

# KB Inkoopcommissie

## Jaarplan inkoop e-content 2019



## Woord vooraf

Hierbij bieden wij u het Jaarplan e-content 2019 aan.

Jaarlijks stelt de KB Inkoopcommissie e-content het jaarplan voor het komende jaar op en legt dit ter akkoord voor aan de ledenvergadering van de VOB. Dit plan bevat de kaders, uitgangspunten en doelstellingen waarbinnen het komende jaar gewerkt zal worden en geeft richting aan het overleg.

Het afgelopen jaar zijn er veel ontwikkelingen geweest rond e-content in de bibliotheken. Zo is onlangs het convenant tussen alle betrokkenen in de boekenbranche afgesloten waarmee enerzijds e-books sneller bij de bibliotheken terecht komen en anderzijds, dankzij een bijdrage van de Minister, de vergoeding voor de auteurs wordt verhoogd. Mogelijk gaat het btw-tarief voor e-books en andere elektronische uitgaven omlaag van 21% naar 9%, waardoor ze goedkoper zullen worden. Dit wettigt de verwachting dat er in 2019 meer en actuelere e-books beschikbaar komen voor de leden van de bibliotheken.

Voor de overige e-content zal nog meer gekeken worden naar de behoeften van de klant en de beoogde maatschappelijke impact. De opzet van het jaarplan is hierdoor ook gewijzigd: van gericht op de content naar gericht op de gebruikers, die verdeeld zijn in de algemene groep volwassenen-zelfredzamen en de twee specifieke groepen jeugd en basisvaardigheden.

Bij de techniek ligt de nadruk op het realiseren van het nieuwe e-booksplatform en het aanbieden van een aantal apps waarmee het gebruiksgemak voor de klanten vergroot wordt.

De marketing zal enerzijds gericht zijn op de verdere bekendheid van het aanbod aan e-content en anderzijds aansluiten bij een aantal landelijke leesbevorderingscampagnes.

Wij vertrouwen erop hiermee een goede basis te hebben gelegd voor een breed aanbod van e-content in 2019, gericht op lezen en leren, dat bijdraagt tot de realisering van de doelstelling van de openbare bibliotheken en verzoeken u hiermee akkoord te gaan.

Den Haag, november 2018

KB Inkoopcommissie e-Content

# Inhoud

<b>Samenvatting</b>	<b>4</b>
<b>1. Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1 Reglement	5
1.2 Kaders en uitgangspunten	5
<b>2. Doelstellingen jaarplan e-content 2019</b>	<b>7</b>
2.1 Inkoop e-content – algemene uitgangspunten	7
2.2 Volwassenen – zelfredzamen	8
2.2.1 Lezen	8
2.2.1.1 E-books	8
2.2.1.2 Luisterboeken	8
2.2.2 Leren	8
2.2.2.1 Cursussen	9
2.2.2.2 Kranten en tijdschriften	10
2.2.2.3 Wetenschappelijke content	10
2.3 Jeugd	10
2.3.1 Lezen	10
2.3.2 Leren	11
2.4 Basisvaardigheden	11
2.5 Marketing	13
2.6 Techniek	13
2.7 Budget	15
<b>Bijlagen</b>	
I Terugblik op de doelstellingen van 2018	
II Basispakket e-Content 2019	

## Samenvatting

### BELEID VAN DE KB INKOOPCOMMISSIE IN 2019

Helderheid over en stabiliteit van het aanbod. Content gericht op het geschreven woord in de brede zin van het woord.

Inkoop gericht op de klant als individu en als 'klant in de samenleving', met thuisgebruik als streven.

Een collectie van lezen en leren, van basisvaardigheden tot wetenschap.

### VOLWASSENEN

Een groei van het aanbod e-books (27.000) en luisterboeken (2.000), met specifieke aandacht voor groei van het aanbod Engelstalige titels.

Pilot met tijdschriften, zowel Nederlandse als Engelstalige titels.

Meer kranten(artikelen), zodat er een grotere diversiteit in het aanbod ontstaat.

Geen nieuwe cursussen inkopen: het huidig aanbod blijft beschikbaar tot eind 2019.

Voorstel hoe leden van de landelijke digitale openbare bibliotheek ook toegang krijgen tot de digitale collecties van de KB.

### JEUGD

Bevorderen van lees- en mediavaardigheden, door o.a.:

het aanbod e-books en luisterboeken voor de jeugd uitbreiden met specifieke aandacht voor Lezen voor de lijst, Engelstalig aanbod en geschikte digitale titels voor dyslectische kinderen.

een uitbreiding van de content voor leren, onderzoeken en mediawijsheid.

### BASISVAARDIGHEDEN

Ondersteuning door inkoop van digitale programma's om basisvaardigheden van mensen te vergroten voor de percelen taal NT1 en NT2, digitaal, e-overheid, werk & inkomen, gezondheid en inburgering.

	(2018)	BUDGET 2019
inkoop e-content	€ 4.716.000	€ 5.000.000
inkoop e-books en luisterboeken	€ 4.669.000	€ 5.700.000
inkoop diensten CB	€ 947.000	€ 600.000
techniek	€ 990.000	€ 1.000.000
marketing	€ 990.000	€ 1.000.000
Vakantiebieb	€ 259.000	€ 250.000
<b>totaal</b>	<b>€ 12.571.000</b>	<b>€ 13.550.000</b>
inkomsten landelijk digitaal lidmaatschap	€ 180.000	€ 180.000
rijksbijdrage	€ 12.391.000	€ 13.550.000

## 1. Inleiding

De eerste beleidsperiode van de KB Inkoopcommissie (KBIC) loopt ten einde op 31 december 2018. In de afgelopen vier jaar heeft de inkoop via de KBIC zich op veel terreinen ontwikkeld: door de oprichting van de Adviesgroep kwam beter tot zijn recht dat de branche verantwoordelijk is voor wát centraal ingekocht wordt. De KB zorgde voor het hóe: met de online Bibliotheek en Jeugdbibliotheek kwamen er twee platformen die centraal en lokaal toegang bieden tot de digitale collectie. En wat betreft de collectie: er wordt nu praktisch volledig vraaggericht ingekocht (waar het eerder leverancier gedreven was) en e-books worden afgerekend per uitlening in plaats van het betalen van een voorschot. In het najaar van 2018 werd bovendien het convenant voor e-lending ondertekend waardoor er meer titels beschikbaar komen en de makers zekerheid krijgen bij de betaling per uitlening.

De fundamenteën zijn in vier jaar tijd stevig gelegd, maar verdere bouw van de collectie – en dan met name van het zichtbaar maken van de collectie – is nodig. Voor de komende periode heeft de KBIC zich ten doel gesteld om sterke en duidelijke focus te leggen op wát zij inkoop (en wat niet) en hoe deze content aansluit op behoeften van de klant en door de klant gevonden en beoordeeld wordt. De nadruk zal niet per se liggen op uitbreiding van het aanbod, maar vooral op duidelijk stellen waar we van zijn en wat de klant van ons kan verwachten: een breed digitaal aanbod gericht op lezen en leren voor alle leden van de openbare bibliotheek.

### 1.1 Reglement

Voor de organisatie en het reglement van de KBIC wordt verwezen naar het document ‘Kaders en werkwijze inkoop e-content’<sup>1</sup>.

### 1.2 Kaders en uitgangspunten

De kaders voor de doelstellingen van dit jaarplan betreffen de onderdelen:

#### *1. Financieel*

Het budget groeit in vier jaar tijd van €13,3 miljoen in 2019 naar €15,3 miljoen in 2022. Daarnaast ontvangt de KB opbrengsten uit de landelijke online lidmaatschappen, die terugvloeien in het budget van de KBIC. Voor 2019 is de verwachting dat dit ca. €180.000 zal zijn. Ook deze inkomsten zullen stijgen gedurende de komende vier jaar naar ca. €275.000.

Mede op basis van de ervaringen van de afgelopen jaren heeft de KBIC een verdeling in posten binnen het totaalbudget aangebracht voor inkoop van licenties (e-books en luisterboeken), inkoop van digitale content / bestanden, ontsluiting van e-content (techniek), marketing van e-content, de Vakantiebieb en de inkoop van CB diensten. Dit jaar wordt ook een indeling van de uitgaven gemaakt naar doelgroep.

---

<sup>1</sup> Zie: *Kaders en Werkwijze Inkoop e-Content*, versie 2.1.

## 2. Juridisch

Voor de centrale inkoop van de KBIC wordt alle relevante wet- en regelgeving nageleefd. Ten aanzien van de inkoop gelden sinds 25 mei 2018 de voorwaarden van de AVG. Voor de inkoop van e-books wordt het convenant e-lending gevolgd.

## 3. Beleid

In de komende beleidsperiode van de KB Inkoopcommissie krijgen de volgende aspecten extra aandacht:

- **helderheid** over en **stabiliteit** van het aanbod. Content gericht op **het geschreven woord** in de brede zin van het woord; d.w.z. ook *gerelateerd* aan het geschreven woord. Licenties lopen zoveel mogelijk door gedurende de gehele beleidsperiode.
- inkoop gericht op **de klant** als individu en als 'klant in de samenleving' (d.w.z. rekening houdend met het maatschappelijk doel van de bibliotheek) met **thuisgebruik** als streven.
- een collectie lezen en leren **van basisvaardigheden tot wetenschap**; van openbare bibliotheek tot Koninklijke Bibliotheek.

Tevens sluiten we aan bij de richting zoals verwoord in het beleidsplan 2019-2022 van de KB en het Collectieplan van de Openbare Bibliotheken en bij de vijf functies die de bibliotheek vervult:

1. het bevorderen van lezen en laten kennismaken met literatuur.
2. het ter beschikking stellen van kennis en informatie.
3. het bieden van mogelijkheden tot ontwikkeling en educatie.
4. het organiseren van ontmoeting en debat.
5. het laten kennis maken met kunst en cultuur.

## 2. Doelstellingen jaarplan e-content 2019

### 2.1 Inkoop e-content – algemene uitgangspunten

We willen de inkoop van e-content sterker richten op de gebruiker. Daarom hebben we de gebruikers in een algemene groep (volwassenen) en twee specifieke groepen (jeugd en basisvaardigheden) ingedeeld.

Voor **volwassenen** (zelfredzamen), **jeugd** en **basisvaardigheden** zetten we ons in om passende content op het gebied van lezen en leren in te kopen. Per groep hebben we doelstellingen opgesteld, die hieronder volgen. Als laatste zijn de uitwerkingen voor marketing en techniek en de indeling van het budget opgenomen.

In zijn algemeenheid over e-content heeft de KBIC in het najaar van 2018 het probleem benoemd dat de centraal ingekochte e-content (= niet zijnde e-books en luisterboeken) nog onvoldoende wordt benut om waarde mee te realiseren. De vraagstelling die voortvloeide uit deze probleemstelling was:

*‘Hoe kunnen openbare bibliotheken en KB – binnen de gestelde kaders van wet- en regelgeving en de afgesproken taken en verantwoordelijkheden – de e-content jaarlijks zodanig inkopen en inzetten dat hiermee optimale waarde wordt gerealiseerd voor (huidige en potentiële) gebruikers van de bibliotheek?’*

De belangrijkste factoren die belemmeren dat de e-content optimale impact heeft, lijken tweeledig:

1. de beoogde impact wordt niet altijd vooraf bepaald.
2. de optimale weg naar de (huidige en potentiële) gebruikers van de e-content wordt niet gevonden of gebruikt.

Om het potentieel beter te benutten, worden er in 2019 extra doelstellingen geformuleerd ten aanzien van de ingekochte e-content:

- **verbeteren impact e-content:** de KBIC formuleert enkele hoofddoelstellingen op het gebied van impact, waaraan e-content moet voldoen; bij voorkeur één of twee doelstellingen die nauw aansluiten op bijvoorbeeld de gemeenschappelijke thema’s lezen en leren. Vervolgens worden bedragen toegewezen die wij daaraan willen uitgeven. Als er dan op één van de geformuleerde doelstellingen weinig aanbod is, kunnen wij actief de markt benaderen met een uitvraag, of zelfs partijen vragen iets te ontwikkelen voor ons. Om deze doelstellingen te formuleren, zijn we voornemens een brede sessie te houden met deskundigen op het gebied van maatschappelijke impact, vertegenwoordigers uit de bibliotheekbranche en enkele deskundigen uit de KB.
- **meer sturen op klantbehoefte:** 1) de Adviesgroep ondersteunen en versterken met inzichten en kennis van klant en markt; 2) gericht marktonderzoek doen; 3) een

implementatieplan per onderdeel opstellen; 4) monitoren van gebruik voorwaarde maken bij inkoop.

- **verbeteren zichtbaarheid en bekendheid:** 1) een gezamenlijk communicatieplan maken en uitvoeren in opdracht van de KBIC met als insteek meer in samenhang en gezamenlijk communiceren over het werk en de resultaten van de KBIC en de landelijke e-content; 2) extra aandacht besteden aan periodieke resultaten, zowel met een stand van zaken t.a.v. de content en de collectie als qua voortgang wat betreft doelstellingen en kpi's (kwantitatief).
- **functionarissen "op de vloer" faciliteren:** 1) duidelijke(r) beleidslijn afspreken in de KBIC t.a.v. wat er wel en niet uit het budget e-content gefinancierd kan of mag worden voor interne marketing, instructie, etc.; 2) als voorwaarde stellen bij de inkoop van e-content dat deze eenvoudig en intuïtief is in het gebruik en dat er begeleiding bij implementatie op de werkvloer van de bibliotheken wordt geleverd; 3) in een implementatieplan omschrijven op welke wijze bibliotheekfunctionarissen gefaciliteerd worden, zodat zij in staat worden gesteld om de e-content ook daadwerkelijk in te kunnen zetten in hun werk richting de gebruiker.

## 2.2 Volwassenen – zelfredzamen

In 2019 worden er onder de noemer van het Basispakket e-books en e-content ingekocht en aangeboden aan bibliotheken en hun leden.

### 2.2.1 Lezen

#### 2.2.1.1 E-books

- We streven ernaar om eind 2019 voor 27.000 ISBN's afspraken in CB Online te hebben. Dit is ondanks de totstandkoming van het Convenant een ambitieuze doelstelling, aangezien de *quick wins* er niet meer zijn en er regelmatig e-books van de markt verdwijnen (vanwege het vervallen van met name vertaalrechten).
- Van deze 27.000 titels zullen minimaal 3.000 e-boektitels voor de jeugd zijn. Voorwaarde: inkopen van ePub3 mogelijk vanaf Q1 2019.
- Er is veel vraag naar anderstalig materiaal. De KBIC richt zich als eerste op het Engels en heeft als streven het aantal Engelse titels te verdubbelen naar 1.500 titels. Voorwaarde: CB Online moet geschikt worden gemaakt voor buitenlandse ISBN's.
- Tevens zullen de 700 met Kluitman gedigitaliseerde titels aan de collectie worden toegevoegd.

#### 2.2.1.2 Luisterboeken

- De collectie groeit van 1.300 premiumtitels eind 2018 naar 2.000 eind 2019. Hierbij zijn we mede afhankelijk van het productietempo bij de uitgevers en van het vrijvallen van oude rechten bij Storytel.
- Er zal voor eind 2019 een pilot worden gedaan met Engelse luisterboeken.
- Tevens zullen we enkele podcasts inkopen voor een pilot.

### 2.2.2 Leren

De uitgangspunten voor inkoop voor het onderdeel leren zijn:



- de e-content uit het Basispakket heeft betrekking op of is gerelateerd aan **het geschreven woord**. Dit wil zeggen dat tijdschriften, kranten en databanken gerelateerd aan lezen en leren als primaire bronnen ingekocht zullen worden. Tevens kunnen muziek, films en documentaires die een link hebben met het geschreven woord aangeschaft worden.
- er is in het kader van leven lang leren content beschikbaar voor **alle leeftijdsgroepen en alle opleidingsniveaus**: van Basisvaardigheden tot wetenschappelijke content. Dit betekent dat specifiek ingezet wordt op inkoop van content voor Jeugd (zie 2.3) en Basisvaardigheden (zie 2.4), maar ook dat we verbinding leggen met content ‘aan de bovenkant’, zoals de digitale collectie van de KB (zie 2.2.2.3).
- **we kopen e-content in**: fysieke content valt hierbuiten, maar tools zijn niet bij voorbaat uit te sluiten. Bij tools gaat de voorkeur uit naar geïntegreerde beschikbaarstelling (bijv. Bookarang) en ondersteuning van de content door de tool; het mag geen losse tool zijn die je zou moeten promoten als sec tool.
- we streven naar **thuisgebruik** van alle ingekochte e-content. Ter afweging en in overleg mag maximaal 5% van de ingekochte bronnen met enkel on site gebruik aangeboden worden.

Voor alle ingekochte bronnen geldt:

- bij de voorbereiding van de aanschaf van e-content wordt gericht nagedacht over de doelen en hoe deze te bereiken. Hiertoe wordt een implementatieplan opgesteld (zie ook onder 2.1)
- alle e-content wordt transparant ingekocht. Er wordt één prijs betaald voor landelijk gebruik (lokaal wordt niet nog extra betaald of andersom: wat lokaal al betaald is, wordt niet nog eens landelijk betaald).
- er is inzicht in het gebruik en we betalen zoveel mogelijk naar gebruik. In het laatste kwartaal van 2019 zijn er rekenmodellen beschikbaar voor een prijs per gebruiker thuis die we kunnen overleggen met leveranciers. (Dit omdat we thuisgebruik vanaf 2019 beschikbaar stellen en vanaf dan pas kunnen meten wat het gebruik thuis zal zijn.)
- alle e-content is makkelijk vindbaar en makkelijk toegankelijk (via een zgn. EZproxy server) op een logische plaats. Op dit moment heeft de e-content op [www.bibliotheek.nl](http://www.bibliotheek.nl) wellicht geen handige plek, bleek uit onderzoek: in 2019 onderzoeken en bespreken we dit verder en komt er uitsluitsel over de juiste plek voor e-content.

#### 2.2.2.1 Cursussen

- In de huidige vorm worden cursussen uitgefaseerd vanaf 01-01-2019. We richten ons meer op het inkopen van specifieke inhoud die past bij de behoefte van specifieke doelgroepen en die ook wordt ontsloten op een manier en op een plek die bij die doelgroep past (zoals bijvoorbeeld de cursussen voor kwetsbare volwassenen binnen het programma Basisvaardigheden). Cursussen worden nog ingekocht, maar niet meer per se op de online Bibliotheek ontsloten als apart en prominent onderdeel.
- Er zal een onderzoek starten naar de behoefte van huidige en toekomstige gebruikers van de online Bibliotheek naar bijvoorbeeld toegankelijke colleges.

### 2.2.2.2 Kranten en tijdschriften

- De pilot met zowel de Nederlandse tijdschriften als met de Engelse titels moet in het eerste kwartaal van 2019 van start gaan. Beide pilots worden begin 2020 geëvalueerd, waarna bekeken zal worden of en hoe ze in het Basispakket worden opgenomen.
- In de beide pilots met tijdschriften worden titels voor de jeugd opgenomen.
- In 2019 wordt verder ingezet op het inkopen en beschikbaar stellen van krantenartikelen van diverse uitgevers.

### 2.2.2.3 Wetenschappelijke content

- Er zal meer gebruik gemaakt worden van de collectie van de KB om wetenschappelijke content te verbinden aan de OB-content: er wordt gericht gewerkt aan het verbinden van collecties van openbare bibliotheken en de Koninklijke Bibliotheek en er wordt onderzocht welke collecties hiervoor interessant zijn.

## 2.3 Jeugd

Jeugd is van oudsher de doelgroep die door de branche als speerpunt gezien wordt: de basis voor lezen - en blijven lezen - wordt hier gelegd. De doelgroepen binnen jeugd zijn divers: van ouders en professionals voor de allerjongsten tot kinderen en jongeren die de bibliotheek ondersteunend nodig hebben bij het maken van spreekbeurten en bij het lezen voor de lijst.

Ook de inkoop van e-content voor jeugd is niet makkelijk te duiden. Veel content voor kinderen en jongeren wordt verzorgd door educatieve uitgevers. De bibliotheek wil en kan hier niet mee concurreren en daarom is ons aanbod selectief en zetten we voor Jeugd ook vooral in op het bieden van context bij content en het plaatsen in perspectief.

De uitgangspunten voor inkoop voor jeugd zijn:

- we bieden content voor **lezen, leren en onderzoeken / mediawijsheid** van 0 tot 18 jaar.
- de content wordt aangeboden op **Jeugdbibliotheek.nl** via directe toegang.
- de content voldoet aan de **kwaliteitseisen**: betrouwbaar, objectief en vrij van reclame.
- we kopen niet in voor scholen (onderwijsinstellingen), maar **'faciliteren bij het leren'**.
- we bieden **content in context** en verzorgen deze context d.m.v. redactie.

De algemene doelstellingen voor inkoop voor jeugd in 2019 zijn:

- het bevorderen van lees- en mediavaardigheden van kinderen door Jeugdbibliotheek en het (verder) uitfasen van losse websites of diensten voor de jeugd.
- in 2019 ligt de focus van de werkzaamheden op de doelgroep 15-18 jaar.
- de (web)redactie van Jeugdbibliotheek is nog niet gecentraliseerd. Om het redactieproces efficiënter in te richten en dubbel werk en dito kosten te voorkomen, wordt in 2019 toegewerkt naar één centrale jeugdreductie.

### 2.3.1 Lezen

Doelstellingen specifiek voor lezen (e-books) jeugd zijn:

- via de Jeugdbibliotheek stimuleren we kinderen kennis te maken met e-books. We bewerkstelligen dit met een aanbod dat aansluit bij de wensen van de doelgroep. Van de 27.000 e-boektitels zullen minimaal 3.000 e-boektitels voor de jeugd zijn (zie 2.2.1.1). Dat is ca. 60% van het totaal beschikbare aanbod aan e-boektitels voor de jeugd.
- we zetten in op uitbreiding van de collectie met:
  - e-books en luisterboeken voor dyslectische kinderen.
  - alle Lezen voor de lijst-titels ook als luisterboek en e-book beschikbaar.
  - met e-books en luisterboeken aansluiten bij o.a. de Kinderboekenweek, de Kinderjury en de Boekenweek voor Jongeren (voorheen Literatour).
  - het compleet maken van de populaire series voor 12-15 jaar en 15-18 jaar, het uitbreiden met Engelse e-books en digitale prentenboeken en het beschikbaar stellen van bijvoorbeeld Noordhoff informatieboekjes.
- we onderzoeken of de abonnementsvoorwaarden voldoen of dat deze gewijzigd moeten worden. Binnen het jeugdabonnement geldt namelijk dat er voor D-boeken en volwassenentitels maximaal 6 titels geleend mogen worden. We willen onderzoeken of in ieder geval de D-boeken die niet binnen de Lezen voor de lijst-selectie vallen, toch onbeperkt binnen het jeugdabonnement beschikbaar gemaakt kunnen worden.
- De pilot met digitale tijdschriften (zie 2.2.2.2) bevat ook titels voor jeugd.

### 2.3.2 Leren Jeugd

Voor jeugd is het onderdeel leren nog karig: we kopen animaties en encyclopedieartikelen in. In 2019 willen we dat uitbreiden met de doelstellingen:

- uitbreiding van de content specifiek voor leren, onderzoeken, mediawijsheid, eenentwintigste vaardigheden en buitenschools leren. Denk aan bijvoorbeeld oefenprogramma's bij basisschoolvakken (JuniorEinstein), AD banken van NBD Biblion, Diploma Veilig Internet, informatieboekjes van Ars Scribendi of Duh boekjes, Wizenoze en informatieve tijdschriften voor kinderen.
- in te kopen e-content wordt gebruikt als verrijking binnen het onderdeel 'weten' op Jeugdbibliotheek.nl, of wordt ingezet op titeldetailpagina's van boeken om kinderen te helpen en te verleiden gebruik te maken van onze collectie.

### 2.4 Basisvaardigheden

De afgelopen jaren richt de bibliotheek zich meer op het sociaal domein met als gevolg dat bibliotheken steeds meer producten en diensten aanbieden op het gebied van basisvaardigheden. Dit gebeurt met non-formeel aanbod op het gebied van taal en digitaal, maar ook steeds vaker op het gebied van werk & inkomen, gezondheid en inburgering.

In lokale bibliotheken worden activiteiten en programma's ingezet om de basisvaardigheden van mensen te vergroten zodat zij niet buiten de boot vallen in deze geïndividualiseerde informatiesamenleving. Voor deze diverse kwetsbare doelgroepen (in totaal vier miljoen burgers) wil de KBIC zich richten op inkoop van producten, diensten en programma's voor de percelen: taal NT1 en NT2, digitaal, e-overheid, werk & inkomen, gezondheid en inburgering.

Voor basisvaardigheden zijn we er echter niet met enkel inkoop van producten. Er worden veelal programma's ingekocht die door lokale bibliotheken uitgevoerd worden en die om ondersteuning en begeleiding op de werkvloer vragen. Het betreft namelijk een moeilijk te bereiken doelgroep waarvoor vaak intensieve ondersteuning en begeleiding nodig is. Er is tijd nodig voor bijvoorbeeld de training van bibliotheekmedewerkers en het bekend maken met de producten en het organiseren van de activiteiten bij het programma. Daarnaast moeten bibliotheken veel tijd stoppen in de samenwerking met lokale stakeholders om de dienstverlening op te zetten. Deze stakeholders (partners als bijv. UWV, SVB, DUO, etc.) zijn essentieel in het vinden en bereiken van de doelgroep omdat de doelgroep niet vanzelf naar de bibliotheek komt.

De KBIC heeft enkel opties voor de inkoop van e-content en het afsluiten van een licentie op de e-content: de training en ondersteuning vallen buiten haar opdracht. Deze belangrijke randvoorwaarden zal de KBIC in samenspraak met de afdeling Stelseltaken opzetten en uitrollen. De organisatie en de kosten voor de randvoorwaarden vallen buiten de KBIC. Wel houdt de KBIC rekening met extra tijd voor de implementatie van e-content voor basisvaardigheden en koppelt zij aangepaste doelen aan het gebruik van de producten, in samenspraak met de afdeling Stelseltaken.

De uitgangspunten voor inkoop voor basisvaardigheden zijn:

- we kopen e-content in verspreid over alle **percelen** voor basisvaardigheden, maar er wordt niet gelijk voor alle percelen breed ingekocht. (Dit heeft te maken met het feit dat sommige percelen (domeinen) nog in opbouw zijn en daarvoor een stapsgewijze uitrol nodig is.)
- de KBIC sluit de licenties af en bekostigt deze: training, ondersteuning en andere **randvoorwaarden** worden **in overleg** intern uitgerold en bekostigd.
- **implementatie** kost vooral voor deze producten tijd.
- doelen m.b.t. het **gebruik** worden in samenspraak opgesteld.

Opsomming van de doelstellingen per perceel:

- **taal NT1 en NT2**: we kopen niet sectorbreed in, maar slechts een beperkt aantal licenties. Dit vanwege het feit dat stichting Lezen & Schrijven veel materiaal – ook in een e-learning - (gratis) ter beschikking stelt en wij hierop enkel aanvullend willen zijn.
- **digitaal**: we kopen programma's in met een gericht aanbod en die ook echt gebruik worden i.p.v. een algemeen 'alles of niets' aanbod.
- **e-overheid**: aanvullend op de dienst die we al leverden en willen blijven leveren, willen we dit perceel uitbreiden met een kleine pilot voor jongeren: zij blijken – ondanks grote "knoppenkennis" - onvoldoende vaardig te zijn op het terrein van de digitale overheid.
- **werk & inkomen**: enerzijds willen we inzetten op e-learning producten om sollicitatievaardigheden te verhogen. Anderzijds willen we bestaande diensten en producten, zoals de netwerkbijeenkomsten Walk & Talk en de Broekriem, digitaal verder uitrollen en verbeteren; met speciale aandacht voor lageropgeleiden.
- **gezondheid**: dit perceel is nieuw, maar de geïntegreerde programma's op het gebied van gezondheid werden eerder weinig gebruikt. We willen in 2019 met een pilot een beperkt aantal licenties uittesten bij enkele bibliotheken.
- **inburgering**: de bibliotheek voorziet met e-content voor dit perceel in een plek waar nog extra geoefend kan worden – aanvullend op de "formele opleiding" door de ROC's.

## 2.5 Marketing

De KB stelt in nauwe samenwerking met het campagneteam van de VOB een gezamenlijke marketingkalender voor 2019 op. De kalender bevat de initiatieven die het meest relevant zijn voor bibliotheken van o.a. KB, VOB, CPNB en andere relevante partners. Doel is om met de kalender weer een goede afstemming van de landelijke en lokale campagnes te bewerkstelligen en het voor bibliotheken zo overzichtelijk mogelijk te maken (gezien de hoeveelheid van campagnes en afzenders). Bibliotheken kunnen op deze manier zelf een keuze maken waarop in te zetten en de kalender ook desgewenst aanvullen met eigen lokale campagnes. De campagnekalender wordt in 2019 voor het eerst online bijgehouden en beschikbaar gesteld via:

<https://centraal.rijnbrink.nl/contentkalender>

De campagnekalender geeft een overzicht van marketingactiviteiten van de KB voor o.a. de online Bibliotheek (met e-books en luisterboeken), de VakantieBieb, de Jeugdbibliotheek en Basisvaardigheden. De marketingactiviteiten zijn in het geval van de online Bibliotheek gericht op het activeren van bestaande leden en toename van het gebruik. Daarnaast zullen we in samenwerking met de branche meer Bibliotheekleden attenderen op de mogelijkheid om binnen het bestaande lidmaatschap gebruik te maken van de online Bibliotheek. Tevens proberen we nieuwe doelgroepen te bereiken die vooral geïnteresseerd zijn in een digitaal lidmaatschap.

Belangrijke marketing- en communicatiemomenten in 2019 zijn rond de lancering van de nieuwe e-bookapp fase 1 en die van de e-book- en luisterboekenapp fase 2. Gedurende het hele jaar lopen de online en social advertising en de e-mailings. Eind 2018 of begin 2019 ontwikkelen we een meerjarencampagneplan waarin e-books en luisterboeken eenduidig worden gepromoot met de nieuwe campagne-app tijdens vastgestelde periodes. Zo bereiken we mensen die nu nog geen gebruikmaken van de online Bibliotheek, die we daarna zullen proberen te converteren naar een lidmaatschap.

De KBIC heeft daarnaast eind 2018 speciale aandacht gevraagd voor de **centraal ingekochte educatieve e-content** (niet zijnde de e-books en luisterboeken): deze worden nog onvoldoende benut om waarde mee te realiseren (zie ook onder 2.1). De content bereikt de gebruikers nog in onvoldoende mate en hetzelfde geldt voor de individuele en maatschappelijke impact die ermee wordt gerealiseerd. De opgestelde gespreksnotitie over dit onderwerp en de geformuleerde oplossingen hiervoor – ook op het gebied van marketing – zijn opgenomen onder 2.1.

## 2.6 Techniek

In 2019 voeren we verschillende verbeteringen door in de ontsluiting van e-content. De belangrijkste zijn:

- **vervanging van het online Bibliotheekplatform.** De vervanging stond oorspronkelijk gepland voor 2018. De vernieuwing bleek echter complexer dan verwacht, o.a. vanwege de verwevenheid met de infrastructuur van de KB. In 2019 wordt tijdelijk op het huidige platform doorontwikkeld, om de vernieuwing van de e-books- en luisterboekenapps te faciliteren. Tegelijkertijd wordt de aanbesteding uitgezet om het complete online Bibliotheekplatform daadwerkelijk te kunnen vervangen. We streven naar een oplevering daarvan aan het eind van 2019 of begin 2020. Het nieuwe platform moet

gebruiksvriendelijker, betrouwbaarder en toekomstbestendiger zijn. Daarnaast moeten er meerdere contentleveranciers op kunnen aansluiten.

- **vernieuwen van e-books- en luisterboekenapps.** De huidige e-booksapp wordt in 2019 in twee fasen vernieuwd. Begin 2019 wordt het mogelijk om ePUB3-content (jeugd aanbod) in de app te gebruiken. Ook bevat de app dan een dag- en nachtstand. Na de VakantieBieb-campagne wordt in Q3 van 2019 fase 2 van de e-booksapp opgeleverd. Het is dan o.a. mogelijk om in de app de e-bookscollectie te bekijken en e-books te lenen. In Q3 wordt ook de vernieuwde luisterboekenapp opgeleverd. Onderzocht wordt nog of het mogelijk is om in fase 2 de e-books- en luisterboekenapp te integreren, zodat één online Bibliotheek-app ontstaat.
- **ontsluiten ePUB3-content** (vnl. e-books voor jeugd). In de eerste oplevering van de nieuwe e-booksapp is het gebruik van ePUB3-content mogelijk. De oplevering is in het eerste kwartaal van 2019.
- **ontsluiting luisterboeken op het online Bibliotheekplatform.** De infrastructuur voor het ontsluiten van luisterboeken moet in 2019 worden vervangen en is uiterlijk in het vierde kwartaal van 2019 of begin 2020 gereed bij de oplevering van het vernieuwde online Bibliotheekplatform. We kijken nu of het mogelijk is om voor de ontsluiting van luisterboeken gebruik te maken van dezelfde processen en techniek als voor de ontsluiting van e-books. Het doel is om de gebruikservaring te verbeteren en meer eenduidigheid te realiseren bij het zoeken en bestellen van luisterboeken en e-books.
- **vindbaar maken luisterboeken** in de websites van de online Bibliotheek en Jeugdbibliotheek. In Q3 van 2019 komen de titelpagina's van de luisterboeken ook beschikbaar in de catalogus op de websites van de online Bibliotheek en de Jeugdbibliotheek. Daardoor kunnen gebruikers zowel op de websites als in de apps e-books én luisterboeken zoeken en vinden.
- **vernieuwing VakantieBieb-app.** De VakantieBieb is nog steeds succesvol, zowel onder jongeren als volwassenen. In 2019 willen we de VakantieBieb-app doorontwikkelen naar een campagne-app die meerdere periodes per jaar 'open' is, zodat mensen vaker de gelegenheid krijgen om kennis te maken met e-books en luisterboeken van de Bibliotheek. In deze vernieuwde app moet het mogelijk zijn om zowel e-books als luisterboeken te lezen of beluisteren.
- **ontwikkeling Lezen voor de lijst-app.** Als in 2019 de vernieuwde campagne-app is opgeleverd, bekijken we of we hiervan een kloon kunnen maken die we gebruiken als Lezen voor de lijst-app.
- in 2019 wordt de **Jeugdbibliotheek functioneel doorontwikkeld.** Daarnaast wordt de (web)redactie gecentraliseerd en efficiënter ingericht. We zetten een transitie in waarbij we redacties niet langer aan het werk zetten om content te maken maar om content die we hebben ingekocht of die andere partijen aanbieden meer in context te *ontsluiten* en te *presenteren* aan de eindgebruiker.
- voor de ontsluiting van de e-content wordt in 2019 gebruik gemaakt van de zgn. **EZproxy server.** **Thuisgebruik** volgt ook via deze weg. De **gebruiksgegevens** zijn in 2018 beschikbaar gemaakt door koppeling aan de logfiles van de EZproxy route en dit wordt vanaf 2019 ook mogelijk voor inzicht in het thuisgebruik.

## 2.7 Budget

<i>ingedeeld in budgetposten</i>	<i>budget 2018</i>	<i>budget 2019</i>
inkoop e-content	€ 4.716.000	€ 5.000.000
inkoop e-books en luisterboeken	€ 4.669.000	€ 5.700.000
inkoop diensten CB	€ 947.000	€ 600.000
techniek	€ 990.000	€ 1.000.000
marketing	€ 990.000	€ 1.000.000
Vakantiebieb	€ 259.000	€ 250.000
<b>totaal</b>	€ 12.571.000	<b>€ 13.550.000</b>
inkomsten landelijk digitaal lidmaatschap	€ 180.000	€ 180.000
rijksbijdrage	€ 12.391.000	€ 13.550.000
<i>ingedeeld in groepen</i>	<i>budget 2018</i>	<i>budget 2019</i>
volwassenen	€ 6.544.000	6.750.000
jeugd	€ 2.000.000	2.700.000
basisvaardigheden	€ 1.100.000	1.500.000
inkoop diensten CB	€ 947.000	€ 600.000
techniek	€ 990.000	€ 1.000.000
marketing	€ 990.000	€ 1.000.000
<b>totaal</b>	€ 12.571.000	<b>€ 13.550.000</b>

# Bijlagen





## Bijlage I - Terugblik op de doelstellingen van 2018

Gerealiseerd	Deels gerealiseerd	Niet gerealiseerd
--------------	--------------------	-------------------

### E-books

<p><b>Doel:</b> voor 20.000 ISBN's afspraken in CB Online.</p> <p><b>Doel:</b> in de gesprekken over de Uitspraak van het Europese Hof aandringen op meer commitment van de uitgevers.</p> <p><b>Doel:</b> minimaal 2.500 e-boektitels voor de jeugd.</p> <p><b>Doel:</b> meer buitenlandse titels opnemen.</p> <p><b>Doel:</b> aparte afspraken voor Lezen voor de Lijst</p> <p><b>Doel:</b> meer afspraken 'pay per use'.</p> <p><b>Doel:</b> 'vooraf inkopen' proberen te vervangen door 'maximaal aantal'.</p>	<p><b>Doel:</b> minimaal 500 (rechtenvrije) DBNL-epubs opnemen in het aanbod.</p> <p><b>Doel:</b> uitbreiding van de collectie t. b. v. laaggeletterde en dyslectische gebruikers.</p> <p>Als de app er is, zal hier het font voor dyslectici als optie opgenomen zijn.</p>	
--	---	--

### Luisterboeken

<p><b>Doel:</b> collectie groeit met 300 titels (ca. 35%) van 761 premium titels naar 1.025 premium titels.</p>		
---	--	--

### Tijdschriften

	<p><b>Doel:</b> een pilot met 5 – 10 digitale tijdschriften.</p> <p>Er was veel tijd nodig om de techniek helder te krijgen. Ook de juridische check (AVG) kostte veel tijd. De omgeving is in 2018 echter klaar gezet en de echte pilot kan vanaf 2019 van start gaan.</p>	
--	---	--

### Inkoop digitale content

<p><b>Doel:</b> Basispakket e-content beschikbaar, uitgebreid met nieuwe producten en/of pilots.</p> <p>Ook in 2018 is er een Basispakket beschikbaar gesteld. In de vorm van een pilot zijn o.a. voorleesfilmpjes (de Voorleeshoek) en documentaires (DocsOnline) toegevoegd.</p> <p><b>Doel:</b> het kunnen genereren van statistieken voor inzicht in (lokaal) gebruik (per bibliotheek).</p>	<p><b>Doel:</b> in 2018 is alle basisdocumentatie voor de inkoopprocessen van e-content beschikbaar.</p> <p>Veel basisdocumentatie is beschikbaar (standaard licenties, inkoopprocessen, etc.), maar gedurende 2018 werd duidelijk dat er behoefte is aan een implementatieplan. Dit zal in 2019 verder uitgewerkt worden.</p>	<p><b>Doel:</b> thuisgebruik is een vereiste.</p> <p>Veel leveranciers boden thuisgebruik in de licentie aan, maar technisch en juridisch kreeg de KB het niet voor elkaar thuisgebruik in 2018 te lanceren.</p>
--	--	--

<p><b>Doel:</b> breed onderzoek naar het maatschappelijk effect van het aanbod digitale content uitgevoerd. In de zomer van 2018 werd een onderzoek door bureau Blauw uitgevoerd d.m.v. een community. Dit is onderdeel van een breed langlopend onderzoek naar de functie van de bibliotheek.</p> <p><b>Doel:</b> evaluatie en voorstel voor continuering voor voortgang voor de periode 2019-2022.</p>		
--	--	--

### Digitale content speerpunt jeugd

<p><b>Doel:</b> blijvend aandacht voor de digitale jeugdgeving (Lezen &amp; Weten).</p> <p><b>Doel:</b> digitale jeugdgeving uitgebreid met 6-12 jaar content en context voor met name de doelgroep 9-15 jaar.</p> <p><b>Doel:</b> voorstel over integratie van ingekochte content.</p> <p><b>Doel:</b> ook digitale kranten, tijdschriften en databestanden.</p>	<p><b>Doel:</b> relevante collectie e-books Jeugd aanbieden in de breedte van de OB-collectie. Ook fysieke, luisterboeken en titels Aangepast Lezen worden getoond.</p> <p><b>Doel:</b> actueel nieuws rondom informatieve onderwerpen brengen. Mediavaardigheden: twee cursussen / e-programma's ingericht. Actuele onderwerpen worden wekelijks uitgelicht op de Weten-pagina. Ook is in het najaar Diploma Veilig Internet beschikbaar via de Jeugdbibliotheek. Maar in de praktijk blijkt dat het lastig is om andere tools/programma's direct op het kind gericht in te kopen.</p>	<p><b>Doel:</b> ook inspireren, al dan niet in aansluiting op de activiteiten en programma's.</p> <p><b>Doel:</b> via EZproxy (IP-adres) zonder inlog toegankelijk. Content geïntegreerd in Jeugdbibliotheek op linkniveau ontsloten.</p>
---	---	---

### Digitale content speerpunt basisvaardigheden

<p><b>Doel:</b> extra aandacht leggen op centraal ingekochte content die aansluit bij Basisvaardigheden.</p> <p><b>Doel:</b> advies voor centrale inkoop voor Basisvaardigheden in het voorstel vanaf 2019. Bij de centrale inkoop wordt rekening gehouden bij de maatschappelijk, educatieve ontwikkeling van bibliotheken. De eerder genoemde domeinen zijn in ontwikkeling en nog niet alle bibliotheken bieden dienstverlening aan op alle domeinen, maar bij de inkoop vanaf 2019 is hier inderdaad rekening mee gehouden (incrementeel model).</p>	<p><b>Doel:</b> een aantal producten wordt geëvalueerd (zoals Digisterker en Oefenen.nl) of zal nieuw als pilot ontsloten worden in 2018. Bij nieuwe producten wordt waar mogelijk ingekocht op basis van spreiding over de verschillende domeinen: taal, digitaal, e-overheid, werk en inkomen, financieel / juridisch, gezin en gezondheid. Digisterker valt binnen één domein (e-overheid). In samenwerking met SBCM (koepelorganisatie sociale werkbedrijven) is er een pilot uitgevoerd met hun programma's die via de portal van Oefenen.nl werden ontsloten. Bij bibliotheken die hier actief mee aan de slag zijn gegaan, was deze pilot succesvol. De programma's van SBCM worden vanaf 1 januari gratis ontsloten via</p>	
--	---	--

	<p>een eigen portal (dus niet meer via Oefenen.nl). Bibliotheken kunnen hier dan gratis gebruik van maken.</p> <p><b>Doel:</b> <i>andere benadering dan de standaardroute; rekening houden met randvoorwaarden.</i></p> <p>Er is een start gemaakt met het ontsluiten van content per domein. Dit zal vanaf 2019 ook verder vormgegeven worden en hier is bij de inkoop van nieuwe inkoop ook nadrukkelijk rekening mee gehouden.</p>	
--	---	--

### Ontsluiting e-content

<p><b>Doel:</b> <i>digitale jeugdgeving verder uitbouwen.</i></p> <p>Per 1 juli 2018 is de Jeugdbibliotheek live gegaan voor de doelgroep 0-18 jaar. Per 1 oktober is ook de leerlingencontent van Lezen voor de lijst geïntegreerd in de Jeugdbibliotheek.</p>	<p><b>Doel:</b> <i>ontsluiten (nieuwe en huidige) content via NBC.</i></p> <p>Er is een start gemaakt met het vindbaar maken van krantenartikelen van FD.</p> <p><b>Doel:</b> <i>nieuwe e-bookapp.</i></p> <p>De app is aanbesteed en de voorbereidingen door de leverancier zijn begonnen. Door afhankelijkheid ontwikkeling van een applicatie binnen de infrastructuur kon fase 1 niet op tijd worden afgerond. Begin 2019 zal de release van fase 1 plaatsvinden. De tweede fase van de app met daarin zoeken en vinden zal in de zomer van 2019 worden gerealiseerd.</p> <p><b>Doel:</b> <i>ontsluiten ePUB3-content.</i></p> <p>Door koppeling met de e-bookapp is dit deels gerealiseerd, maar ePUB3 wordt in fase 1 van de app echt gerealiseerd.</p> <p><b>Doel:</b> <i>continuering en verdere inrichting van de EZproxy server, met thuisgebruik.</i></p> <p>De EZproxy server werkte naar behoren, maar thuisgebruik is niet gerealiseerd in 2018.</p>	<p><b>Doel:</b> <i>vervanging e-bookplatform.</i></p> <p>Voor een goede aanbesteding moeten er nog goede en breed gedragen keuzes gemaakt worden. Tevens moeten enkele koppelingen met de infrastructuur goed in kaart worden gebracht.</p> <p><b>Doel:</b> <i>ontsluiting luisterboeken op e-bookplatform.</i></p> <p>Vervanging van het e-bookplatform is nog niet gerealiseerd, waardoor de luisterboeken nog niet konden worden opgenomen op het e-bookplatform.</p> <p><b>Doel:</b> <i>voorbereiden integratie VakantieBieb op e-bookplatform.</i></p> <p>Vervanging van het e-bookplatform is nog niet gerealiseerd, waardoor de integratie in het e-bookplatform ook vertraging heeft opgelopen.</p>
---	--	---

### Marketing e-content

<p><b>Doel:</b> <i>in juli en augustus wordt weer gefocust op zomerlezen (VakantieBieb) voor jeugd met als doel om leesniveau op peil te houden.</i></p> <p>Ook in 2018 was de app weer populair: 116.000 mensen hebben de app geactiveerd en er waren 231.000 actieve gebruikers. In totaal werden er maar liefst 1,8 miljoen e-books gedownload, waarvan 627.000</p>	<p><b>Doel:</b> <i>inzicht krijgen in bestaande en nieuwe doelgroepen online Bibliotheek en doorvertaling naar de dienst en marketingkanalen</i></p> <p>Er is een inventarisatie gemaakt van de onderzoeken naar de diensten en de doelgroepen die we nu bedienen en nieuw onderzoek gedaan naar de mogelijke digitale proposities. Vanaf eind 2018 komt er een continu</p>	
--	---	--

<p>jeugdtitels. De totalen zijn nog steeds enorm, maar wel wat lager uitgevallen dan vorig jaar. Dit gold met name voor de jeugdtitels en komt doordat de VakantieBieb voor hen een maand korter open was dan normaal. De LuisterBieb-app werd in de zomermaanden 40.000 keer geactiveerd, deels door gebruikers van VakantieLuisteren. De VakantieLuisteren-titels waren populair en werden 36.000 keer gedownload, ongeveer even vaak als in 2018.</p> <p><b>Doel:</b> ook in 2018 sluiten we aan bij de thematiek en CPNB-campagnes met onze contentkalender.</p> <p>In afstemming met het CPNB is op de online Bibliotheek op verschillende campagnes ingehaakt. Op Bibliotheek.nl en via de WaaS zijn campagnes van de VOB en van het CPNB ondersteund; ook door het ter beschikking stellen van toegankelijke campagnebanners.</p>	<p>klanttevredenheidsonderzoek. De verschillende doelgroepen zijn beschreven en gevisualiseerd in een aantal persona's. Onderzocht is wat het effect is van campagnes als VakantieBieb en VakantieLuisteren op de abonnee-intentie van de online Bibliotheek.</p> <p><b>Doel:</b> optimaliseren van de inzet van de diverse kanalen (bibliotheeken, online, mailings, social, etc.).</p> <p>Verschillende online marketing kanalen (e-mailings, social media en online advertising) zijn ingezet. Er is gestuurd op het primaire doel: meer gebruik door huidige klanten = ledenbehoud. Om meer zicht te krijgen op de resultaten is Adobe Analytics verder ingericht voor het doormeten van de verschillende kanalen. Er zijn nog steeds enkele optimalisatiepunten, die vaak ook privacyissues raken. Met promotieperiodes (zoals VakantieBieb / VakantieLuisteren) wilden we ook nieuwe doelgroepen bereiken. Daarna volgt een conversieperiode (naar reguliere account en digital only).</p> <p><b>Doel:</b> inzetten op wisselwerking landelijk/lokaal; hoe kunnen fysiek en lokaal elkaar verder versterken?</p> <p>Wanneer een geoptimaliseerde dienst (app) beschikbaar komt, willen we ook graag bibliotheekmedewerkers informeren (en activeren om als online ambassadeur op te treden). Vanwege uitstel van de dienst, zijn de meeste inspanningen hierop ook uitgesteld. Wel is er in het voorjaar van 2018 een marketingdag georganiseerd en wordt er in november 2018 via een webinar een update gegeven van de plannen van de online Bibliotheek.</p>	
--	--	--

overzicht financiën 2018	budget	gerealiseerd t/m Q3 2018	prognose 2018
inkoop licenties / e-books	4.669.000	3.342.299	4.100.000
inkoop digitale content	4.716.000	3.548.739	4.500.000
ontsluiting e-content	990.000	823.732	990.000
marketing e-content	990.000	873.936	1.050.000
VakantieBieb	259.000	278.446	278.446
inkoop diensten CB	947.000	95.082	600.000
	<b>12.571.000</b>	<b>8.962.234</b>	<b>11.796.892</b>

## Bijlage II – Basispakket e-Content 2019<sup>2</sup>

<b>VOLWASSENEN – ZELFREDZAMEN</b>	
e-books	dynamische collectie
luisterboeken	dynamische collectie
cursussen	selectief aanbod
Consumentenbond	Tests
Van Dale	Woordenboeken
OCLC	databases, o.a. Publiekwijzer
NBD Biblion Uittrekselbank	uittreksels literatuur
NBD Biblion LiteRom	recensies literatuur
NBD Biblion Uittrekselbank Jeugd	uittreksels jeugdliteratuur
CDR Muziek	Muziekwebluister
DocsOnline	proef met 20 documentaires
Financieel Dagblad	proef digitale krantenartikelen
Proquest (pilot wetenschappelijke content)	Databanken
BSL (pilot wetenschappelijke content)	medische digitale tijdschriften
Ebsco (pilot wetenschappelijke content)	databanken (tijdschriften, artikelen)
div. uitgevers	digitale tijdschriften
Literatuurplein	redactionele werkzaamheden (tot uitfasering)
<b>JEUGD</b>	
redactionele werkzaamheden	voor Jeugdbibliotheek en Lezen voor de lijst
De Voorleeshoek	Voorleesfilmpjes
Bereslim	digitale prentenboeken
Dedicon, Yoleo	hybride e-books 'makkelijk lezen'
JuniorEinstein	oefenen met vakken van de basisschool
Edumedia / Filmwerk	Animaties
Unieboek   Het Spectrum	encyclopedieën Junior en Studie Winkler Prins
HKA JeugdBieb	doorzoekbare database
<b>BASISVAARDIGHEDEN</b>	
Digisterker	fysieke cursus digivaardigheden
Theorie.nl	oefenprogramma's theorie rijbewijs
Knowble	Slimme Nieuwslezer
Oefenen.nl	oefenprogramma's digivaardigheden
div. leveranciers	div. content voor percelen (zie 2.4)

<sup>2</sup> Onderhandelingen met leveranciers genoemd in het overzicht zijn bij het verschijnen van deze versie van het jaarplan gaande. Er kunnen derhalve nog geen garanties gegeven worden over definitieve opnames van content in het Basispakket 2019.