets over kunt zeggen. Want euh, ik ga je vragen wat je vindt van de symbolische uitingen van de Universiteitsbibliotheekposter. Dus bijvoorbeeld de kleuren, en het logo, en de typografie, dus het lettertype, en de bladspiegel enzo. Wat vind je hiervan? En als je denkt, ik weet het niet zo goed kun je ook gebruik maken van die kernwaarden.

R: Euhm.. Ja, de kleuren en het logo zijn wel officieel van de universiteit dus die zou ik wel herkennen.

Heel goed. Maar nog steeds denk je dan wel, de naam is inmiddels wel bekend. De website erop zetten is wel handig. Het is ook altijd handig om ongeveer drie dingetjes bovenaan de pagina te zetten. Ik maak zelf websites dus ik heb daar een beetje een idee over. Drie of vier dingetjes met grote woorden bovenaan.

I: Dus dit zou digitaal ook handig zijn?

R: Ja, maar ja, ook gewoon voor als mensen iets zien waar ze niet per se heel gemotiveerd van zijn om ernaar te kijken moet je proberen om een beetje aandacht te krijgen met je ontwerp. Symbooltjes heb ik niet echt op gelet maar ik zal eens kijken. Wat is dit voor een mandje? Een picknickmand? Ik weet niet wat ik hiervan moet denken. Het zoekdingetje helpt wel een beetje bij het zoeken.

I: Volgens zijn dit die mandjes waar je je boeken in kunt meenemen. Die hebben ze in ieder geval bij de Centrale Bibliotheek. Hier heb ik ze nog niet gezien.

R: Ik kom ook wel eens bij centraal, maar dan alleen om te studeren en niet om boeken te lenen dus ik heb ze nooit echt nodig gehad.

I: Dat snap ik.

R: Ja, okee. Headphones. Dat snap ik. Koptelefoontjes worden uitgeleend dus dat snap ik. Dus het is wel handig om dat symbooltje erbij te zetten. En die andere zijn ook allemaal wel logisch denk ik. Is dit een boek?

I: Nee dit is een pas.

R: Oh? Okee.

I: Vind je het storend dat er geen boek bij staat?

R: Nee, ik dacht 'dat is een pas' maar wat is het voor een pas? Een lenerspas?

I: Ja ik denk dat het de employee- en student pass is. Daarmee kun je lenen.

R: Ja. Misschien. Ja ik heb dat ding altijd bij me dus ik snap nooit dat je die nodig hebt. Maar dat is misschien wel een goede herinnering maar ik weet niet of mensen denken dat dit een andere pas is. Je moet ook niet te veel dingen erop zetten want dan werkt het niet.

I: Nee, inderdaad.

R: En die twee dingen moet je er ook wel opzetten. Je hebt inderdaad groepsoverlegplekken en die worden ook veel gebruikt. En internet natuurlijk ook. En koffie. Al zit in dit gebouw de koffie buiten de bibliotheek.

I: Ja dat is waar.

R: Ja het is prima dat deze dingen er staan. Het merendeel van de mensen die langs de poster loopt zullen die dingen niet echt lezen. Deze is goed, al is het niet de goede locatie. Al klopt het ongeveer wel

trouwens.

I: Het is wel de poster voor deze locatie.

R: Ja de openingstijden kloppen toch. Mooi.

I: Dat is een belangrijke hè.

R: Dit is wel handig, want volgens mij gebruikt nou bijna niemand het. En workshops ja, daar weten mensen van via specifieke posters. Lijkt me prima.

I: Ja? Dan hebben we stiekem al een klein uitstapje gemaakt naar de communicatie, naar wat zeggen ze eigenlijk op deze poster. Daar wilde ik nog wat specifieke dingen over vragen.

I: Staat er genoeg informatie op?

R: Ja ik denk het wel, eventueel zou dit nog weggkunnen *gebaart naar de openingstijden en locatie*.

I: Ja.

R: Ja maar het is misschien wel prima want mensen kijken toch eerst naar de belangrijke dingen en dan kijken ze ook wel naar de rest.

I: En wat zegt deze poster, als je er zo voorbij loopt in de gang?

R: Dat niet per se alleen de traditionele functie van de bibliotheek van het uitlenen, dat komt wel mooi over denk ik. Dat is goed.

I: Okee.

R: Ehm ja, ik wist het natuurlijk al maar als je voor het eerst binnenkomt bij een bibliotheek denk je al gauw, wow. Denk ik. Het is meer, meer dingetjes. Het is ook wel goed om zoeken te benadrukken ja. Het is wel voor wetenschappelijke literatuur soms wel handig. Er zijn nog andere dingen dan Google, ook al werkt dat soms ook. Dus het is wel goed dat mensen daarvan op de hoogte zijn ook al is er volgens mij voor eerstejaars een mini-middagcursusdingetje daarvoor.

I: Dat klopt.

R: Maar als ze, het is ook goed voor de mensen die dat gemist hebben om ze te laten weten van. Dus ik denk dat dit wel een beetje de hoofdfuncties van de bibliotheek zijn in principe. Ik denk het wel. Voor mij zouden dit de hoofdfuncties zijn. Prima, denk ik ja. Is die QR-code niet wat klein?

I: Dat ligt aan deze specifieke afdruk van de poster. Maar hij werkt wel, ik heb het geprobeerd. Gebruiken mensen QR-codes nog denk je?

R: Nog? Ik denk dat het nog moet komen misschien. Ik zie het meer iets als van de toekomst dan van het verleden. Ik weet het niet. Ik gebruik hem bijna nooit. Behalve als het echt een speurtocht of iets is, maar niet als ik er eentje zomaar op straat tegenkom.

I: Je zou niet als je hierlangs loopt en die poster ziet die QR-code gaan scannen?

R: Nee, de URL op de poster is veel korter. Ik niet, maar misschien, ik weet niet, misschien jongere mensen ofzo? Ik weet het niet, ik denk niet dat heel veel mensen het gebruiken. Ik ken ze wel en ik denk dat het wel handig kan zijn. Maar ik denk dat het een kleine minderheid is die het gaat scannen. Maar misschien heb ik ongelijk.

I: Ehm, ik heb ook een vraag over je contact met de bibliotheek. Je hebt wel eens contact met de bibliotheek, en dat was met bibliotheekmedewerkers via de servicedesk?

R: Dus dat is met de medewerkers dan?

I: Ja.

R: Ja dat heb ik wel eens als er iets niet werkt ofzo. Ik heb natuurlijk zelf een tijdje aan de andere kant van de balie gewerkt, maar als student in ieder geval over printbudgetten enzo en ook als de printer een keertje niet werkt, wat regelmatig voorkomt. Of ehm, als je een boek niet kan vinden of de link niet werkt, dat soort dingen. Ik heb ook wel eens iets inhoudelijks gevraagd over een onderwerp waar ik iets over wilde vinden maar toen hebben ze me goed geholpen. Nu is daar een spreekuur voor, wat volgens mij de hele dag is. Maar dat was toen even, dat kwam mooi uit. Tenminste, de bibliothecarissen zitten in een hokje dus dat is iets minder toegankelijk maar ze hebben meer technische kennis. Dus dat is mooi.

I: En heb je Ask your librarian wel eens gebruikt?

R: Volgens mij heb ik toen gekeken omdat iemand vroeg of ik er even naar wilde kijken.

I: Maar je hebt het dus niet gebruikt, je vindt het makkelijker om eh, gewoon naar de balie te lopen.

R: Ja. Ik heb ook niet zo vaak iets nodig maar als er iets is dan vind ik de balie prima. Ik zit meestal in de buurt enzo.

I: En wijzen medewerkers je dan bijvoorbeeld ook op hoe je het digitaal kunt oplossen?

R: Dat soort vragen niet, maar als je iets inhoudelijks wil, vragen over de literatuur ofzo. Bij printers dan zeggen ze gewoon 'dat is niet onze afdeling' maar het moet toch opgelost worden. Als de dienst meer mails krijgt lossen ze het sneller op.

I: Slim.

R: Dus in dat geval wel, maar als de printer stuk is of je vraagt iets voor de eerste keer wat niet systematisch is. Maar als je niet weet waar je moet zoeken ofzo dan zeggen ze het wel. Dus alleen als het in de toekomst zeg maar ook echt nut heeft. Sommige dingen zijn ook gewoon praktisch.

I: Ja.

I: Nu ga ik je wat dingen vragen over de organisatiecultuur. We zijn met deze poster klaar. Hoeveel dingen kun je zeggen over een poster he?

R: Nou er is waarschijnlijk veel moeite in gegaan om hem mooi te maken. Dus het is goed als we hem goed bekijken.

I: Ja. Ik ga het nu met je hebben over de organisatiecultuur. Ken je de missie en de visie van de Universiteitsbibliotheek?

R: Het zal wel een beetje op die dingen *wijst op kernwaarden* lijken, maar niet officieel nee. Ik weet wel dat ze bezig zijn met digitaliseren. In ieder geval al die Open Access dingen die op posters zijn enzo. En alles is digitaal benaderbaar en er zijn zelfs een paar studieboeken digitaal dus, dus het is ook merkbaar voor bezoekers denk ik.

I: Okee. Wil je weten wat de visie en de missie zijn?

R: Is goed.

I: *leest visie en missie voor*

R: Dat klinkt een beetje als meer van hetzelfde. Dat hoort ook denk ik, visie en missie horen niet compleet anders te zijn.

I: Nee.

R: Dat valt wel onder de verleende diensten denk ik. Ja en als je stage loopt en je hebt veel artikelen nodig dan weet je, dan ja. Dat soort dingen vragen gewoon tijd en er zijn nogal wat artikelen enzo dus.

I: Vind je het passen bij de organisatie?

R: Ja, ik denk het wel. Het is een goede ondersteuning en ze hebben goede faciliteiten. In ieder geval voor studenten, de werkplek en de studiemiddelen enzo. Studieboeken ook, die zijn altijd beschikbaar. Dus ik denk dat het wel goed is ja.

I: Okee.

I: Dan wilde ik nu naar de digitale bibliotheek. Ehm, zou je de bibliotheek omschrijven als een digitale bibliotheek of een traditionele? Want we zijn er al heel kort op ingegaan.

R: Ja, als ik moet kiezen gebruik ik altijd het traditionele deel maar ze hebben wel digitale dingen. Denk ik. Grotendeels beschikbaar. Ik maak er geen gebruik van maar de informatie die je nodig hebt is wel beschikbaar. Die dingen staan online en de literatuur die je wilt hebben. Ik denk het wel. De artikelen enzo, het zoekstelsel werkt nu ook beter dan vroeger. Nog steeds soms makkelijker om het in Google Scholar in te tikken maar dan kom je nog steeds uit en dan heb je nog steeds full text links. Dus dat is goed. En ik heb zelf zoiets van je moet toch niet te hard proberen te concurreren met google want dat werkt toch niet. Maar als je een heel specifiek onderzoek hebt dan is het wel dat je nog wat service kan bieden met meer informatie. En ehm, ja ik gebruikte voor boeken zoeken altijd de oud-uitziende website. Die al heel lang bestaat. Het valt wel op dat hij oud is maar hij werkt heel goed. Volgens mij is er ook een nieuw systeem maar ik vind de oude fijner.

I: Bedoel je RuQuest?

R: Ehm, je hebt zo'n denk, nee RuQuest is vrij nieuw toch?

I: Ja.

R: Dat is zo'n pagina met alleen maar teksten enzo.

I: Je zei, ik gebruik de oude liever dan de nieuwe. Want de nieuwe vind ik niet zo prettig.

R: Dat is misschien ook omdat ik niet de moeite heb genomen om er aan te wennen. Maar die oude die weet altijd alles te vinden en je ziet niets anders op de pagina dan je resultaten dus dat is overzichtelijk. Soms staat er bij de zoekresultaten iets te veel informatie. Het is ook wel goed dat er veel staat maar dat is niet zo goed voor de indruk van overzichtelijkheid. Verder is er natuurlijk overal een internetaansluiting met een kabel. Die zijn hier heel veel. Dus dat is heel goed. Ik vind het zelf een beetje een overkill. Volgens mij zijn er niet zo veel aansluitingen nodig als we er hebben maar het is mooi dat het er is dus het is zeker niet een slecht punt en het is natuurlijk draadloos. En stopcontacten zijn er dus ook heel digitaal natuurlijk. Meer computerwerkplaatsen is heel goed natuurlijk. In dit geval is er ook in de rest van het gebouw veel computerwerkplekken. Dat is wel belangrijk dat die der zijn en dat ze alle beta-dingen hebben zoals MathLab enzo. Als werkplek is het wel heel belangrijk dat ze al die software hebben en dat ze het goed doen. Dat is ook best digitaal.

I: En mis je nog iets waarvan je denkt 'dat moet een digitale bibliotheek echt hebben maar dat is er niet'?

R: Ehm, even denken. Niet echt. Misschien iets.. iets belangrijks. Ik weet het niet.

I: Het is ook geen quizvraag hoor.

R: Op de een of andere manier lijkt het alsof mensen nog niet genoeg weten welke digitale diensten er allemaal zijn. Ik weet ze ook niet allemaal, ik weet alleen die ik nodig heb. Ik heb het idee dat niet iedereen alles weet. Maar aan de andere kant, ze krijgen wel een inleidingscursus erover dus.

I: Okee.

R: Ik weet niet wat je anders zou kunnen doen nog. Als ze het niet weten komen ze het ook wel vragen op zich. Dus.

I: Okee. Dat is goed.

R: Ze hebben ook een computer neergezet in een oude bibliotheek maar dat is een beetje nutteloos dus.

I: Okee, we gaan weer terug naar de kaartjes. Want je hebt er vier uitgekozen waarvan je denkt 'dit is de bibliotheek nu'.

R: Ja.

I: Wat als ik zou zeggen 'wat zou de bibliotheek moeten willen hebben aan kernwaarden'. Zou je dan iets veranderen aan deze vier?

R: Hmmm.. Deze twee zou ik wel houden. Deze zal ik maar niet doen. Een goede werkplek is belangrijk maar er zit er niet echt eentje bij die daarbij past.

I: Een goede werkplek zeg je?

R: Ja dat vind ik wel belangrijk want het is ook een van de functies die ik het meest gebruik. Dus.. Niet in elke universiteit hoeft een bibliotheek te zitten maar het bevalt goed denk ik.. Ehm... Nou ja dan is bereikbaar misschien nog.. Maar dat is natuurlijk ook meer personeel. Hmmmhmmhmmhmmhmmhmm. Even zien. Misschien kunnen we deze nog een beetje beter vinden.

I: Open en transparant.

R: Ja, dat is goed als je een beetje weet wat er gebeurd. Maar misschien niet het meest top-4 iets. Hmm.. Soms echt belangrijk, kwaliteit en kwantiteit. Tjah het is niet per se dingen die je moet verbeteren toch, het is meer dingen die er moeten zijn.

I: Ja het gaat er meer om welke vier kernwaarden de bibliotheek zou hebben in jouw ideale wereld. Welke vier zouden dat dan zijn?

R: Een deel daarvan heb ik al.

I: Ja dat mag. Je hebt bereikbaar en behulpzaam ook laten liggen. Dat mag.

R: Hmm.. Dichtbij.. Digitaal.. Digitaal past een beetje bij innovatief.

I: Je vindt innovatief en digitaal samenvallen?

R: Ja, innoveren is met de tijd mee gaan en als je met de tijd mee wil gaan moet je digitaler worden dus het is wel samenhangend.

I: Okee.

R: Dus dat scheelt niet veel. Ik denk dat ze op het goede pad zijn.

I: Okee.

I: Dan heb ik nog de poster weer even voor je.

R: Prima.

I: Is er nog iets dat je zou veranderen aan de uiterlijke kenmerken?

R: Hmm.. Niet zo veel. Dit was dus niet echt strikt noodzakelijk maar het kan ook niet echt kwaad denk ik. Lettertype is wel prima, de leesbaarheid is wel prima. Ik vind, als het specifiek voor het Huygens gebouw is, dan is deze mand misschien een beetje verwarrend.

I: Ja.

R: Verder is het wel goed denk ik.

I: En stel, de bibliotheek wil zichzelf echt profileren als digitale bibliotheek. Zou je dan nog iets anders doen op deze poster?

R: Hmm... Die icoontjes zorgt dat het allemaal heel netwerkachtig lijkt. Maar ik weet niet of dat echt een rol erin heeft. Heeft de bibliotheek zelf eigenlijk een logo?

I: Nee.

R: Prima, dus dan kan je niets mee. Dus op zich staan er meerdere digitale symbooltjes op. Hmm.. Tjah.. Je zou kunnen kijken wat je kunt doen om de indruk van een netwerk van literatuur te geven. Of je daar iets van een achtergrondplaatje of iets van een icoon van kan maken. Dat zou je toch een ontwerpen ofzo moeten vragen.

I: Ja maar dat mag.

R: Er zijn vast nog dingen waardoor het digitaler kan lijken maar dat weet ik niet. De icoontjes zijn wel digitaal. Misschien kan er hier een mandje vervangen worden voor iets digitaal-achtigs? Maar ik zou niet precies weten wat. Ja misschien. Dus iets met een plaatje ofzo.

I: Met het netwerk van literatuur.

R: Als je echt heel graag wil benadrukken dat het ehm, maar dat hoeft niet per se ik denk dat het zo ook wel goed is. Misschien het mandje vervangen of iets.

I: Okee.

R: Ik weet niet wat maar jullie bedenken wel iets denk ik.

I: Okee, en stel, in je contact met medewerkers, hoe zouden die de identiteit van een digitale bibliotheek beter over kunnen laten komen als je iets vraagt?

R: Hmm.. Ik weet het niet. We hebben van die draaibare schermen dus ze kunnen het laten zien als ze iets digitaals doen.

I: Ja, dat is een hele goede.

R: Dus op zich is dat wel goed.

I: Doen ze dat ook?

R: Ja ik heb maar iets van een keer iets gevraagd over dingen waarbij het nuttig was om dat te doen. Meestal gaat het over printproblemen maar een keer kon ik iets van vroeger niet vinden en toen hebben ze wel gezegd 'zo zoek je het op enzo' dus dat werkt op zich. Hmm.. Ja ik weet het niet. Als je de drempel heel laag wil maken dat mensen digitale dingen gaan doen zou je zo'n hippe, zo'n nieuwe paalzuil kunnen aanschaffen met een scherm waarop mensen kunnen zien 'zo moet je literatuur opzoeken' en met de nieuwe aanwinsten enzo, die vast wel ergens online staan. Er staan heel veel mensen hier in de hal op iemand te wachten tot die naar buiten komen dus als er dan zo'n paal staat maken ze daar gebruik van en dan zijn ze meteen gewend aan het ding. Als je weet dat het bestaat gebruiken de mensen het en als je niet weet dat het bestaat dan missen ze het misschien niet per se.

I: Wat een goed idee.

R: Dat zou je kunnen doen. Als je er functioneel over nadenkt is het best wel nutteloos want er staan genoeg computers en iedereen kan het gewoon zelf doen maar het is in dat geval meer om mensen een keer te laten kijken dan om werkelijk te gaan zoeken daar. Dus misschien is het een idee. En in

het begin is het natuurlijk vooral zo dat als je er met drie mensen staat dat mensen stoppen met kijken, maar misschien draait hij door bij alle vestigingen van de bibliotheek?

I: Wat een leuk idee, echt tof. Je weet het niet.

R: Gewoon proberen, een zo'n paaltje is ook niet zo duur.

I: Zou je in de organisatiecultuur nog iets toe willen voegen in het digitale spectrum? Of heb je zoiets van de visie en de missie zijn al wel breed genoeg?

R: Hmm.. Het kan me eigenlijk nooit zo schelen wat de missies en visies zijn. Maar het gaat denk ik goed. En zeker met dat mensen gewoon benaderbaar zijn. Daarom is het hele gebouw ook van glas, dat je gewoon naar binnen kunt lopen enzo en dat werkt goed.

I: Okee. Eh ja, heb je nog tips of feedback voor de bibliotheek? Je hebt al heel veel gezegd maar ik wil je toch nog even de gelegenheid geven om eh..

R: Ehm.. Het is soms een beetje vol. Het is zo gewoon. En eh, volgens mij verwacht de Universiteit dat het aantal studenten gaat dalen en dat we nu een beetje op ons hoogtepunt zitten. Dus dan ga je ook niet uitbreiden natuurlijk. Maar op dit moment zou het handig zijn als het groter was, want het is tentamenperiode. Dus het is vol.

I: Dus op piekmomenten.

R: Ja, het hele gebouw heeft capaciteitsproblemen.

I: Okee. Wil je nog iets toevoegen aan dit gesprek?

R: Hmm.. Nee. Ik denk dat het eh.. Ik hoop dat het nuttig was.

I: Ja heel erg! En anders mag je altijd nog mailen. En wil je mijn scriptie ontvangen in je mailbox als hij af is?

R: Is goed. De conclusie lijkt me wel interessant.

I: Okee, dan krijg je hem van mij. Bedankt voor dit gesprek en bedankt voor je tijd.

R: Graag gedaan.

Respondent 7

I: Het interview duurt ongeveer 20 minuutjes. Ik ga je een aantal opdrachten geven en die hebben allemaal te maken met de bibliotheek. En je maakt vooral gebruik van de medische bibliotheek denk ik hè?

R: Ja. Ook wel eens van de UB, maar meestal van deze.

I: Okee. Het maakt voor het onderzoek niet uit over welke bibliotheek je het hebt, want ze horen allemaal bij elkaar. Maar als je voelt dat er bepaalde dingen heel erg verschillen mag je dat altijd benoemen.

R: Hmmhmm..

I: De eerste opdracht is ik ga je twintig kernwaarden voorleggen.

R: Okee.

I: En uit die twintig kernwaarden mag je er vier kiezen die jij van toepassing vindt op de bibliotheek zoals hij nu is. Lees ze rustig en praat vooral hardop terwijl je denkt.

R: Eh... ja. Het is helemaal vrije vorm?

I: Ja ja ja, je mag gewoon kiezen wat je wil.

R: Okee. Nou voor mij is het fijn dat de bibliotheek dichtbij is. Want ik woon in Sterrenbosch dus ik woon praktisch tegenover de UB. Vandaar dat ik daar ook wel eens ga zitten als de medische bieb vol is. En dus voor mij is het belangrijk dat hij niet vol is, en dat ik er kan zitten. Ik zit even te kijken of daar iets bij hoort. Misschien betrouwbaar in zekere zin, dat ik er terecht kan als ik wil studeren. En het is vaak wel erg moeilijk om een plekje te vinden. Sinds dit jaar kan ik ook hier gaan zitten. Ehm.. Dus dat is fijn. Zowel het traditionele aspect van de bibliotheek als dat ik boeken kan lenen daar maak ik gebruik van. Maar vooral het digitale aspect, dat doe ik dagelijks misschien niet maar wel wekelijks. En dan maak ik vooral gebruik van de catalogus, de nieuwe RuQuest interface, en ehm.. Ja en de faciliteiten van de bieb zoals dat ik via de portal bij de journals kan komen. Dat ik nu de e-books kan inzien. Ik vind het ook fijn dat de bibliotheek in die zin blijft vernieuwen. Nou ja, ze stelt zich heel dienstbaar op en dat helpt als ik iets niet kan vinden of als ik moeite heb om te printen of wat ook. Dus dat vind ik prettig aan de bibliotheek. Ik denk dat ik het hierbij wel een beetje mee heb.

I: Dat mag hoor! Dus je hebt betrouwbaar, dichtbij, digitaal en traditioneel.

R: Eh ja.

I: En zou je aan deze vier nog iets veranderen als je jouw perfecte bibliotheek zou mogen maken?

R: Eh.. Het is de laatste tijd zo dat er een beetje een verschuiving is in de bibliotheek van stilte werkplekken naar gemeenschappelijke werkruimtes. Zoals bij het projectenplein. Aan de ene kant is dat goed, aan de andere kant is het voor mij heel belangrijk dat ik af en toe een plekje kan hebben waar ik echt in stilte kan zitten. Ik zou het heel fijn vinden als dat soort plekken niet helemaal verdwijnen. Ik zie soms wel eens dat er als het bij allebei heel druk is dat het zowel hier als daar moeilijk is om een plek te vinden waar je echt rustig kan werken. En die hokjes die je bij beide kan reserveren is wel erg fijn maar bij beide natuurlijk ook beperkt, dus.

I: En aan welke kernwaarden zou je dat dan koppelen?

R: Ik denk toch aan traditioneel.

I: Dus je zou ze in principe niet veranderen voor jouw ideale bibliotheek?

R: Nee, nee.

I: Okee, dat mag. Ken je de kernwaarden van de bibliotheek? Want ze hebben vier kernwaarden en ze liggen hiertussen.

R: Nooit van gehoord.

I: Nou je hebt er twee goed. De kernwaarden van de bibliotheek zijn dichtbij, betrouwbaar, alert, verbindend en verdiepend.

R: Okee.

I: Vind je die passen bij de bibliotheek?

R: Ja ik denk het wel. Ik zit, de twee die ik had laat ik dan even voor wat het is maar, ik zit een beetje te denken wat ze bij alert bedoelen. Ik denk dat het ook een beetje is, dingen signaleren of ze fout gaan, en kijken hoe je daar iets mee kan doen. Dat verdiepende dat snap ik wel, dat je meer verbinding hebt met de literatuur. Eh, dat je een stukje meer biedt dan alleen het onderwijs.

I: Okee.

R: Dus ik kan me er wel in vinden.

I: Okee. En stel dat de bibliotheek zich wil profileren als een digitale bibliotheek. Vind je deze kernwaarden daar dan ook bij passen?

R: Eh nou dan wordt dichtbij wat minder relevant, als het volledig digitaal zou zijn. En daarbij wordt het nog belangrijker dat het betrouwbaar is. Want ik heb wel in het begin gedoe gehad met Péage. En RuQuest toen dat nog niet helemaal lekker liep, dat je er eigenlijk weinig mee kon. Dus het kan wel als dingen digitaal worden dan moeten ze goed werken.

I: Ja dat kan ik me voorstellen.

I: Dat waren de kernwaarden.

R: Okee.

I: Dan gaan we naar de volgende opdracht. Vind je dit leuk om te doen?

R: Mwah, neutraal.

I: Ik heb nu een poster voor je. Ik ga eerst wat vragen stellen over hoe hij eruit qua symboliek, dus dat is het lettertype en de kleuren en de plaatjes enzo. En daarna gaan we het pas hebben over wat erop staat. Wat vind je van de visuele uitingen?

R: Ehm.. Nou ik vind het meteen duidelijk dat het met de universiteit te maken heeft, door de kleuren en het logo dus dat is goed. Ehm.. De plaatjes die horen ook bij wat erbij staat. Bij search staat een vergrootglas en dergelijken, dat lijkt me ook prima. Ehm.. Ik vraag me af of het misschien handiger zou zijn geweest om deze twee delen om te draaien, want dit is toch meer het overkoepelende deel boven de features die er dan onder hangen. Dat is misschien wel een kwestie van smaak. Ik vraag me wel af waar dit voor bedoeld is, als je dit zo als flyer ophangt, ja dat kan, maar het is niet vanaf afstand leesbaar. Kijk als het op een website is dan is het natuurlijk een ander verhaal maar dan vraag ik me wel weer af waarom er een QR-code op staat.

I: Het is ook echt een poster.

R: Het is ook echt een poster, okee. Ehm.. Ja het kan. Ik zou het zelf iets anders hebben ingedeeld. Wel fijn dat er dingen op staan die ik nog niet wist. Dat je bijvoorbeeld oortjes kan lenen. Of hoe heet zo'n ding, een koptelefoon. Dus dat is wel informatief. Ehm.. Ik weet dat de bieb heel erg fan is van die QR-codes. Daar zie ik zelf niet zo heel veel in omdat ik niet het idee heb dat mensen dat echt gebruiken, omdat je een horde overheen moet. Tenzij ik gedwongen word door de bieb omdat er echt geen andere optie meer is en dat vind ik zelf echt een beetje irritant.

I: Ja.

R: Bijvoorbeeld, er was een periode, ik weet niet of dat nog steeds zo is, maar dat je in de UB alleen maar door dit ding te scannen een ruimte kon reserveren. En eh, ja en je hebt nu die interface in de kelder staan met, die werkt trouwens ook niet altijd, maar de keer dat ik hem heb gebruikt was dat een goed idee.

I: En was dat ook een prettige manier van werken op die interface?

R: Eh, ja, maar ik heb het idee dat een beetje, het werkt, maar het werkt niet per se beter dan andere methoden. Ik zou het in ieder geval fijn vinden, ik weet niet of dat nog steeds kan, maar dat je via de website kan intekenen zodat je kan zien of het vol is of. Dat vind ik een veel natuurlijkere manier. Want anders moet je er eerst naartoe, dan moet je gaan reserveren, dat kan dan waarschijnlijk niet dezelfde dag, en dat is handig als je er vaak zit maar als je een moment wil reserveren en je zit er niet vaak dan is

het niet logisch.

I: Nee. En hoe zou zo'n zuil wel toegevoegde waarde kunnen hebben?

R: Ehm.. Nou als hij ook echt toegevoegde waarde biedt en niet een vervangende waarde. Dat hij echt een aanvulling biedt op een infrastructuur die er al ligt. Ehm.. ja. En ik merk ook dat het, volgens mij vind ik het een beetje lang duren want hij reageert ook traag enzo. Dus. Misschien dat er ook qua hardware nog iets aan gesleuteld moet worden.

I: Okee. Dan wilde ik het nog heel even hebben over de symbolische uitingen hierop. Zou je hieraan nog wat veranderen? Je zou dit naar boven halen.

R: Ik zou dit naar boven halen.

I: En de QR-code eraf halen.

R: Ja, eh. Misschien dat het, ik zie eigenlijk voor het eerst dat dat erbij hoort. Of dat iets is nieuws is van het Radboud dat weet ik niet. Ik dacht eigenlijk alleen de kleur rood in verschillende tinten. Dus misschien is het logischer als dit en dit waar meer in dezelfde stijl is. Verder zou ik er niet heel veel aan veranderen.

I: Okee. En qua inhoud, wat erop staat, wat vind je daarvan?

R: Ehm..

I: Je hoeft het niet tot in detail te lezen hoor, wat valt je op?

R: Ik denk dat het een goed beeld geeft van wat de bieb doet. Kijk, dit is dan de Library of Science, prima.

I: En zou je er iets aan veranderen nog of zou je dit zo laten staan?

R: Ik denk ja, ik vind het wel prima. Ik heb er laatst zelf ook eentje gemaakt voor hier, die hangt daar. En ehm.. het is ook wel vergelijkbaar qua idee. Ik ben geen grafisch vormgever maar..

I: En zegt dit digitale bibliotheek tegen je?

R: Nee, dit zegt gewoon bibliotheek. En eh, dat ik daar met een laptop kan gaan zitten, dat is fijn. Dat is ook wat ik verwacht van een bibliotheek. Wat mij betreft hoef ik ook geen digitale bibliotheek.

I: Okee.

R: Ik zie daar geen meerwaarde in eerlijk gezegd.

I: Okee, waarom niet?

R: Nou niet meer digitaal dan dat hij nu is. Ik vind het ook fijn dat als tijd heb dat ik er gewoon kan gaan zitten en dat er gewoon fysieke boeken zijn. En dat ik die kan raadplegen. En dat daar een hele interface met allerlei databases bij is dat is superfijn, hou dat alsjeblieft zo maar beperk het daar niet toe.

I: Okee.

R: En de Eduroam kan beter.

I: Oh okee, dat is de Wi-Fi hè?

R: Ja.

I: Oh, dat is vervelend maar daar kunnen wij verder niks aan doen want dat is niet van ons.

R: Nee maar dat, ik weet dat je bij de ICT-servicedesk van de balie daar, dat je een repper kunt krijgen. Dat is iets waarmee je automatisch je ding configureert. En die haal je ook op als je eh.. eerst naar Eduroam config gaat. En die hebben wij hier bijvoorbeeld niet. Wij zien hier alleen de standaard eduraom. Dus we hebben hier heel veel studenten, ook in de medische bieb, die zeggen, ik ben even daar en daar geweest en nu doet hij het ineens niet meer. Of ik ben van windows 8 naar windows 10 gegaan en nou doet hij het ineens niet meer. En eh, dan is het soms de truc dat je er @ru.nl achter moet zetten maar soms kom je er ook echt niet uit totdat je die repper haalt. Dus ik heb die repper nu zelf ook hierop staan en eh.. ik zeg van daarmee werkt het wel. Maar dat is ook mijn taak niet. Dus het zou fijn zijn als jullie dat config-netwerk hiernaartoe kunnen uitbreiden. Of dat je die reppers hier beschikbaar stelt.

I: Okee, vervelend, ik weet hier verder weinig van dus ik zal het doorgeven aan mijn collega's. Wie weet dat er wat aan gedaan kan worden.

R: Ja.

I: Ik ga het nu met je hebben over het gedrag van de organisatie, ehm.. heb je wel eens contact gehad met de medewerkers van de bibliotheek, of heb je Ask Your Librarian gebruikt?

R: Ehm.. ja heb ik allemaal wel eens gedaan. Één keer Ask Your Librarian en toen heb ik specifiek gevraagd naar iemand die ik ken van de medische bieb omdat ik een hele specifieke medische vraag had. Namelijk hoe ik het beste kan filteren op onderzoeken uit een bepaald land, en dat is dan een heel complex verhaal want dan kun je meerdere benaderingen kiezen. Ehm.. Dat werkte perfect. Het is alleen iets waarvan ik niet direct dacht dat het er zou zijn. Het is puur alleen dat ik er naar ging zoeken dat ik het vond dus misschien dat het iets meer in de openheid kan brengen door het prominenter op de website te zetten. Ehm.. Verder vind ik de organisatie altijd behulpzaam eerlijk gezegd. Als ze het zelf niet weten, weten ze vaak zelf wel iemand die het wel weet.

I: Okee. Dat is heel mooi.

R: Ja, dat vind ik heel fijn.

I: En zou je nog iets veranderen aan je contact?

R: Ehm.. Nee dat is misschien meer op intern vlak. De houding van de bieb is vaak wat je van een klassieke bieb verwacht, dat is heel stijf in wat er mogelijk is. En als je iets wat dichter naar de studenten wil brengen, maar iets meer reclame op Facebook over dingen die in de bieb te doen zijn of eh.. kijk of je ergens kan gaan staan om mensen te informeren van 'hé we hebben een PubMed cursus, hé we hebben een Addnote cursus', want heel veel mensen weten dat niet. En het is hier verder als cursus uit het onderwijs gesloopt. Daar is wel meerwaarde te behalen en ik, als ik zie van nou ja, ik las vandaag op de Facebook van de RU zelf dat hij iets van 800 likes heeft ofzo dat is eigenlijk heel weinig voor een universiteit met 20.000 studenten.

I: Ja.

R: Ja ik denk dat als je die reach kunt vergroten, dat hoeft geen doel op zich te zijn, maar als je meer studenten bereikt dan heb je ook meer studenten die naar jouw dingen komen en zich inschrijven voor activiteiten, cursussen en noem maar op.

I: Ja, ja. Goeie constatering.

I: Ken je de missie en visie van de universiteit?

R: Nee.

I: Ik heb hem mee, natuurlijk, ik wil je vragen om ze even te lezen en me te vertellen of je ze bij de bibliotheek vindt passen of dat je er nog wat aan zou willen veranderen.

R: Ja. Nou dat lijkt me allemaal heel goed. Het enige wat ik er aan misschien wel aan zou willen toevoegen is dat dit allemaal heel erg passief is. Dit is eh, de houding, ik denk dat dat tot op zekere hoogte ook goed is, van 'u vraagt, wij draaien'. Eh, terwijl, zo'n cursus is heel goed. En als dat niet in het onderwijs wordt opgepakt dat je dat dan op een moment zelf moet doen omdat je merkt van 'heel veel studenten met diezelfde vraag, misschien moeten we een keer een cursus organiseren of moeten we toch aanhaken bij een onderwijsonderdeel, dat je wat meer naar de studenten toe gaat om te zeggen van, dit is er wel, en doe er je voordeel mee.

I: Ja.

R: En het is denk ik wel ook weinig extra werk voor de bieb en heel nuttig voor de bieb want of je die cursus nou voor twee man geeft of voor twintig man, als de inhoud hetzelfde blijft is maakt het niks uit.

I: Ja, dat is waar. En vind je dit passen bij een digitale bibliotheek?

R: Ehm.. In zoverre dat ze het wel noemen van 'we willen een optimaal toegankelijke bibliotheek' maar, ik ben er wel ook heel bij mee dat ze zeggen 'we willen ook een geïntegreerde fysieke studieomgeving'. Wat mij betreft hoeft die bibliotheek niet met het accent op digitaal te zijn, zolang je maar die twee pijlers allebei tegelijk in de gaten houdt.

I: En wat is voor jou dan een digitale bibliotheek?

R: Een digitale bibliotheek betekent voor mij twee dingen primair; dat ik artikelen kan vinden in een catalogus of in een RuQuest van de bibliotheek en dat ik die dan ook eventueel kan reserveren als die er zijn, en dat de bibliotheek door haar abonnementen mij enabled om de journals in te zien waarop ze die abonnementen hebben.

I: Okee, en verder helemaal niks?

R: En verder helemaal niks.

I: Okee.

R: Ja eventueel zo'n Ask Your Librarian knop is dan nog wel aardig.

I: En stel de UB zou een chatfunctie maken op de website van de UBN, dat je gewoon direct kan chatten met een medewerker.

R: Je kunt het als pilot doen maar je moet ook kijken van, hoeveel tijd is die medewerker daaraan kwijt en eh, hoeveel wordt er gebruik van gemaakt. Als daar één keer per week gebruik van wordt gemaakt denk ik van 'hmm', kan ook misschien met een mail. Maar als het continu gebeurt levert het misschien heel veel tijd op juist.

I: Wie weet. En de bibliotheek nu zou je dan omschrijven als een traditionele bibliotheek met digitale aspecten denk ik?

R: Ja.

I: Ja want daar hadden we het ook al over in de kernwaarden.

R: Ja inderdaad.

I: Bedankt voor je tijd en voor dit interview.

R: Geen probleem.

Respondent 8

I: Okee, interview. Je ziet hier 20 kernwaarden liggen. En wil jij hier er vier van kiezen die volgens jou het beste passen bij de UB nu. En denk vooral hardop.

R: Okee, hmm.. Even kijken hoor. Open en transparant pak ik even. Hij is bereikbaar. Even kijken. Behulpzaam, maar daar heb ik nog wat over te zeggen.

I: Okee.

R: Hmm.. even kijken hoor, en hier heb ook nog wat over te zeggen.

I: Over traditioneel.

R: Ja. Ik heb dus traditioneel, behulpzaam, bereikbaar en open en transparant. Zal ik even uitleggen waarom ik ze heb gekozen? Is dat handig?

I: Ja.

R: Open en transparant, dan zit ik eigenlijk meer de inrichting te bekijken. Dus als je gaat kijken over hoe het is vormgegeven dan vind ik het erg open. En ehm.. Fijn vormgegeven omdat er veel daglicht binnenkomt en daardoor kan je je goed concentreren. Ehm.. Over het algemeen zijn er altijd wel plaatsen. Transparant weet ik eigenlijk niet zo goed hoe ik dat moet duiden.

I: Dat mag.

R: Want transparant is iets.. dat vind ik geen karaktereigenschap. Transparant is het eigenlijk niet. Dat is misschien wel grappig als je gaat kijken naar de bibliotheken, dan zijn er volgens mij allemaal van die entiteiten en eilandjes op zichzelf, en zitten wij er als verbinding tussen. Maar daar heb ik niet zoveel zicht op. Ik weet niet wat die medewerkers hierachter allemaal doen en wat die misschien voor mij kunnen betekenen. In dat opzicht is het dus niet transparant. En dan kom ik ook gelijk op behulpzaam. Deze mensen hier achter mij bijvoorbeeld, die werken op kantoor of die mensen bij de centrale bibliotheek die bij de balie zitten, is altijd een beetje onduidelijk wat die voor jou kunnen betekenen. Dus als ik student ben, en ik kom bijvoorbeeld een keertje niet uit met betrekking tot data zoeken of iets anders of literatuur, dan wil ik graag bij iemand anders aan kunnen kloppen dan bij mijn docent. Want die kan je moeilijk de hele tijd lastigvallen. Dus ik denk dat ze dan weinig behulpzaam zijn en dat komt dus omdat het weinig transparant is en niet goed is weergegeven wat iedereen voor jou kan betekenen in de bibliotheek. Wat wel zo is, is dat het heel goed bereikbaar is. Alle bibliotheken zijn gewoon goed bereikbaar, je bent er snel, dus dat is heel toegankelijk. Lang open, dus als je wil studeren, dat kan altijd. Traditioneel, ik weet eigenlijk niet zo goed waarom ik die had gepakt. Ik dacht daarstraks 'dat is een heel goed idee', maar je merkt dat ze wel heel graag willen innoveren ofzo, met een nieuwe site en met eh, hoe zeg je dat, wat proberen ze nog meer te doen, RuQuest. E-book proberen ze heel erg naar voren te brengen. Maar op de één of andere manier blijft iedereen een beetje hangen in zijn oude cultuurpatronen. Dus vandaar dat ik vind dat de bibliotheek traditioneel is, ondanks zijn effort om te innoveren.

I: Okee.

R: Ik weet niet of dat te lang was.

I: Nee hoor helemaal niet, je hebt geen tijdslimiet ofzo. Eh, en als je jouw ideale bibliotheek zou mogen maken. Welke vier kernwaarden zou je dan nemen? Dat mogen ook dezelfde zijn.

R: Ehm.. Even kijken. Voor een universiteitsbibliotheek vind ik het heel erg belangrijk dat hij bereikbaar is. Want de studenten moeten gewoon makkelijk toegang hebben tot een studieplek en tot literatuur en dergelijken dus dat moet goed bereikbaar zijn. Dat verhoogt denk ik ook de studieprestaties. Eh prikkelend en motiverend. Dus dat je, hoe zeg je dat, dat je geprikkeld wordt door je omgeving. Dus dan heb je het niet alleen over 'ik ga hier zitten studeren en literatuur vinden', maar dat je ook geprikkeld wordt op bijvoorbeeld andere vakgebieden, bijvoorbeeld dat je leert ondertussen om te studeren. Maakt niet uit wat het dan is. Wat is nog meer belangrijk? Behulpzaam. Dat vinden ze echt heel belangrijk, dat je mensen gewoon kan aanspreken en dat je weet waarvoor die zijn en dat als je ergens problemen mee

hebt dat je ze ook gewoon kan vragen om je te helpen met literatuur zoeken bijvoorbeeld. Ehm.. En wat ik belangrijk vind is innovatief. Dat de bibliotheek zich dus wel blijft innoveren en dat ze die traditionele vorm van bibliotheek een beetje los proberen te maken. En out of the box proberen te denken.

I: Okee. Dat waren de kernwaarden.

I: We gaan het nu over de poster hebben. Dat gaan we niet in detail doen, wees gewoon kort en bondig. En dan wilde ik het eerst hebben over de visuele uitingen op deze poster, dus de kleuren en de plaatjes en dat soort dingen. En daarna gaan we het hebben over de inhoud, dus wat er op staat. En allereerst wilde ik je vragen, wat vind je hier nou van visueel gezien?

R: Het is natuurlijk de huisstijl van de Radboud Universiteit dus dat is heel erg goed. De symboliek is duidelijk denk ik in dit hele gebeuren. Ehm.. Mijn oog valt meteen op de koffie. Dat is heel belangrijk, volgens mij is de bibliotheek inmiddels ook een soort van koffievergaderplek geworden. Dus dat is erg leuk om te zien. Ehm.. Ja dus. Ik weet niet precies welke richting je op wil en waar je antwoord op wil krijgen. Maar ik denk dat het best wel een prima symboliek is, de plaatjes.

I: Nou, die kant op dus. Zou je nog iets veranderen?

R: Ligt eraan wat het doel is van dit ding.

I: Wat denk je dat het doel is?

R: Of dat ze allemaal willen laten zien wat hun dienstverlening is, en waar dat dan uit bestaat. En dat is op zich best prima. Maar ik denk dat mensen bij wijze van spreken niet geïnteresseerd zijn in dat ze ook headphones kunnen lenen. Als je het hebt over uitlenen, wat ik bijvoorbeeld groter zou maken, dus weer zo van, de dienstverlening moet zich eigenlijk meer uitbreiden naar mensen inhoudelijk ook helpen met naar literatuur zoeken. Dus ik zou eigenlijk dat 'need help' groter maken. Maar dat is mijn mening.

I: Dat gaat eigenlijk ook al direct over de inhoud, heb je verder nog wat te zeggen over de inhoud?

R: Ehm.. Even kijken. Ik zit even te kijken hoor. Nee ik denk dat dat het wel is.

I: En die QR-code, zou je die gebruiken?

R: Nee. Maar ik zat net te zeggen van 'hè, we moeten innoveren, bla bla bla', dit is iets wat ik nooit gebruik. En ik vraag me af in hoeverre andere mensen ook zo'n QR-code gebruiken. Dus die zou ik niet gebruiken. Het is iets wat ik heel leuk vind wat helemaal niet van de grond af is gekomen. Want eigenlijk is het best een goed idee. Al denk ik niet, de URL gebruik ik ook niet zo snel gebruik. Ik typ gewoon in in Google 'UB en faciliteiten' en dan kom ik er ook wel. En ik zou die URL, ja ik weet niet, die kun je erop laten staan.

I: En eh, straalt dit nou digitale bibliotheek uit voor jou?

R: Ja ligt er ook weer aan wat je verstaat onder een bibliotheek...

I: Hou die vraag vast.

R: Ja ik denk dat dit wel een eh soort van nieuw tijdperk inluidt door ook wel de hippe vormgeving hiervan. Ja en bijvoorbeeld zo'n @-ding. Ja ik denk wel dat het digitaal uitstraalt maar ik kan je lastig uitleggen waarom.

I: Dat geeft niet, dit is prima. Ik wilde het graag even met je hebben over de organisatie en dan vooral het gedrag van de organisatie. Daar hebben we het al een beetje over gehad. Heb je wel een contact gehad met een medewerker of heb je wel eens Ask Your Librarian gebruikt?

R: Nee Ask Your Librarian gebruik ik eigenlijk nooit. Ik heb bijvoorbeeld, laatst had ik bijvoorbeeld problemen met het aanvragen van boeken, en dan bel ik gewoon. En ehm, zo van, kun je me daar even mee helpen. Maar toen was ik op mijn stageplek. Maar als ik dus daadwerkelijk in de bieb ben, ja dan alsnog, loop ik daar niet zo snel naartoe.

I: Dan loop je niet naar de balie?

R: Nee.

I: En wat doe je dan? Laat je het dan maar zitten?

R: Ja dan ga ik heel lang priegelen. En dan zou ik eerder mijn medestudenten whatsappen dan dat ik naar die mensen ga. Want volgens mij hebben wij ook allemaal het idee dat die mensen er niet zijn om ons te helpen met zoeken en dergelijken.

I: Oh, dat is wel kwalijk.

R: Ja, want ze zijn volgens mij gewoon bibliothecaris. En ze moeten je gewoon inhoudelijk kunnen helpen met zoeken. Ze moeten zich gewoon meer zichtbaar maken. Net als bij het ASN bijvoorbeeld, daar heb je ook gewoon, mensen die je kunnen helpen met zoeken.

I: Ja. Zou je medewerkers ook op die manier willen veranderen? Een meer open houding, duidelijker maken waar ze je mee kunnen helpen.

R: Ehm.. Ik denk dat het meer iets is, ik zou wel graag aan ze mee willen geven dat het wel ligt aan hoe ze werken. Je moet wel een beetje dat als iemand één keer is geweest aan jouw balie, dan kun je misschien ook wel laten weten dat je nog andere dingen doet. Maar ik denk ook dat misschien de universiteit het wat meer zichtbaar zou moeten maken. Dus eh, dat je, een groot bord ophangt bij wijze van spreken. Dus het is een wisselwerking. Dus zij moeten zichzelf meer laten zien, zo van dit zijn mijn kwaliteiten en maak er vooral gebruik van, en de universiteit zou dat moeten stimuleren.

I: Ja, en wat zou er dan op dat grote bord moeten staan precies?

R: Gewoon een heel simpel ding: hulp nodig bij literatuur vinden of zoeken? Daar moet je weten. Grote pijl eronder. Lekker duidelijk.

I: Ja, nee dan snap ik wat je bedoelt.

I: Dan hebben we het over het gedrag gehad en dan wilde ik het graag hebben over de cultuur. De organisatiecultuur.

R: Hmmhmm..

I: Ken je de missie en de visie van de bibliotheek?

R: Ehm.. Nou ze hadden het natuurlijk groot op de ramen gekalkt. Volgens mij dat we iets met, nee, ik ben iets aan het verzinnen, globalisering misschien.

I: En ken je de kernwaarden van de bibliotheek?

R: Nee, ook geen idee.

I: Ik zal ze er even bijpakken. Dichtbij, betrouwbaar, alert, verbindend en verdiepend. En die zaten ook tussen de kernwaarden die er lagen.

R: Nou, die heb ik wel echt eruit gepakt maarnietheus.

I: En vind je ze passen bij de bibliotheek?

R: Dichtbij wel, betrouwbaar weet ik niet zo goed wat ze daarmee bedoelen, maar ik krijg wel het gevoel dat als je iets bij de bibliotheek gedaan wil krijgen dat er altijd wel mensen kan bereiken die dat soort dingen regelen en dat het ook allemaal heel gedegen werk is wat ze leveren. Dat bedoel ik. Alert, dat idee heb helemaal niet dat ze dat zijn. Ik weet niet wat die alert, wat dat inhoud, maar geen idee. Ik heb af en toe, misschien dat het zich allemaal achter de schermen afspeelt. Wat zichtbaar is voor de studenten is allemaal anders. Want ik denk dat die mensen de hele dag bezig zijn met nieuwe vakportals updaten en nieuwe contracten afsluiten, bijvoorbeeld bepaalde bladen. Dat zijn hele belangrijke dingen maar die zien wij niet. Dus misschien dat zij juist heel erg inspelen op allerlei actuele dingen en heel alert zijn daarop. Ik zie het als student helemaal niet. Verbindend en verdiepend wel maar verbindend dan zit ik aan de koffiecorner te denken, wat mensen verbindt, en verdiepend, ik denk dat mensen de bieb vooral als studieplek gebruiken en niet zo zeer als plek waar je grondwerk kan leggen voor je literatuur ofzo.

I: Of om jezelf verder te ontwikkelen ofzo.

R: Ja, zo iets. Ja ik denk dat dat, ik denk dat men dat zo niet ziet.

I: Okee. Ik heb ook nog de visie en de missie voor je. Als je die even zou willen lezen en zou willen aangeven of je het erbij vindt passen en of je iets zou veranderen. Dat hoeft niet in detail, dat mag

gewoon heel algemeen zijn.

R: Even kijken. Je zou denken dat op een wetenschappelijke universiteit de bibliotheek een centrale rol speelt. Maar ik denk omdat we richting, omdat we meer zijn gaan digitaliseren en omdat alles op internet te vinden is, is de bibliotheek als fysieke locatie niet meer zoals het ooit was. Dus het lijkt me wel moeilijk om die visie en die missie te bewerkstelligen maar ik vind het wel een mooie visie en missie en ik vind het ook een logische visie en missie die bij een bibliotheek zou moeten horen.

I: Okee.

R: Maar ik denk dat ze er nog lang niet zijn. Maar misschien dat het daarom ook een visie heet.

I: Ja.

R: Ehm.. De digitale bronnen daar zijn ze natuurlijk uitgebreid mee bezig op dit moment. Het uitbreiden daarvan. Mis ik nog dingen.. Ja het is natuurlijk al wel redelijk uitputtend. Als ik hier zo snel naar kijk, dan zou ik denken van 'nou, dat ziet er op zich wel goed uit'. En ik vind vooral dat partnerschap, maar dat merk je misschien ook wel een beetje aan mijn verhaal, heel belangrijk dat dat erin zit. Samen met onderzoekers en studenten, bladiebladiebla, van bibliotheken dat het een soort van ontmoetingsplek is waar mensen een soort van het grondwerk leggen voor hun wetenschappelijke ontwikkeling en dergelijken.

I: Ja.

R: Dus ik vind het eigenlijk best wel redelijk eruit zien.

I: Okee. En eh, vind je dit passen bij een digitale bibliotheek?

R: Ehm.. Nee, ze willen zich wel gewoon heel erg richten op die digitale kant, dat komt er ook uit naar voren. Ehm.. Ja ik denk het wel eigenlijk. Ik vond het sowieso, ik vind die eerste drie punten sowieso erg goed passen bij de digitalisering van de bibliotheek. Maar het lijkt me lastiger om die digitalisering te koppelen aan het uitbreiden van ook de fysieke locatie. En de waarde die we hechten aan de fysieke locaties als bibliotheek.

I: Ja, ik snap wat je bedoelt.

I: Ja, okee dat waren de visie en missie. Dan hoeven we het slechts nog te hebben over de digitale bibliotheek. Hoe zou jij een digitale bibliotheek omschrijven, wat is dat volgens jou?

R: Ehm.. een digitale bibliotheek in mijn hoofd zou ik zeggen dat het een plek is op internet waar je al je boeken en al je literatuur kan inzien en downloaden. En eh het grappige is, maar dat is natuurlijk ook een soort utopie, dat je achter een computer kan zitten om al die stukken al in te zien. En niet dat ik dan daarna achter mijn computer vandaan naar de bibliotheek moet om al die boeken alsnog in te zien. Maar een digitale bibliotheek, ja, ik heb een vrij nauwe en enge definitie denk ik. Gewoon een plek op internet waar je literatuur kan vinden en downloaden.

I: Ja. Zou je de bibliotheek nou omschrijven als een digitale bibliotheek of meer als een traditionele bibliotheek?

R: Ik denk met de lancering van de nieuwe website, RuQuest, het zoekportal, vind ik wel dat ze wel een hele grote slag hebben gemaakt in de digitalisering. Maar ik vind dat eh, ik ben niet zo'n hele innovatieve denker hoor. Ik denk dat er nog heel veel te halen valt maar ik zou je niet kunnen vertellen wat dat dan is. Maar ik denk dat als ze echt zichzelf richting een digitale bibliotheek willen bewegen, ik weet niet of dat wenselijk is, noem me maar traditioneel, dan zal er denk ik nog veel meer te halen zijn.

I: Okee. Dankjewel voor je tijd en voor dit interview.

R: Heel erg graag gedaan, leuk om te doen.

Respondent 9

I: Ik zal eerst even doornemen waar we het over gaan hebben. Ik ga een aantal opdrachten voorleggen zo meteen en daar vragen bij stellen.

I: Dan ga ik nu de kernwaarden uitleggen. Dat zijn 20 kaartjes met allemaal kernwaarden die een organisatie kan hebben. En ik zou van u graag willen weten of u uit deze 20 kaartjes 4 kaartjes kunt kiezen die u het beste vindt passen bij de bibliotheek.

R: Ja. En voor mijn duidelijkheid, met de bibliotheek bedoelt u daar de UB mee of de UB-locatie hier?

I: Nou het is allemaal één organisatie.

R: Ja, maar ze zijn verschillend.

I: En ik snap dat de kernwaarden voor u het meeste toepassing hebben op de locatie hier. Maar, het hoort niet uit te maken. Maar als u ziet dat een groot verschil is tussen de UB en de bibliotheek hier, voel u vooral vrij om dat te benoemen.

R: Ja.

I: U mag ook hardop denken.

R: Okee. Associëren.

I: Ja. Niks is fout.

R: En hoeveel mag ik er ongeveer uitkiezen?

I: Vier.

R: Vier. Benaderbaar, toegankelijke medewerkers, vriendelijk en behulpzaam. Die dus ook, behulpzaam. Ook de mensen die zitten bij die kennisdingen als zoeksystemen die daarbij willen helpen en meedenken, en het aanschaffen van boeken. Bereikbaarheid is wel verbeterd. Vooral de dingen uit het magazijn, die zijn er nu sneller en die zijn nu ook op de werkplek bereikbaar. Zowel organisatie als aanbod. En dan nog een kernwoord dat erbij past. Bij.. toch wel.. De bibliotheek is traditioneel, waar ik geen negatieve connotatie heb maar dat het juist wel iets goeds is dat dingen niet al te veel veranderen steeds.

I: Okee, een soort consistente lijn.

R: Ja.

I: Dat past misschien ook wel bij betrouwbaar.

R: Ja.

I: En ehm, zou u als u de bibliotheek uw ideale bibliotheek zou mogen maken iets veranderen aan deze kernwaarden? Zou u dan andere kernwaarden kiezen?

R: Ehm... Kwaliteit en kwantiteit zou erbij mogen. Want op mijn vakgebied is de bibliotheek wel beperkt. En dan heb ik bijvoorbeeld heel veel aan zoeksystemen als Picarta en IBL, dat is natuurlijk een service van onze bibliotheek. Maar het is toch fijn als het op locatie aanwezig is. Maar het gaat vrij snel dus dat leenverkeer zorgt er wel voor dat het wordt gewaarborgd maar we hebben het niet echt in huis. Ja kijk, de digitale zoeksystemen zijn optimaal. Dat wordt ook verstaan onder een dienst van de UB?

I: Ja.

R: Okee. Ehm. Ja onder bereikbaarheid valt natuurlijk heel veel, vooral digitaal. Ehm. Ja benaderbaar valt ook wel onder behulpzaam. Traditioneel is geen doel op zich dus die mag ook weg. Open en transparant.. eh ja zolang ze geen boeken gaan vernietigen. Even een puntje tussendoor, ze zijn aan het opruimen omdat ze natuurlijk minder geld hebben. En daardoor gaan er wel wat boeken weg. En in plaats van dat ze die boeken aanbieden op een boekenmarkt gaan ze die dus vernietigen.

I: Oh dat is wel heel erg zonde.

R: En dat is.. Daar heb ik moeite mee.

I: Dat zal ik meenemen na dit interview.

R: Ik denk dat ze altijd behulpzaam moeten zijn. Er moeten altijd medewerkers zijn die helpen met het zoeken. De kwaliteit van de boeken, dus dat ze een goede actuele collectie hebben. Ehm. Voor studenten voldoende beschikbaar voor de dingen die wij dan, waarvan wij willen dat ze uit putten. Bereikbaar,

ja bij bereikbaar wil ik zowel digitale bereikbaarheid, ik vind het belangrijk dat de systemen werken, maar ook de fysieke bereikbaarheid van boeken. De open opstelling is ideaal en als dat niet in de open opstelling is dat het toch bereikbaar is zoals het nu is.

I: Okee, dus in de ideale situatie behulpzaam, kwaliteit en kwantiteit, digitaal en bereikbaar.

I: Dan zijn we klaar met de kernwaarden. Ik ga nu een poster voorleggen. Deze poster is van de Library of Science maar dat zou voor de vraagstelling niet relevant moeten zijn. Allereerst ga ik wat vragen over de visuele uitingen op deze poster. Dat wil dus zeggen de kleuren, en de plaatjes, het lettertype. Dan gaat het nog niet zozeer om de inhoud.

R: Ja.

I: En eh, ik wilde allereerst vragen wat uw indruk is.

R: Druk. Ehm. Het logo mag veel kleiner. Ik denk sowieso dat ze qua huisstijl wel iets mogen met het logo en dan links of rechts. Daarin een kleine verwijzing. En dit is een deel inhoud. Maar het gaat waarschijnlijk om deze drie kernwoorden. Daar moet dan de nadruk op liggen, niet op al deze shit eromheen.

I: Okee, dat snap ik. Mist u nog een logo van de Universiteitsbibliotheek op zich? Of vindt u dat niet relevant.

R: Ehm, daar heb ik minder moeite mee.

I: Okee, en wat vindt u dan van de inhoud? Dat stipte u al kort even aan?

R: Ehm. Ik denk dat dingen die voor iedereen heel belangrijk zijn die zoeksystemen. Die e-books, ja, natuurlijk hartstikke fijn, maar voor de medewerker zijn die minder van belang. In ieder geval voor ons zou hier de gewone feitelijke collectie van boeken hoger komen. Daarna waarschijnlijk digitale zoeksystemen en daarna pas e-books. Ja trouwens ook journals. Die vallen onder digitale.. Ja. En ik denk ook dat je je af moet vragen of je fysieke spulletjes moet lenen. Dat is natuurlijk niet van deze tijd.

Misschien is het een wat andere poster, dat weet ik niet.

I: Hij hangt er nu.

R: Nee, kijk. Borrow, het gaat om toegang tot boeken. Ik denk dat medewerkers de laatsten zijn die ook daadwerkelijk fysiek lenen. De rest raadpleegt het daar. Zit ook daar de studeren. Dus Search, dat is het belangrijkste. En Work, ja, werkplaatsen wijzen zichzelf wel. Ja het is maar net wat je uitstraalt.

I: Ja. U heeft al kort aangegeven wat u zou verbeteren. U vindt de poster druk, en u zou het logo verplaatsen.

R: Is het een logo eigenlijk?

I: Ja, dit is een logo en dit is de huisstijl.

R: Oh, okee. Het is een uitvergroete huisstijl.

I: Ja. En qua inhoud zou u een grotere nadruk leggen op search, en borrow misschien weglaten en work dat wijst zich dan wel. Zou u nog iets anders aanpassen?

R: Ja dat work, waarom zou je dat.. Ehm.. Kijk je wil misschien best aangeven dat je bepaalde dingetjes verkoopt, ik vraag me sowieso af of je dat als bibliotheek moet doen of dat je zegt 'we hebben een campusshop'. Ik denk dat dit, deze dingen, deze drie dingen die nu in die kolommen staan moet samenvoegen en als je er niet uit komt dan zijn we daar te vinden. Waar kunnen we je mee helpen, waar vind je ons en wanneer vind je ons. Dat moet geclusterd worden. Ehm.. Ja search en eigenlijk niet zozeer borrow maar gebruik. Gebruik van de bibliotheek op de manieren die search en borrow kunnen innemen. En ja, werkruimtes dat kan eventueel geïncorporeerd worden bij de rest. Oh en deze lelijke dingen moeten weg.

I: Die icoontjes moeten weg.

R: Ja die lelijke icoontjes voegen echt helemaal niks toe. Iedere student die hier werkt heeft natuurlijk die eduroam al een keertje geïnstalleerd. Ehm voegt dus niks toe. En buitenlandse onderzoekers die komen dan toch waarschijnlijk toch daar terecht.

I: Dat kan ik me goed voorstellen. En als u deze poster nou ziet, voelt u dan een link met de digitale bibliotheek?

R: Ehm.. Het zegt dat ze het eigenlijk wel willen maar niet verwoorden. Het zegt 'ja we hebben e-books'. En Compulsary Literature. Ja ik neem aan dat ze daarmee bedoelen dat ze dan ook fysieke boeken op de plank hebben staan maar dat volgt er niet per se uit want dat kan ook een e-book zijn. En op welke manier heb je dan toegang tot die e-books? Kun je die dan op je eigen unit zetten of niet? Nee er zitten, waarschijnlijk willen ze het wel maar het blijkt er totaal niet uit.

I: En zou u de QR-code die onderaan staat gebruiken?

R: Nee. Dat eh, ik heb geen app geïnstalleerd die dat eh, ja waarschijnlijk heb ik het wel maar dan heb ik het zelf nog nooit gebruikt.

I: Volgens mij doet de fotocamera dat automatisch.

R: Dat zou goed kunnen. Nee, ik zou het dus niet gebruiken.

I: Okee dankuwel. Dan gaan we het hebben over het gedrag van de bibliotheek en zijn we klaar met deze poster. Heeft u wel eens contact gehad met de Universiteitsbibliotheek, bijvoorbeeld bij de servicedesk, of via Ask Your Librarian?

R: Ja.

I: Beide?

R: Ik ben wel eens fysiek langsgeweest en ik heb wel eens een Ask Your Librarian ding gedaan.

I: Zo, dus u heeft ervaring in contact?

R: Ja, met verschillende kanalen.

I: En hoe zou u dat contact omschrijven?

R: Opzich wel prettig en daar, en vandaar dat behulpzaam. Steeds hebben ze wel antwoord kunnen geven op mijn vragen.

I: Ja. En via Ask Your Librarian, hoelang duurde het voordat u antwoord kreeg op uw vraag?

R: Volgens mij.. dezelfde dag nog. Of meteen de dag daarna. Vrij snel geloof ik. Ask Your Librarian had ik een vraag gesteld. Volgens mij komt hij dan binnen bij centraal, en moest hij intern dan weer door en kwam hij bij Thijs.

I: Ja, dat klopt.

R: Ja nou dus daarom duurde het wat langer.

I: Okee. En bij vragen die u stelt krijgt u dan antwoord in de vorm van 'hier hebben we uw artikel gevonden' of legt echt de balie echt uit van 'via deze stappen hebben wij het kunnen vinden'?

R: Ehm.. Nou de keren dat ik er naar vraag was het niet zozeer van, nou ja was het wel van 'kunnen jullie dit vinden' maar toen bleek dat bijvoorbeeld een hele tijdschriftencollectie verdwenen was bij een verhuizing van A naar B. Dus dan als ik iets vraag dan vraag ik dingen die ik echt niet zelf kan vinden en ze zijn er waarschijnlijk ook niet. Ik heb wel een keer meegemaakt dat ik wel dat vroeg en dat ze wel wat aanleverden en toen zeiden ze wel 'we hebben het zus en zo gevonden'.

I: Okee, dus eh.. En dat was digitale manier van zoeken?

R: Ehm.. in de catalogus en soms via Picarta dus ja.. Gedeeltelijk gewoon eigenlijk digitaal.

I: Okee. En heeft u nog punten waarop de bibliotheek haar gedrag zou kunnen verbeteren?

R: Eh.. Nou dat project van die boekenvernietiging daar kan ik niet bij met mijn verstand. Ik zou het dan mooi vinden als boeken, als ze dan toch moeten opruimen, dat gewoon alle boeken die ze wegdoen, dat ze dan een boekenmarkt organiseren. Ehm.. Ja wij houden hier nog steeds van boeken en wij krijgen het idee dat ze hier op centraal niveau niet zoveel meer om geven en dat de nadruk vooral komt te liggen op digitaal. Ehm.. Maar met heel veel bronnen is dat een probleem. Ik ben rechtshistoricus en je hebt blaadjes en boekjes waarvan eens in de twee jaar een nieuwe druk van uitkomt. En wanneer je dan steeds op een bepaald moment de vijfde druk terug in de tijd weg gaat gooien, zo van 'de jaren 80, daar hebben

we toch niks aan', dan heb je op een bepaald moment een probleem. Want er wordt nu, wordt er wel verwezen naar de huidige versie, dus als je dan over een paar jaar een artikel hebt waarin wordt verwezen naar dat boekje, waar je 10 – 15 jaar onderzoek naar zou willen doen, dan loop je dus tegen een dood spoor aan. Dan zit je op een dood spoor. En dan heeft de KB gelukkig vaak de boeken nog wel, en dan kun je ze via de IBL gewoon soms nog krijgen, maar daardoor verlies je wel veel. Dus het idee is van eh, de collectie moet wel gewoon compleet blijven. Niet te snel denken 'we hebben het digitaal' dus we kunnen het papier weggooien. En als je het papier weggooit, gooi het dan niet door de verbrander of op een grote stapel buiten met vlagvertoon, maar biedt het dan in ieder geval aan bij de geïnteresseerden.

I: Ik zal het even meenemen.

R: Ja. Dat is eigenlijk het voornaamste sentiment. Dat gevoel dat er niet meer om boeken wordt gegeven. Terwijl dat perfect zou moeten aansluiten op elkaar.

I Ja. Traditioneel en digitaal zouden elkaar aan moeten vullen en niet uit moeten sluiten.

R: Ja.

I: Dan nu iets over de organisatiecultuur. De Universiteitsbibliotheek heeft een missie en een visie. Kent u die?

R: Eh.. Minder boeken, meer digitaal?

I: Haha nee, het is een heel verhaal. Ik heb het meegenomen en ik wil u vragen om het even te lezen.

R: Ja.

I: En dan aan mij te vertellen of u het vindt passen bij de Universiteitsbibliotheek.

R: Okee. Euhm.. Nee. Euhm, trouwens, eerste puntje. Ze zijn hier vergeten dat ze Nijmegen moeten weghalen. Want dit is de actuele nog?

I: Ja, ja die heb ik zo gecopy-paste van de website.

R: Ja nou, oud foutje. Er staat niks bij over boeken. Er zit niks meer in over de fysieke collectie, toegankelijkheid van de fysieke collectie, en ook het woord 'voldoende kritische massa', dat is een zwaktebod. Want je visie en je missie is om een, om niet een voldoende kritische massa te hebben, maar om een, al is het maar window dressing, dat je zegt van 'we zorgen gewoon voor uitstekend aanbod aan wetenschappelijke informatie', plak er zo'n etiket op. Dit is gewoon van, we willen wel maar we kunnen niet. En eh, een beetje profileren van wat we allemaal hebben geschreven is leuk, maar ook dat zijn bij ons in ieder geval nog boeken. Overal in de digitale bibliotheek. Als je het zo ziet, kan de bibliotheek een website zijn met een helpdesk. En dan heb je voor de rest niks meer nodig, geen fysieke locaties, geen boeken, niks. Ehm en dat eh, en daar heb ik moeite mee.

I: Dat kan ik me voorstellen. Wat zou u veranderen?

R: Eh.. Dat ze in ieder geval beginnen bij de historische, bij de traditie. Dat ze in ieder geval zeggen dat ze een uitstekend aanbod hebben, ook al is het niet waar. Dat ze een uitstekend aanbod hebben zowel de fysieke collectie, de open opstelling, als on-demand. Daarnaast aangevuld met een uitstekende toegang tot wetenschappelijke informatie en eigen publicatie, daar, dit kan allemaal wel, maar als een aanvulling op de normale bibliotheek.

I: Maar dit voelt dus eigenlijk een beetje als een advertentie voor een volledig digitale bibliotheek?

R: Ja, dit kan prima.

I: Dat was de missie en visie. Eh, we hebben al eigenlijk besproken dat u de bibliotheek zou omschrijven als een traditionele bibliotheek momenteel, op weg naar een digitale maar misschien niet geheel voor het positieve. En wat is een digitale bibliotheek volgens u?

R: Ehm.. Ja een digitale bibliotheek is een eh.. Wij gebruiken hier Rechtsorde. Bij rechten is dat eigenlijk de voornaamste juridische portal voor Nederlandse juridische publicaties. Eh met heel veel aanbod en ook daar komen steeds meer e-books in. Mijn boek zit daar bijvoorbeeld ook in. Dat vind ik eigenlijk een digitale bibliotheek. Dus een allesomvattend zoekstelsel. En dat kan ook vanuit de universiteit worden

aangeboden, mits ze dan eigenlijk alle boeken digitaliseren. Dan zou je echt een digitale bibliotheek hebben.

I: Eh okee, dus als diensten zou dan eigenlijk zeggen dat de bibliotheek alle papieren boeken gedigitaliseerd heeft en dat het een soort allesomvattend portal is waar je alles in kan vinden.

R: Ja dat zou ik een digitale bibliotheek willen noemen.

I: Mist u nog een dienst van de bibliotheek in uw dagelijkse werkzaamheden?

R: Ehm.. Niet dat ik nu merk nee.

I: Heeft u nog tips of feedback voor de bibliotheek?

R: De dingen die ik terloops heb genoemd. Behoudt de boeken. En ook al digitaliseren ze ze, behoudt de boeken. Want het is, nogmaals met die laatste versies van dingen, dan verschijnt vaak online de laatste versie. En wat er dan met die voorlaatste versie is gebeurd, digitaal is het niet meer terug te vinden. Dus het kan wel, als je een zoekstelsel bouwt dat dat toestaat. Dat je kunt zeggen 'ik wil graag de uitgave van dat boek hebben van 1 januari 1995'. Digitaal allemaal mogelijk, maar dan moet je het wel bouwen. En dan heb ik er allemaal niet zoveel moeite mee. Dus dat zijn mijn voornaamste punten.

I: Okee, en wilt u nog iets toevoegen aan dit gesprek?

R: Ehm, nee op zich niet.

I: Okee, dan hartelijk bedankt voor uw tijd.

R: Graag gedaan.

Respondent 10

I: Ik heb een aantal opdrachten voor je. Niks is fout en je mag alles gewoon zeggen. En als je ergens ook gewoon geen antwoord op weet is dat ook goed, dat mag je gewoon zeggen.

R: Okee.

I: Ik ga allereerst 20 kernwaarden uitleggen voor je en daar mag je er vier uit kiezen die jij het beste vindt passen bij de bibliotheek zoals hij nu is. Denk vooral hardop.

R: Hmm... Vier mag ik er uitkiezen hè?

I: Ja.

R: Hmm.. als eerste zou ik zeggen benaderbaar, die vind ik het meest, die pak ik er meteen bij. Ook vanwege de medewerkers achter de grote balie die er daar zitten. Dichtbij, ook, en.. behulpzaam. En digitaal.

I: En waarom dichtbij, behulpzaam en digitaal? Benaderbaar heb je al uitgelegd.

R: Dichtbij omdat het zo van, je kan hier altijd terecht, en altijd als je hier nog even tijd wil doorbrengen kan je zo naar binnen wandelen en dan ben je hier zo zeg maar. Behulpzaam omdat ook vanwege de medewerkers, ook omdat als je een vraag hebt doen ze echt hun best voor je en je hoeft nooit eh in te houden om vragen te stellen. En digitaal omdat ik hier vooral op de computer werk, dus de computer is echt een belangrijk onderdeel.

I: Okee, helder, en als je de perfecte bibliotheek zou mogen bedenken, zouden die vier kernwaarden dan hetzelfde blijven of zou je ze veranderen?

R: Hmm.. Ik denk dat ze wel aardig hetzelfde zouden blijven. Misschien zou ik veelzijdig erbij willen zetten, maar eigenlijk is dat niet iets wat ik mis in de bibliotheek zoals hij nu is.

I: En wat stel jij je voor bij veelzijdig?

R: Nou dat je echt voor verschillende zaken terecht kan. Dus bijvoorbeeld zelf wil studeren, of als je boeken nodig hebt, of als je extra informatie nodig hebt over literatuur, dat soort dingen. Een stuk breder.

I: Dat het meer een soort van kennisknooppunt wordt.

R: Ja.

I: Okee, helder. En ken je de vier kernwaarden van de universiteitsbibliotheek?

R: Nee.

I: Want ze liggen ertussen, en je hebt er ook eentje gekozen. Dichtbij.

R: Hmmhmm..

I: Want de kernwaarden zijn dichtbij, alert, betrouwbaar en verbindend en verdiepend. Vind je dat passen bij de bibliotheek?

R: Hmm.. Even denken. Verbindend en verdiepend wel, en... betrouwbaar, alert.. Alert zou ik niet zo snel erbij zetten eigenlijk. En betrouwbaar opzich wel maar ik vind dat een beetje vanzelfsprekend eigenlijk.

I: Okee, dat is goed. En vind je dit passen bij een digitale bibliotheek?

R: Bedoel je daarmee een bibliotheek met digitale boeken?

I: Nee, in de breedste zin van het woord.

R: In de breedste zin van het woord, okee, nou dan is dichtbij eigenlijk minder belangrijk, denk ik. Hmm.. Ja en voor de rest geldt eigenlijk wel een beetje hetzelfde.

I: Okee, dan zijn we door de kaartjesopdracht heen.

I: Dan gaan we door naar een poster. Die ken je waarschijnlijk wel want die komt van hier. Dit is hem. En we hebben het niet zozeer over de poster an sich maar meer over de visuele uitingen die op de poster staan, dus bijvoorbeeld de kleuren, de symbooltjes en hoe dingen op de pagina staan. En daar zou ik graag je mening over willen weten en of je er iets aan zou veranderen.

R: Dus het gaat echt over het uiterlijk, over de eerste indruk zo'n beetje?

I: Ja. Inderdaad. Ik ga je straks dingen vragen over de inhoud maar dat doe ik even apart.

R: Ja. Okee. Ja puur op het uiterlijk vind ik het erg lelijk dat de titelletters allemaal kleine letters zijn en geen hoofdletters hebben. Hmm.. verder vind ik het wel helder.

I: Dus je zou alleen veranderen dat de titelwoorden met hoofdletters beginnen?

R: Ja. En ik wil hierzo misschien, hier staat een spreekballon en die zou ik weghalen. Ik vind het juist belangrijker dat er plekken zijn waar er niet wordt gepraat dan dat er plekken zijn waar er wel wordt gepraat. Ja.

I: Okee. En wat vind je van de inhoud van de poster?

R: Eh, op zich helder. Dit vind ik een beetje onduidelijk, 'compulsory literature for reference only', daar denk ik dat je niet al kent dat je het ook niet weet. Borrowstukje is heel goed denk ik. Ja voor de rest is het wel duidelijk.

I: Okee. Zou je de QR-code die erop staat gebruiken?

R: Eh, nee. Ik heb zelf nog nooit een QR-code gebruikt.

I: Denk je dat dat aanslaat zo'n QR-code? Denk je dat mensen daar gebruik van maken?

R: Hmm.. Nee niet zo snel denk ik.

I: En vind je deze poster de digitale bibliotheek uitstralen?

R: Ja, opzich wel, ook vanwege de tekenjes die erop staan.

I: Okee, dankjewel.

I: Ehm dan gaan we het nu hebben over het gedrag van de organisatie, naar jou toe als student. En eh dan wilde ik graag van je weten of je wel eens contact hebt gehad met iemand achter de balie of via Ask Your Librarian?

R: Ehm.. ja ik heb wel eens contact gehad met mensen achter de balie toen ik boeken zocht.

I: En Ask Your Librarian niet gebruikt?

R: Nee.

I: En hoe was dat contact achter de balie?

R: Ja goed, het heel behulpzaam en het ging heel soepel.

I: En lieten ze je ook zien hoe je dingen digitaal kon oplossen?

R: Allebei. Ook gewoon zo.

I: Okee, en zou je nog wat veranderen aan je contact met de bibliotheek?

R: Hmm.. Nee eigenlijk, ik denk het niet. Nee volgens mij niet.

I: Okee, en stel dat de bibliotheek een soort van chatfunctie op de website zou hebben, waar je een vraag kunt stellen en dan krijg je antwoord via die chatfunctie. Zou je dat wat vinden?

R: Ehm.. Nee ik denk het niet. Want meestal als ik vragen heb voor de bibliotheek is dat voor iets wat ik op dat moment in de bibliotheek ervaar. Dus dan vanaf thuis zou dat niet zo snel gaan.

I: Dat lijkt me heel logisch. Dan ga ik je de missie en de visie van de bibliotheek laten lezen. Ken je de missie en visie?

R: Nee.

I: Ik heb hem mee, en als je hem even rustig zou willen doorlezen en mij zou willen vertellen of je het vindt passen bij de bibliotheek en of je nog iets zou veranderen.

R: Okee. Ehm... Dus of ik het er bij vind passen en of ik er iets aan zou veranderen.

I: Ja.

R: Ik denk, iets dat ik niet zo herken is zichtbaarheid van de wetenschappelijke onderzoeksproductie van de Radboud Universiteit. Dat, ja dat herken ik niet zo, maar tegelijkertijd heb ik daar zelf ook niet zoveel behoefte aan om dat te zien dus ik weet niet of dat een probleem is. Voor de rest kan ik me er wel in vinden. Vooral, wat voor mij heel belangrijk is, is, gedifferentieerde fysieke studie- en informatieomgeving. Zodat je op verschillende mogelijkheden hebt om te studeren en dat dit op verschillende manieren kan, dat vind ik nu heel goed gaan in de Library of Science in elk geval. En.. qua

missie.. weet ik niet zo goed wat het betekent dat ze zeggen 'optimale wetenschappelijke informatievoorziening'. Dat vind ik een beetje een lege uitdrukking.

I: Okee.

R: Misschien, ze zeggen kwalitatief hoogstaande studieomgeving, ik denk dat het daar ook heel belangrijk is dat het ook kwantitatief goed is. Dus dat er ook voor iedereen plek is als ze dat willen. Maar, ehm. Dat zit op zich bij kwalitatief in en dat is hier op zich geen probleem, denk ik.

I: Okee, mooi.

R: Ja.

I: En vind je dit passen bij de digitale bibliotheek?

R: Ehm.. Ja. Ja.

I: En waarom?

R: Ja, zo van, een belangrijk onderdeel van de digitale bibliotheek is nog steeds ook fysiek terecht kan en dat staat er ook nog echt in. En.. Ehm.. Nou een belangrijk onderdeel daarvan is ook dat er voldoende computers beschikbaar zijn maar dat zit er ook eigenlijk al in, met kwalitatief hoogstaande studieomgeving.

I: Okee.

R: Ja.

I: Dat is mooi.

I: Eh, dan gaan we nog een aantal dingen doornemen over de digitale bibliotheek, namelijk hoe zou jij de digitale bibliotheek omschrijven? Wat is dat voor jou?

R: Hmm... Ik denk een plek waar je ja sowieso voldoende toegang hebt tot digitale middelen, dus waar je toegang hebt tot een database aan artikelen en online boeken bijvoorbeeld. En tegelijkertijd ook een plek waar je gebruik kan maken van computers. Dat was het.

I: Okee, en zou je de bibliotheek nou ook omschrijven als een digitale bibliotheek of is hij meer traditioneel?

R: Eigenlijk een combinatie. Dus ehm.. Er zit er wel echt een stuk van die traditionele bibliotheek in, maar er is ook al een groot deel wat wel digitale bibliotheek is.

I: Okee, dat is goed. En welke diensten zou de digitale bibliotheek leveren?

R: Hmm.. toegang tot online studiemateriaal. Ja en ook dat je online kan zoeken naar wat je nodig hebt of kopiëren en dingen.

I: Okee, dat was het. Dankjewel voor je medewerking!

R: Okee.

Respondent 11

I: Ik ga je een paar opdrachten voorleggen. Allereerst een opdracht met kernwaarden. Ik ga je twintig kernwaarden voorleggen op kaartjes..

R: Okee.

I: en die mag je pakken en rangschikken enzo. Maar wat ik voornamelijk wil is dat je er hier vier uit kiest die passen bij de bibliotheek zoals hij nu is.

R: Okee. Dus gewoon vier uitkiezen uit alle dingen.

I: Ja.

R: En deze moet ik rangschikken of eh?

I: Nee dat hoeft niet.

R: Okee.

I: En denk vooral hardop.

R: Okee, even denken. Dit vind ik, dit vind ik niet. Dit vind ik. Ja. Hmm... Absoluut niet. Absoluut wel.

I: Je vindt hem absoluut niet traditioneel?

R: Nee. Daar ben ik wel blij mee.

I: En waarom?

R: Ja ik weet niet, als je hier komt is de sfeer heel modern en wat ik wel leuk vind is dat ze al die bijzondere collecties steeds weer naar voren halen.. En dat vind ik wel lekker traditioneel, maar de rest van de bibliotheek vind ik geen traditioneel karakter hebben. Nee.

I: Okee.

R: Mwoah... Nee... Hmm.. Ja... Hmmhmm... Ja dan hou ik die over.

I: En dan moet je er daar nog vier uit kiezen.

R: Ja. Even kijken. Wat ik sowieso vind is verdiepend en verbindend.. Hmm.. Vernieuwend en innovatief, wat is daar het verschil tussen?

I: Dat is aan jou maar ik zou zeggen dat vernieuwend minder radicaal is dan innovatief.

R: Dan doe ik het zo. Hmm.. Open en transparant. Ja dan houd ik hierbij.

I: Okee, en wil je die nader toelichten?

R: Ja. Nou ik vind de UB verbindend en verdiepend omdat je eh.. Je hebt een verdieping maar ik vind ook gewoon dat je dat een bibliotheek verbindend en verdiept, en dat de stof zelf verdiept en dat je ook gewoon hier kunt zitten om te werken vind ik heel verbindend. Dat je juist die.. Die.. Samenkomst van lezen en van werken vind ik precies hierin tot uiting komen. Dat is ook wel hoe ik de UB zie, als een werkplek en als een leerplek. Een kennisplek. Vernieuwend, omdat ik al zeg, ik vind het een modern

karakter, ik vind het niet traditioneel, juist in de dingen die ze toepassen. Je ziet ook die verbouwing hier, en het steeds actueel blijven vind ik heel erg typerend voor deze UB.

I: Hmmhmm.

R: en transparant, open acces en eh.. Nou ik vind ook dat het heel makkelijk is om binnen te komen en daarom is het ook.. Ja het is toegankelijk laat ik het ook zeggen en daarbij ook duidelijk, helder, het.. Het is vooral dat ik het aan veel dingen koppel dat ik denk, ja.

I: en het is ook niet erg als je iets niet weet he, je hoeft niet per se iets niet te benoemen als je het niet weet. En stel je mag jouw perfecte UB samenstellen, zou je dan nog iets veranderen aan deze vier kernwaarden?

R: Hmm... Sowieso meer bereikbaar, want ehm.. Wat ik wel erg vind is dat je het.. Weinig bereikbaar is vanuit het Erasmusplein. Je moet helemaal omlopen om binnen te komen. Dus bereikbaar zou wel een puntje zijn wat beter zou kunnen. Dat vind ik ook wel een groot ding.

I: ja.

R: Digitaal vind ik ook.. Ik vind.. Het is heel digitaal met de catalogus, maar vooral het inzien van een boek op de digitale manier dat is ook iets dat niet gebeurt. Ik weet niet ehm, of dat slecht is, maar daar ligt misschien nog een mogelijkheid om zich in te ontwikkelen mocht dat nodig zijn. In het kader van OpenAcces zou je daar nog iets mee kunnen. Maar dat bereikbaar vind ik echt belangrijk.

I: Okee.

R: Persoonlijk.

I: En voor welke twee zou je die dan ruilen?

R: Ik denk voor deze.

I: Voor open en transparant..

R: Dan zou ik daar hmm..

I: Bereikbaar. En digitaal zou je toch bij nader inzien niet kiezen.

R: Nou nee, het zou erbij kunnen.

I: Okee. Ken je de kernwaarden van de bibliotheek?

R: Nee.

I: De kernwaarden zijn dichtbij, betrouwbaar, alert, verbindend en verdiepend.

R: Okee.

I: Dus je had er eentje goed.

R: Ja, haha. Hoezo alert als ik vragen mag?

I: Eh waarom denk je alert?

R: Dat weet ik niet, daarom vraag ik het.

I: Ik denk dat ze alert hebben gekozen omdat ze alert zijn op nieuwe ontwikkelingen.

R: Nee dat herken ik inderdaad wel, betrouwbaar herken ik ook wel. En dichtbij.. Het is wel dichtbij maar niet bereikbaar.

I: Vanuit het Erasmusplein, deze locatie.

R: Ja.

I: Vind je dit passen bij een digitale bibliotheek, deze kernwaarden?

R: Ja, want alert vind ik het wel eh.. Dichtbij, je kunt het thuis bereiken en alert.. Je bent alert op bezig met het oriënteren op wat actueel is en hoe je daaraan kunt aansluiten.

I: Okee.

I: Dan gaan we nu naar een poster. En eh.. Die is van de Library of Sciene maar dat zou er verder niet toe moeten doen.

R: Ojah.

I: Het gaat om het algemene beeld. Ik wilde eerst wat gaan vragen over de symbolische uitingen op deze poster.

R: Dus de plaatjes enzo.

I: Ja. Plaatjes, keuren, lettertype, dat soort dingen.

R: Oh, okee.

I: Wat vind je ervan?

R: Aansprekend. Als ik niet naar de tekst kijk, of in ieder geval.. Het is wat je er kunt. Je kunt er boeken lenen, digitaal, dat is vooral een belangrijk component in dit gedeelte. Niet zozeer fysieke boeken, dat valt me wel heel erg op. En eh.. Koffie spreekt me ook heel erg aan, dat spraakwolkje. Dus dat is wat me in eerste instantie heel erg opvalt.

I: Okee.

R: En de teksten spreken ook heel erg voor zich. Search, borrow, work.

I: Ja.

R: Dat is wat me opvalt.

I: En de QR-code, die valt je niet meteen op?

R: De wat? De..

I: De QR-code.

R: Oh, oh nee ik ben geen beta. QR-codes let ik niet zo op omdat ik er toch niks mee doe. Nee.

I: En waarom niet?

R: Ik heb niet zo'n QR-scanner. Ik zie wel gewoon wat je ermee kunt.

I: Heb je wel een smartphone?

R: Ik heb wel een smartphone. Nee maar ik heb zelf niet zo veel met QR-codes. Ik weet dat ze er zijn, ik weet dat ze nuttig zijn, maar ook dat ik er niets mee heb.

I: Zou je nog iets aanpassen aan de symbolische dingen op deze poster?

R: Ik zou er een boek op zetten. Ik vind dat dat in ieder geval wel leuk voor een Library of Science. Ik weet niet of ze nog fysieke boeken hebben.. Maar juist dit kenmerk is ook belangrijk, dat er gewoon fysieke boeken zijn en dat je die niet uit het magazijn hoeft te halen. Dat is iets dat ik wel zou willen toevoegen, iets met boeken. In plaats van alle hippe dingen eromheen.

I: En over de inhoud, wat vind je hiervan, wat valt je op?

R: Hmm.. Nou ik vind het wel leuk, het nodigt wel heel erg uit om te komen werken. En ook dat je dat gezelligheidscomponent hebt. Dat blijkt ook wel uit dat je koffie mee mag nemen. En ook dat er staat hoe je uitgebreid kunt zoeken. Ik vind het ook duidelijk, helder, ruimer dan wat ik zelf zou bedenken bij een bibliotheek. Dat het ook wel heel erg duidelijk is dat onze UB uniek, of ja, kenmerkt.

I: Okee. En zou je nog iets veranderen?

R: Nee. Nee.

I: Okee. En je noemde het al heel kort even, dat dit eigenlijk wel een digitale poster is. Vind je dit ook passen bij een digitale bibliotheek?

R: Ja. Vind ik wel. Ja. Wat me wel opvalt is dat je ook kunt lamineren en inbinden, wat je bij ons natuurlijk alleen in de copyshop kunt doen. Maar nee ik vind het een goede poster, absoluut.

I: Okee, mooi. Dan hebben we die gehad. Dan gaan we het nu hebben over het gedrag van de organisatie. Heb je wel eens contact gehad met de Universiteitsbibliotheek? Bijvoorbeeld met een medewerker, of via Ask Your Librarian?

R: Ik heb een keer met Natalya contact gehad, en ik heb een keer een klacht te horen gekregen van een student, die heeft naar ASAP gemaild, over de zonwering. En toen heb ik naar Nataya gemaild omdat ik niet wist bij wie ik daarvoor moest zijn, en die heeft me doorgestuurd naar een medewerker inderdaad, en die vertelde me wat ik ermee moest doen en dat ik voortaan dat via Ask Your Librarian kon doen. Maar ik wist niet wat dat was.

I: Okee en je hebt het niet gebruikt verder.

R: Nee.. Nee.

I: Okee en je hebt verder ook nooit bij de servicebalie gevraagd om hulp bij het zoeken?

R: Nee ook niet, ik gebruik wel vaak gewoon de catalogus, daar zoek ik veel in op. En de zoeksystemen. Maar niet Ask Your Librarian of de medewerkers.

I: Dan gaan we het nu hebben over de organisatiecultuur. Ken je de missie en de visie van de UB?

R: Ik heb hem wel een keer gehoord, maar ik eh heb hem niet actief opgeslagen.

I: Als dat wel zo zou zijn zou ik het heel knap vinden.

R: Haha.

I: Ik heb hem meegenomen en zou je hem willen lezen, me willen vertellen wat je ervan vindt en of je er iets aan zou veranderen?

R: Ja. Moet ik hem hardop lezen?

I: Nee joh, nee nee. Neem gewoon de tijd, lees hem rustig.

R: Oh, interessant ja goeie. Ja helder.

I: Ja?

R: Ja.

I: Bij wat vond je direct goed?

R: Ik vond het aanbod van scholing op het gebied van academische vaardigheden en wetenschappelijke communicatie vond ik wel interessant.

I: Ja?

R: Dat doet me meteen denken aan het academisch schrijfcentrum wat hier zit, dat is het eerste dat bij mij getriggerd wordt. En die missie dat herken ik wel ja. Optimale wetenschappelijke informatievoorziening, ja dat is zo, en kwalitatief hoge studieomgeving, ja dat is hier ook wat ik net ook zei met die waarden, dat komt hier helemaal in terug vind ik.

I: Ja? En vind je het ook passen bij een digitale bibliotheek?

R: Ja interactieve dienstverlening is iets dat aansluit op Ask Your Librarian. Niet dat ik het zou gebruiken, maar ik herken dat er wel in. Ja opslag en zichtbaarheid, ik denk dat die zichtbaarheid ook in het digitale aspect heel erg naar voren komt. Plus het feit dat de boeken open staan dat je ze gewoon in kunt kijken. Dat is iets waar ik zelf heel erg blij mee ben, dat je gewoon naar de kast kunt lopen en dan een boek eruit kan pakken. Dat vind ik zelf heel fijn. Maar ja, ik herken dit wel. Digitale bronnen. Ik denk dat de digitale component ook wel belangrijk is voor een bibliotheek in de moderne maatschappij. Ik vind het digitale aanbod dat er ook iets meer mee zou kunnen. Ook via de catalogus dat je boeken kan opvragen, dat is af en toe ook heel handig, maar misschien dat dat nog iets interactiever zou kunnen. Dat je een aparte echt digitale bibliotheek zou kunnen hebben waar je echt alle digitale werken in hebt staan. Misschien dat daar nog iets aan zou kunnen.

I: Dat je echt een virtuele ruimte hebt met..

R: Ja, het liefst dat je een virtuele boekenkast hebt. Dat je als je zoekt dat je dingen daar echt uit kan pakken. Ik denk dat dat wel leuk zou zijn. Maar ja.

I: En zouden mensen er dan ook meer gebruik van maken denk je?

R: Iemand als ik denk ik wel. Je moet je ook goed verankeren in die innovatie, dat je zoiets hebt van, iets traditioneels, zo'n boek pakken, dat dat een digitale setting krijgt. Een boek lezen associeer ik met... Ik vind het niet per se heel prettig om digitaal te lezen, ik heb liever een fysiek boek, maar af en toe kan het wel handig zijn en juist die koppeling van iets digitaals met traditioneel lezen zou voor mij ook wel een stuk uitnodigender zijn om iets thuis te lezen in plaats van dat ik daarvoor helemaal naar de bieb zou gaan.

I: Okee.

R: Maar dat is misschien per se ik die gewoon een beetje van traditie is.

I: Goede suggesties. Ik vind de ideeën die iedereen aanbrengt echt heel leuk. Iedereen heeft zulke leuke suggesties.

I: Ja, nou hebben we de visie en de missie ook gehad, en er is wel een leuk bruggetje naar de digitale bibliotheek eigenlijk.. Wat is een digitale bibliotheek eigenlijk voor jou, hoe zou je dat omschrijven?

R: In principe is dat in beginsel alleen gewoon het feit dat je naar een catalogus kunt zoeken, dat je digitaal kunt zoeken en dat je die kunt bereiken, plus een aansluiting met picarta. In ieder geval een essentieel onderdeel van een digitale bibliotheek en dat doet deze universiteit perfect. Plus een keer die zoeksystemen en dat je alles op kunt zoeken, waar plekken vrij zijn, waar computers zijn. Mis ik nou nog iets?

I: Dat weet ik niet, het is jouw definitie.

R: Voor mij is dat wel een digitale bibliotheek denk ik, ja. En zelf zou ik het nog wel fijn vinden als er iets meer focus ligt op digitaal boeklezen. Daar zou iets interactiefs, iets innovatiefs mee gedaan kunnen worden. Maar dat is niet per se wat een bibliotheek digitaal maakt vind ik.

I: Nee, en zou je deze bibliotheek dan categoriseren als digitaal of traditioneel?

R: Absoluut als digitaal, omdat je toch wel veel kunt met het opzoeken en ik vind juist het kader.. Het modern gebouw dat de UB heeft en de moderne dingen die het heeft ook de rekken en alles is lekker modern. Plus het component dat het digitaal ook heel toegankelijk maakt, maakt dat ik het wel als digitaal zou willen bestempelen. Ik vind.. Ik zou die koppeling.. Die samenhang vind ik wel heel goed.

I: En van de diensten die een digitale bibliotheek zou moeten leveren, mis je er nog eentje naast je digitale boekenkast?

R: Nee, ik vind het trouwens ook goed dat je computerruimtes hebt, en dat je naar de ICT ruimte kan als je ergens problemen mee hebt. Dat is heel fijn, dat je weet dat je hier terecht kunt.

I: Ja.

R: Hmm.. Mis ik dan nog iets? Nee volgens mij niet.

I: Okee, dankjewel.

R: Ja graag gedaan. Oh, IBL mag iets toegankelijker, maar dat kan tegenwoordig alleen nog digitaal dus dat is goed.

I: En stel er zou een chatfunctie zijn op de website van de UB, dat je gewoon direct kunt chatten met een medewerker, zou je daar dan gebruik van maken?

R: Nee, ik persoonlijk in ieder geval niet omdat ik toch graag persoonlijk met iemand praat, ik ben zelf niet zo van die chatservices. Vooral omdat het ook een toegankelijke bieb is, je kunt gewoon makkelijk een werknemer aanschieten van, ik kom er even niet uit, kan je me misschien ergens mee helpen. Dus ik eh.. En je hebt nu ook Ask Your Librarian, daar zou je meer mee kunnen. Ik denk niet dat een chatfunctie voor mij persoonlijk iets toe zou voegen.

I: Okee, goeie, dankjewel. Dit was ook het interview. Dankjewel voor je ideeën!

R: Graag gedaan, ik vond het erg leuk want ik houd heel erg van de bibliotheek. Heel veel complimenten.

Respondent 12

I: Ik heb een drietal opdrachten voor je, en de eerste is met kaartjes.

R: Okee.

I: Ik heb 20 kernwaarden. En ik wil graag van deze 20 de 4 kiest die jij het beste vindt passen bij de bibliotheek zoals hij nu is.

R: Zoals ik de bibliotheek zie.

I: Ja, op dit moment. En je mag ze verschuiven enzo.

R: Okee, ehm.. Ik ga voor digitaal, sowieso. Ik ga voor vernieuwend. Ik ga voor kwaliteit en kwantiteit.

Ehm.. En ik ga voor behulpzaam.

I: Okee en waarom deze vier?

R: Nou omdat ze, omdat digitalisering bij de bibliotheek ontzettend belangrijk is. Ik krijg daar ook heel veel zelf van mee, in mijn werk moet ik daar veel voor doen, maar ook gewoon van mijn collega's en van de mensen boven mij. En dat gaat een beetje samen met die vernieuwing. Dus, met zijn allen op dat digitale spoor gaan zitten, daar zijn ze allemaal een beetje mee bezig. Een beetje op dat traditionele spoor zitten daar, we stappen over naar beide. Daarbij hoort kwaliteit en kwantiteit, ze zijn ook heel veel bezig met de collecties hier. Ze zijn bezig met abonnementen op tijdschriften. Het niveau van abonnementen op tijdschriften, maar ook van de boeken, van wat de bibliotheek aanbiedt. Dat moet goed zijn, maar dat moet ook volledig zijn. Dus ik zie dat de bibliotheek daar wel mee bezig is, zowel kwaliteit als kwantiteit, en dan als laatste, dat een stukje ook van mezelf van wat ik doe met mijn werk maar wat de bibliotheek ook als functie heeft dat is ondersteuning voor alle wetenschappers en studenten hier aan de Radboud Universiteit en eh.. Dat is een stukje behulpzaamheid wat de bibliotheek moet zijn. Daarom deze vier.

I: Okee. En.. stel welke kernwaarden zouden klanten hebben gekozen bij deze vraag?

R: Ik denk dat die sowieso andere zou kiezen omdat ik binnen de organisatie werk en zij klant van de organisatie zijn en op een hele andere manier kijken naar de bibliotheek. Of in ieder geval anders kijken naar de bibliotheek zoals ik doe.

I: En welke vier zouden ze dan kiezen?

R: Ik denk ehm.. nou dat gezegd hebbende dat wat ik net zei, ik denk dat ze sowieso deze gaan kiezen.

I: Behulpzaam.

R: Ja behulpzaam. Of dat de bibliotheek behulpzaam is. Ik denk dat ze dat wel zo ervaren. Hmm... Ik moet hier denk ik niet te lang over nadenken, ik moet gewoon kiezen. Ik eh.. ik zou zeggen dat ze ook kiezen dat de bibliotheek traditioneel is. Ik denk dat als je hier binnenkomt dat de werksfeer redelijk traditioneel is, maar je ziet ook de boeken staan, bij het CB zie je ook de boeken. Dat past bij de traditionele kijk die mensen hebben op een bibliotheek en ik denk dat voor een heel dat digitalisering en die abonnementen, dat ze dat niet weten, dat ze dat zich niet realiseren. Dus daarom traditioneel. Dan betrouwbaar, ik denk wel dat de klant denkt dat de bibliotheek betrouwbaar is, omdat heel de campus de bibliotheek aanboort, alle wetenschappers hier. Dus als je daarin wordt opgeleid, dan vinden de studenten dat denk ik ook. Nou ik zou zeggen bereikbaar, omdat in ieder geval, nou bij de bibliotheek die wij hebben, die FNWI, je loopt hier zo naar binnen. Eh.. Het is makkelijk toegankelijk voor de studenten hier in dit gebouw. Ik zou voor hier wel bereikbaar zeggen.

I: En stel, de bibliotheek is veranderd naar jouw ideale bibliotheek. Zou je dan nog wat aan de kernwaarden van de bibliotheek zoals je hem nu vindt veranderen?

R: Ehm.. maar bedoel je nu hoe de bibliotheek als organisatie intern functioneert of bedoel je nu hoe de bibliotheek in het grotere plaatje van de campus moet functioneren?

I: In het grote plaatje, hoe zou jij dat zien?

R: Ja, ehm.. Vernieuwing is belangrijk, de bibliotheek heeft een ondersteunende functie, dus hij moet continu in de gaten houden waar vraag naar is vanuit de campus. Zowel voor studenten als voor wetenschappers. En dus in samenwerking dan met vooral de wetenschappers die vernieuwing aangaan.

I: Ja. Dus vernieuwing zou je houden.

R: Ja. Dat vind ik zelf belangrijk. Daar zit dus ook die digitalisering bij, daar moeten we ook zeker mee doorgaan. We zitten nu met dat researchdatamanagement bezig, het is een goede stap dat ze daarmee bezig zijn. Ehm.. Daarnaast is de kwaliteit en kwantiteit belangrijk, constant evalueren, hebben we de goeie abonnementen en hebben we, is het, dekt het de lading van wat er hier behoefte aan is? Daarnaast moet het, ja dit, ja betrouwbaarheid spreekt een beetje voor zich.

I: Dat mag ook, maar zou je die erbij leggen voor je ideale bibliotheek?

R: Ja in de zin dat de rest van de campus, die moet de bibliotheek genoeg vertrouwen om ons in functie, maar dat ze die functie goed doen, dat ze die functie vervullen. En daarnaast lijkt deze handig. Of ja benaderbaar, dichtbij, is volgens mij hetzelfde. De bibliotheek moet benaderbaar blijven. Dus iedereen, wetenschappers zijn met hun eigen stokpaardje bezig, maar als ze iets algemeen nodig hebben, dat de bibliotheek kan vervullen, dan moet de bibliotheek die rol makkelijk kunnen. Dit hoeft dus niet per se dat, ik heb zelf het idee dat het helpt als je fysiek aanwezig bent, maar het hoeft niet per se. Maar ik vind het wel een belangrijke. Maar dit heeft dus allemaal te maken met de ondersteunende functie die de bieb heeft. En daarnaast ook een belangrijke, allemaal zelf nieuwe dingetjes. Dit vind ik wel een beetje corebusiness.

I: Die ondersteuning.

R: Ja.

I: En ken je de kernwaarden die de bieb heeft?

R: Ja, volgens mij, maar ik denk dat dit er een is.

I: Dichtbij.

R: Ik denk dat dit er een is.

I: Betrouwbaar.

R: Ik denk dat dit er een is.

I: Benaderbaar, nee.

R: Of deze.

I: Behulpzaam, nee.

R: Okee dan weet ik het verder niet.

I: Okee, het is dichtbij, alert, betrouwbaar, verbindend en verdiepend. Vind je dat de lading dekken van de bibliotheek?

R: Ja. Ik denk dat de medewerkers van de bieb allemaal hun best doen om hun werk zo goed mogelijk te doen, over het algemeen kan ik dat wel zeggen.

I: Ja.

R: Dus der maakt, eh.. de bibliotheek ook betrouwbaar, we schieten onszelf dan in onze voet als we dat niet doen. Dan verliezen we ook het vertrouwen van de wetenschapper. Als we het vertrouwen kwijt zijn dan krijgen we ook geen geld meer. Nou ja dan in dit geval is dat wel belangrijk.

Verbindend en verdiepend, ja, op welke manier dan? Met kennis ofzo? Of met elkaar? Dat is me niet helemaal duidelijk. Dit is een beetje.. Dit zijn heel leuke termen, heel leuke kernwaarden die je kunt gebruiken om je organisatie te definiëren, maar het zegt niet zoveel.

I: Hmmhmm.

R: Je moet hier dan ook naar handelen en ik weet niet of dat, ik weet niet zo goed hoe ze dit bedoelen.

I: Okee.

R: Dichtbij, ehm.. Dat is denk ik voor elke, je vraagt of het, of deze kernwaarden bij de bieb passen zoals hij nu is. Er zijn plannen om een aantal bibliotheken weg te halen. Dat staat in het beleidsplan volgens mij. Het idee is om uiteindelijk naar een fysieke rechtenbieblocatie en een fysieke cb-locatie te gaan op de lange termijn. Dus dat is.. Dat staat dus haaks op dichtbij. Wat bedoel je met dichtbij? Bedoel je fysiek dichtbij? Dat je mensen aan kunt spreken bij de bieb? Of bedoel je dat je binnen één klik op een mailadres

komt waar je een mailtje naar kunt sturen. Ik denk dat dit, dit klinkt als een hele aantrekkelijke kernwaarde omdat mensen die zelf in gaan vullen. En bij dichtbij denken van, oh dat is samen, dan zit je bij elkaar in een kamer, dan kun je elkaar aankijken. Maar ik weet niet of de bieb dat daarmee bedoelt. Voor mij is deze ook weer niet duidelijk, omdat de realiteit niet strookt met die kernwaarden. En alert, ja ze zijn wel alert.

I: Okee, en vind je die kernwaarden passen bij een digitale bibliotheek?

R: Nou ik denk wel dat je daarop in moet zetten als een digitale bibliotheek en dat het waarden zijn die mensen belangrijk vinden. En je kunt dit ook digitaal doen, ehm.. in mijn ogen minder effectief om het digitaal te doen, maar het is wel goed om jezelf zo te verkopen.

I: Okee, vind je dit leuk om te doen?

R: Ja, dit is wel grappig. Ik ben benieuwd wat andere mensen hebben gekozen maar dat kan ik natuurlijk in jouw verslag lezen.

I: Jaaaaa. Ik heb nu een poster voor je en volgens mij ken je hem.

R: Ja.

I: Heb jij hem gemaakt?

R: Nee.

I: Gelukkig. Ehm.. ik ga je dingen vragen over het visuele aspect van de poster en over het communicatie aspect. Allereerst het visuele aspect, bijvoorbeeld de kleuren, het lettertype, de pictogrammen, dat soort dingen. Wat vind je hiervan en zou je iets aanpassen?

R: Nee.

I: Okee.

R: En wil je ook weten waarom?

I: Ja.

R: Ik vind deze huisstijl, die de UB heeft gekozen, of dat ze die ergens vandaan hebben gehaald, dat vind ik wel okee. En ik hou ook van less is more. En deze poster is wel redelijk less. Misschien zou ik nog eens kijken naar de kleurtjes van deze figuurtjes maar verder vind ik het wel een okeeje poster.

I: Okee, en de inhoud, wat vind je daarvan en zou je daar nog iets aan veranderen?

R: Hier staat search, more than 2000 e-books, compulsory literature. Ik weet niet wat dat is.

I: Dat is de verplichte literatuur voor je vak.

R: En purchase of new book or journal. Kan ik daarnaar zoeken?

I: Dus je vindt dat de termen niet zo goed passen bij de titel?

R: Ja.

I: Voornamelijk die laatste. Zou je die ergens anders zetten?

R: For sale zou ik er sowieso niet opzetten want dat slaat nergens op. Superleuk dat je markers, notepads en usb-sticks kan kopen maar dat is niet iets dat je.. kijk een poster moet gewoon heel kort aanspreken en gewoon de belangrijkste dingen even melden van wat doen jullie? Een van de belangrijke dingen van ons is bijvoorbeeld dat we ook instructies geven en studenten helpen met het doen van literatuuronderzoek. Ja dat zou ik niet zo hier ergens wegzetten.

I: Je zou dat groter maken?

R: Ja, belangrijk, of bij wijze bovenaan zetten of groter maken. Dit is wel goed.

I: De openingstijden.

R: Ja, de openingstijden. Ehm.. Ja dit borrow dat zou ik dus ergens onderaan zetten. Dit is niet het belangrijkste. En dat work.. Je moet goed nadenken als je zo'n poster bouwt van, wat zijn de belangrijke dingen die wij hier doen in het studielandschap en hoe kan ik die vangen in een paar termen. Je moet dus hiërarchisch te werk gaan, je zet de belangrijkste dingen die je doet bovenaan in het groot en dan vang je met een term die jouw klant begrijpt. Dit is een poster voor studenten, dus je moet een beetje, daar zit

een balans tussen, maar je moet een beetje studentikoze taal gebruiken. Dat begrijpen studenten meteen. Je moet de balans houden, je moet ook wel professioneel blijven. Daarna zet je onder het kopje zet je de van belangrijk naar onbelangrijk zet je de dingen die binnen dat kopje als dienst aanbiedt. Dat is niet wat hier gebeurt, in die zin is het geen goede poster.

I: Okee. En jij zou het aanpassen naar een hiërarchische indeling?

R: Ja, van belangrijk naar onbelangrijk.

I: En die QR-code onderaan, zou je die gebruiken?

R: Nee, ik heb nog nooit, ik heb denk ik één keer in mijn leven een QR-code gebruikt.

I: Okee. Vind je dat hij er op mag blijven of vind je dat hij weg moet?

R: Waar gaat die QR-code naartoe?

I: Naar de homepage van FNWI.

R: Ik zou dan, als ik een QR-code erop zou zetten zou ik er een QR-code opzetten die mij direct naar de website brengt vanwaar ik zaaltjes kan reserveren en dan zou ik die website, dan zou ik er in elk geval voor zorgen dat die website mobiel-vriendelijk is. Dus als die mensen dan die QR-code zien dat ze heel makkelijk een zaaltje kunnen selecteren en zien of hij beschikbaar is. Dat zou ik doen. Dit is een beetje loos. Dit is een beetje een overkill aan.. ze zijn bij de UB nogal fan van dat je mensen meerdere routes aan moet bieden om ergens te komen.

I: Ja.

R: Daar kun je ook te ver in gaan vind ik. En dit is een voorbeeld van daar veel te ver in gaan.

I: En komt dit over als een poster van een digitale bibliotheek?

R: Ik weet niet zo goed hoe een poster eruit moet zien voor een digitale bibliotheek.

I: Hmmhmm.

R: Maar ja, als je.. het eerste wat in me opkomt is dat je wel iets zegt over de databases. Die eh.. die je beschikbaar stelt voor de klant. Misschien e-learning. De dingen die wij dus digitaal aanbieden, maar die staan hier dus niet op dus dan zou ik zeggen, nee dit is geen poster van de digitale bibliotheek.

I: Okee. Dat was de poster.

I: Dan gaan we het nu hebben over het gedrag van de organisatie. Jij hebt veel contact met studenten en wetenschappers vanwege je werkzaamheden denk ik hè?

R: Ja. Maar ik ken een hele hoop, ik heb hier zelf gestudeerd in dit gebouw dus ik ken een hele hoop docenten en studenten. Ik ben actief geweest bij de studievereniging van biologie.

I: En eh.. hoe denk je dat klanten dat contact ervaren?

R: Ik denk dat de wetenschappers, de docenten, waar wij mee contacten, ik denk dat die op zoek zijn naar mensen die bij de bieb werken die een deel van hun curriculum kunnen vullen met, academische vaardigheden en ze verlangen van ons dat wij daar professioneel mee omgaan en op een niveau zitten dat voor hun wenselijk is. En ik denk dat eh.. dat dat tot nu toe als prima wordt ervaren.

I: En intern gezien, als je overleg hebt met het management of met het MT, wordt er dan veel gepraat over de richting die de bibliotheek op wil of over de digitale bibliotheek?

R: Nee. Nee ze zijn niet zo open in hun communicatie over welke richting ze op willen gaan. Ik denk dat als je een organisatie wil draaien waarin er veel vertrouwen is, vooral vanuit de laag die aan het werk is naar de MT-laag, dat je transparant moet zijn in welke richting je op wil gaan, met je beleid, met de organisatie. Maar ook dat je, ik vind het zelf heel belangrijk dat je verantwoord waarom je dat wil. En prima dat we dan misschien met zijn tweeën door één deur kunnen maar dan heb je wel laten zien waarom je iets gaat doen. Zij zitten ook, die MT-laag zit ook op die positie, ze hebben altijd het laatste woord. En zo werkt de organisatie, daar is ook niks mis mee, maar het is fijn om te weten waarom ze doen wat ze doen denk ik dan.

I: Helder.

R: Ja dat is ook heel logisch.

I: Denk je dat mensen veel gebruik maken van Ask Your Librarian?

R: Wat ik daarvan meekrijg, Ask Your Librarian gaat naar een bepaald programma dat heet Question Point. Er zijn een aantal mensen binnen de bibliotheek aangesteld als beheerder van dat programma en die sturen vragen dan naar elke afzonderlijke bibliotheek toe. Wij krijgen, ik denk, twee vragen in de week ofzo.

I: Vind je dat veel?

R: Nee dat is weinig, dat is echt heel weinig.

I: Denk je dat er meer vragen binnen zouden komen als er een chatfunctie zou zijn op de website?

R: Dat durf ik niet te zeggen.

I: En zou je in zijn algemeenheid nog iets veranderen hoe jij naar buiten communiceert met de klant?

R: Nee, ik denk het niet. Ik denk dat mijn baas expres jonge mensen heeft aangenomen om enthousiast naar buiten te treden over de faculteit. En ik denk dat we dat ook wel doen.

I: Okee, dat is heel goed.

I: Ken je de visie en de missie van de UB?

R: Ja ik denk dat dat te maken heeft met die kernwaarden.

I: Dat mag je zelf beoordelen, ik heb hem meegenomen namelijk. Ik wil graag dat je hem even leest en vertelt of je hem bij de bibliotheek vindt passen en heel algemeen of je iets zou willen aanpassen?

R: Mag ik hier ook vragen over stellen?

I: Ja hoor.

R: Een gedifferentieerde en geoptimaliseerde studie- en informatieomgeving. Wat bedoelen ze daarmee?

I: Wat denk je dat ze ermee bedoelen? Ik weet het niet.

R: Hmm.. Ja en die laatste aanbod van scholing op het gebied van academische vaardigheden en communicatie. Okee, lekker vaag. Eh maar die informatieomgeving.. Ja ik weet waar ze naartoe willen dus.. Dus is die wel echt zo gedifferentieerd dan. De universiteitsbibliotheek ondersteunt de realisering van de kwaliteitsambities van de Radboud Universiteit Nijmegen door een optimale wetenschappelijke informatievoorziening en een kwalitatief hoogstaande studieomgeving. Ja helder. Nou ik nee, ik heb, af en toe zijn ze wat vaag of beschrijven ze wat ze gaan doen ontzettend breed. Dus wat doen jullie nou eigenlijk? Misschien kan daar nog een keer naar gekeken worden, maar voor de rest vind ik het wel een prima visie en missie.

I: En vind je het passen bij een bibliotheek met digitale ambities?

R: Nou bovenaan het eerste puntje is natuurlijk heel digitaal en dat staat op nummer één. Als ik zo'n visie zie dan ga ik er ook van uit dat dingen die bovenaan staan die als eerste worden genoemd dat die het belangrijkste zijn. En hier staat ook iets over nieuwe interactieve dienstverlening..

I: Dus jij zou zeggen, ja.

R: Ja.

I: Okee. Dat waren de visie en de missie.

I: We hebben het nu de hele tijd over de digitale bibliotheek gehad.. Wat is eigenlijk een digitale bibliotheek volgens jou?

R: Eh.. voor mij denk ik een digitale bibliotheek is eh.. Dat de communicatie met de klant, of de dienstverlening naar de klant toe grotendeels digitaal gebeurd.

I: Okee.

R: Dus op zich doet de bieb nog alles hetzelfde als eerst, er zijn nog steeds veel boeken aanwezig en een grote backoffice waar van alles gebeurt. Maar bijvoorbeeld is dat je een app hebt of dat je via een website kan achterhalen waar of dat je boek ergens staat. Of dat je via een website je boek kan bestellen zodat je hem ergens op kan halen en dat dat het grootste deel is van wat de bibliotheek doet is. En dat het

grootste deel digitaal wordt gedaan. Ik denk wel dat een beetje wordt onderschat wat de kracht is van de beleving in de bieb, dat er mensen zitten achter de balie waar je langs kan gaan en waar je even een praatje kan maken. Ik denk ook dat dat heel belangrijk is voor het imago van de bibliotheek. Als je dat gaat onderschatten gaat dat denk ik ten koste van je imago. En voordat je die beleving weer hebt opgebouwd gaat er wel weer tijd overheen. Dus ik vind het belangrijk dat dat wordt bewaard.

I: Vind je de bibliotheek nu digitaal of traditioneel, in jouw definitie?

R: Maar ik denk.. ik denk dat als je hier kijkt, naar de FNWI, dan is hij heel digitaal. Een groot deel van mijn werk hou ik me ook bezig met digitalisering van de bibliotheek. Ehm.. Maar als je op andere locaties kijkt zie je dat het traditioneler is. Dus die vinden dan ook andere dingen belangrijk. En ik denk ook dat dat niet erg is. Het is niet per se een antwoord op je vraag maar ik denk wel dat je daar rekening mee moet houden.

I: Nee dat geeft niet, ik denk dat je gelijk hebt.

R: Okee.

I: Dat was hem alweer, bedankt voor je tijd.

R: Geen probleem.

Bijlage IV: analyseschema's

Nr. 1	Onderwerp: kernwaarden huidige identiteit bibliotheek	Label
1.	'Behulpzaam vind ik het wel', 'Toch nog best wel traditioneel ook al willen ze dat niet', 'Bij van kwaliteit en kwantiteit dat zijn van die begrippen die alle kanten op kunnen natuurlijk maar eh.. Dat vind ik ook wel, dat dat wel in de gaten gehouden wordt', 'Er zijn nog steeds locaties en je kunt nog steeds in Nijmegen, dichtbij, naar de bibliotheek lopen'	Behulpzaam, traditioneel, kwaliteit en kwantiteit, dichtbij
2.	'Ja mensen die geven heel veel waarde aan de juistheid van de informatie en de compleetheid daarvan.', 'En traditioneel omdat we de grote sprong naar digitaal nog moeten maken, in alle aspecten.', 'Behulpzaam, mensen zijn over het algemeen die hier werken heel erg behulpzaam, er zijn heel erg gericht op hoe kan ik klant helpen?', 'Dit zit erbij omdat we zowel fysiek als digitaal vrij dichtbij de gebruikers staan.'	Betrouwbaar, traditioneel, behulpzaam, dichtbij
3.	'Dus dan vind ik "benaderbaar" algemener en belangrijker dan "digitaal".' 'Kwaliteit kwantiteit is natuurlijk sowieso, dat moet misschien bovenaan staan' 'ik weet dat onder beleid van de huidige bibliothecaris, dat ze voortdurend bezig zijn met de boel zo up-to-date mogelijk te hebben' 'ik ben wel een heel sociaal figuur, en "behulpzaam" impliceert ook dat iets verbindend en verdiepend is, kan zijn'	Benaderbaar, kwaliteit en kwantiteit, innovatief, behulpzaam.
4.	'kwaliteit en kwantiteit heeft vooral omdat je er heel veel kan doen, je kunt naar de pc's, en je kunt er ook een hokje huren.' 'Dat je er gewoon heel veel kunt doen.' 'En bereikbaarheid is vooral dat dichtbij is.' 'Digitaal, eh is dat je er ook thuis ook heel snel naar het medische vakgebied boeken kun je kijken'	Veelzijdig, digitaal, bereikbaar, kwaliteit en kwantiteit.
5.	'ik gebruik de bibliotheek voornamelijk digitaal', 'de website is altijd bereikbaar, daar kan ik op vertrouwen', 'de computer is altijd dichtbij'.	Digitaal, bereikbaar, betrouwbaar, dichtbij
6.	'het is niet te missen, het zit in de meest bezochte vleugel',	Bereikbaar, behulpzaam, open en

	'Ze komen je in ieder geval altijd helpen en als ze het zelf niet weten bellen ze iemand die je wel kan helpen. Ze willen altijd graag helpen, ik denk dat dat het is', 'Je kunt gewoon binnenlopen en dan vraag ik hoe het ervoor staat en dan vertelt ze wat er gaande is en wat er gaat gebeuren. En overal hangen nu posters, omdat de regels zijn veranderd. De workshops komen eraan, en deze nieuwe Open Access dingen zijn er' 'Af en toe doen ze enquêtes van 'dit is zijn onze sites en wat wil je daarmee doen' en printstelsel is vernieuwd. De hele bibliotheek is een paar jaar geleden verbouwd, en het is Open Access enzo. Ze proberen wel met hun tijd mee te gaan en dat lukt ze ook wel vind ik'.	transparant, innovatief
7.	'Misschien betrouwbaar in zekere zin, dat ik er terecht kan als ik wil studeren.' 'Nou voor mij is het fijn dat de bibliotheek dichtbij is. Want ik woon in Sterrenbosch dus ik woon praktisch tegenover de UB.' 'En dan maak ik vooral gebruik van de catalogus, de nieuwe RuQuest interface, en ehm.. Ja en de faciliteiten van de bieb zoals dat ik via de portal bij de journals kan komen. Dat ik nu de e-books kan inzien.' 'Zowel het traditionele aspect van de bibliotheek als dat ik boeken kan lenen daar maak ik gebruik van.'	Betrouwbaar, dichtbij, Digitaal, traditioneel
8.	'Maar op de één of andere manier blijft iedereen een beetje hangen in zijn oude cultuurpatronen. Dus vandaar dat ik vind dat de bibliotheek traditioneel is, ondanks zijn effort om te innoveren.' 'Dus ik denk dat ze dan weinig behulpzaam zijn en dat komt dus omdat het weinig transparant is en niet goed is weergegeven wat iedereen voor jou kan betekenen in de bibliotheek.' 'Alle bibliotheken zijn gewoon goed bereikbaar, je bent er snel, dus dat is heel toegankelijk. Lang open, dus als je wil studeren, dat kan altijd.' 'Open en transparant, dan zit ik eigenlijk meer de inrichting te bekijken. Dus als je gaat kijken over hoe het is vormgegeven dan vind ik het erg open.'	Traditioneel, behulpzaam, bereikbaar, open en transparant
9.	'Benaderbaar, toegankelijke medewerkers, vriendelijk en behulpzaam.' 'Vooral de dingen uit het magazijn, die zijn er nu sneller en die zijn nu ook op de werkplek bereikbaar. Zowel organisatie als aanbod.' 'De bibliotheek is traditioneel, waar ik geen negatieve connotatie heb maar dat het juist wel iets goeds is dat dingen niet al te veel veranderen steeds.' 'Okee, een soort consistente lijn.'	Benaderbaar, Bereikbaar, Traditioneel, Betrouwbaar
10.	'Ook vanwege de medewerkers achter de grote balie die er daar zitten.' 'Dichtbij omdat het zo van, je kan hier altijd terecht, en altijd als je hier nog even tijd wil doorbrengen kan je zo naar binnen wandelen en dan ben je hier zo zeg maar.'	Benaderbaar, dichtbij, behulpzaam, digitaal

	‘Behulpzaam omdat ook vanwege de medewerkers, ook omdat als je een vraag hebt doen ze echt hun best voor je en je hoeft nooit eh in te houden om vragen te stellen.’ ‘En digitaal omdat ik hier vooral op de computer werk, dus de computer is echt een belangrijk onderdeel.’	
11.	‘Je hebt een verdieping maar ik vind ook gewoon dat je dat een bibliotheek verbindend en verdiept, en dat de stof zelf verdiept en dat je ook gewoon hier kunt zitten om te werken vind ik heel verbindend. ... Die.. Samenkomst van lezen en van werken vind ik precies hierin tot uiting komen. Dat is ook wel hoe ik de UB zie, als een werkplek en als een leerplek. Een kennisplek.’ ‘Vernieuwend, omdat ik al zeg, ik vind het een modern karakter, ik vind het niet traditioneel, juist in de dingen die ze toepassen. Je ziet ook die verbouwing hier, en het steeds actueel blijven vind ik heel erg typerend voor deze UB.’ ‘En transparant, open acces en eh.. Nou ik vind ook dat het heel makkelijk is om binnen te komen.’ ‘Ja het is toegankelijk laat ik het ook zeggen en daarbij ook duidelijk, helder.’	Verbindend en verdiepend, Vernieuwend, Open en transparant, Behulpzaam
12	‘Nou omdat ze, omdat digitalisering bij de bibliotheek ontzettend belangrijk is. Ik krijg daar ook heel veel zelf van mee, in mijn werk moet ik daar veel voor doen, maar ook gewoon van mijn collega’s en van de mensen boven mij.’ ‘En dat gaat een beetje samen met die vernieuwing. Dus, met zijn allen op dat digitale spoort gaan zitten, daar zijn ze allemaal een beetje mee bezig.’ ‘Ze zijn bezig met abonnementen op tijdschriften. Het niveau van abonnementen op tijdschriften, maar ook van de boeken, van wat de bibliotheek aanbiedt. Dat moet goed zijn, maar dat moet ook volledig zijn.’ ‘...das een stukje ook van mezelf van wat ik doe met mijn werk maar wat de bibliotheek ook als functie heeft dat is ondersteuning voor alle wetenschappers en studenten hier aan de Radboud Universiteit en eh.. Dat is een stukje behulpzaamheid wat de bibliotheek moet zijn.’	Digitaal, Vernieuwend, Kwaliteit en kwantiteit, Behulpzaam

Nr. 2	Onderwerp: kernwaarden ideale identiteit bibliotheek	Label
1.	'Ik denk wel actief, en dan bedoel ik daarmee actief meedenken', ‘, ze willen innovatief zijn. En dat moeten ze ook zijn. Gewoon een beetje dat actieve mee gewoon dat je constant vernieuwend kijkt naar wat moet de klant’, ‘Want eh.. he er zijn niet alleen geschiedenisstudenten die iets zoeken in een bibliotheek’, ‘Digitaal moet wel echt.. Dan zou je ook verwachten dat het heel actueel is’.	Actief, innovatief, digitaal, actueel.
2.	‘de behoeftes veranderen snel, en de behoeftes moeten vrij snel direct worden opgelost.’ ‘Betrouwbaarheid vind ik belangrijk in verband met zeker de digitalisering en internet de bagger zeg maar en de kwalitatief goeie informatie steeds moeilijker te onderscheiden.’ ‘En innovatief heeft eigenlijk hiermee te maken, dat je je blijft aanpassen.’	Alert, veelzijdig, betrouwbaar, innovatief.
3.	*verandert niets* ‘Nee, ik denk dat dit blijft staan.’ *later* ‘Dit vind ik erg belangrijk, dit vind ik heel erg belangrijk. Ja. Motiverend, verbindend, prikkelend en verdiepend.’ ‘En vernieuwend misschien.’	Motiverend en prikkelend, verbindend en verdiepend, vernieuwend.
4.	‘Misschien toch iets prikkelender en motiverender, dat je iets meer wordt aangetrokken door de bibliotheek.’	Veelzijdig, digitaal, motiverend en prikkelend, kwaliteit en kwantiteit.
5.	‘Ik zou er niets aan veranderen.’	
6.	‘Soms echt belangrijk, kwaliteit en kwantiteit. Tjah het is niet per se dingen die je moet verbeteren toch, het is meer dingen die er moeten zijn.’	Bereikbaar, behulpzaam, kwaliteit en kwantiteit, innovatief.
7.	‘Aan de ene kant is dat goed, aan de andere kant is het voor mij heel belangrijk dat ik af en toe een plekje kan hebben waar ik echt in stilte kan zitten. Ik zou het heel fijn vinden als dat soort plekken niet helemaal verdwijnen.’	Betrouwbaar, dichtbij, Digitaal, traditioneel
8.	‘Eh prikkelend en motiverend. Dus dat je, hoe zeg je dat, dat je geprikkeld wordt door je omgeving. Dus dan heb je het niet alleen over ‘ik ga hier zitten studeren en literatuur vinden’, maar dat je ook geprikkeld wordt op bijvoorbeeld andere vakgebieden.’ ‘Dat vinden ze echt heel belangrijk, dat je mensen gewoon kan aanspreken en dat je weet waarvoor die zijn en dat als je ergens problemen mee hebt dat je ze ook gewoon kan vragen om je te helpen met literatuur zoeken bijvoorbeeld.’	Bereikbaar, Prikkelend en motiverend, Behulpzaam, Innovatief

	'Ehm.. En wat ik belangrijk vind is innovatief. Dat de bibliotheek zich dus wel blijft innoveren en dat ze die traditionele vorm van bibliotheek een beetje los proberen te maken.'	
9.	'Ja benaderbaar valt ook wel onder behulpzaam.' 'Kwaliteit en kwantiteit zou erbij mogen. Want op mijn vakgebied is de bibliotheek wel beperkt. En dan heb ik bijvoorbeeld heel veel aan zoeksystemen als Picarta en IBL, dat is natuurlijk een service van onze bibliotheek.' 'Ja kijk, de digitale zoeksystemen zijn optimaal. Dat wordt ook verstaan onder een dienst van de UB?' 'Ja bij bereikbaar wil ik zowel digitale bereikbaarheid, ik vind het belangrijk dat de systemen werken, maar ook de fysieke bereikbaarheid van boeken.'	Behulpzaam, Kwaliteit en kwantiteit, Digitaal en Bereikbaar.
10.	'Ik denk dat ze wel aardig hetzelfde zouden blijven. Misschien zou ik veelzijdig erbij willen zetten, maar eigenlijk is dat niet iets wat ik mis in de bibliotheek zoals hij nu is.'	Benaderbaar, dichtbij, behulpzaam, digitaal (veelzijdig)
11.	'Sowieso meer bereikbaar, want ehm.. Wat ik wel erg vind is dat je het.. Weinig bereikbaar is vanuit het Erasmusplein. Je moet helemaal omlopen om binnen te komen.' 'Het is heel digitaal met de catalogus, maar vooral het inzien van een boek op de digitale manier dat is ook iets dat niet gebeurt.' 'En digitaal zou je toch bij nader inzien niet kiezen.'	Verbindend en verdiepend, Vernieuwend, Open en transparant, Behulpzaam
12	'Ja in de zin dat de rest van de campus, die moet de bibliotheek genoeg vertrouwen om ons in functie, maar dat ze die functie goed doen, dat ze die functie vervullen.' 'Dus iedereen, wetenschappers zijn met hun eigen stokpaardje bezig, maar als ze iets algemeen nodig hebben, dat de bibliotheek kan vervullen, dan moet de bibliotheek die rol makkelijk kunnen.'	Vernieuwend, Digitaal, Benaderbaar, Betrouwbaar

Nr. 3	Onderwerp: wat zou de klant/de bibliotheek moeten willen?	Label
1.	'Ik denk bereikbaar, en dan heb ik het vooral over de fysieke bereikbaarheid bij de Centrale Bibliotheek vooral', 'De klant komt daar ook gewoon om te werken en om de werkplekken te gebruiken en dan wil hij op de werkplek alles kunnen gebruiken wat ie nodig heeft', 'Misschien vernieuwend in de zin van 'alweer een nieuwe verbouwing? Dat is toch net verbouwd?', 'Ja ik hoop dat ze wel denken, daar kun je wat vragen. Daar kun je als ik ergens hulp nodig bij heb dan kan ik of naar een balie of naar een informatiemedewerker of ICT kun je ook vragen stellen'.	Bereikbaar, digitaal, vernieuwend, benaderbaar.
2.	'Ik denk dat deze sowieso uitkomen, betrouwbaar. Mogelijk deze, dichtbij. Ehm.. Mogelijk veelzijdig. Ik denk behulpzaam wel.'	Betrouwbaar, dichtbij, veelzijdig, behulpzaam.
3.	'Een bibliotheek die niet betrouwbaar is, daar ga ik sowieso niet heen... dat ze alert zijn, ja, daar ga ik dan ook maar van uit, dichtbij is handig maar dat hoeft eigenlijk niet meer, dat kan heel handig zijn... Dit vind ik erg belangrijk, dit vind ik heel erg belangrijk.'	Kernwaarden te vrijblijvend
	'Ja, als je het vanuit die hoe vraagt, zo had ik er net niet naar gekeken, meer globaal, maar als je specifiek vraagt van een digitale bibliotheek, dan vind ik "dichtbij" dus niet belangrijk, "betrouwbaar" wel, want er wordt nogal wat heen en weer geschoven over het net, en daar hoort – bij dat betrouwbaar hoort impliciet dat ze alert zijn op van alles en nog wat, "verbindend" is dan ook heel belangrijk omdat de verregaande individualisering die optreedt bij de mensen die gebruik maken van de bibliotheek en dat is de hele populatie die op een universiteit zit, dat zijn allemaal individuen aan het worden, dat is heel erg belangrijk.'	Passen bij digitale bibliotheek
4.	'Dichtbij, betrouwbaar wel. Maar dat is gewoon, omdat het is heel makkelijk toegankelijk.'	Alert is onduidelijk
	'Alert, dat weet ik niet zo goed wat ze daarmee willen.'	
	'Verbindend zou voor mij dan betekenen dat je er met meerdere studenten kan zitten of dat je meer verbinding krijgt met je studie. En verdiepend dat je zelf kunt zoeken en dat je zelf in de boeken kunt gaan. Wat meer studiegericht ook.'	
5.	'En van de kernwaarden die de bibliotheek heeft vind je ze redelijk aansluiten behalve alert. Die kan je niet echt plaatsen want je vindt ze juist passief. En verbindend en verdiepend heeft voornamelijk toepassing op de cursus die je een jaar geleden hebt gevolgd.'	Alles sluit aan behalve alert
6.	-	
7.	'Ik zit een beetje te denken wat ze bij alert bedoelen. Ik denk dat het ook een beetje is, dingen signaleren of ze fout gaan, en kijken hoe je daar iets mee kan doen. Dat verdiepende dat snap ik wel, dat je meer verbinding hebt met de literatuur. Eh, dat je een stukje meer biedt dan alleen het onderwijs.'	Alles sluit aan
	'Eh nou dan wordt dichtbij wat minder relevant, als het volledig digitaal zou zijn. En daarbij wordt het nog belangrijker dat het betrouwbaar is.'	

		Digitaal is redelijk van toepassing
8.	‘maar je merkt dat ze wel heel graag willen innoveren ofzo, met een nieuwe site en met eh, hoe zeg je dat, wat proberen ze nog meer te doen, RuQuest. E-book proberen ze heel erg naar voren te brengen. Maar op de één of andere manier blijft iedereen een beetje hangen in zijn oude cultuurpatronen.’ ‘Alert, dat idee heb helemaal niet dat ze dat zijn. Ik weet niet wat die alert, wat dat inhoud, maar geen idee.’	Overwegend traditioneel Alert is onduidelijk
9.	‘.. De bibliotheek is traditioneel, waar ik geen negatieve connotatie heb maar dat het juist wel iets goeds is dat dingen niet al te veel veranderen steeds.’	Traditioneel
10.	‘Verbindend en verdiepend wel, en... betrouwbaar, alert.. Alert zou ik niet zo snel erbij zetten eigenlijk. En betrouwbaar opzich wel maar ik vind dat een beetje vanzelfsprekend eigenlijk.’ ‘In de breedste zin van het woord, okee, nou dan is dichtbij eigenlijk minder belangrijk, denk ik. Hmm.. Ja en voor de rest geldt eigenlijk wel een beetje hetzelfde.’	Alert past niet Onbeslist traditioneel of digitaal
11.	‘Nee dat herken ik inderdaad wel, betrouwbaar herken ik ook wel. En dichtbij.. Het is wel dichtbij maar niet bereikbaar.’ ‘Ja, want alert vind ik het wel eh.. Dichtbij, je kunt het thuis bereiken en alert.. Je bent alert op bezig met het oriënteren op wat actueel is en hoe je daaraan kunt aansluiten.’	Kernwaarden herkenbaar Van toepassing op de digitale bibliotheek
12.	‘Of dat de bibliotheek behulpzaam is. Ik denk dat ze dat wel zo ervaren.’ ‘Ik zou zeggen dat ze ook kiezen dat de bibliotheek traditioneel is.’ ‘Dan betrouwbaar, ik denk wel dat de klant denkt dat de bibliotheek betrouwbaar is, omdat heel de campus de bibliotheek aanboort, alle wetenschappers hier.’ ‘Nou ik zou zeggen bereikbaar, omdat in ieder geval, nou bij de bibliotheek die wij hebben, die FNWI, je loopt hier zo naar binnen.’ ‘Dit zijn heel leuke termen, heel leuke kernwaarden die je kunt gebruiken om je organisatie te definiëren, maar het zegt niet zoveel.’ ‘Nou ik denk wel dat je daarop in moet zetten als een digitale bibliotheek en dat het waarden zijn die mensen belangrijk vinden. En je kunt dit ook digitaal doen, ehm.. in mijn ogen minder effectief om het digitaal te doen, maar het is wel goed om jezelf zo te verkopen.’	Behulpzaam, traditioneel, betrouwbaar, bereikbaar Kernwaarden zeggen weinig Digitaal

Nr. 4	Onderwerp: huidige visuele uiting (UBN-poster)	Label
1.	'Eh ik vind die afbeeldingen al gelijk heel verwarrend want ik zag gelijk dat kopje koffie bij 'werk' staan, en ja okee dat zou ik ook kunnen bedenken. Maar ik dacht niet, ik denk niet aan werk als ik een kopje koffie zie zeg maar. Ehm, en dit vond ik ook meteen, dat boodschappenmandje bij 'search' vond ik ook niet meteen, niet search nee. Dat is meer als je iets wil kopen denk ik, dat je dan een winkelwagentje hebt of iets.'	Pictogrammen
2.	'Ik vind de kleur niet mooi, maargoed dat is persoonlijk. Ik vind hem simpel, dus dat is goed.'	Kleur
	'Ik vind de pictogrammen niet direct duidelijk.'	Pictogrammen
	'Ik ben zelf geen gebruiker van QR-codes. Het duurt mij te lang voordat je hem te pakken krijgt.'	QR-code
3.	'Vrij drukke poster, zeg maar.'	Algemene indruk Pictogrammen
	'... maar hier snap ik dus een paar dingen niet..'	QR-code
	'Dit is heel handig natuurlijk, zo'n fotografie, euh...'	
4.	'Het lettertype is leesbaar, de kleuren zijn rustig, die plaatjes zijn denk ik het belangrijkste. Ze zijn wel leuk.'	Lettertype, kleuren en pictogrammen QR-code
	'Ik ben zelf niet zo van de QR-codes. Elke keer denk ik 'oh, leuke QR-code' maar dan onthou ik liever de naam en dan google ik het.'	
5.	'Dit is heel herkenbaar als Radboud *wijst op het logo van de Universiteit* eh en daarboven is niet herkenbaar.'	Herkenbaarheid
	'Er staan van die gezellige tekeningetjes bij, dat vind ik wel leuk.'	Pictogrammen
6.	'Ja, de kleuren en het logo zijn wel officieel van de universiteit dus die zou ik wel herkennen. Heel goed.'	Herkenbaarheid
	'Wat is dit voor een mandje? Een picknickmand? Ik weet niet wat ik hiervan moet denken. Het zoekdingetje helpt wel een beetje bij het zoeken.'	Symbool van het mandje
	'Ja het is prima dat deze dingen er staan. Het merendeel van de mensen die langs de poster loopt zullen die dingen niet echt lezen.'	Gebruik
7.	'Nou ik vind het meteen duidelijk dat het met de universiteit te maken heeft, door de kleuren en het logo dus dat is goed.'	Kleuren en logo
	'Ehm.. De plaatjes die horen ook bij wat erbij staat. Bij search staat een vergrootglas en dergelijken, dat lijkt me ook prima.'	Pictogrammen
	'Ik weet dat de bieb heel erg fan is van die QR-codes. Daar zie ik zelf niet zo heel veel in omdat ik niet het idee heb dat mensen dat echt gebruiken, omdat je een horde overheen moet. Tenzij ik gedwongen word door de bieb omdat er echt geen andere optie meer is en dat vind ik zelf echt een beetje irritant.'	QR-code

8.	'Het is natuurlijk de huisstijl van de Radboud Universiteit dus dat is heel erg goed.' 'De symboliek is duidelijk denk ik in dit hele gebeuren. Ehm.. Mijn oog valt meteen op de koffie. Dat is heel belangrijk, volgens mij is de bibliotheek inmiddels ook een soort van koffievergaderplek geworden.' 'En ik vraag me af in hoeverre andere mensen ook zo'n QR-code gebruiken. Dus die zou ik niet gebruiken. Het is iets wat ik heel leuk vind wat helemaal niet van de grond af is gekomen.'	Kleuren en logo Pictogrammen QR-code
9.	'Druk.' 'Nee. Dat eh, ik heb geen app geïnstalleerd die dat eh, ja waarschijnlijk heb ik het wel maar dan heb ik het zelf nog nooit gebruikt.'	Algemene indruk QR-code
10.	'Ja puur op het uiterlijk vind ik het erg lelijk dat de titelletters allemaal kleine letters zijn en geen hoofdletters hebben. Hmm.. verder vind ik het wel helder.' 'Eh, nee. Ik heb zelf nog nooit een QR-code gebruikt.'	Typografie QR-code
11.	'Aansprekend. Als ik niet naar de tekst kijk, of in ieder geval.. Het is wat je er kunt.' 'Koffie spreekt me ook heel erg aan, dat spraakwolkje.' 'QR-codes let ik niet zo op omdat ik er toch niks mee doe.'	Algemene indruk Pictogrammen QR-code
12	'Ik vind deze huisstijl, die de UB heeft gekozen, of dat ze die ergens vandaan hebben gehaald, dat vind ik wel okee. En ik hou ook van less is more. En deze poster is wel redelijk less.' 'Nee, ik heb nog nooit, ik heb denk ik één keer in mijn leven een QR-code gebruikt.'	Algemene indruk QR-code

Nr. 5	Onderwerp: ideale visuele uiting (UBN-poster)	Label
1.	'De naam weg en de QR-code groter volgens mij?'	QR-code
2.	'We willen helemaal niet dat de bibliotheek koptelefoons uitleent. Dat is een organisatorisch probleempje geweest.'	Pictogrammen
3.	'Kijk, dit is... dat rood met dat geel... ja, ik vind dat dat een gemiste kans is, dat zou een veel expressiever, ja noem het maar logo kunnen zijn dan dit' 'Ja, dat zou goed kunnen ja. Ik vind het, hoe heet het, het neon dingetje bovenop onze deur, daar heb ik indertijd heel hard op aangedrongen bij Gonny en Jeffco zat er volgens mij in die tijd, dat is bij de opening onthuld en dat zou ik terug laten komen in dit geval.'	Kleur Logo
4.	'Hmm... Ik zou dit wat meer naar beneden doen.' *titel Library of Science*	Bladspiegel
5.	'Het lijkt wel alsof er iemand over nagedacht heeft.'	Tevreden
6.	'Heeft de bibliotheek zelf eigenlijk een logo?' 'Die icoontjes zorgt dat het allemaal heel netwerkachtig lijkt.'	Logo Pictogrammen
	'Lettertype is wel prima, de leesbaarheid is wel prima. Ik vind, als het specifiek voor het Huygens gebouw is, dan is deze mand misschien een beetje verwarrend.'	Lettertype
7.	'Ik vraag me af of het misschien handiger zou zijn geweest om deze twee delen om te draaien, want dit is toch meer het overkoepelende deel boven de features die er dan onder hangen.'	Bladspiegel
	'En de QR-code eraf halen.'	QR-code
8.	'Maar ik denk dat het best wel een prima symboliek is, de plaatjes.'	Tevreden
9.	'Het logo mag veel kleiner. Ik denk sowieso dat ze qua huisstijl wel iets mogen met het logo en dan links of rechts. Daarin een kleine verwijzing.'	Logo
	'En dit is een deel inhoud. Maar het gaat waarschijnlijk om deze drie kernwoorden. Daar moet dan de nadruk op liggen, niet op al deze shit eromheen.'	Pictogrammen
	'Ja die lelijke icoontjes voegen echt helemaal niks toe.'	Pictogrammen
10.	'Hier staat een spreekballon en die zou ik weghalen. Ik vind het juist belangrijker dat er plekken zijn waar er niet wordt gepraat dan dat er plekken zijn waar er wel wordt gepraat.'	Pictogrammen
11.	'Ik zou er een boek op zetten. Ik vind dat dat in ieder geval wel leuk voor een Library of Science. Ik weet niet of ze nog fysieke boeken hebben.. Maar juist dit kenmerk is ook belangrijk, dat er gewoon fysieke boeken zijn en dat je die niet uit het magazijn hoeft te halen.'	Pictogrammen
12.	'Misschien zou ik nog eens kijken naar de kleurtjes van deze figuurtjes maar verder vind ik het wel een okeeje poster.'	Pictogrammen
		QR-code

	'Ik zou dan, als ik een QR-code erop zou zetten zou ik er een QR-code opzetten die mij direct naar de website brengt vanwaar ik zaaltjes kan reserveren en dan zou ik die website, dan zou ik er in elk geval voor zorgen dat die website mobiel-vriendelijk is.'	
--	---	--

Nr. 6	Onderwerp: huidige communicatieuiting (UBN-poster)	Label
1.	'En dan zie ik die drie dingen en van die koffieplaatjes en dat is dan niet dat ik denk, ik weet nou nog steeds niet waar het over gaat. Search, borrow, work. Okee, nee. Het zou mij niet aantrekken.' 'Maar dit, voor mensen die alleen maar lopen te lezen de hele tijd.. Ik denk niet dat die dat doen.'	Titels
2.	'De eerste ingang vind ik te breed en te bekend bij de meeste mensen. En wat daaronder staat vind ik ook te bekend voor een deel en het is te veel.'	Overbodig
3.	'Ik vind borrow a laptop meer onder work horen, dat hoort onder die hele E-omgeving die er is, en dat vind ik eigenlijk ook die headphones, dat dat free services zijn onder "Work".'	Volgorde
4.	'Het viel me trouwens wel op van 'oh het is in het Engels' maar toen dacht ik 'oh dat is wel logisch want je we hebben natuurlijk ook veel internationale studenten ook'.' 'Nou qua inhoud van het ding weet je al wel. Dit kun je er allemaal doen.'	Taal Overbodig
5.	'En de inhoud.. Search.. Oh dit zijn de services denk ik, die de bieb verleent. Waarom moet dit op een poster?'	Overbodig
6.	'Ja ik denk het wel, eventueel zou dit nog wegkunnen *gebaart naar de openingstijden en locatie*.' 'Dus ik denk dat dit wel een beetje de hoofdfuncties van de bibliotheek zijn in principe. Ik denk het wel. Voor mij zouden dit de hoofdfuncties zijn.' 'Is die QR-code niet wat klein?' Over QR-codes: '. Ik weet het niet, ik denk niet dat heel veel mensen het gebruiken. Ik ken ze wel en ik denk dat het wel handig kan zijn. Maar ik denk dat het een kleine minderheid is die het gaat scannen. Maar misschien heb ik ongelijk.'	Overbodig Functionaliteit QR-code QR-code
7.	'Ik denk dat het een goed beeld geeft van wat de bieb doet. Kijk, dit is dan de Library of Science, prima.'	Tevreden
8.	'En dat is op zich best prima. Maar ik denk dat mensen bij wijze van spreken niet geïnteresseerd zijn in dat ze ook headphones kunnen lenen.'	Tevreden
9.	'Misschien is het een wat andere poster, dat weet ik niet.'	Geen mening
10.	'Eh, op zich helder.'	Tevreden
11.	'Nou ik vind het wel leuk, het nodigt wel heel erg uit om te komen werken. En ook dat je dat gezelligheidscomponent hebt.'	Tevreden
12.	'Superleuk dat je markers, notepads en usb-sticks kan kopen maar dat is niet iets dat je.. kijk een poster moet gewoon heel kort aanspreken en gewoon de belangrijkste dingen even melden van wat doen jullie?'	Overbodig

Nr. 7	Onderwerp: ideale communicatieuiting (UBN-poster)	Label
1.	'Een poster kan wel denk ik. Maar misschien niet altijd dezelfde poster. Af en toe nieuwe posters verzinnen en die dan overal ophangen en dat er ook een soort van nieuwsgierigheid gewekt wordt van 'wat zit er eigenlijk achter die QR-code?'	Afwisselende poster
2.	'Dus als je iets onder de aandacht wil brengen dan moet je niet zeggen van 'bij ons kun je alles vinden om te zoeken, te lenen en te werken' dus je moet eigenlijk een of twee of drie dingen uitprikken en die wisselen.'	Afwisselende poster
3.	Ik zou hierbij - voor de studenten zou ik er nog bij zetten, even in mijn woorden, niet dat dat op die poster moet komen te staan, "prepare your presentation", want iedereen wordt tegenwoordig gevraagd om powerpoints te maken,"	Inhoud
4.	'Links zou ik misschien nog wat meer inkorten ofzo. Wat meer dat je wat meer woorden zou doen. Dat kan ook niet he.'	Inhoud
5.	'Het lijkt wel alsof er iemand over nagedacht heeft.'	Tevreden
6.	'Verder is het wel goed denk ik.'	Tevreden
7.	'Ik denk ja, ik vind het wel prima.'	Tevreden
8.	'Als je het hebt over uitlenen, wat ik bijvoorbeeld groter zou maken, dus weer zo van, de dienstverlening moet zich eigenlijk meer uitbreiden naar mensen inhoudelijk ook helpen met naar literatuur zoeken. Dus ik zou eigenlijk dat 'need help' groter maken.'	Inhoud
9.	'Ik denk dat dit, deze dingen, deze drie dingen die nu in die kolommen staan moet samenvoegen en als je er niet uit komt dan zijn we daar te vinden. Waar kunnen we je mee helpen, waar vind je ons en wanneer vind je ons. Dat moet geclusterd worden.'	Inhoud
10.	'Dit vind ik een beetje onduidelijk, 'compulsory literature for reference only', daar denk ik dat je niet al kent dat je het ook niet weet.'	Inhoud
11.	'Nee. Nee.'	Tevreden
12	'Een van de belangrijke dingen van ons is bijvoorbeeld dat we ook instructies geven en studenten helpen met het doen van literatuuronderzoek. Ja dat zou ik niet zo hier ergens wegzetten.'	Inhoud

Nr. 8	Onderwerp: de poster en de digitale bibliotheek (UBN-poster)	Label
1.	'Er zijn ook wel van die digitale schermen dus daar zou je ook iets op kunnen doen natuurlijk.'	Digitaal
2.	'Ja kijk ik associeer dit meer met pauze dan met doorwerken.'	Onbepaald
3.	'en het is natuurlijk fantastisch dat je daar screens hebt en zo, en computers waarop je kunt zien waar je mee bezig bent, en dat je dat ook met meerdere mensen tegelijk kunt doen.'	Digitaal
4.	'Oh zo! Jaaaaa, ja. Ja.'	Digitaal
5.	'Nou er staat een laptop op en zo'n vergrootglasje, en zo'n wifiteken. Dus dat schreeuwt dan wel weer digitaal.'	Digitaal
	Over de QR-code: 'Nee maar ik ben ook uit '84 dus ik ben waarschijnlijk, ik loop nog een beetje achter die QR-codes aan.'	
6.	'Dus op zich staan er meerdere digitale symbooltjes op.'	Digitaal
	'.. Je zou kunnen kijken wat je kunt doen om de indruk van een netwerk van literatuur te geven. Of je daar iets van een achtergrondplaatje of iets van een icoon van kan maken.'	
	'Misschien kan er hier een mandje vervangen worden voor iets digitaal-achtigs?'	
7.	'Nee, dit zegt gewoon bibliotheek. En eh, dat ik daar met een laptop kan gaan zitten, dat is fijn. Dat is ook wat ik verwacht van een bibliotheek.'	Traditioneel
8.	'Ja ik denk dat dit wel een eh soort van nieuw tijdperk inluidt door ook wel de hippe vormgeving hiervan. Ja en bijvoorbeeld zo'n @-ding. Ja ik denk wel dat het digitaal uitstraalt maar ik kan je lastig uitleggen waarom.'	Digitaal
9.	'Het zegt dat ze het eigenlijk wel willen maar niet verwoorden. Het zegt 'ja we hebben e-books'. En Compulsary Literature. Ja ik neem aan dat ze daarmee bedoelen dat ze dan ook fysieke boeken op de plank hebben staan maar dat volgt er niet per se uit want dat kan ook een e-book zijn. En op welke manier heb je dan toegang tot die e-books? Kun je die dan op je eigen unit zetten of niet? Nee er zitten, waarschijnlijk willen ze het wel maar het blijkt er totaal niet uit.'	Digitaal
10.	'Ja, opzich wel, ook vanwege de tekentjes die erop staan.'	Digitaal
11.	'Ja. Vind ik wel. Ja. Wat me wel opvalt is dat je ook kunt lamineren en inbinden, wat je bij ons natuurlijk alleen in de copyshop kunt doen.'	Digitaal
12.	'De dingen die wij dus digitaal aanbieden, maar die staan hier dus niet op dus dan zou ik zeggen, nee dit is geen poster van de digitale bibliotheek.'	Traditioneel

Nr. 9	Onderwerp: huidig gedrag van de bibliotheek	Label
1.	'Dat ze voornamelijk denken van, en ze heb ik het over de leiding die het bepaald van wat er moet gaan gebeuren, dat ze voornamelijk kijken naar 'wat denken wij dat de klant wil'. En wat hebben ze al in Amsterdam bijvoorbeeld, en oh dat moeten wij ook. Een touch table, die nooit iemand heeft aangeraakt. En dat is toch echt wel de bedoeling van een touch table. En dat is dan zo'n duur aanschaf item dat daar staat en een beetje zinloos is gewoon. Vind ik.'	Autoritair
2.	'Ik heb het wel georganiseerde contacten met studenten die als studentenklankbordgroep met wetenschappers die eh voorzitters van de bibliotheekcommissies, ik heb bestuurlijke contacten met de decanen en de bedrijfsvoerders van de faculteiten. Eh en bij de borrels of ja, bij informele gelegenheden ook. Maar ik zou eigenlijk meer van die contacten willen.'	Meer contact met stakeholders
3.	'Maar als ik vragen heb, ik ga gewoon naar beneden. Er zit altijd wel iemand die je verder helpt.'	Fysiek
4.	'Ik heb wel eens daar aan de balie gevraagd van over boeken of op zoek naar artikelen. In het begin van mijn studie ja, kreeg ik een soort van rondleiding in de bibliotheek. Toen heb ik er ook wel contact mee gehad. Ja en beneden bij de pc's daar vraag ik natuurlijk altijd of ik een hokje mag huren, dus daar heb ik dan wel contact mee. Ook als er iets mis gaat met de pc's of met de printer. Dat is meer praktische dingen.'	Fysiek
5.	- (ging direct over Ask your Librarian)	Ask Your Librarian
6.	'Ik heb ook wel eens iets inhoudelijks gevraagd over een onderwerp waar ik iets over wilde vinden maar toen hebben ze me goed geholpen. Nu is daar een spreekuur voor, wat volgens mij de hele dag is.'	Fysiek
7.	'Ehm.. ja heb ik allemaal wel eens gedaan.' 'Verder vind ik de organisatie altijd behulpzaam eerlijk gezegd. Als ze het zelf niet weten, weten ze vaak zelf wel iemand die het wel weet.'	Fysiek
8.	'Maar als ik dus daadwerkelijk in de bieb ben, ja dan alsnog, loop ik daar niet zo snel naartoe.' 'Ik heb bijvoorbeeld, laatst had ik bijvoorbeeld problemen met het aanvragen van boeken, en dan bel ik gewoon.'	Onbereikbaar
9.	'Ik ben wel eens fysiek langsgeweest en ik heb wel eens een Ask Your Librarian ding gedaan.' 'Opzich wel prettig en daar, en vandaar dat behulpzaam. Steeds hebben ze wel antwoord kunnen geven op mijn vragen.'	Fysiek en Ask Your Librarian
10.	'Ja ik heb wel eens contact gehad met mensen achter de balie toen ik boeken zocht.' 'Ja goed, het heel behulpzaam en het ging heel soepel.'	Fysiek
11.	'Nee ook niet, ik gebruik wel vaak gewoon de catalogus, daar zoek ik veel in op. En de zoeksystemen. Maar niet Ask Your Librarian of de medewerkers.'	Geen contact
12	'Ik heb hier zelf gestudeerd in dit gebouw dus ik ken een hele hoop docenten en studenten.'	Tevreden

	'Ik denk dat de wetenschappers, de docenten, waar wij mee contacten, ik denk dat die op zoek zijn naar mensen die bij de bieb werken die een deel van hun curriculum kunnen vullen met, academische vaardigheden en ze verlangen van ons dat wij daar professioneel mee omgaan en op een niveau zitten dat voor hun wenselijk is. En ik denk dat eh.. dat dat tot nu toe als prima wordt ervaren.'	
--	---	--

Nr. 10	Onderwerp: Ask Your Librarian	Label
1.	'Ja ook wel, ja ja. Dat is ook digitaal dus ja. Inderdaad.'	Bekend
2.	'- '	Bekend
3.	'het komt eigenlijk niet in me op om online te gaan zoeken of ik iets aan iemand kan gaan vragen.'	Onbekend
4.	'Ja ik klik er wel op, alleen dan denk ik 'ja'. En dan houdt het op. Nee ik gebruik eigenlijk niet.'	Bekend
5.	'Ik vond, wij zijn gewend aan snel antwoord. Dat wil zeggen meestal binnen een uur of drie, en niet binnen een dag of drie. Soms ben je een review aan het schrijven en dan heb je net even een artikel nodig en dat komt dan na drie dagen en dan ben je alweer een beetje uit die materie die je gebruikt hebt.'	Gebruikt
6.	'Ik heb ook niet zo vaak iets nodig maar als er iets is dan vind ik de balie prima. Ik zit meestal in de buurt enzo.'	Niet gebruikt
7.	'Één keer Ask Your Librarian en toen heb ik specifiek gevraagd naar iemand die ik ken van de medische bieb omdat ik een hele specifieke medische vraag had. '...' Ehm.. Dat werkte perfect. Het is alleen iets waarvan ik niet direct dacht dat het er zou zijn. Het is puur alleen dat ik er naar ging zoeken dat ik het vond dus misschien dat het iets meer in de openheid kan brengen door het prominenter op de website te zetten.'	Gebruikt
8.	'Nee Ask Your Librarian gebruik ik eigenlijk nooit.'	Bekend
9.	'Ask Your Librarian had ik een vraag gesteld. Volgens mij komt hij dan binnen bij centraal, en moest hij intern dan weer door en kwam hij bij Thijs.'	Gebruikt
10.	'- '	Onbekend
11.	N.V.T.	
12.	'Wat ik daarvan meekrijg, Ask Your Librarian gaat naar een bepaald programma dat heet Question Point. Er zijn een aantal mensen binnen de bibliotheek aangesteld als beheerder van dat programma en die sturen vragen dan naar elke afzonderlijke bibliotheek toe. Wij krijgen, ik denk, twee vragen in de week ofzo.'	Bekend

Nr. 11	Onderwerp: ideaal gedrag van de bibliotheek	Label
1.	'En dan denk ik, ze kijken ook wel naar klantenonderzoeken enzo, maar, eh, ja maar ik denk gewoon dat klanten iets anders willen dan wat zij bedenken. Daar komt het eigenlijk op neer.'	Beter luisteren naar de medewerker en klant
2.	'Ik zou ze absoluut willen versterken. Veel sterker, veel actiever, veel dichterbij.'	Meer contact
3.	'Dat het online is, ja, dat is handig natuurlijk, en zal misschien voor veel mensen een barrière slechten.'	Meer duidelijkheid
4.	'Maar misschien dat het wel wat duidelijker kan worden wat ze allemaal te bieden hebben. Want nou is het, net als ik wat ik zei, je gaat er vooral heen om een boek te vinden. Ja.'	Meer duidelijkheid
5.	'Een instructie misschien op de website over hoe je eh, snel zelf kan zoeken.' Over een eventuele chatfunctie: 'Ja! Ja. Dat zou een hele goeie zijn.'	Meer duidelijkheid
6.	'Tenminste, de bibliothecarissen zitten in een hokje dus dat is iets minder toegankelijk maar ze hebben meer technische kennis.'	Toegankelijkheid
7.	'De houding van de bieb is vaak wat je van een klassieke bieb verwacht, dat is heel stijf in wat er mogelijk is. En als je iets wat dichterbij de studenten wil brengen, maar iets meer reclame op Facebook over dingen die in de bieb te doen zijn of eh.. kijk of je ergens kan gaan staan om mensen te informeren van 'hé we hebben een PubMed cursus, hé we hebben een Addnote cursus', want heel veel mensen weten dat niet.'	Toegankelijkheid
8.	'Dus zij moeten zichzelf meer laten zien, zo van dit zijn mijn kwaliteiten en maak er vooral gebruik van, en de universiteit zou dat moeten stimuleren.'	Toegankelijkheid
9.	'Nou dat project van die boekenvernietiging daar kan ik niet bij met mijn verstand. Ik zou het dan mooi vinden als boeken, als ze dan toch moeten opruimen, dat gewoon alle boeken die ze wegdoen, dat ze dan een boekenmarkt organiseren.'	Beter luisteren naar de klant
10.	'Nee eigenlijk, ik denk het niet. Nee volgens mij niet.'	Tevreden
11.	N.V.T.	
12	'Ik denk dat als je een organisatie wil draaien waarin er veel vertrouwen is, vooral vanuit de laag die aan het werk is naar de MT-laag, dat je transparant moet zijn in welke richting je op wil gaan, met je beleid, met de organisatie. Maar ook dat je, ik vind het zelf heel belangrijk dat je verantwoord waarom je dat wil.'	Beter luisteren naar de medewerker

Nr. 12	Onderwerp: het gedrag van de bibliotheek en de digitale bibliotheek	Label
1.	(over het digitale scherm in de hal) ‘.. Daar werd het dan voor gebruikt soms. Maar dat ding dat in de hal staat, dat scherm. Ja in het begin was het ook zo dat niemand het durfde aan te raken en toen was het een tijdje zo dat wij zo stonden te wijzen van ‘toe maar’ en dan gingen wel sommige mensen deden dat dan. Maar ik heb nu het idee dat het niet echt gebruikt wordt ofzo.’	Digitaal, maar niet goed geïmplementeerd
2.	‘Ja ik denk dat wij meer in die overgangsfase zijn, dat het een vanzelfsprekendheid is die je niet hoeft te benadrukken.’	Overgangsfase
3.	‘het komt eigenlijk niet in me op om online te gaan zoeken of ik iets aan iemand kan gaan vragen. Omdat ik er gewoon heenloop.’	Niet digitaal
4.	*medewerkers gaven geen online optie maar liepen mee* ‘Nee, maar het is ook al een tijdje geleden hoor, moet ik zeggen. Ja. Van de laatste tijd vooral heel digitaal geworden.’	Overwegend digitaal
5.	‘Ik heb nog wel eens Ask the Librarian gemaald.’	Digitaal
6.	‘We hebben van die draaibare schermen dus ze kunnen het laten zien als ze iets digitaals doen.’	Digitaal
7.	‘Daar is wel meerwaarde te behalen en ik, als ik zie van nou ja, ik las vandaag op de Facebook van de RU zelf dat hij iets van 800 likes heeft ofzo dat is eigenlijk heel weinig voor een universiteit met 20.000 studenten.’	Niet digitaal
8.	N.V.T.	
9.	‘Dus dan als ik iets vraag dan vraag ik dingen die ik echt niet zelf kan vinden en ze zijn er waarschijnlijk ook niet. Ik heb wel een keer meegemaakt dat ik wel dat vroeg en dat ze wel wat aanleverden en toen zeiden ze wel ‘we hebben het zus en zo gevonden’.’	Digitaal
10.	‘Allebei. Ook gewoon zo.’	Onbeslist
11.	N.V.T.	
12.	‘We zitten nu met dat researchdatamanagement bezig, het is een goede stap dat ze daarmee bezig zijn.’	Overwegend digitaal

Nr. 13	Onderwerp: huidige missie en visie van de bibliotheek	Label
1.	'De respondent vond de visie en de missie wat vaag en vond het niet echt aansluiten bij de digitale bibliotheek.'	Vaag
2.	'Ik vind dit overall okee. Dus dat is okee want het moet een beetje tijdsafhankelijk zijn, het gaat al jaren mee.'	Tevreden
3.	'Helder.'	Sluit aan
4.	'Ja wat vind ik ervan? Ik vind het allemaal kloppen. Ik wist niet, ja, met bestuurders. Wat ze daarmee bedoelen. Is er een overkoepelend iets dan? Wat over eh ja. Wat over de bibliotheek gaat denk ik dan?'	Sluit aan
5.	'Tjah.. Hier heeft iemand goed over nagedacht.'	Sluit aan
6.	'Dat klinkt een beetje als meer van hetzelfde. Dat hoort ook denk ik, visie en missie horen niet compleet anders te zijn.'	Sluit aan
7.	'Ja. Nou dat lijkt me allemaal heel goed.'	Sluit aan
8.	'Maar ik denk omdat we richting, omdat we meer zijn gaan digitaliseren en omdat alles op internet te vinden is, is de bibliotheek als fysieke locatie niet meer zoals het ooit was. Dus het lijkt me wel moeilijk om die visie en die missie te bewerkstelligen maar ik vind het wel een mooie visie en missie en ik vind het ook een logische visie en missie die bij een bibliotheek zou moeten horen.'	Sluit aan
9.	'Er staat niks bij over boeken. Er zit niks meer in over de fysieke collectie, toegankelijkheid van de fysieke collectie, en ook het woord 'voldoende kritische massa', dat is een zwaktebod.'	Sluit niet aan
10.	'Ik denk, iets dat ik niet zo herken is zichtbaarheid van de wetenschappelijke onderzoeksproductie van de Radboud Universiteit. Dat, ja dat herken ik niet zo, maar tegelijkertijd heb ik daar zelf ook niet zoveel behoefte aan om dat te zien dus ik weet niet of dat een probleem is. Voor de rest kan ik me er wel in vinden.'	Sluit overwegend aan
11.	'Ik vond het aanbod van scholing op het gebied van academische vaardigheden en wetenschappelijke communicatie vond ik wel interessant.'	Visie sluit aan
	'En die missie dat herken ik wel ja. Optimale wetenschappelijke informatievoorziening, ja dat is zo, en kwalitatief hoge studieomgeving, ja dat is hier ook wat ik net ook zei met die waarden, dat komt hier helemaal in terug vind ik.'	Missie sluit aan
12	'Ja helder.'	Sluit aan

Nr. 14	Onderwerp: ideale missie en visie van de bibliotheek	Label
1.	-	
2.	'Ik zou het een klein beetje actualiseren. Want zichtbaarheid dat is niet alleen de repository dus dat zou ik schrappen. Ehm.. Nieuwe interactieve zou ik veranderen in interactieve.' 'Het gaat niet om kritische massa, het gaat om relevantie. Dus relevante wetenschappelijke informatie. Dus je hoeft niet veel te hebben als het maar precies bij de behoefte aansluit.'	Actualiseren
3.	'Je zou dingen hier, uit die visie zou je iets weg kunnen laten.'	Onderdelen schrappen
4.	'Nou ja, ik vind het eigenlijk allemaal wel kloppen ja.'	Niet aanpassen
5.	'Ik kan niet zeggen dat ik iets mis of dat ik zeg van 'dit zie ik niet zo'.	Niet aanpassen
6.	'Het kan me eigenlijk nooit zo schelen wat de missies en visies zijn. Maar het gaat denk ik goed. En zeker met dat mensen gewoon benaderbaar zijn.'	Niet aanpassen
7.	'Het enige wat ik er aan misschien wel aan zou willen toevoegen is dat dit allemaal heel erg passief is. Dit is eh, de houding, ik denk dat dat tot op zekere hoogte ook goed is, van 'u vraagt, wij draaien'.'	Actief schrijven
8.	'Als ik hier zo snel naar kijk, dan zou ik denken van 'nou, dat ziet er op zich wel goed uit'.'	Niet aanpassen
9.	'Dat ze in ieder geval beginnen bij de historische, bij de traditie. Dat ze in ieder geval zeggen dat ze een uitstekend aanbod hebben, ook al is het niet waar. Dat ze een uitstekend aanbod hebben zowel de fysieke collectie, de open opstelling, als on-demand. Daarnaast aangevuld met een uitstekende toegang tot wetenschappelijke informatie en eigen publicatie, daar, dit kan allemaal wel, maar als een aanvulling op de normale bibliotheek.'	Actief schrijven
10.	'Vooral, wat voor mij heel belangrijk is, is, gedifferentieerde fysieke studie- en informatieomgeving. Zodat je op verschillende mogelijkheden hebt om te studeren en dat dit op verschillende manieren kan.'	Niet aanpassen
11.	N.V.T.	Missie en visie waren al ideaal
12.	'Nou ik nee, ik heb, af en toe zijn ze wat vaag of beschrijven ze wat ze gaan doen ontzettend breed. Dus wat doen jullie nou eigenlijk? Misschien kan daar nog een keer naar gekeken worden, maar voor de rest vind ik het wel een prima visie en missie.'	Actief schrijven

Nr. 15	Onderwerp: missie en visie van de bibliotheek en de digitale bibliotheek	Label
1.	-	
2.	'Ja. Ik vind het verschil, kijk, we zijn in proces naar steeds meer digitale bronnen, en het handige daarbij is dat je andere diensten kan opzetten dan bij fysieke materialen omdat je beperkter bent, met papieren boeken en tijdschriften. Met digitaal kan je veel meer.'	Digitaal
3.	'Ja, ik denk het wel ja. Nou ja, de visies die daar staan die zijn onlosmakelijk verbonden met het digitaal zijn van het geheel.'	Digitaal
4.	'Ja. Ja ik denk het wel. Ik zag hier inderdaad van interactieve dienstverlening, zodat je er gewoon altijd bij kan.'	Digitaal
5.	'Er staat 'door uitbreiding van het aanbod en digitale bronnen'. Ja uitbreiding is natuurlijk altijd goed.'	Digitaal
6.	'Het kan me eigenlijk nooit zo schelen wat de missies en visies zijn. Maar het gaat denk ik goed. En zeker met dat mensen gewoon benaderbaar zijn.'	Digitaal
7.	'In zoverre dat ze het wel noemen van 'we willen een optimaal toegankelijke bibliotheek' maar, ik ben er wel ook heel blij mee dat ze zeggen 'we willen ook een geïntegreerde fysieke studieomgeving'.'	Digitaal
8.	'Ik vond het sowieso, ik vind die eerste drie punten sowieso erg goed passen bij de digitalisering van de bibliotheek. Maar het lijkt me lastiger om die digitalisering te koppelen aan het uitbreiden van ook de fysieke locatie.'	Digitaal
9.	'En eh, een beetje profileren van wat we allemaal hebben geschreven is leuk, maar ook dat zijn bij ons in ieder geval nog boeken. Overal in de digitale bibliotheek. Als je het zo ziet, kan de bibliotheek een website zijn met een helpdesk. En dan heb je voor de rest niks meer nodig, geen fysieke locaties, geen boeken, niks. Ehm en dat eh, en daar heb ik moeite mee.'	Digitaal, maar niet positief
10.	'Ja, zo van, een belangrijk onderdeel van de digitale bibliotheek is nog steeds ook fysiek terecht kan en dat staat er ook nog echt in. En.. Ehm.. Nou een belangrijk onderdeel daarvan is ook dat er voldoende computers beschikbaar zijn maar dat zit er ook eigenlijk al in, met kwalitatief hoogstaande studieomgeving.'	Digitaal
11.	'Ja interactieve dienstverlening is iets dat aansluit op Ask Your Librarian. Niet dat ik het zou gebruiken, maar ik herken dat er wel in. Ja opslag en zichtbaarheid, ik denk dat die zichtbaarheid ook in het digitale aspect heel erg naar voren komt.'	Digitaal
12	'Nou bovenaan het eerste puntje is natuurlijk heel digitaal en dat staat op nummer één. Als ik zo'n visie zie dan ga ik er ook van uit dat dingen die bovenaan staan die als eerste worden genoemd dat die het belangrijkste zijn.'	Digitaal

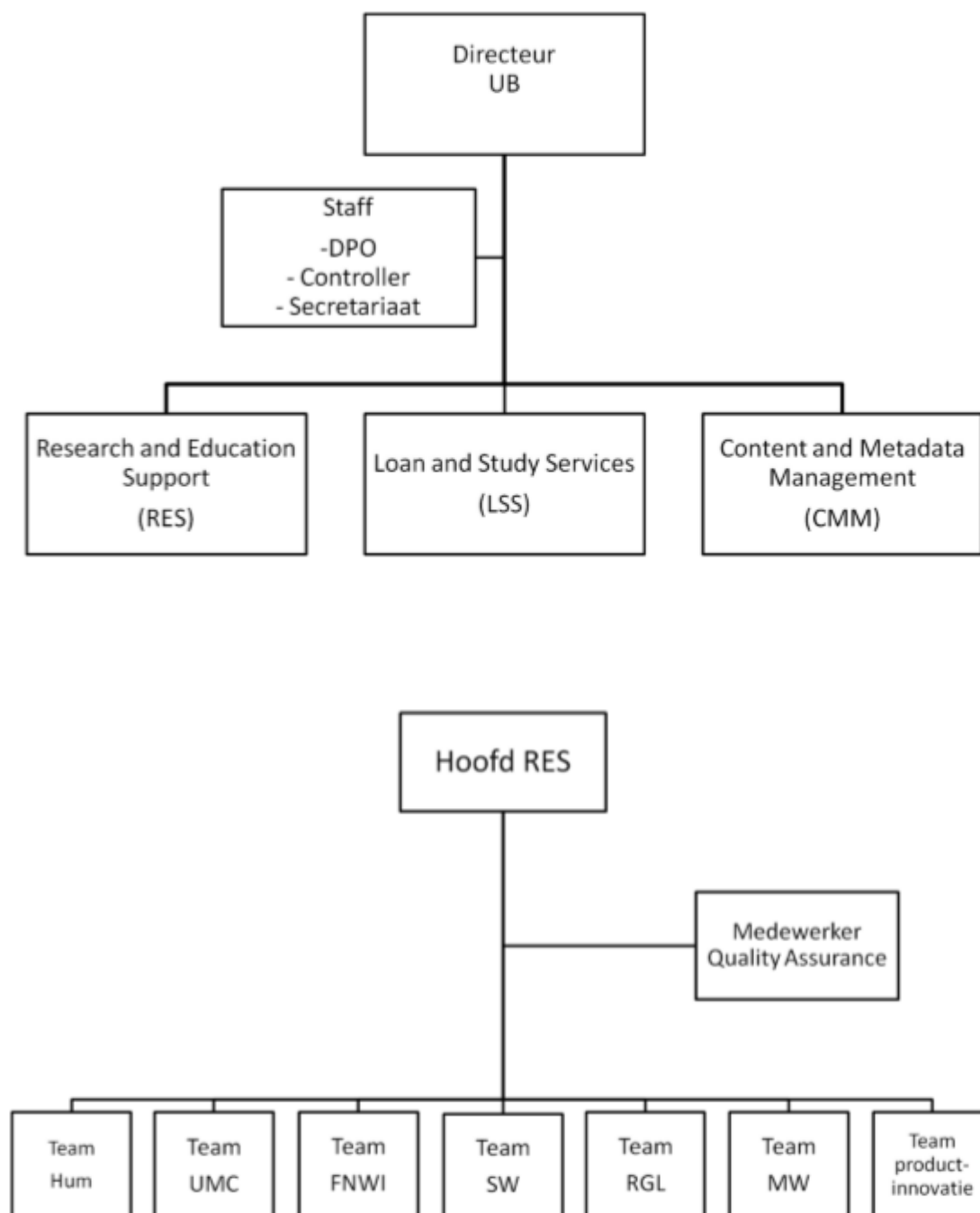
Nr. 16	Onderwerp: ideeën voor de digitale bibliotheek	Label
1.	'Het is een poster op een TV. Ja. Daar zouden misschien filmpjes op kunnen maar ik weet niet of dat in de bibliotheek kan.'	Poster
2.	'Personalisatie, dat mensen eigen kleine bibliotheekjes kunnen maken. We missen tekst en datamining tools, we missen datavisualisatie, dus eigenlijk instrumenten voor de onderzoeker.'	Persoonlijke boekenkast
3.	'hulp bij allerlei submitieformats. Als je wetenschappelijke artikelen in wil dienen... dat is toch wel een kunst apart aan het worden.'	Persoonlijke dienstverlening
	'Ja, en je zou ook zo'n Library of Science zoals wij hebben, zo kan ik me ook voor andere disciplines voorstellen, zou je ook e-practica – he, want wij ontwikkelen zelf elektronische practica – ik kan me voorstellen dat daar ook een taak voor een bibliotheek kan liggen, al was het maar, om een voorbeeld te geven, wij hebben voor het eerste jaars.'	Cursussen
4.	'Ja ik weet dat ze bijvoorbeeld ook allemaal workshops enzo aanbieden. Ja, misschien dat dat wat meer in beeld zou kunnen komen zodat je er wat meer toe aangetrokken wordt. Dat, nu moet je er wel echt naar zoeken voordat je iets kunt vinden'	Cursussen
5.	'Ja misschien dat die cursussen, EndNote enzo, dat daar, dat die, ook interactief via e-learning zouden kunnen? Zo iets?'	Cursussen
6.	'Als je de drempel heel laag wil maken dat mensen digitale dingen gaan doen zou je zo'n hippe, zo'n nieuwe paalzuil kunnen aanschaffen met een scherm waarop mensen kunnen zien 'zo moet je literatuur opzoeken' en met de nieuwe aanwinsten enzo, die vast wel ergens online staan. Er staan heel veel mensen hier in de hal op iemand te wachten tot die naar buiten komen dus als er dan zo'n paal staat maken ze daar gebruik van en dan zijn ze meteen gewend aan het ding. Als je weet dat het bestaat gebruiken de mensen het en als je niet weet dat het bestaat dan missen ze het misschien niet per se.'	Touchscreen
7.	'Ja eventueel zo'n Ask Your Librarian knop is dan nog wel aardig.'	Online vraagfunctie
8.	'Ik denk dat er nog heel veel te halen valt maar ik zou je niet kunnen vertellen wat dat dan is.'	Onbepaald
9.	'-'	Onbepaald
10.	'Hmm.. toegang tot online studiemateriaal. Ja en ook dat je online kan zoeken naar wat je nodig hebt of kopiëren en dingen'	Online zoeken
11.	'Ik vind het digitale aanbod dat er ook iets meer mee zou kunnen. Ook via de catalogus dat je boeken kan opvragen, dat is af en toe ook heel handig, maar misschien dat dat nog iets interactiever zou kunnen. Dat je een aparte echt digitale bibliotheek zou kunnen hebben waar je echt alle digitale werken in hebt staan. Misschien dat daar nog iets aan zou kunnen.'	Persoonlijke boekenkast
12	'Maar bijvoorbeeld is dat je een app hebt of dat je via een website kan achterhalen waar of dat je boek ergens staat. Of dat je via een website je boek kan bestellen zodat je hem ergens op kan halen en dat dat het grootste deel is van wat de bibliotheek doet is.'	Vindbaarheid
	'Ik denk wel dat een beetje wordt onderschat wat de kracht is van de beleving in de bieb, dat er mensen zitten achter de balie waar je langs kan gaan en waar je even een praatje kan maken.'	

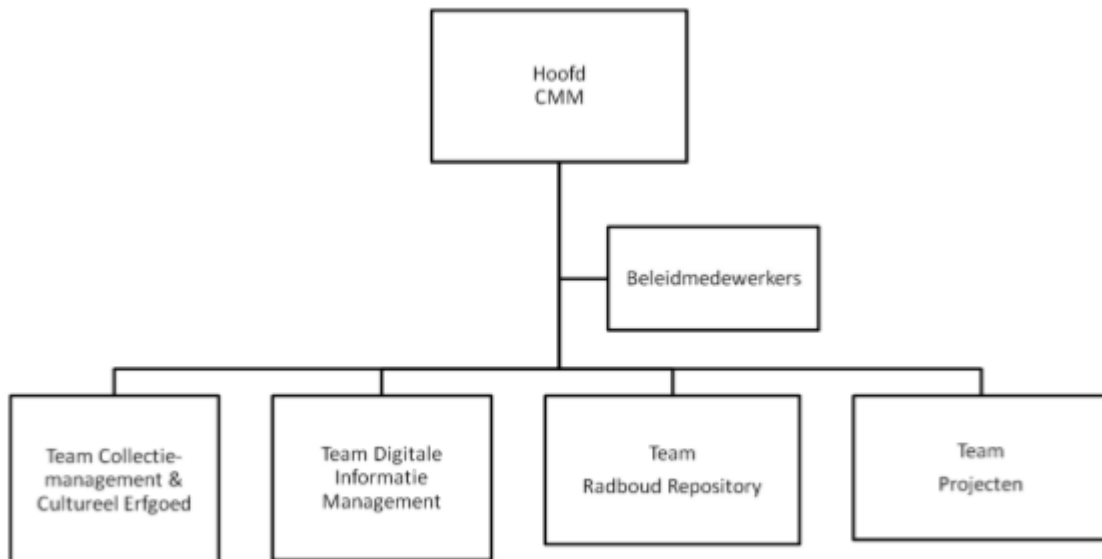
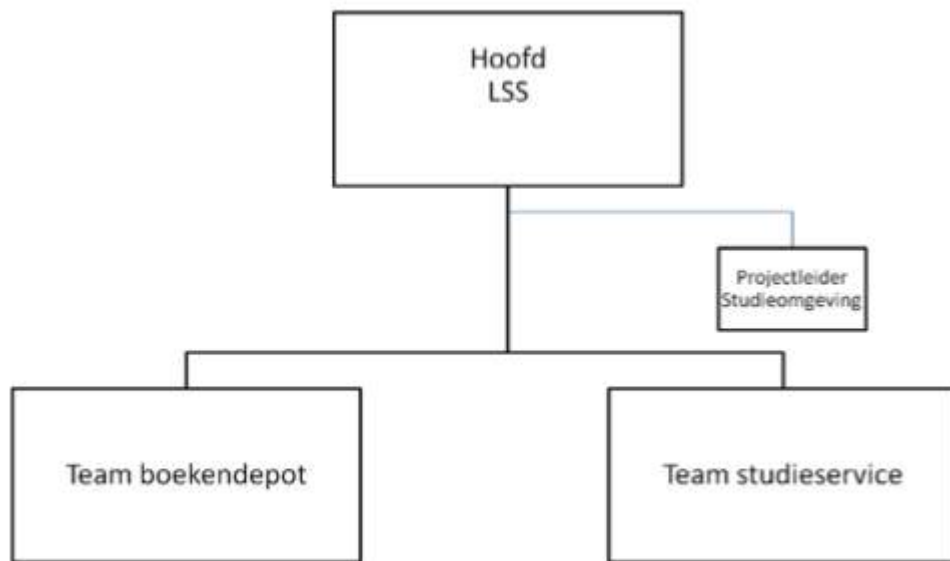
Nr. 17	Onderwerp: traditionele vs. Digitale bibliotheek	Label
1.	'Ik denk altijd dat de bibliotheek vijf jaar achterloopt op de huidige.'	Traditioneel
2.	'Ik vind het onderscheid fysiek/digitaal niet zo relevant. Het moet zijn wat de klant nodig heeft, en digitaal is handiger.'	Onbeslist
3.	'Ik heb in die transitie gezeten, hè? Van de klassieke bibliotheek naar de e-bibliotheek, zeg maar, waarbij de.. vooral de oudere garde zich heel erg zorgen maakt of de bibliotheek überhaupt wel zal blijven bestaan. En we hebben indertijd toen een aantal mensen achter elkaar gehad centraal, en we hebben gekeken van ja, nee, maar wat gaat nu die nieuwe bibliotheek zijn, wat is de nieuwe functie van de bibliotheek.'	Digitaal
4.	'Voor mij is een digitale bibliotheek meer dat je gebruik kunt maken van PubMed, en al dat soort dingen. Dus dat je alles thuis kunt doen maar verder niet. Voor mij is een traditionele bibliotheek dat je een ruimte hebt waar je rustig kan werken. In groepjes.'	Traditioneel
5.	'Ik heb laatst wel gezien dat alle boeken weg waren volgens mij, bij onze bieb. Dus ik denk dat het wel een redelijke digitale bibliotheek is. Ja.'	Digitaal
6.	'Ja, als ik moet kiezen gebruik ik altijd het traditionele deel maar ze hebben wel digitale dingen.' 'Verder is er natuurlijk overal een internetaansluiting met een kabel. Die zijn hier heel veel. Dus dat is heel goed. Ik vind het zelf een beetje een overkill. Volgens mij zijn er niet zo veel aansluitingen nodig als we er hebben maar het is mooi dat het er is dus het is zeker niet een slecht punt en het is natuurlijk draadloos. En stopcontacten zijn er dus ook heel digitaal natuurlijk.' '..dat ze alle beta-dingen hebben zoals MathLab enzo. Als werkplek is het wel heel belangrijk dat ze al die software hebben en dat ze het goed doen.' 'Op de een of andere manier lijkt het alsof mensen nog niet genoeg weten welke digitale diensten er allemaal zijn. Ik weet ze ook niet allemaal, ik weet alleen die ik nodig heb.'	Onbeslist
7.	'I: Wie weet. En de bibliotheek nu zou je dan omschrijven als een traditionele bibliotheek met digitale aspecten denk ik? R: Ja.'	Traditioneel
8.	'Ik denk met de lancering van de nieuwe website, RuQuest, het zoekportal, vind ik wel dat ze wel een hele grote slag hebben gemaakt in de digitalisering. Maar ik vind dat eh, ik ben niet zo'n hele innovatieve denker hoor.'	Digitaal
9.	'I: Dat was de missie en visie. Eh, we hebben al eigenlijk besproken dat u de bibliotheek zou omschrijven als een traditionele bibliotheek momenteel, op weg naar een digitale maar misschien niet geheel voor het positieve... R: Ja'	Traditioneel
10.	'Eigenlijk een combinatie. Dus ehm.. Er zit er wel echt een stuk van die traditionele bibliotheek in, maar er is ook al een groot deel wat wel digitale bibliotheek is.'	Digitaal/traditioneel
11.	'Absoluut als digitaal, omdat je toch wel veel kunt met het opzoeken en ik vind juist het kader.. Het modern gebouw dat de UB heeft en de moderne	Digitaal

	dingen die het heeft ook de rekken en alles is lekker modern. Plus het component dat het digitaal ook heel toegankelijk maakt, maakt dat ik het we als digitaal zou willen bestempelen. Ik vind.. Ik zou die koppeling.. Die samenhang vind ik wel heel goed.'	
12	'Ik denk dat als je hier kijkt, naar de FNWI, dan is hij heel digitaal. Een groot deel van mijn werk hou ik me ook bezig met digitalisering van de bibliotheek. Ehm.. Maar als je op andere locaties kijk zie je dat het traditioneler is.'	Digitaal/traditioneel

Bijlage V: organogram Universiteitsbibliotheek Nijmegen

Nieuwe organisatieschema Beleidsplan 2015 – 2020:

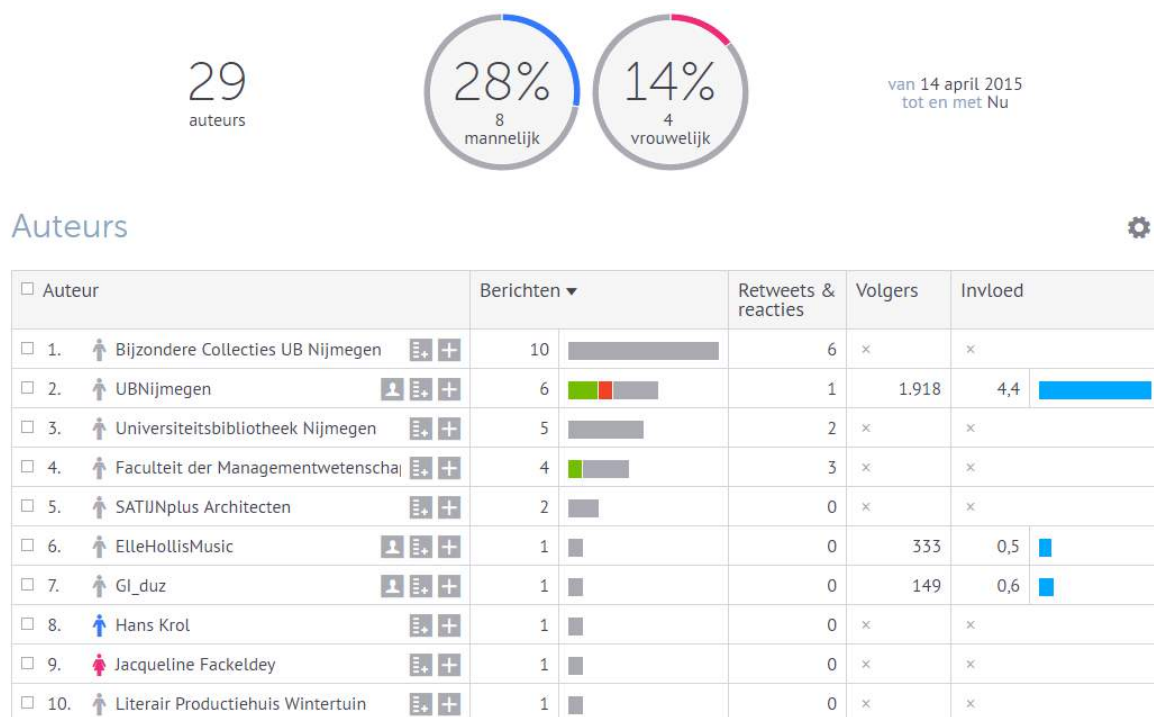




Bijlage VI: uitkomsten Coosto-analyse

De belangrijkste resultaten uit de Coosto-analyse staan hier in de vorm van afbeeldingen afkomstig uit het programma zelf. Achtereenvolgens worden de auteurs, de bronnen, de impressies en de trending topics van de Universiteitsbibliotheek getoond.

De analyse is uitgevoerd in de periode van 14 april 2015 tot en met 14 april 2016. De gebruikte zoekterm is: "UB Nijmegen" | "Universiteitsbibliotheek Nijmegen" |.



Figuur 1. Auteurs van berichten.

53
berichten



van 14 april 2015
tot en met Nu

Bronnen



☐ Type bronnen		Berichten
☐ 1. Facebook		27
☐ 2. Twitter		16
☐ 3. Blog		7
☐ 4. Nieuws		2
☐ 5. Instagram		1

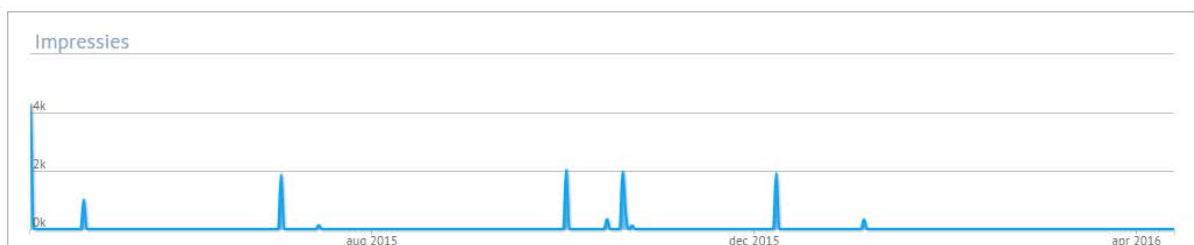
Figuur 2. Bronnen van berichten.

14.603
impressies



van 14 april 2015
tot en met Nu

Impressies



Figuur 3. Aantal impressies (hoeveel keer een bericht over de Universiteitsbibliotheek Nijmegen getoond is aan een Twittergebruiker).

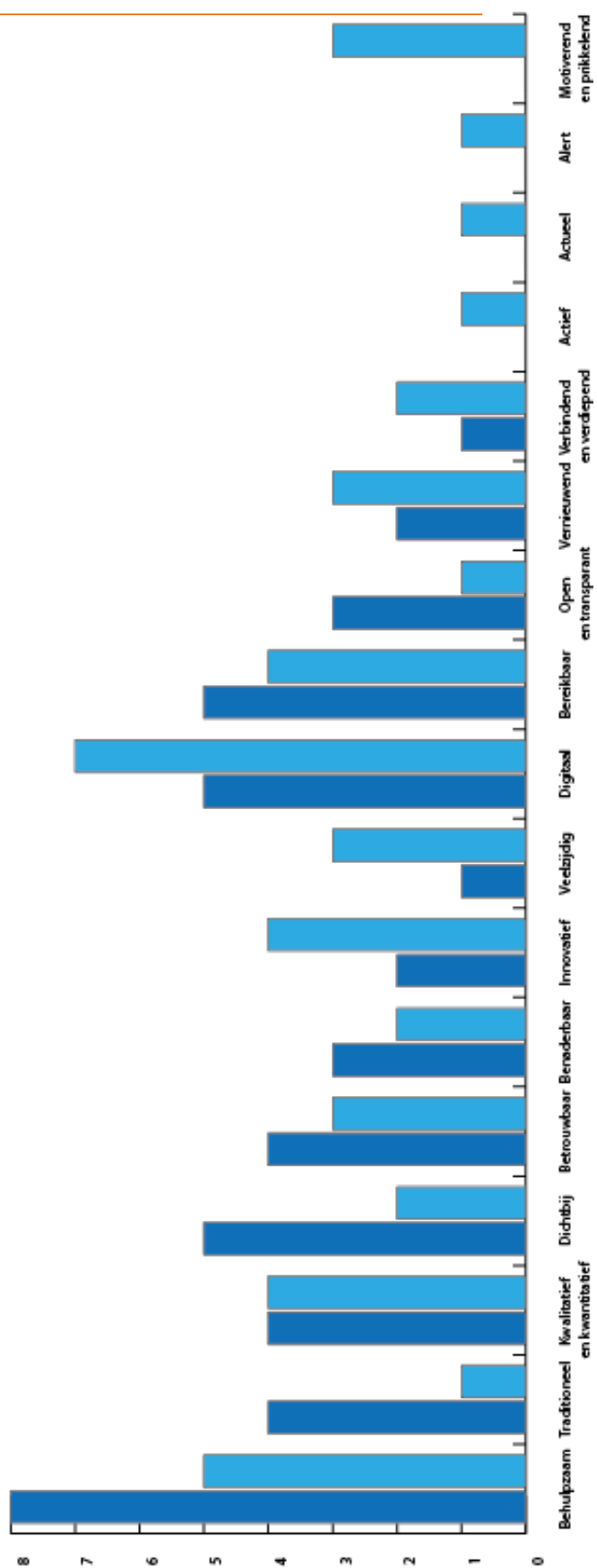
Trending topics



☐ Trend		Trend volume
☐ 1.	papier	
☐ 2.	universiteitsbibliotheek nijmegen	
☐ 3.	collectie van de universiteitsbibliotheek	
☐ 4.	20ste eeuw	
☐ 5.	een overzicht	
☐ 6.	een bijzondere collectie	
☐ 7.	vitruvius tot koolhaas	
☐ 8.	leeszaal	
☐ 9.	valkhof in nijmegen	
☐ 10.	dr	

Figuur 4. Trending topics van en over de Universiteitsbibliotheek Nijmegen.

Bijlage VII: kernwaarden



Bijlage VIII: logboek

Datum	Betrokkenen/locatie	Afspraken/taken/besluitenlijst
06 – 12 – 2015	Thecla Ettema	Eerste contact via de telefoon en de e-mail over een eventuele afstudeerplek. Het versturen van de informatieve documenten voor begeleiders op ELO.
08 – 12 – 2015	Thecla in de Universiteitsbibliotheek Nijmegen (hierna UBN)	Kennismakingsgesprek voor eventuele afstudeerplek.
10 – 12 – 2015	Hogeschool Leiden	Voorbereiden afstudeervoorstel en informatie verzamelen voor de aanvraag
11 – 12 – 2015	Thecla	Bevestiging van de afstudeerplek en informatie voor de aanvraag.
18 – 12 – 2015	Hogeschool Leiden	Indienen afstudeeraanvraag via ELO.
07 – 01 – 2016	- Martien Schriemer aan de Hogeschool Leiden - Edwin Santbergen aan de Hogeschool Leiden	Goedkeuring aanvraag afstuderen en afstudeerbegeleiding door Martien. Aanvraag en goedkeuring afstudeerbegeleiding van Edwin.
11 – 01 – 2016	- Edwin en Thecla - Hogeschool Leiden	Edwin en Thecla gemaild over de gang van zaken en de planning voor het afstuderen. Globaal voorbereidend literatuuronderzoek gedaan.
26 – 01 – 2016	Thecla	Contact over de afstudeerovereenkomst en P&O-zaken.
08 – 02 – 2016	Thecla in de UBN	Eerste afstudeerdag. Kennismaking op de werkplek. Opzet voor Plan van Aanpak gemaakt en logboek geformaliseerd.
09 – 02 – 2016	Thecla in de UBN	Plan van Aanpak verder vormgegeven en begonnen aan de probleemformulering.
10 – 02 – 2016	UBN	Beleidsplan goed doorgewerkt en aantekeningen gemaakt voor in de situatieschets.
11 – 02 – 2016	Thuis	Eerste opzet situatieschets gemaakt.
12 – 02 – 2016	Edwin in de Hogeschool Leiden	Eerste afstudeerbijeenkomst. Situatieschets kan weer opnieuw.
15 – 02 – 2016	UBN en later thuis	Ziek naar huis gegaan. Gewerkt aan het aanscherpen van de aanleiding.
16 – 02 – 2016	Thuiswerkdag	Skypeafspraak met Thecla gehad. Verkennend literatuuronderzoek gedaan. Werken aan de situatieschets
17 – 02 – 2016	Thecla in de UBN	Aangescherpte aanleiding afgemaakt en gewerkt aan de situatieschets.

		Begonnen aan de inleiding en aan het zoekplan. Thecla de inleiding gemaïld ter informatie en feedback. Edwin gemaïld over de aangescherpte aanleiding voor het probleem.
18 – 02 – 2016	• DOK Delft	De inleiding en het zoekplan afgemaakt. Positief antwoord gekregen van Edwin over de aangescherpte aanleiding. Gewerkt aan de methode van onderzoek.
19 – 02 – 2016	• Thuiswerkdag	De methode van onderzoek afgemaakt.
22 – 02 – 2016	• UBN met Thecla	Deze hele week staat gereserveerd voor literatuuronderzoek en het schrijven van het theoretisch kader.
23 – 02 – 2016	• Thuis	Ziek thuis met griep.
24 – 02 – 2016	• Thuis	Ziek thuis met griep, wat artikelen gelezen op de bank.
25 – 02 – 2016	• Thuiswerkdag	Artikelen gelezen en gesorteerd op onderwerp voor het theoretisch kader.
26 – 02 – 2016	• Thuiswerkdag	Artikelen gelezen en gesorteerd op onderwerp voor het theoretisch kader. Invulling geven aan de onderwerpen voor het kader.
29 – 02 – 2016	• UBN met Thecla	Werken aan het theoretisch kader.
01 – 03 – 2016	• UBN	Werken aan het theoretisch kader.
02 – 03 – 2016	• UBN met Thecla	Werken aan het theoretisch kader en het bezoeken van de Library of Science.
03 – 03 – 2016	• Thuiswerkdag	Werken aan het theoretisch kader en laatste check.
04 – 03 – 2016	• Thuiswerkdag	Allerlaatste check en inleveren via ELO voor feedbackronde.
07 – 03	• UBN met Thecla	Vragenlijst kwantitatief onderzoek bewerken. Methodiek aanscherpen en literatuur zoeken.
08 – 03	• UBN	Theoretisch kader aanscherpen en literatuur zoeken.
09 – 03	• Thuiswerkdag	Literatuur lezen.
10 – 03	• Hogeschool Leiden	Feedbackgesprek met Edwin en Matthijs. Verwerken feedback.
11 – 03	• Thuiswerkdag	Nieuwe strategie bedenken voor scriptie.
14 – 03	• UBN met Thecla	Nadenken over nieuwe strategie scriptie en nieuwe ideeën op papier zetten.

		Probleemformulering aanpassen en mailen naar Edwin.
15 – 03	• UBN met Thecla	Werken aan presentatie voor het MT op de 17 ^e . Inleiding en situatieschets aanpassen. Voortgangsgesprek met Thecla.
16 – 03	• UBN met Thecla	Werken aan presentatie voor het MT op de 17 ^e . Aanleiding en methodologie aanpassen.
17 – 03	• UBN met Thecla	Presentatie bij de RES-vergadering. Verwerken feedback en werken aan methodologie en planning.
18 – 03	• Thuiswerkdag	Nalopen Plan van Aanpak en opzet voor de interviews afhebben. Navragen hoe uitnodigingen verstuurd kunnen worden.
22 – 03	• Thuiswerkdag	Op dinsdag operatie aan de rechterhand, op maandag controle in het ziekenhuis. Voorbereiden werkzaamheden die kunnen zonder rechterhand.
22 – 03	• Ziek thuis	Operatie viel zwaarder dan verwacht, de hele week verder hersteld en geen werkzaamheden kunnen verrichten.
23 – 03	• Ziek thuis	Idem
24 – 03	• Ziek thuis	Idem
25 – 03	• Goede Vrijdag	Vrij
28 – 03	• Tweede Paasdag	Vrij
29 – 03	• UBN met Thecla	Geprobeerd weer aan het werk te gaan maar helaas viel dat tegen. Wel veel kunnen lezen voor het theoretisch kader en even kunnen overleggen met Thecla.
30 – 03	• Thuiswerken	Literatuur gelezen
31 – 03	• Thuiswerken	Literatuur gelezen
01 – 04	• Thuiswerkdag	Literatuur gelezen
04 – 04	• UBN met Thecla	Flinke slag gemaakt in het theoretisch kader en operationalisatie n.a.v. de vele literatuur van de vorige week.
05 – 04	• Thuiswerken	De hechtingen werden verwijderd vandaag, en daarna mocht ik de hele week niks doen (ik mocht eigenlijk ook nog helemaal niet typen).
06 – 04	• Thuiswerken	Weer de hele dag gelezen en de informatie die er was geordend.
07 – 04	• Thuiswerken	Toch maar gaan typen en verder gegaan aan de operationalisatie en het theoretisch kader. Skypeoverleg gehad met Thecla.
08 – 04	• Thuiswerken	Uitnodigingen voor de respondenten en een mail voor de medewerkers van de UBN opgesteld en plan gemaakt voor de werving van respondenten.
11 – 04	• UBN met Thecla	Werving respondenten. Veel gemaaild met medewerkers en potentiële interviewkandidaten. In mijn scriptie een hoop aantekeningen gemaakt voor verbeterpunten.
12 – 04	• UBN	Verbeterpunten langsgegaan in de scriptie en bezig met de werving van de respondenten.

13 – 04	• UBN met Thecla	Verbeterpunten langsgegaan in de scriptie en opmaak aangepast. Bezig met de werving van de respondenten.
14 – 04	• Thuiswerkdag	Modellen gezocht voor identiteitsoperationalisatie. Eentje gevonden en gemaild naar Edwin.
15 – 04	• Thuiswerkdag	Afspraak met Edwin voor afstudeerbegeleiding.
18 – 04	• UBN met Thecla	Identiteitsoperationalisatie in het weekend uitgewerkt en gemaild naar Edwin. Akkoord op gekregen en verwerkt in de kwalitatieve onderzoeksinterviews.
19 – 04	• UBN	Twee interviews voor kwalitatief onderzoek.
20 – 04	• UBN	Twee interviews voor kwalitatief onderzoek.
21 – 04	• UBN	Uitwerken verbatims en alvast verwerken in analyseschema's.
22 – 04	• Thuiswerkdag	Uitwerken verbatims en alvast verwerken in analyseschema's.
25 – 04	• UBN met Thecla	Één interview voor kwalitatief onderzoek.
26 – 04	• Thuiswerkdag	Alvast aan de resultaten gewerkt, het theoretisch kader afgemaakt, feedback op de hypothesen verwerkt, de operationalisatie afgemaakt.
27 – 04	• Koningsdag	Vrij
28 – 04	• Thuiswerkdag	Skypen voor interview met respondenten voor kwalitatief onderzoek.
29 – 04	• UBN	Interview met respondenten voor kwalitatief onderzoek.
02 – 05	• UBN met Thecla	Documenten naar Thecla gestuurd voor feedback.
03 – 05	• UBN met Thecla	Interview met respondenten voor kwalitatief onderzoek.
04 – 05	• UBN met Thecla	Schrijven van verbatims en het invullen van analyseschema's.
05 – 05	• Bevrijdingsdag	Vrij
06 – 05	• Thuiswerkdag	Schrijven van verbatims en het invullen van analyseschema's.
09 – 05	• UBN met Thecla	Schrijven van verbatims en het invullen van analyseschema's.
10 – 05	• UBN met Thecla	Schrijven van verbatims en het invullen van analyseschema's.
11 – 05	• UBN met Thecla	Overleg met Thecla over voortgang scriptie en over feedback. Schrijven van verbatims en het invullen van analyseschema's.
12 – 05	• Thuiswerkdag	Afstudeersessie met Edwin. Feedback verwerken van de afstudeersessie, werken aan de resultaten.
13 – 05	• Thuiswerkdag	Afronden resultaten.
16 – 05	• Tweede Pinksterdag	Vrij
17 – 05	• UBN met Thecla	Conclusies en aanbevelingen schrijven.
18 – 05	• UBN met Thecla	Implementatieplan schrijven.
19 – 05	• Thuiswerkdag	Implementatieplan schrijven. Feedbackgesprek met Edwin via de telefoon.
20 – 05	• Thuiswerkdag	Feedback van Edwin verwerken.

		Eerste opzet voor de lay-out maken.
23 – 05	• UBN met Thecla	Proefversie scriptie opsturen naar Roxanne voor spellingscontrole. Nakijken scriptie Roxanne op spelfouten. Inleveren scriptie bij Thecla voor beoordeling.
24 – 05	• UBN met Thecla	Verwerken feedback Roxanne en spelchecksuggesties.
25 – 05	• UBN met Thecla	Reflectieverslag schrijven. Lay-out afronden. Laatste check. Logboek afmaken.
26 – 05	• Thuiswerkdag	Scriptie inleveren en uploaden in Ephorus voor 12.00 in het postvak van de 1 ^e en 2 ^e lezer. Beoordeling Thecla bijvoegen als bijlage. Reflectieverslag via Ephorus uploaden en inleveren als aparte bijlage bij de scriptie.
27 – 05	• INLEVERDAG	Uitloopdag, voor het geval dat.

Bijlage IX: Reflectieverslag

In dit reflectieverslag wordt teruggekeken op periode 15 en 16. Er is een SWOT-analyse gemaakt op basis van de zes competenties van het competentieprofiel. Daarna zijn er afspraken gemaakt met de afstudeerbegeleider op basis van de uitkomsten van de SWOT-analyse. Als laatste zijn de resultaten van deze periode opgenomen.

SWOT-analyse

De zes competenties uit het competentieprofiel vormen de invulling van deze SWOT-analyse. Onder de tabel staat de toelichting op de invulling van de analyse.

Sterke punten	Zwakke punten
• Analyseren en onderzoeken • Creëren en organiseren	• Representeren
Kansen	Bedreigingen
• Ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid • Professionaliseren	• Plannen en organiseren

Mijn sterke punten zijn analyseren en onderzoeken, en creëren en organiseren. Analyseren en onderzoeken doen we al sinds jaar één. Daarnaast heb ik in periode 13 met Nynke Wiekenkamp mee mogen lopen als student-assistent bij het eerstejaarsvak voor onderzoek. De basis herhalen was erg nuttig en ik denk dat het me gaat helpen bij mijn bachelorscriptie. Daarnaast ben ik goed in creëren en organiseren. Ik heb kennis van computerprogramma's als Photoshop en InDesign, en ben meestal degene die de creatieve invulling van projecten bedenkt. Organiseren vind ik ook niet moeilijk.

Mijn zwakke punt is representeren. Ik verwacht niet op mijn afstudeerplek hier veel mee in aanraking te komen.

De kansen die ik zie liggen voornamelijk bij het ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid en professionaliseren. Het implementatieplan is een advies over het communicatiebeleid en het lijkt me leuk daar meer mee bezig te zijn. Daarnaast is het afstuderen in een professionele werkomgeving een goede kans om te oefenen met een professionele werkhouding.

Als bedreiging zie ik plannen en organiseren. Ik vind het niet moeilijk om een planning te maken, maar ik hou meestal te weinig marge over. Als er iets mis gaat in de loop van de planning, er zeggen bijvoorbeeld heel veel respondenten af, dan hoop ik dat het nog ga redden.

Afspraken met de afstudeerbegeleider

Mijn afstudeerbegeleider is Edwin Santbergen. Met hem heb ik de volgende afspraken gemaakt, op basis van de uitkomsten uit de sterkte-zwakte analyse:

- Representeren doe je ook als je respondenten interviewt van buiten de organisatie, bijvoorbeeld klanten, dus daar kan ik oefenen met representeren.
- Maak een planning met extra marge, mocht er iets mis gaan of mocht ik ziek worden.
- Maak gebruik van je sterke punten besteed daar ook aandacht aan, bijvoorbeeld door een creatief implementatieplan te bedenken.

Resultaat

Ik ga de resultaten langs per competentie. De uitkomsten van de afspraken worden besproken bij de competenties waar ze bij horen. In de themawijzer 'Afstuderen' staat dat ik bij elke competentie moet beargumenteren of ik het eindniveau van deze competentie heb behaald, wat betreft mijn scriptieprestaties. Dat vind ik lastig, aangezien sommige competenties nauwelijks aan bod zijn gekomen in het scriptieproces. Daarnaast zijn de beroepsvoorbeelden gericht op veel bredere werkzaamheden dan het maken van een onderzoeksrapport en implementatieplan. Ik heb mijn best gedaan de ontwikkeling van de competenties in het scriptieproces toe te lichten. De gehele reflectie over mijn studie Communicatie en het behalen van het eindniveau van de competenties staat in mijn reflectieverslag voor het vak SLC.

Analyseren en onderzoeken

Deze competentie ging me goed af. Ik heb het onderzoek ervaren als een leuk, en soms stressvol, proces. Veel van de kennis die ik heb opgedaan de afgelopen vier jaar kon ik goed toepassen. Ook verrassende kennis, zoals hoe je een Coosto-analyse maakt, kwam van pas. Het was leuk om kwalitatief onderzoek te doen. Kwalitatief onderzoek is volgens mij ook mijn sterke punt. Ik vond het soms lastig om de rode draad van het verhaal in de gaten te houden, het onderzoek werd zo groot dat het soms lastig was om alle verbanden goed bij elkaar te brengen.

Creëren en organiseren

Deze competentie ging me veel minder goed af dan ik vooraf had gedacht. Ik heb de afgelopen drie jaar mooie projecten gemaakt in InDesign, Illustrator en Photoshop, maar met mijn scriptie wilde dat gewoonweg niet lukken. Vooral InDesign was een ramp: afbeeldingen waren ineens veel onscherper, tekst verdween van de pagina, de lettergrootte was ineens veel kleiner, ga zo maar door. Misschien ligt het aan het feit dat alle drie de programma's een nieuwe versie hebben gekregen dit jaar en dat ik daar nog niet zo goed mee kan omgaan. Het was in ieder geval heel teleurstellend want ik had me een veel 'hipper' verslag voorgesteld dan ik nu heb gemaakt. De tussenbladen bij de hoofdstukken vind ik wel erg mooi gelukt en daar ben ik ook trots op.

Representeren

Representeren heb ik een afspraak over gemaakt met Edwin, en hij had gelijk. Ik heb twee weken lang interviews gehouden met klanten van mijn opdrachtgever en heb dus wel degelijk een representatieve taak gehad. Dat ging me eigenlijk wel goed af. Het heeft geen beroepsproducten opgeleverd zoals in de uitleg bij de competentieprofielen staat, dat is immers ook niet de opdracht van mijn scriptie, maar ik heb

wel namens de bibliotheek twaalf interviews uitgevoerd. Dat was leuk om te doen en volgens mij viel mijn houding in goede aarde bij de klanten.

Het ontwikkelen van en adviseren over communicatiebeleid

Hier kwam de afspraak met Edwin over het creatieve implementatieplan bij kijken. Ik wilde dat graag zowel inhoudelijk als visueel doen. Maar door de eerder genoemde problemen met de computersoftware is het bij de inhoudelijke creativiteit gebleven. Hopelijk heb ik een bruikbaar advies ontwikkeld, mijn afstudeerbegeleider vanuit de opdrachtgever was er in ieder geval erg enthousiast over.

Professionaliseren

Het was leuk om te werken in een professionele omgeving met enthousiaste mensen. Mijn begeleider vond het leuk om met me te brainstormen over het mijn scriptie en het implementatieplan, dat heeft ook geholpen bij het eindresultaat. We hebben regelmatig feedbackmomenten ingepland en het over mijn voortgang gehad, dat was erg prettig. Verder hadden we de afspraak dat ik het zou zeggen als ik iets nodig had of iets wilde weten, en daar heb ik me aan gehouden.

Plannen en organiseren

Dit was ook een afspraak met Edwin. Ik heb vooral voor de interviews meer tijd ingepland. Meer tijd om respondenten te zoeken en meer tijd om respondenten te interviewen. In eerste instantie had ik twee weken uitgetrokken voor de interviews, maar dit zijn er uiteindelijk drie geworden. Gelukkig had ik een vrij ruime planning gemaakt, op aanraden van Edwin, en was dit dus absoluut geen probleem. Andere dingen waren op tijd af dus mijn planning was realistisch. Het hielp dat ik een heel realistisch plan van aanpak had gemaakt op voorhand, dus daar kon ik de rest van mijn planning op aanpassen.

Bijlage X: beoordelingsformulier opdrachtgever
