

samen

voor heel

Amsterdam

opbouw

beleidsplan 2015-2018

samen voor heel Amsterdam

Beleidsplan 2015-2018
Stichting Openbare Bibliotheek Amsterdam

- 1. Inleiding** 4

- 2. Onze omgeving** 5
 - 2.1 De Bibliotheekwet 5
 - 2.2 Bibliotheek van de toekomst 5
 - 2.3 Andere steden 6
 - 2.4 Nieuwe taken en functies 6

- 3. De opdracht** 7
 - 3.1 Gemeentelijk beleid Amsterdam 7
 - 3.2 Gemeentelijk beleid Diemen en Ouder-Amstel 7
 - 3.3 De bevolking 8
 - 3.4 Doelgroepen en taken 8

- 4. Visie OBA** 9

- 5. Speerpunten 2015-2018** 11

Speerpunt 1: De OBA online 11
Speerpunt 2: De OBA als broedplaats van een metropool 12
Speerpunt 3: De OBA als middelpunt van de wijk en als educatiepartner 14

- 6. Impact** 17
 - 6.1 Publiek en bereik 17
 - 6.2 Het merk en de landelijke dienstverlening 17
 - 6.3 Collectie 18
 - 6.4 Personeel 18
 - 6.5 ICT 18
 - 6.6 Huisvesting 20
 - 6.7 Eigen inkomsten 20
 - 6.8 Meerjarenbegroting 21
 - 6.9 Transitieprogramma 'OBA 100' 21

1. Inleiding

Wij zijn de OBA en met Amsterdam verbonden zoals de Amstel en Ajax. We beschikken over een enorm vermogen: onze vestigingen overal in de stad, onze collecties en onze kennis. Maar vooral het vermogen dat te delen met alle Amsterdammers en zo hun leven te verrijken.

Begonnen in 1919 als Openbare Leeszaal zetten we meteen de toon met de – voor die tijd revolutionaire – open opstelling van het boekenbezit. Een nog grotere revolutie voltrok zich bijna negentig jaar later bij de opening van ons nieuwe hoofdgebouw, de Centrale OBA op het Oosterdokseiland in 2007: toen het grootste openbare warenhuis voor kennis, cultuur en informatie van Europa. Nu, 95 jaar later, zijn we evenzeer bibliotheek als podium, expositievloer, restaurant, radiostudio, workshop-ruimte, leslokaal, lees- en studiezaal.

In dit prachtige complex dat wereldwijd de aandacht trekt, hebben we de afgelopen jaren hard gewerkt om een nieuwe OBA te ontwikkelen. Bij de OBA wordt dagelijks in de Amsterdamse *melting pot* geroerd en doet jong en oud kennis en inspiratie op. Bij de Centrale in het hart van de stad, bij onze 25 andere vestigingen (ook in Diemen, Duivendrecht en Ouderkerk), thuis en als het aan ons ligt op nog heel veel meer plaatsen: op school, in het buurtcentrum en het verzorgingstehuis. Maar ook op het stadsstrand, tijdens de Uitmarkt of een ander Amsterdams publieksevenement.

Tegelijkertijd willen we zeven dagen per week/24 uur per dag zorgen voor vrije toegang tot alle denkbare digitale kennisbronnen en zo veel mogelijk Amsterdammers helpen daarin hun weg te vinden. Ook, of liever gezegd: juist als dat een beetje meer moeite kost. Want het enthousiasme en idealisme van bijna honderd jaar geleden zijn nog steeds de drijvende krachten binnen de OBA. Als nieuwe directeur/bestuurder van de OBA ben ik onder de indruk van de bevoegenheid van onze medewerkers, die enthousiast hebben meegewerkt aan de totstandkoming van dit plan.

Dit 'Beleidsplan 2015-2018' is het laatste van de eerste 'OBA-eeuw'. Er is in de afgelopen jaren veel veranderd en tegelijkertijd heel weinig. Amsterdam is al eeuwen één van de meest internationale, dynamische, economische, creatieve en culturele centra van de wereld. Maar het is ook de stad van de wijken in Noord, Oost, West, Nieuw-West, Zuid en Zuidoost. Als er één Amsterdamse instelling is die de ontwikkelingen op al die niveaus kan verbinden en Amsterdammers kan helpen daaraan deel te nemen, dan is het de OBA. Want we doen het voor heel Amsterdam. In de komende jaren het liefst nóg beter. Dat kan alleen als we nog veel meer samenwerkingsverbanden in de stad aangaan dan we al hebben. En daarom is het motto van dit beleidsplan: samen voor heel Amsterdam.

1 december 2014

Martin Berendse, directeur/bestuurder
Stichting Openbare Bibliotheek Amsterdam

2. Onze omgeving

De OBA wordt in het land gezien als het vlaggenschip van de openbare-bibliotheeksector, vooral sinds in 2007 de nieuwe Centrale OBA in gebruik werd genomen. In 2012 verwierf deze hoofdvestiging de titel 'Beste bibliotheek van Nederland'. De OBA opereert in een stedelijk netwerk van tal van non-profitorganisaties (in het economische, wetenschappelijke, sociaal-maatschappelijke en culturele domein), maar is daarnaast actief in een (inter)nationaal netwerk van (openbare) bibliotheken. Vergeleken met de internationale bibliotheeksector, en dan met name de Angelsaksische landen, is er in Nederland de laatste decennia een sterke focus geweest op de uitleenfunctie. De rol van de bibliotheek was hierdoor in Nederland lange tijd veel instrumenteler dan in andere landen. De laatste jaren maken de Nederlandse openbare bibliotheken een 'inhaalslag terug' naar de oorspronkelijke (brede) maatschappelijke functie.

2.1 De Bibliotheekwet

In 2015 wordt de Bibliotheekwet¹ van kracht. In de toelichting op deze wet komt de maatschappelijke betekenis van de openbare bibliotheek tot uiting doordat zij met haar brede publieksbereik en algemene toegankelijkheid een belangrijke rol speelt bij de verspreiding van informatie, kennis en cultuur. De overheidsbemoening heeft zijn basis in artikel 7 van de Grondwet, in samenhang met artikel 10 van het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens en artikel 19 van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens. Deze artikelen waarborgen de vrijheid van meningsuiting en impliceren de mogelijkheid voor iedere burger om kennis te kunnen nemen van informatie. De openbare bibliotheek onderscheidt zich daarbij fundamenteel van andere aanbieders van informatie door te functioneren vanuit een aantal publieke waarden: betrouwbaarheid, onafhankelijkheid, authenticiteit, pluriformiteit en toegankelijkheid. Deze publieke waarden zijn zowel op het fysieke als op het digitale domein van toepassing. De nieuwe Bibliotheekwet onderscheidt vijf functies: het aanbieden van kennis en

informatie via de uitleenfunctie (1), het bieden van mogelijkheden voor ontwikkeling en educatie (2), het bevorderen van het lezen en het laten kennismaken met literatuur (3), het laten kennismaken met kunst en cultuur (4) en de bibliotheek als plaats voor ontmoeting en debat (5). De eerste drie functies – ook wel aangeduid met 'lezen, leren en informeren' – vormen van oudsher de kern van de bibliotheek in Nederland. In de recente praktijk is zichtbaar dat de functies 'kunst en cultuur' en 'ontmoeting en debat' in belang toenemen, terwijl de klassieke uitleenfunctie in belang afneemt. Zo ontwikkelen veel bibliotheken zich tot ontmoetingsplaatsen voor onder anderen scholieren en studenten met studieplekken en studiematerialen. Het wetsvoorstel geeft gemeenten veel ruimte bij het vormgeven van de lokale fysieke bibliotheek. Die ruimte is ingekaderd door het doel om de samenhang in de bibliotheeksector te versterken. Dat wordt gerealiseerd door de sector te ordenen als een netwerk van samenwerkende voorzieningen. Van de partijen in het landelijke netwerk wordt daarom een beperkt aantal gemeenschappelijke activiteiten verwacht: het hanteren van één catalogus, deelname aan het interbibliothecair leenverkeer, het gebruik van één digitale infrastructuur en collectievorming op basis van gezamenlijke afspraken.

2.2 Bibliotheek van de toekomst

'Bibliotheek van de toekomst, knooppunt voor kennis, contact en cultuur'. Onder die titel verscheen in januari 2014 het rapport van de Commissie Cohen². In het rapport, geschreven in opdracht van het Sectorinstituut Openbare Bibliotheken (SIOB), reflecteert de commissie op trends in de samenleving in relatie tot de openbare bibliotheken, door een toekomstbeeld voor het jaar 2025 te schetsen. De opdracht voor de openbare bibliotheek in 2025 is het leveren van een bijdrage aan de ontplooiing van het individu. De bibliotheek is een vitale schakel in een samenleving die het meer dan ooit van kennis en innovatie moet hebben. Ze is naast de school de enige instelling die garandeert dat iedereen toegang heeft tot

¹ Wet stelsel openbare bibliotheekvoorzieningen (Wsob).

² Lees meer op: <http://www.sioob.nl/kennisbank/documenten/auteurs/commissie-cohen/item2583>

3. De opdracht

informatie en bronnen om zichzelf te ontwikkelen. Decennia lang is drukwerk daarvan de belangrijkste drager geweest. In de toekomst gaat het om een veelheid aan soorten kennis en informatie. In databanken en elektronische boeken, op papier en in de hoofden van mensen. Mensen komen kennis halen en brengen. De bibliotheek is een knooppunt van allerlei vormen van kennis en informatie die op uiteenlopende manieren beschikbaar zijn en aan elkaar worden verbonden. Elke bibliotheek blijft actief invulling geven aan de vijf kernfuncties, en vult die op haar eigen manier in. De bibliotheek ontwikkelt zich tot een dynamische ontmoetingsplaats, waar mensen komen om in een inspirerende omgeving kennis en vaardigheden op te doen. Het is een plek waar men kan ontspannen met een boek, anderen kan ontmoeten, waar actief burgerschap wordt gestimuleerd. Een plek waar veel activiteiten plaatsvinden, al dan niet geïnitieerd door de bibliotheek zelf. De bibliotheek onderscheidt zich van andere ontmoetingsplekken door het toegankelijke, laagdrempelige en niet-commerciële karakter. Met deze fysieke bibliotheek biedt de bibliotheek meerwaarde op sociaal-cultureel vlak en draagt ze bij aan gemeenschapsvorming en cohesie.

2.3 Andere steden

Het is de vraag of het door de Commissie Cohen geschetste toekomstbeeld tot 2025 op zich laat wachten. In een aantal steden ontwikkelen zich in hoog tempo brede platforms op het gebied van kennis, cultuur, debat en literatuur, waarvan de openbare bibliotheek onderdeel vormt: Rozet Arnhem, Eemhuis Amersfoort, Groninger Forum, Chocolade-fabriek Gouda. Nu nog zijn in veel van deze innovatieve 'cultuurverzamelgebouwen' de bibliotheken aparte instellingen. De verwachting is dat op termijn de bibliotheek steeds meer als 'functie' wordt ingebed in deze bredere organisaties die inspelen op de specifieke situatie en

behoeften in hun werkgebied. In feite heeft zich binnen de OBA een parallelle ontwikkeling voorgedaan. Niet door het toevoegen van instellingen 'van buitenaf', maar door een organische ontwikkeling 'van binnenuit', die ertoe leidt dat ook de OBA stap voor stap 'veel meer dan een bibliotheek' is geworden. Van de landelijke branche en ondersteuningsstructuur vraagt deze ontwikkeling een nieuwe oriëntatie: niet meer exclusief op de bibliotheek als 'gebouw', 'instituut' of allesomvattend merk, maar op bibliotheekdiensten als 'functie' en onderdeel van bredere organisaties.

2.4 Nieuwe taken en functies

Uit het voorgaande kan worden opgemaakt dat de bibliotheek zich in de toekomst steeds meer ontwikkelt van een uitleeninstituut naar een organisatie die zich bezighoudt met de zelfontplooiing van burgers, zodat zij volwaardig kunnen deelnemen aan de (informatie)maatschappij. Het uitlenen van (fysieke) boeken is hierbij 'slechts' een – in belang afnemend – middel. De educatieve functie neemt in belang toe, zowel wat betreft het formele als het non-formele en informele leren³: in samenwerking met onderwijsinstellingen en andere partners wordt gezorgd voor een doorgaande 'leerlijn' (het concept van *lifelong learning*). Hierbij is bijzondere aandacht nodig voor mensen in een kwetsbare positie, om zo de kloof tussen (digitaal) geletterden en laaggeletterden, te verkleinen. Deze taken en functies dragen bij aan een groot publiek belang vanwege de doorwerking van de persoonlijke ontwikkeling op de maatschappij als geheel op cultureel, sociaal, educatief/cognitief en economisch gebied.

³ Formeel leren vindt plaats binnen een geïnstitutionaliseerde omgeving zoals een school.

Het leren is formeel georganiseerd, de onderwijsinstelling bepaalt de leerdoelen.

Non-formeel leren vindt plaats buiten de schoolmuren, bewust en op eigen initiatief van de lerende.

Er is een leeromgeving maar het geleerde wordt niet formeel erkend binnen een bepaald curriculum.

Informeel leren ten slotte gebeurt onbewust en terloops, tijdens dagelijkse activiteiten en in interactie met anderen.

Denk aan het opdoen van taalvaardigheden, het leren van culturele normen of hoe kinderen leren terwijl ze spelen.

Voor de OBA staat de lokale verankering in de stad Amsterdam voorop. Al bijna honderd jaar komen Amsterdammers graag bij de verschillende vestigingen van de OBA om kennis op te doen en hun leven te verrijken.

3.1 Gemeentelijk beleid Amsterdam

De ontwikkeling van haar inwoners is voor de gemeente Amsterdam altijd een belangrijke doelstelling geweest. Alleen zo kunnen alle Amsterdammers optimaal deelnemen aan de maatschappij. De OBA zag en ziet hierin een duidelijke opdracht.

Tot met 2013 was de Centrale Stad opdrachtgever van de Centrale OBA. Zij heeft in haar beleid een krachtige toekomstvisie op de OBA ontvouwd en heeft met de bouw van de nieuwe, state-of-the-art centrale vestiging op het Oosterdokseiland laten zien dat de OBA een cruciale rol speelt in het culturele en maatschappelijke leven in de stad. Daarnaast was er de meer decentrale aansturing vanuit de verschillende stadsdelen. Zij waren de belangrijkste opdracht- en subsidiegevers van de vestigingen binnen de grenzen van ieder stadsdeel. Ten gevolge van de verschillende doelstellingen van de stadsdelen, was er ook binnen het OBA-beleid een verschil in focus tussen de verschillende OBA-regio's.

Vanaf 2014 ligt de verantwoordelijkheid voor de gehele OBA bij de Centrale Stad. Dit betekent niet dat de samenwerking met de bestuurscommissies helemaal wordt beëindigd. Voor de OBA is de meest relevante ontwikkeling dat de gemeente zich wil organiseren in 22 gebieden en voor elk gebied een gebiedsagenda opstelt. Samen met andere maatschappelijke organisaties kan de OBA hier helpen het verschil te maken. Door op gebiedsniveau gezamenlijk projecten in te richten om zorg, welzijn en geletterdheid te stimuleren, wordt ingespeeld op de specifieke behoeften van elke buurt en de Amsterdammers die daar wonen. In de toekomst zal de gemeente bovendien steeds vaker uitsluitend online communiceren met haar

burgers. De OBA ziet het als haar taak om mensen die hierin moeilijk mee komen te ondersteunen en digitaal wegwijs te maken. Het 'Coalitieakkoord 2014-2018' van D66, VVD en SP heeft de titel 'Amsterdam is van iedereen'. In het akkoord wordt sterk de nadruk gelegd op het toegankelijk maken van voorzieningen, zodat alle Amsterdammers de kans krijgen mee te doen. Belangrijke pijlers in het coalitieakkoord zijn de toegankelijkheid van onderwijs en cultuur en de bestrijding van armoede en sociaal isolement. De OBA ziet hierin duidelijke aanknopingspunten. Zelfontplooiing en inclusiviteit zijn onderwerpen die hoog op de beleidsagenda van de OBA staan. In de afgelopen collegeperiode heeft de gemeente Amsterdam ongeveer 12% bezuinigd⁴ op de OBA. Het nieuwe college van B&W heeft aangekondigd de bezuinigingen op kunst en cultuur van het vorige college terug te willen draaien, maar heeft ook aangegeven de extra middelen vooral te willen bestemmen voor kleinere instellingen en talentontwikkeling. Daarom houdt de OBA er rekening mee dat de bezuinigingen op de OBA niet ongedaan worden gemaakt en is het 'Beleidsplan 2015-2018' gebaseerd op de huidige subsidie-omvang plus toekomstige indexeringen.

3.2 Gemeentelijk beleid Diemen en Ouder-Amstel

Naast de gemeente Amsterdam zijn de gemeenten Diemen en Ouder-Amstel subsidiegever van de OBA. De gemeente Diemen huisvest één OBA-vestiging en de gemeente Ouder-Amstel heeft twee vestigingen van de OBA binnen haar gemeentegrenzen. Het 'Collegeakkoord 2014-2018' van de gemeente Diemen heeft als thema 'Ontmoeten en verbinden'. De focus ligt op een sterk, sociaal, duurzaam en groen Diemen, waar het goed wonen, werken en ontspannen is en waar plaats is voor iedereen. In het collegeakkoord wordt bijzondere aandacht geschonken aan armoedebestrijding, participatie, ouderen en jeugd. Onderwerpen en doelgroepen waarvoor ook binnen het beleid van de OBA bijzondere aandacht bestaat.

⁴ Dit is een gemiddelde. In sommige stadsdelen is veel meer bezuinigd dan in andere.

4. Visie OBA

In het 'Collegeakkoord 2010-2014', getiteld 'Zeilen tegen de wind in', toont het college van de gemeente Ouder-Amstel zich kostenbewust. De gemeente ambieert een 'beter, mooier en schoner Ouder-Amstel'. Participatie en sociale samenhang zijn de sleutelwoorden. Binnen het beleid ligt de focus op de ontwikkeling van jongeren en de bestrijding van eenzaamheid onder ouderen. Ook het voorkomen van de armoedeval onder minima wordt benoemd. Aan de realisatie van dit collegeprogramma draagt de OBA graag bij.

3.3 De bevolking

Als het gaat om het werkgebied van de OBA spreken we in de rest van de tekst gemakshalve van Amsterdam en Amsterdammers, waarmee tevens de inwoners van de gemeenten Diemen en Ouder-Amstel bedoeld zijn. De ruim 850.000 inwoners van de hoofdstad en beide buurgemeenten spelen een cruciale rol bij het vertalen van de gemeentelijke opdracht naar concreet beleid, want we doen het met en voor alle Amsterdammers. Een heterogene groep die qua samenstelling sterk afwijkt van het landelijk gemiddelde. Met 178 nationaliteiten is Amsterdam een ware smeltkroes. 49% van de bevolking is autochtoon (landelijk 80%) en 35% heeft een niet-westerse achtergrond. Amsterdam is een kenniscentrum, met bijna 108.000 studenten aan hogescholen en universiteiten. 37% van de Amsterdammers is hoger opgeleid. Daar staat tegenover dat Amsterdam ook kwetsbare groepen kent. 29% van de Amsterdamse bevolking is laag opgeleid. Zo'n 100.000 Amsterdammers (16,9%) zijn laaggeletterd en hebben moeite met lezen, schrijven, rekenen en werken met computer en internet. Dit percentage ligt aanzienlijk hoger dan het landelijke gemiddelde van 11,9%⁵. Ook kent Amsterdam relatief veel voortijdige schoolverlaters. Op het MBO is dit bijna 8%, landelijk verlaat bijna 6% het MBO zonder diploma⁶. De jeugdwerkloosheid in Amsterdam is in 2013 gestegen, van 20% naar 24% van de jonge beroepsbevolking⁷.

Amsterdam kent in verhouding dus veel kwetsbare groepen. Denk aan laaggeletterde, oudere en werkloze Amsterdammers, aan nieuwkomers/inburgeraars, aan starters/herintreders op de arbeidsmarkt en mensen met een leesbeperking. Ook mensen die moeite hebben zich digitale vaardigheden eigen te maken, lopen het risico achterop te raken. Juist aan hen biedt de OBA ondersteuning in het vergaren van de benodigde kennis en informatie. Daarnaast zorgt de afnemende sociale verbondenheid voor een stijgende eenzaamheid onder oudere en/of minder mobiele inwoners van de stad. Voor deze groep mensen is een laagdrempelige organisatie als de OBA van toenemend belang.

3.4 Doelgroepen en taken

Concluderend kan worden gesteld dat de OBA het als haar kernopdracht ziet om, binnen de bestaande begroting, ruimte te maken voor nieuwe taken (zie hoofdstuk 2) en zich in te spannen om alle Amsterdammers – met speciale aandacht voor kwetsbare groepen – de gelegenheid te bieden actief deel te nemen aan de kennis- en informatiesamenleving van de 21^{ste} eeuw. Daarnaast ziet de OBA een taak om de gemeente te ondersteunen in het (digitale) contact met al haar burgers. Dat vraagt om stevige keuzes. Niet alles kan er zomaar bij. Om dat te realiseren, zal de OBA vooral inzetten op de juiste balans tussen de meer klassieke informatietaken en de nieuwe taken op het gebied van educatie, programmering, ontmoeting en debat.

Nieuwe informatietechnologieën veranderen ons dagelijks bestaan, de stad waarin we leven en de manier waarop we omgaan met kennis en cultuur. Waar we vroeger voor naar school, werk of loket moesten, kunnen we nu dankzij smartphone of tablet overal regelen. Tegelijkertijd lijkt de behoefte elkaar op informele plaatsen te ontmoeten en ideeën uit te wisselen eerder groter dan kleiner. De plekken in het publieke domein waar dat kan, staan echter op veel plaatsen onder druk. De OBA is opgericht als basisvoorziening voor alle Amsterdammers, die – zonder betuttelende bemoeienis van bibliothecarissen – zelf wel konden bepalen waaraan ze behoefte hadden. Vanaf het begin lag de nadruk op het wegemen van drempels en het zo breed mogelijk ondersteunen van de Amsterdammers bij het vergaren van kennis en informatie. Vanaf de eerste dag nam daarmee de plaats waar dat gebeurde (de leeszaal) een centrale plaats in onze organisatie in en richtte de OBA zich niet primair op wat de Amsterdammers konden *lenen*, maar vooral op wat ze konden *lezen en leren*. Vandaag de dag bewijst de dynamiek in de Centrale en de 25 andere vestigingen dat die gedachte nog steeds buitengewoon actueel is. De 'leeszalen' zijn de plaatsen waar heel Amsterdam elkaar ontmoet en inspireert. De OBA fungeert als bakermat van kennis en creativiteit.

Voor de OBA zitten hier verschillende kanten aan:

- De OBA wil de kern van het betalende ledenbestand ('de veellezende middengroep') op een moderne en efficiënte manier blijven bedienen.
- Ook wil de OBA kinderen en jongeren de kans bieden volledig te participeren, met het oog op de toekomst van stad en regio. De OBA wil dicht in hun buurt zijn, zodat zij de OBA gemakkelijk zelfstandig kunnen bezoeken en – ongeacht hun achtergrond – worden uitgedaagd en uitgenodigd deel te nemen aan het maatschappelijke en culturele verkeer.
- Amsterdam trekt uit binnen- en buitenland denkers en pioniers aan, die zorgen dat de stad één van 's werelds meest dynamische ontmoetingsplaatsen van talen en culturen is, voortdurend beweegt en open staat voor de

nieuwste ontwikkelingen. Om voor al die 'innovators' en 'early adopters' in de nieuwe informatiesamenleving relevant te blijven, wil de OBA met hen blijven meebewegen.

- Er zijn echter ook andere, meer kwetsbare groepen. Voor hen is de OBA een *need to have*-voorziening, die hen op alle mogelijke manieren (cursus, training, persoonlijk advies) wil ondersteunen om verbonden te blijven met de samenleving.

Dit vraagt van de OBA grote stappen voorwaarts richting innovatief informatiegebruik, ondersteuning van bijzondere doelgroepen en uitbouw van een stevige basisvoorziening voor alle Amsterdammers. Dagelijks staat de OBA voor keuzes om te investeren in de diepte (nieuwe ontwikkelingen, verdere specialisatie) of de breedte (openingstijden, dienstverlening, aanbod). Dat is niet gemakkelijk, maar de OBA laat zich bij die keuzes primair leiden door de visie dat de organisatie, ook na 95 jaar, trouw dient te blijven aan haar wortels.

De belangrijkste uitgangspunten voor het 'Beleidsplan 2015-2018' zijn:

- De OBA is een sociale, educatieve en culturele basisvoorziening voor alle Amsterdammers en richt zich op het vergroten van hun kennis en maatschappelijke en culturele competenties (zelfontplooiing). Centraal staan daarbij de taal, leescultuur en vaardigheid in het omgaan met nieuwe media. Het uitlenen van boeken, cd's en dvd's is geen doel op zich, maar één van de middelen om de ontwikkeling van lees- en mediavaardigheden te ondersteunen. Dat moet zo efficiënt en effectief mogelijk gebeuren om ruimte te maken voor andere kerntaken. Belangrijke kernwaarden zoals onafhankelijkheid, neutraliteit en betrouwbaarheid staan centraal. Tegelijkertijd moet de OBA gebruikmaken van zijn schaal en blijven investeren in de breedte en de rijkdom van de collectie.
- Om een bijdrage te leveren aan de culturele rijkdom en variatie van de stad, wil de OBA een breed platform bieden voor culturele ontwikkeling en debat. Onze financiers vragen van ons vooral aandacht te hebben voor die groepen die daarmee niet vanzelf in aanraking

⁵ Buisman, M en Houtkoop, W. (2014). *Laaggeletterdheid in kaart*. [http://www.lezenenschrijven.nl/assets/uploads/publicaties/Laaggeletterdheid_in_Kaart_\(2014\).pdf](http://www.lezenenschrijven.nl/assets/uploads/publicaties/Laaggeletterdheid_in_Kaart_(2014).pdf)

⁶ Zie: www.aanvalopschooluitval.nl/cijfers

⁷ Gegevens Bureau Onderzoek en Statistiek Amsterdam

5. Speerpunten 2015-2018

komen of moeite hebben een podium/laboratorium te vinden voor wat hen beweegt. De veelheid van talen en culturen in en om Amsterdam moet daarbij een bijzondere rol spelen. Dit alles vergt intensieve samenwerking met maatschappelijke en culturele partners in en buiten de stad, waarbij de OBA eerder een facilitator zal zijn dan een zichzelf sterk profilerende programmeur.

- Buiten het centrum van de stad zijn de OBA-vestigingen waardevolle en niet zelden unieke plekken in het publieke domein, waar jong en oud vrije toegang tot kennis en informatie hebben en elkaar kunnen ontmoeten. Om deze plekken vitaal te houden, moet het maatschappelijke en financiële draagvlak worden verbreed door structureel samen te werken met andere maatschappelijke organisaties. Op deze wijze worden de OBA-vestigingen uitgebouwd tot ontmoetingsplekken bij uitstek in de wijken en buurten van Amsterdam. Wie de weg naar onze vestigingen weet te vinden, hoeft zich niet eenzaam en verloren te voelen in de grote, anonieme stad. Dat vraagt ruimere openingstijden, een proactieve houding van onze medewerkers, een sterke verbondenheid met de directe omgeving en het intensief betrekken van de bevolking bij het vormgeven aan deze gemeenschapscentra.
- Het bestaande model, waarbij zelfs de kleinste vestigingen 'een beetje van alles' in huis hebben, moet worden heroverwogen. Ruimte voor differentiatie in het vestigingsnetwerk is geboden. Aldus kunnen de vestigingen maximaal inspelen op de behoeften in hun werkgebied en nog beter samenwerken met partners en sleutelfiguren in de buurt. Op deze wijze worden krachten gebundeld en wordt de verankering in de lokale gemeenschap geoptimaliseerd.
- Zelfs het fijnmazige decentrale vestigingsnetwerk kan ontoereikend zijn om onze dienstverlening voor alle Amsterdammers optimaal te houden. Servicepunten voor ouderen in buurtcentra en woonzorgcentra, pop-up-bibliotheken, schoolcollecties, leestafels, 24/7-dienstverlening en andere

mogelijkheden moeten worden onderzocht om tegemoet te komen aan specifieke wensen.

- De Amsterdammers verwachten dat de OBA innovatief blijft en op het gebied van digitale dienstverlening sprongen voorwaarts maakt. Daarbij wordt zoveel mogelijk gebruikgevoerd van de door het Rijk gefinancierde basisvoorzieningen, zoals bibliotheekcatalogi en -systemen, maar voor de ontwikkeling van de daarop gebaseerde diensten aan het publiek blijft de OBA zelf verantwoordelijk. Ontwikkelingen in de stad moeten direct zichtbaar zijn in de wijze waarop deze OBA-diensten vorm krijgen.

Deze uitgangspunten zijn voor de OBA niet nieuw, maar borduren voort op de ervaringen die zijn opgedaan in de centrale vestiging, die allang niet meer alleen een bibliotheek is, maar ook een leer-werkplaats en podium/platform voor nieuwe ideeën. In de komende periode wil de OBA deze beide functies (leer-werkplaats en podium/platform) breder in de organisatie inbedden en gelijkwaardig positioneren naast de meer klassieke bibliotheekdiensten. Je zou ze de drie kernproducten van de OBA kunnen noemen.

Het lijkt tegenstrijdig om, naast een koppositie in het digitale domein, een zo stevig mogelijk netwerk van werk- en ontmoetingsplaatsen in de stad te willen hebben. De dagelijkse praktijk bij de OBA bewijst echter dat dit twee kanten van dezelfde medaille zijn. Daarom moeten onze drie platforms (het online dienstencentrum, de Centrale OBA én het decentrale netwerk) gelijkwaardig binnen de organisatie worden gepositioneerd. Alleen zo blijven we, ook na 95 jaar, de 'openbare leeszaal' van alle Amsterdammers.

De OBA is een organisatie op de maat van de metropool Amsterdam; de culturele hoofdstad van het land én een stad die meedoet op het wereldtoneel. Dit maakt de OBA – en zeker de centrale vestiging – tot een instituut met een internationale uitstraling. Maar Amsterdam is ook de 'stad van de buurten'. Ook hier heeft de OBA met haar waardevolle buurtgerichte vestigingsnetwerk een belangrijke rol, gericht op inclusiviteit en het betrekken van alle Amsterdammers. Tussen beide niveaus zit altijd spanning: de OBA doet internationaal mee én staat dichtbij de Amsterdammer in zijn eigen buurt. Dit vraagt om een innovatieve en vooruitstrevende houding, maar tevens om lokale verankering.

Om steeds bewust te kunnen balanceren tussen het globale en het lokale binnen onze taken op het gebied van informatie-, educatie- en programmeringstaken, worden drie productlijnen ontwikkeld:

- O: Ontwikkeling & Educatie
- B: Bibliotheek- en Informatiediensten
- A: Activiteiten, Ontmoeting en Debat

Binnen productlijn O wordt een buurtgerichte aanpak ontwikkeld, de omslag naar een vraaggerichtere benadering gemaakt en ruimte gecreëerd voor ondersteuning van onze partners en opdrachtgevers. Ten aanzien van productlijn B staan de komende beleidsperiode de digitale aspecten van de bibliotheek- en informatiediensten en het relevant houden van onze collectie centraal. In productlijn A zal de bijzondere verbinding tussen het globale en het lokale ('de wereld en de wijk') misschien wel het meest voelbaar zijn. Samenwerking en verbinding zijn de sleutelwoorden bij deze productlijn, die zich richt op de culturele programmering, het debat en de ontmoeting.

Met het gelijkwaardig naast elkaar plaatsen van deze drie productlijnen en de inbedding daarvan in de organisatie, sluit de OBA de pioniersfase die zeven jaar geleden begon met de ingebruikname van de nieuwe Centrale OBA af en start de implementatiefase. Het revolutionaire zit niet in de ruimte voor nieuwe ideeën,

maar in de structurele doorvoering van die nieuwe ideeën. Komende beleidsperiode wordt vooral gebruikt om de resultaten van onze innovatieve aanpak uit de afgelopen jaren beter in de organisatie te verankeren en evenwicht aan te brengen tussen klassieke en nieuwe taken.

Speerpunt 1: De OBA online

In het beeld dat de commissie Cohen van de toekomstige openbare bibliotheek schetst, vindt de meeste informatieraadpleging en -verwerking digitaal plaats. Daarom wil de OBA de verdere ontwikkelingen van de bibliotheek- en informatiediensten vooral vanuit het online platform aanjagen. Er is in het digitale domein niet te weinig, maar vaak te veel informatie beschikbaar en het komt erop aan deze zo inzichtelijk mogelijk toegankelijk te maken. Het gaat hierbij niet alleen om het aanbieden van informatie, maar ook om het halen, verrijken en toepassen van informatie. Amsterdam is, gelet op de samenstelling van de bevolking, als één van de centra van de creatieve industrie en digitale innovatie, bij uitstek de plaats waar dat als eerste moet gebeuren. Daarnaast moet er aanzienlijk meer focus gelegd worden op de online service aan leden en gebruikers. De OBA heeft een digitale infrastructuur nodig die:

- verbonden is aan relevante lokale, nationale en internationale contentproviders,
- het mogelijk maakt nieuwe informatiediensten te ontwikkelen en aan te bieden,
- geschikt is om online service en gemaksdiensten aan te bieden om zo de klanttevredenheid en de gebruikservaring te verbeteren.

Voornemens 2015-2018:

Voornemen 1:

De OBA verschuift de focus van alleen toegang tot de eigen collectie naar toegang tot zoveel mogelijk bronnen in de digitale wereld.

De OBA stelt zich in de komende beleidsperiode tot doel zoveel mogelijk digitale bronnen te ontsluiten. En dan niet alleen het huidige

e-bookaanbod, maar de veel bredere digitale wereldcollectie. Met name bij informatie (non-fictie) ontstaat er op deze wijze een totaal andere balans tussen digitaal en papier dan nu het geval is. In dit kader wordt de mogelijkheid onderzocht om de digitale verbinding met de Collectie Amsterdam (ADAM-net) te verbeteren. De OBA wil intensiever samenwerken met alle Amsterdamse bibliotheken, waarbij het zwaartepunt ligt bij de samenwerking met universiteitsbibliotheken van de UvA en VU.

Voornemen 2:

De OBA zal de online dienstverlening fors verbeteren én kwetsbare doelgroepen blijven ondersteunen en helpen aan de balies.

De online dienstverlening van de OBA moet worden verbeterd en uitgebreid. Van het lid worden tot het kopen van een kaartje voor een voorstelling, alle facetten van de dienstverlening van de OBA moeten gemakkelijk online door de klant te regelen zijn. Onze klant vraagt naar een meer flexibele en eigentijdse vorm van dienstverlening. Een ruimer aanbod van self service mogelijkheden verlaagt tegelijkertijd de administratieve druk op de eigen organisatie. De OBA onderzoekt welke (combinatie van) middelen (bijvoorbeeld een mobiele app en/of verbetering van de website) het beste past. Een deel van de klanten van de OBA zal moeite hebben met het niveau van zelfredzaamheid die de online dienstverlening met zich meebrengt. De OBA houdt hiermee rekening bij het ontwikkelen van de online dienstverlening en stelt zich tot doel deze zo laagdrempelig en intuïtief mogelijk te maken. Waar andere organisaties (bijna) volledig overgaan op digitale dienstverlening, handhaaft de OBA juist haar baliefunctie. Dit om kwetsbare doelgroepen die niet altijd de vaardigheden hebben om zaken online te regelen te blijven bedienen. Bovendien is de balie van de OBA juist ook een vraagbaak voor deze groepen, omdat de overheid en andere organisaties steeds meer uit gaan van digitale zelfredzaamheid. Zo wordt de OBA een vangnet voor de digitale overheid en de wat minder digitale burger.

Voornemen 3:

De OBA ontwikkelt zich ook binnen het digitale domein tot een ware content curator.

De OBA dient online niet alleen meer zichtbaarheid te verkrijgen, maar moet ook veel meer zelf acteren op de online netwerken. Online aanwezigheid laat zien hoe een organisatie in het digitale domein presteert. Daartoe dient een mix van middelen (zoals de eigen website, sociale media, blogs, e-mailmarketing en online advertising). De eigen medewerkers worden aangemoedigd en begeleid om de OBA door middel van blogs en andere content in het digitale domein te vertegenwoordigen. Daarnaast wordt vol ingezet op het optimaliseren van de webcare vanuit de OBA. Door het verhogen van de bereikbaarheid – en deze minimaal gelijk te trekken met de openingstijden van de Centrale OBA – kan de klant (bijna) continu online bij de OBA terecht voor alle zaken op het gebied van klantenservice en informatiedienstverlening. In de komende beleidsperiode wil de OBA het publiek bovendien een platform bieden om digitaal verbindingen te leggen. Zodat mensen elkaar online kunnen 'ontmoeten' en kennis en informatie met elkaar kunnen delen. Dit kan bijvoorbeeld door social reading (ook wel *networked reading* genoemd) te faciliteren. Binnen het fysieke domein is lezen in sociaal verband al lang bekend en populair, denk aan leesclubs of leeskringen. Maar ook online nemen de mogelijkheden en het gebruik rap toe. De OBA onderzoekt de komende periode welke online platforms toegepast of ontwikkeld worden om digitale ontmoeting en kennisdeling toegankelijker te maken voor haar gebruikers. Het spreekt vanzelf dat de OBA een meerwaarde ziet in de verbinding tussen online en on site (de vestigingen) platforms, zodat sleutelfiguren binnen *communities* ook een fysiek podium kan worden geboden.

Speerpunt 2: De OBA als broedplaats van een metropool

De Centrale OBA is sinds 2007 één van de belangrijkste creatieve broedplaatsen van Amsterdam en tegelijkertijd het grote laboratorium van het OBA-netwerk. Hier ligt het zwaartepunt waar nieuwe ideeën en concepten op het gebied van culturele programmering, debat en ontmoeting worden vormgegeven en getest. Deze worden niet alleen op de Centrale, maar ook in de online omgeving en het vestigingsnetwerk gebruikt. De vestigingen in de

wijken ontwikkelen zich tot levendige culturele buurtcentra. Laagdrempelig en inspelend op de ontwikkelingen in hun directe omgeving. Om de broedplaats- en platformfunctie nog beter te kunnen vervullen, zal de balans tussen de klassieke uitleenfunctie en de nieuwere taken op het gebied van de 'O' en de 'A' in de komende jaren aanzienlijk veranderen.

Voornemens 2015-2018:

Voornemen 4:

De OBA zal de positie van de Centrale als laboratorium voor programmering, ontmoeting en debat verder versterken en daarvoor enkele nieuwe strategische samenwerkingsovereenkomsten sluiten.

Met zalen, radiostudio's en tentoonstellingsruimten heeft de Centrale OBA zich ontwikkeld tot een belangrijk podium in de stad. De volgende stap is de verdere uitbouw van de rol van de OBA als 'maker space': een broedplaats waar ideeën op het gebied van creatie, distributie en (her-)gebruik van (digitale) content kunnen worden ontwikkeld en getest. Zo wil de OBA de mogelijkheden onderzoeken om de eerste verdieping in de centrale vestiging in te richten als studio voor de ontwikkeling van audiovisuele content, digitale media en games. Om dit te realiseren wil de OBA de bestaande samenwerkingsrelaties met onder meer OBA Live en Amsterdam FM verdiepen en enkele nieuwe strategische samenwerkingsverbanden aangaan. Dit biedt diverse voordelen: gebruikers van de 'maker space' profiteren van de grote groepen bezoekers die de OBA jaarlijks trekt om, samen met hen, nieuwe ideeën te verkennen; OBA-bezoekers maken kennis met het innoverend vermogen van de Amsterdamse creatieve industrie en de OBA kan relevante uitkomsten inzetten in het eigen vestigingsnetwerk en zo een bijdrage leveren aan de verdere innovatie van de landelijke bibliotheeksector.

Voornemen 5:

De OBA kiest voor een rol als breed platform voor culturele ontwikkeling, zet in op co-creatie

en samenwerking met zoveel mogelijke grote en kleine partners/communities binnen het Amsterdamse literaire, culturele en maatschappelijke leven.

OBA-bezoekers hebben een zeer diverse persoonlijke en culturele achtergrond. Daarmee hebben ze elkaar veel te bieden. Het verbinden van al die groepen mensen – aan elkaar en aan het rijke Amsterdamse culturele en intellectuele leven – vraagt van de OBA een beweging van een programmamaker (verticaal) naar een programmafacilitator (horizontaal) en van 'klassiek' podium naar 'platform'. Publieksgroepen die niet vanzelf in aanraking komen met cultuur krijgen die kans wel in de OBA-vestigingen. Talent dat moeite heeft ruimte te vinden voor wat hen beweegt, kan steeds vaker bij één van de OBA-vestigingen terecht. De OBA wil zich verder ontwikkelen als een veeltalig en veelkleurig platform voor het culturele leven in Amsterdam. De OBA wil daarnaast meer aandacht besteden aan het Nederlandse literaire erfgoed en zal daartoe in gesprek gaan met onder andere het Nederlands Letterkundig Museum om de mogelijkheden van een samenwerking te verkennen. Ook wil de OBA de samenwerking met IHLIA⁸ voortzetten en waar mogelijk uitbouwen. Om al die bewegingen mogelijk te maken, zal de OBA met zoveel mogelijk grote en kleine partners samenwerken. Bijzondere aandacht wordt daarbij besteed aan de vele culturele en maatschappelijke *communities* die Amsterdam rijk is. Wijkgerichte gemeenschappen vormen de belangrijkste doelgroep voor onze kleinere vestigingen, zodat zij deze plaatsen ook kunnen gebruiken als platform en uitvalsbasis voor hun activiteiten. Co-creatie, burgerparticipatie en netwerkvorming zijn de sleutelwoorden. Het is de combinatie van grootstedelijke culturele slagaders én de haarvaten in de wijken, die Amsterdam zo bijzonder maakt. Die combinatie wil de OBA graag tot uitgangspunt van het beleid maken. Andere uitgangspunten zijn:

- De OBA sluit aan bij landelijke activiteiten op het gebied van lezen en literatuur (o.a. Boekenweek, Kinderboekenweek, Nederland Leest).

- Het geschreven en gesproken woord in Amsterdam blijft een sleutelrol spelen.
- Uitrollen en continueren van succesvolle programmaformules binnen het vestigingennetwerk.
- De OBA is neutraal, niet-commercieel en biedt ruimte voor geluid en tegengeluid.

Voornemen 6:

De OBA gaat het Amsterdamse literaire, culturele en maatschappelijke leven beter ondersteunen bij het vinden van nieuw publiek.

Met 3,9 miljoen bezoekers en 175.000 leden in 2013 is de OBA het grootste cultureel-maatschappelijke platform van Amsterdam. Dat enorme netwerk van OBA-bezoekers biedt het Amsterdamse literaire leven en culturele en maatschappelijke instellingen een stevige kans om hun bereik te vergroten. In deze beleidsperiode wordt onderzocht of een structurele samenwerking met Amsterdam Marketing tot meerwaarde kan leiden, waardoor OBA-leden meer kunnen profiteren van het culturele aanbod in de stad.

Speerpunt 3: De OBA als middelpunt van de wijk en als educatiepartner

Gebruikmakend van zo'n 48% van de OBA-begroting, zorgt het vestigingennetwerk voor 58% van het bezoek aan de OBA en maar liefst 67% van de uitleningen. Dat is niet verwonderlijk, omdat vooral voor de Amsterdamse jeugd het buurtgerichte vestigingennetwerk dé toegangspoort tot informatie, kennis, literatuur en cultuur is. Een gemiddelde OBA-vestiging heeft een verzorgingsgebied van ongeveer 30.000 inwoners. Voor kinderen, ouderen en andere bijzondere doelgroepen is zo'n vestiging vaak nog één van de weinige publieke dienstverleners en openbare ontmoetingsplaatsen in de buurt. De komende beleidsperiode wil de OBA dit buurtgerichte vestigingennetwerk een duidelijk herkenbaar gezicht geven en nog beter inzetten om de wijken in Amsterdam te ondersteunen. Tegelijkertijd zijn de OBA-vestigingen de belangrijkste uitvalsbases voor één van de

kernfuncties van de OBA: de ontwikkel- en educatietaak ofwel productgroep 'O'. De OBA wil het educatieaanbod beter inrichten en de omslag naar een meer vraaggerichte aanpak maken. Het gaat daarbij niet alleen om door de OBA zelf geïnitieerde educatieve activiteiten, maar ook om die van partners (zoals StudieMax) die de OBA-vestiging gebruiken als inspirerende leeromgeving.

Voornemens 2015-2018:

Voornemen 7:

Decentrale OBA-vestigingen zullen zoveel mogelijk inspelen op specifieke behoeften van het eigen verzorgingsgebied, door differentiatie en specialisatie mogelijk te maken.

De komende jaren zal het vestigingennetwerk zich beter gaan verhouden tot de directe omgeving, waarbij de centrale vraag zal zijn: wat kan de OBA betekenen voor deze buurt? Dit kan door het gedifferentieerde model te kiezen. Naast de Centrale OBA zal een aantal grotere 'algemene' vestigingen worden aangewezen waar de OBA-collectie in de volle breedte raadpleegbaar is. Bij andere vestigingen zal worden bezien of er aanleiding is om specifieke aandachtspunten (bijvoorbeeld op het gebied van 'lees- en taalontwikkeling' of 'studie- en informatievaardigheden') te kiezen. Dit leidt tot een verschuiving van de focus, maar mag er nooit toe leiden dat bepaalde doelgroepen zich minder welkom voelen. Het voornemen is dit gedifferentieerde model geleidelijk in te voeren. Met de opening van de nieuwe vestiging aan de Linnaeusstraat begin 2015 zet de OBA een eerste stap naar het gedifferentieerde model. Op basis van het profiel van de buurt, heeft deze vestiging 'literatuur en leesbevordering' als aandachtsgebied. De OBA wil de keuzes op dit gebied maken in permanente dialoog met verschillende maatschappelijke en culturele groeperingen in de verzorgingsgebieden. Bovendien sluit de OBA zoveel mogelijk aan bij de gebiedsagenda's die door de gemeente Amsterdam zijn opgesteld op basis van de analyse van de 22 gebieden waarin de stad door de gemeente is verdeeld. Het differentiëren van vestigingen biedt kansen om de programmering en de collectie veel meer op inhoud te bundelen gebaseerd op de vraag in

die specifieke buurt van Amsterdam. De OBA biedt op deze wijze bovendien toegevoegde waarde door mensen met dezelfde interesses met elkaar te verbinden en zo de uitwisseling van kennis in de buurt te stimuleren. De OBA onderzoekt hierbij de mogelijkheid om voor alle filialen een eigen publieks-/gebruikers-/vrijwilligersgroep samen te stellen die meepraat en denkt over de aanscherping van het profiel en de invulling van de programmering.

Voornemen 8:

De OBA zal meer aandacht besteden aan de traditionele doelgroepen (jongeren, ouderen en mensen met een hulpvraag) en meer ruimte maken voor 'pop-ups' en dienstverlening op locatie.

De doelgroep die nog veel boeken leest zijn de ouderen. Dankzij het grote aantal uitleenpunten in woonzorgcentra in Amsterdam en de boekendienst aan huis konden zij tot voor kort tot op hoge leeftijd blijven lezen. In de afgelopen twee jaar hebben veel zorginstellingen deze dienstverlening vanwege bezuinigingen of sluiting opgezegd. Stadsdeel Centrum heeft daarom in samenwerking met de OBA het initiatief genomen om in buurt- en wijkcentra Bibliotheekservicepunten in te richten. Hier kunnen minder mobiele ouderen dichtbij huis boeken lenen. De komende beleidsperiode zal de OBA onderzoeken of dit ook in andere stadsdelen mogelijk is, eventueel in samenwerking met zorgaanbieders aldaar. Daarnaast zal de OBA een pilot opstarten om door middel van een zogenaamde 'pop-up OBA' vaker bij verschillende evenementen en gebeurtenissen aanwezig te zijn. Ook wordt bekeken of er behoefte onder scholen bestaat onze dienstverlening op locatie uit te breiden. Ten slotte zal de OBA haar 24-uurs dienstverlening waar mogelijk verder uitbreiden (bijvoorbeeld door middel van biblioboxen; boekenkluisen die buiten openingsuren voor het publiek toegankelijk zijn voor lenen/inleveren).

Voornemen 9:

De OBA streeft naar een bredere financieel draagvlak voor en ruimere openingstijden van de filialen door aanpassing van het servicemodel en het vinden van nieuwe partnerorganisaties.

De OBA heeft de serieuze ambitie om de openingstijden van vestigingen te verruimen, om zo

hun rol als middelpunt in de wijk te versterken. Eén van de mogelijkheden hiertoe is een aanpassing van het servicemodel, waarbij in plaats van één (de OBA is helemaal open of helemaal dicht), meerdere serviceniveaus worden geboden. Onderscheiden serviceniveaus zijn bijvoorbeeld: *full service* (opgeleide informatiespecialisten zijn beschikbaar als coach en adviseur), *half service* (baliemedewerkers kunnen basisondersteuning bieden) en *self service* (de accommodatie kan worden gebruikt, maar er is geen inhoudelijke ondersteuning vanuit de OBA). De OBA zal in dit kader ook nagaan welke bijdrage vrijwilligers en partnerorganisaties kunnen leveren. Los daarvan wil de OBA onderzoeken hoe het financiële en maatschappelijke draagvlak voor het vestigingennetwerk kan worden verstevigd door een beroep te doen op inwonende instellingen.

Voornemen 10:

De OBA richt een doorlopende leerlijn in op het gebied van taal- en leesvaardigheid en mediawijsheid en zal daarbij, veel meer dan tot nu toe, uitgaan van de specifieke vraag naar educatieve dienstverlening vanuit onder andere het onderwijs.

Educatieve activiteiten van de OBA richten zich op taal- en leesvaardigheid en mediawijsheid. De doorlopende leerlijn is gericht op doelgroepen van vroeg- en voorschoolse educatie tot en met volwasseneneducatie. De non-formele leerdoelen sluiten aan op het beleid van de bestaande educatieve instellingen en zijn vertaald in bouwstenen van basisvaardigheden tot talentontwikkeling. In 2015 start de OBA met een behoeftenonderzoek om de actuele vraag bij onderwijsaanbieders in kaart te brengen en hierop in te spelen. De dienstverlening vanuit de OBA-vestigingen wordt flexibeler ingericht. Gespecialiseerde OBA-medewerkers zullen contact onderhouden met de scholen, adviseren over de collectie en het leesbeleid en zullen complexe en intensieve programma's uitvoeren. Daarnaast zullen de OBA-vestigingen meer bij de uitvoering van de educatieve activiteiten worden betrokken. Een aantal OBA-programma's wordt zo opgezet dat de leerkracht deze zelf op school kan uitvoeren. De programma's die wel in de OBA-vestigingen plaatsvinden, zijn belangrijk voor de promotie

6. Impact

van de bibliotheek en het enthousiasmeren en verleiden van de kinderen tot lezen en bibliotheekgebruik. Het klassikaal lenen wordt voor meer doelgroepen aangeboden en wordt tevens kwalitatief op een hoger plan gebracht. Waar nodig zal de OBA het collectiebeleid aanscherpen om dit doel te bereiken.

Voornemen 11:

De OBA is niet alleen een betekenisvolle aanbieder van educatieve activiteiten, maar ontwikkelt zich tot partner op het gebied van deskundigheidsbevordering en beleidsontwikkeling met betrekking tot taal- en leesvaardigheid en mediawijsheid.

Educatieve instellingen geven aan meer behoefte te hebben aan deskundigheidsbevordering en advies op het gebied van taal- en leesvaardigheid en mediawijsheid. De OBA wil haar kennis en ervaring op dit gebied meer delen. Zo is in 2014 gestart met de opleiding leescoördinator, waarbij leerkrachten door OBA-medewerkers worden getraind in het lezen op school en het opstellen van leesbeleid voor de school. Daarnaast is gestart met de training voorleescoördinator voor medewerkers van kindercentra (0-4 jaar), peuterspeelzalen en voorscholen. Het betreft hier betaalde trainingen, waar een grote behoefte aan is binnen de doelgroep. De OBA wil hiervoor in de komende beleidsperiode meer ruimte maken. De rol van deskundigheidsbevorderaar zal op basis van de concrete vragen vanuit het onderwijsveld worden uitgebouwd. Hiermee kan de OBA een grotere bijdrage leveren aan de taalontwikkeling van kinderen en jongeren. Ook op gebied van mediawijsheid is de behoefte groot; de OBA wil de komende jaren de digitale basisvaardigheden en creativiteit stimuleren door nieuwe programma's in een doorlopende leerlijn (mee) te ontwikkelen.

Voornemen 12:

De OBA blijft zich actief inzetten voor de voortzetting en verbreding van het Leef en Leer!-consortium

De afgelopen jaren is het leren van de taal en andere (basis)vaardigheden steeds meer een verantwoordelijkheid van het individu zelf geworden, organisatorisch maar ook financieel. Om burgers in hun zelfredzaamheid te

ondersteunen, is in Amsterdam het consortium Leef en Leer! actief. Dit educatieve netwerk wordt gesubsidieerd door Europees Integratiefonds EIF en de gemeente Amsterdam. De OBA is hierin, met onder andere de gemeente Amsterdam, AT5 en ETV, partner (directeur OBA is voorzitter van het consortium). Sinds kort zijn ook Combiwel en Eigenwijks aangesloten. Leef en Leer! richt zich op laaggeletterde Amsterdammers die beter willen leren lezen, schrijven, rekenen, met computers omgaan of willen inburgeren. Een belangrijk aspect hierbij is het vormen van educatieve netwerken in de wijken. Laagdrempeligheid is het sleutelwoord. De OBA-vestigingen zijn een belangrijke schakel, omdat ze openbaar toegankelijk zijn, veel faciliteiten en expertise bieden en overal in de stad aanwezig zijn. Veel leden van de doelgroep bezoeken de OBA-vestigingen al met hun kinderen: de brug naar het meedoen aan Leef en Leer! is van hieruit goed neembaar. In de komende beleidsperiode zal de OBA daarnaast veel meer inzetten op de deskundigheidsbevordering van andere welzijnsinstanties. Zo worden drempels verder weggenomen en kan iedereen die dit nodig heeft terecht bij organisatie waar hij zich veilig en prettig voelt. Het consortium heeft al veel gerealiseerd, maar het vormen van duurzame educatieve netwerken voor de langere termijn en het binden van de deelnemers kost tijd. Daarom zal de OBA zich de komende beleidsperiode actief in blijven zetten voor deze ontwikkeling. De OBA wil hiertoe nieuwe afspraken maken met de bestaande consortiumpartners en de gemeente Amsterdam. Want alleen in consortiumverband zijn de gestelde ambities te realiseren. Het is daarbij de inzet om nog meer partners bij het Leef en Leer! consortium te betrekken.

Om de drie productlijnen succesvol tot stand te brengen, is een verschuiving van focus nodig in verschillende delen van de organisatie. Dit biedt medewerkers een grote, maar vooral ook interessante uitdaging. In de komende beleidsperiode zal alles in het teken staan van deze beweging naar de toekomst. Hierbij moeten stevige keuzes gemaakt worden ten aanzien van de allocatie van budgetten en de inzet van medewerkers. Alleen zo kan de OBA over vijf jaar op haar 100^{ste} verjaardag aantonen dat zij met alle vezels in de moderne tijd staat.

6.1 Publiek en bereik

De OBA ontwikkelt in 2015 een nieuwe strategie op het gebied van lidmaatschap en dienstverlening en wil in 2019 een groei van vier naar vijf miljoen bezoekers per jaar hebben gerealiseerd.

Om naast de bestaande ook nieuwe doelgroepen aan te boren, heeft de OBA een uitgekende strategie op het gebied van PR en Marketing en ledenservice nodig.

- Daarom evalueert de OBA in 2015 het huidige OBA-passegmentatiemodel. Klanten willen tegenwoordig meer flexibiliteit in de manier waarop zij zich aan een organisatie verbinden. Het is van belang de dienstverlening aan te passen aan de wensen van onze gebruikers. Gemakdiensten zullen verbonden worden aan de duurdere passen. Zo moet het mogelijk worden gemaakt de laaggeprijsde 'rode OBA-pas' voor de kleine beurs bereikbaar en drempelvrij te houden.
- Daarnaast is de OBA voornemens het huidige boetebeleid kritisch te beoordelen. Uitgangspunt is klanten proactief te benaderen door middel van een goed CRM-systeem.
- Door in te blijven zetten op gastvrijheid en professionaliteit, wil de OBA zich verder ontwikkelen tot *third place*; een laagdrempelige plek waar de bezoeker graag verblijft en anderen ontmoet. De OBA biedt zo een prettige en stimulerende omgeving om te leren of te lezen en onder de mensen te zijn. Doordat mensen uit alle lagen van de bevolking

binnenkomen, is de OBA een natuurlijke plaats om in aanraking te komen met andere culturen, leefwijzen en achtergronden. Op die manier draagt de OBA bij aan het empathisch vermogen van de samenleving.

- De OBA gaat analyseren hoe de huidige meetcijfers aangepast en ingezet kunnen worden voor het verbeteren van onze diensten.
- In het jaar 2013 trok de OBA 3,9 miljoen bezoekers: 1,65 miljoen in de centrale en 2,25 miljoen in de overige vestigingen. De OBA streeft er naar het jaarlijkse bezoekersaantal aan het eind van de beleidsperiode naar vijf miljoen te hebben gebracht.

6.2 Het merk en de landelijke dienstverlening

De OBA zal de uitstraling van het OBA-merk verder vergroten en het OBA-verhaal (nog) beter gaan vertellen. Landelijke dienstverlening moet de lokale operatie ondersteunen.

De naamsbekendheid van het OBA-merk is groot, maar steeds minder mensen weten waar de afkorting eigenlijk voor staat. Daarom zal in alle publieksuitingen het 'korte' OBA-merk als uitgangspunt worden gekozen. Niettemin is de OBA buiten het eigen vestigingen netwerk niet goed zichtbaar. Bovendien wordt de OBA nog te veel gezien als leeninstituut.

- Om dat te veranderen, wordt een onderscheidend, geloofwaardig en inspirerend OBA-merkverhaal geformuleerd. Het is belangrijk dat dit merkverhaal klopt (ratio-neel) en het hart van publiek en medewerkers raakt (emotioneel).
- De consequentie van deze merkstrategie is dat de OBA het huidige landelijke bibliotheeklogo als ondersteunend zal inzetten en zich daarbij zal beperken tot uitingen met betrekking tot de productgroep bibliotheek- en informatiediensten.
- Deze aanpak is het logische gevolg van de visie dat de landelijke services er vooral zijn ter ondersteuning van de digitale bibliotheek en informatiediensten. Op het punt van

excellente digitale dienstverlening aan de leden van het landelijke netwerk van openbare bibliotheken, wil de OBA niet alleen maar 'halen' maar ook 'brengen'. De OBA wil daarom een voortrekkersrol blijven spelen en ook in de toekomst een proeftuin zijn voor innovaties die landelijk of provinciaal ontwikkeld worden. Uitgangspunt daarbij moet wel blijven dat deze landelijke diensten de lokale operaties van de OBA en zusterorganisaties versterkt en ondersteunt.

6.3 Collectie

De OBA zet de ingezette lijn met betrekking tot het collectiebeleid voort om de kwaliteit en actualiteit van de collectie te vergroten en tot maximale efficiency in de uitvoering te komen.

Het beschikbaar hebben van een kwalitatieve en actuele collectie, ongeacht de informatie-drager, blijft behoren tot de kerntaak van de OBA. Wel zal de komende beleidsperiode telkens beoordeeld worden of een item als onderdeel van de fysieke of de digitale collectie opgenomen wordt. Belangrijk uitgangspunt is dat fysieke en digitale collectiebestanddelen beter met elkaar moeten worden verbonden. Een hybride lezer/gebruiker vraagt ook een volledig hybride collectie.

- Boeken zijn nog steeds belangrijk als het gaat om leesbevordering én boeken hebben aantrekkingskracht op mensen. Daarom gaat de OBA in haar presentatie van de fysieke collectie meer het accent leggen op kwaliteit in plaats van kwantiteit. De aanvulling en diepte worden daarbij gezocht in het digitale aanbod.
- De klantbehoefte staat altijd centraal. Gestreefd wordt naar flexibele collecties, afgestemd op de actualiteit (bijvoorbeeld in aansluiting op de programmering) en de buurtgerichte behoefte van het betreffende filiaal.
- De uitleningen van cd's voor volwassen zijn sterk gedaald en vormen nog slechts een klein deel van de totale uitlening voor volwassenen. De OBA is daarom voornemens de collectie van cd's in de komende periode niet

meer in open opstelling te plaatsen. Om de toegang tot muziek langs nieuwe wegen mogelijk te maken, zal de OBA samenwerking zoeken met bestaande (muziek)aanbieders.

- Ook wil de OBA de collectie beter afstemmen op de eerste- en tweedelijns educatiefuncties en de dienstverlening aan bijzondere doelgroepen. Dit zou onder andere kunnen leiden tot meer programma's op scholen en het verruimen van de collecties voor klassikaal lenen.
- Amsterdam is een stad van schrijvers, uitgeverij en boekverkopers. De OBA wil verkennen of het mogelijk is om met hen samen te werken op het grensvlak van lenen, kopen en doorverkopen.
- De OBA heeft ervoor gekozen om met betrekking tot de verwerving en verwerking van de collectie maximale efficiency te realiseren en de kernprocessen uit te besteden aan de landelijke serviceorganisatie. Er zal de komende periode veel aandacht worden besteed aan het goed implementeren van deze processen.

6.4 Personeel

Het personeelsbeleid van de OBA wordt afgestemd op de voornemens van dit beleidsplan.

Er wacht alle medewerkers van de OBA een geweldige uitdaging: het gezamenlijk opzetten en uitvoeren van een programma dat de voornemens uit dit beleidsplan moet realiseren. Een organisatie die wil groeien en bloeien kan alleen succesvol zijn als ook de medewerkers groeien en bloeien. Dat wordt het uitgangspunt van het personeelsbeleid van de OBA:

- Eén van de verworvenheden van de OBA is dat er een goed evenwicht is bereikt tussen vaste en tijdelijke medewerkers, waardoor de bezuinigingen van de afgelopen jaren zonder gedwongen collectieve ontslagen konden worden opgevangen. Het is de inzet van de OBA om ook de veranderingen van de komende beleidsperiode zonder gedwongen collectieve ontslagen te realiseren. Opleiding, coaching en periodieke verandering van directe werkomgeving binnen de OBA zijn

daarbij belangrijk. Waar de OBA uitgaat van een 'leven lang lerende' Amsterdammer, zal dat ook het motto voor OBA-medewerkers moeten worden.

- Waar de klassieke bibliotheek vooral werd gekenmerkt door goed opgeleide informatie-specialisten, is er het afgelopen decennium binnen de OBA een beweging geweest naar zo breed mogelijke inzetbaarheid: van specialist naar generalist. In de nieuwe periode wordt een volgende ontwikkeling verwacht: de OBA-medewerker 3.0 moet in feite specialist en generalist tegelijk zijn. Daarnaast wordt het vermogen tot samenwerking minstens zo belangrijk voor de medewerkers. Onderlinge samenwerking binnen de organisatie, maar vooral ook met alle mogelijke partners buiten de organisatie. Tegelijkertijd is het verder invulling geven aan ons gastheerschap een uitdaging voor alle OBA-medewerkers. Door uit te gaan van de kracht en motivatie van de OBA-medewerkers, kunnen nieuwe inhoudelijke en organisatorische verbanden binnen de OBA ontstaan. In de nieuwe organisatiestructuur zal het onderscheid tussen zogeheten 'front- en backoffice'-taken minder strikt worden gehanteerd.
- De OBA gaat resultaatgericht sturen en zal ten behoeve hiervan het bestaande kwaliteitssysteem optimaliseren.
- Het management heeft een inspirerende en motiverende rol binnen het transitieprogramma. Om de ambities waar te kunnen maken, zet de OBA de komende beleidsperiode in op de verdere ontwikkeling van het management.
- Vanwege uitbreiding van de openingsuren van de vestigingen, differentiatie van de serviceniveaus, de bredere taakstelling op het gebied van educatie, de culturele programmering en de OBA als ontmoetingsplaats, is er meer flexibiliteit met betrekking tot de inzet van medewerkers, werktijden en taken nodig. Daarnaast zal dit leiden tot enkele nieuwe functieprofielen.
- Ook wil de OBA meer inzet van vrijwilligers mogelijk maken en dit beter organiseren. In de nieuwe visie op de rol van het vestiging-

ennetwerk en de hierbij beoogde differentiatie van het serviceniveau kunnen vrijwilligers een belangrijke toegevoegde waarde leveren. Daarnaast zorgt de participatie van vrijwilligers uit het werkgebied van de vestiging voor verbinding met de buurt.

- In haar maatschappelijke rol ziet de OBA een taak ten aanzien van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. De OBA onderzoekt mogelijkheden voor structureel beleid hieromtrent, bijvoorbeeld in de vorm van maatschappelijke stages en andere werk- en leervormen.
- Medewerkers moeten zich betrokken voelen bij het toekomstbeeld van de OBA, want alleen dan kunnen de krachten gebundeld worden om de verandering en verbetering uit het transitieprogramma in gang te houden.

6.5 ICT

Er zijn extra investeringen nodig om de digitale infrastructuur van de OBA te ontwikkelen en veilig en betrouwbaar te houden.

De nadruk op de digitalisering van de collectie en het speerpunt OBA Online vragen extra investeringen van de OBA en meer aandacht voor dit onderwerp binnen de organisatie:

- Het uitgangspunt van de OBA is klanten een robuuste en vooral veilige digitale dienstverlening te blijven bieden.
- Om de ambities van de OBA waar te maken, is een groei van de ICT-begroting van ongeveer 50% per jaar nodig.
- Om klanten volledige online dienstverlening te bieden, dienen alle facetten binnen de *customer journey* digitaal te worden aangeboden, verwerkt en geadmistreerd. Dit vraagt om meer ontwikkel- en beheercapaciteit op het gebied van ICT.
- De eigen regie over de digitale infrastructuur staat voorop. Het doel is zoveel mogelijk in te kopen van het schap (de OBA is geen ICT-ontwikkelaar). Waar maatwerk moet worden geleverd, streeft de OBA naar

gemeenschappelijk opdrachtgeverschap met lokale, grootstedelijke, nationale of internationale partners.

- Er bestaat een dringende behoefte aan een effectief en efficiënt systeem voor klanten- en relatiebeheer (CRM), om zo het contact met (potentiële) klanten te optimaliseren. Voor de OBA moet dit systeem de basis van dienstverlening binnen de drie productgroepen O, B en A zijn. Uitgangspunt is interoperabiliteit van dit CRM met andere OBA-systemen en landelijke functionaliteiten. Betrouwbaarheid en privacybescherming zijn daarbij cruciaal.
- Met betrekking tot het gebruik van landelijke systemen streeft de OBA verzakelijking binnen de samenwerkingsrelaties na, waarbij heldere afspraken worden gemaakt over doelstellingen, termijnen en kwaliteitsniveaus.
- Omdat klanten en gebruikers veelal hun eigen device meenemen, kan het aanbod van hardware in filialen beperkt worden. In de praktijk zal er echter een groep blijven die niet beschikt over een eigen computer. Daarom zal het voor klanten mogelijk blijven om gebruik te maken van een pc bij de OBA.

6.6 Huisvesting

De OBA zal investeren in de gebouwen van de Centrale en het vestigingennetwerk.

Om de stap naar de toekomst te kunnen zetten, zijn aanpassingen in de gebouwen noodzakelijk.

- De Centrale OBA dient een innovatieve sfeer te blijven ademen. De OBA ontwikkelt een meerjarenplanning waarin de benodigde verbouwingen en aanpassingen begroot worden.
- Ook voor de filialen wordt een meerjarenplanning gemaakt. Elk filiaal dient up-to-date te

blijven. Eens per vijf jaar wordt iedere vestiging onder de loep genomen en aangepast aan de eisen van de tijd.

6.7 Eigen inkomsten

Om de voornemens uit dit beleidsplan te realiseren, moeten inkomsten uit lidmaatschappen en uitleningen stabiel blijven en de overige eigen inkomsten van de OBA in de komende periode met tenminste 50% groeien.

De OBA is een financieel gezonde organisatie. Er moet de komende jaren veel gebeuren, waarvoor extra financiële middelen nodig zijn. Omdat naar verwachting de subsidies de komende jaren niet zullen groeien⁹, moet de OBA hiervoor eigen middelen aanwenden en op zoek gaan naar andere inkomsten en partners.

Lidmaatschappen, leenvergoedingen en boetes De opbrengsten uit lidmaatschappen, leenvergoedingen en boetes bedragen op jaarbasis iets minder dan drie miljoen euro. De OBA streeft ernaar terughoudend te zijn met tariefstijgingen voor het basislidmaatschap en individuele dienstverlening, zodat de OBA-activiteiten bereikbaar blijven voor alle Amsterdammers. Op basis van de voorgenomen evaluatie van de passegmentatie en het boetebeleid, verwacht de OBA slechts een bescheiden (maximaal 10%) stijging van deze categorie inkomsten in de komende beleidsperiode.

Eigen inkomsten

Om haar inkomsten te vergroten, wil de OBA serieus werk maken van het genereren van een tweede (projectsubsidies) en derde geldstroom (eigen inkomsten). Inzet daarbij is een groei van 50% (0,6 miljoen euro) aan 'overige eigen inkomsten' ten opzichte van het niveau in 2014 (1,2 miljoen euro).

- Sinds de opening van de Centrale is de vraag naar het gebruik van zaalruimte explosief

gegroeid. De OBA onderzoekt de mogelijkheid dit model ook toe te passen op de vestigingen met eigen zaalaccommodatie. Om het verhuren laagdrempelig maar zakelijk te houden, wordt onderzocht of er gewerkt kan worden met verschil in tarief voor culturele organisaties/partners en overige gebruikers.

- In de komende beleidsperiode zal de OBA voor specifieke programmaonderdelen en activiteiten sponsors gaan werven. Daarnaast streeft de OBA, op weg naar haar 100ste verjaardag, naar uitbreiding van het aantal vrienden en donateurs.
- Als mogelijke nieuwe inkomstenbronnen wil de OBA onderzoeken of de betaalde dienstverlening kan worden uitgebreid. Het gaat daarbij om diensten die in het verlengde liggen van de kerntaak van de OBA. Denk aan educatieve dienstverlening, loungecafés, zzp-corners of wellicht een OBA-giftshop. Ook wordt bekeken op welke wijze *crowdfunding* kan worden ingezet.

6.8 Meerjarenbegroting

Van oud naar nieuw; doorgroeien naar een productbegroting met nieuwe prestatie-indicatoren.

Middelen voor nieuw beleid

De speerpunten in het 'Beleidsplan 2015-2018' doen een fors beroep op de OBA-middelen. Belangrijkste extra kostenposten zijn:

1. Investerings in de ICT-infrastructuur en uitbreiding van het beheerteam.
2. Investerings in de deskundigheid en competenties van de OBA-medewerkers.
3. Aanpassingen van de OBA-vestigingen en uitbreiding van de openingstijden.
4. Nieuwe impulsen voor de productgroepen 'O' en 'A'.
5. Inrichting en exploitatie van de digitale 'maker space' op de eerste verdieping van de Centrale en overige aanpassingen.
6. Versterking van de marketingfunctie en verbetering van de ledenservice.

Herschikkingen binnen de begroting

Met de inzet op groei van de eigen inkomsten kan een deel van de financiële dekking voor de nieuwe beleidsvoornemens

worden gerealiseerd. Een ander deel zal moeten worden gevonden in herschikkingen binnen de OBA-begroting. Daarbij wordt gedacht aan:

1. Efficiencymaatregelen bij de productgroep bibliotheek- en informatiediensten.
2. Verdere automatisering van de financiële transacties.
3. Differentiatie van de serviceconcepten, waardoor bepaalde adviesdiensten niet meer gedurende alle openingstijden beschikbaar zijn.
4. Verlaging van huisvestingskosten door meer inwonende maatschappelijke instellingen (voordeur delen).

Productbegroting

De begroting van 2015 is de laatste klassieke begroting van de OBA; vanaf 2016 zal de productbegroting-nieuwe stijl worden gepresenteerd. Hierbij hebben de MT-leden eigen budgetverantwoordelijkheid. Ook zullen de prestatie-indicatoren worden herzien. Omdat deze ook een rol spelen in de rapportage aan de gemeenten, zal de OBA hierover met de gemeenten overleg voeren voordat de prestatie-indicatoren definitief worden vastgesteld.

6.9 Transitieprogramma 'OBA 100'

De raad van toezicht, het bestuur, het management, de medewerkers en de ondernemingsraad van de OBA realiseren zich dat dit een ambitieus beleidsplan is. Daarom trekt de OBA vier jaar uit om de doelen uit dit plan te verwezenlijken. De OBA gaat dit in een innovatie- en transitieprogramma vormgeven. De voornemens uit dit beleidsplan worden omgezet in werkpakketten. Deze worden belegd bij interdisciplinaire teams van medewerkers die projectmatig gaan samenwerken. Het totale transitieprogramma gaat 'OBA 100' heten. Het is de bedoeling dat elke medewerker hier op zijn of haar manier een bijdrage aan gaat leveren. De resultaten van dit programma worden opgeleverd op 8 februari 2019: de 100^{ste} verjaardag van de OBA.

⁹ Als gevolg van de Bibliotheekwet wordt een bedrag per inwoner uit het gemeentefonds onttrokken ter financiering van de digitale content ten behoeve van de landelijke e-bookservice van de openbare bibliotheken. De gemeente Amsterdam heeft aangegeven dit bedrag in 2015 te korten op de subsidie van de OBA. Het voorstel van de OBA is om dit bedrag vanaf 2016 te bestemmen voor de innovatieagenda van de OBA voor de periode 2016-2018.

Colofon

Dit beleidsplan 2015-2018 is een uitgave
van Stichting Openbare Bibliotheek Amsterdam

1 december 2014

Oplage

750

Vormgeving

Thonik

Drukkerij

Rotor

