



Na cestě po Nizozemsku – co mi otevřelo oči On the road along the Netherlands – my eye opener

Pavčina Lonská

Městská knihovna v Praze, pavlina.lonska@mlp.cz

Abstrakt

Příspěvek představuje zkušenosti a zajímavosti ze studijní cesty do Nizozemska, která se uskutečnila v rámci zpracování diplomové práce v září roku 2012. Ačkoliv bylo původní poslání cesty zaměřeno na marketingové aktivity veřejných knihoven, ve výsledku došlo k obecnému zjištění současného stavu nizozemského veřejného knihovnictví, a to zejména na příkladech dobré praxe. Teoretické znalosti autorky byly doplněny praktickými poznatky z návštěv sedmi veřejných knihoven, Královské knihovny a dvou oborových organizací v provinciích Severní Holandsko, Jižní Holandsko a Flevoland.

Abstract

The paper presents experiences and interesting things from the study tour to the Netherlands, which took place during processing of the diploma thesis in September 2012. Although the original mission of trip was focused on the marketing activities of public libraries, final outcome was the overall finding of the current state of the Dutch public libraries, and in particular on examples of good practice. Author's theoretical knowledge was supplemented by practical findings from visits to seven public libraries, the Royal Library and two branch organizations in the provinces of North Holland, South Holland and Flevoland.

Klíčová slova

centralizace služeb, kooperace knihoven, marketing služeb, Nizozemsko, studijní cesty, veřejné knihovny, zahraniční spolupráce

O studijní cestě obecně

Na studijní cestu do Nizozemska jsem se vydala v záležitosti zpracování diplomové práce srovnávající marketingové aktivity českých a nizozemských veřejných knihoven. Důvodů k výjezdu bylo několik – dominovala zejména potřeba ověření zjištěných informací, které jsem získala především ze zahraničních zdrojů, a aktualizace české odborné literatury. Dostupná literatura v českém jazyce, věnující se nizozemskému knihovnictví, nebyla již plně aktuální, ale dobře posloužila jako výchozí základ pro obecný přehled [Vaněk, 2004; Knihovny, 2006]. V druhé řadě jsem měla zájem zjistit, jak vypadá současná praxe – přeci jenom studium literatury a vlastní zkušenosti bývají mnohdy odlišné.

Na tvorbě programu se podíleli velkou měrou nizozemští kolegové, jmenovitě Marian Koren, tajemnice Federace organizací z oblasti knihoven, informací a dokumentace (FOBID Netherlands Library Forum) a Dick van Tol, programový manažer společnosti ProBiblio.

Přestože nemám zkušenosti se studijními výjezdy do jiných zahraničních zemí, považuji přístup Nizozemců za velmi profesionální a cestovatelsky velice přívětivý. Ten, kdo žádá o exkurzi nebo studijní cestu, připravuje v dostatečném předstihu program s Marian Koren – zájemce dostane k vyplnění formulář, ve kterém uvede kontaktní údaje (kontaktní osoba, počet návštěvníků, země původu, afiliace, jazyk komunikace, způsob dopravy), termín cesty, hlavní předměty zájmu a klíčová slova. Z těchto údajů Marian Koren sestaví program a domluví se svými kolegy místa návštěv a exkurzí.

Já osobně jsem v rámci studijní cesty navštívila sedm veřejných knihoven, a to v Leidenu, Amstelveenu, Haarlemu, Haagu, Amsterdamu a Almere, Královskou knihovnu v Haagu a dvě oborové organizace, ProBiblio v Hoofddorpu a Nadaci Bibliotheek.nl v Haagu. Všechna navštívená místa byla v dojezdové vzdálenosti do padesáti kilometrů od Amsterdamu z toho důvodu, abych nemusela dojíždět příliš daleko a stihla tři až čtyři exkurze během dne. V navštívených knihovnách (a oborových organizacích) jsem se setkala většinou s pracovníky z oddělení marketingu a komunikace.

Tuesday 11/9		
10-12	ProBiblio – Hoofddorp Opaallaan 1180 2132 LN Hoofddorp Innovative presentations and marketing services	Marketing and Communication contacts Wietse van Niejenhuis adviseur Marketing ProBiblio Opaallaan 1180 Postbus 485, 2130 AL Hoofddorp Tel: + 31 (0)23 554 6282 Mob: + 31 (0)6 1298 4511
transport	Quick bus 300	
13.15-15.00	Public Library Amstelveen Stadsplein 102 1181 ZM AMSTELVEEN www.amstelland-bibliotheek.nl	Victor van Honk Coordinator Marketing & Communication T 020 - 6414126
transport	Bus 175 (or nr. 300 takes longer tour but easy.)	
16.00	Bibliotheek op het Station - Haarlem Stationsplein 11H 2011 LR Haarlem, track 3/6 opposite Kiosk at middlestage	Contact person: Dick van Tol +31 235546362 Mobile: + 316 30479080
evening		

Obrázek 1: Ukázka z programu studijní cesty (úterý 11. 9. 2012)

Zjištění č. 1 – centralizace služeb

Spolupráce knihoven a centralizace služeb v Nizozemsku pramení z dlouholeté tradice, ať už se jedná o zakládání provinčních knihovnických center (od roku 1975 s platností První knihovnického zákona) nebo centrální nákup, zpracování a dodání dokumentů do knihoven společností NBD Biblion (od roku 1970, veškeré zmíněné činnosti probíhají přes provinční knihovnická centra).

Jedním ze současných klíčových témat nizozemského veřejného knihovnictví je centralizace služeb veřejných knihoven, a to zejména pomocí centrálního portálu de Bibliotheek (v překladu Knihovna, dostupný z <http://www.bibliotheek.nl/>). Jedná se o jednotnou informační bránu veřejných knihoven, která nabízí široké veřejnosti volný přístup k informacím, knihovnickým fondům a národnímu kulturnímu dědictví. Po

přihlášení je možné jeho prostřednictvím provádět rezervace a výpůjčky ve všech zapojených knihovnách (v roce 2012 okolo 80 % veřejných knihoven v Nizozemsku).

Projekt centrálního portálu se začal vyvíjet v roce 2002 v centru informačních technologií LAURENS, v ostrém provozu byl spuštěn v roce 2009. Od tohoto roku jej vyvíjí a udržuje Nadace Bibliotheek.nl (tj. dílčí část Asociace veřejných knihoven v Nizozemsku). Knihovny, které se rozhodly zapojit do nové národní informační infrastruktury, tedy zmíněného projektu de Bibliotheek, byly osvobozeny od veškerých vstupních poplatků, naopak byly podpořeny grantem Ministerstva školství, kultury a vědy. Celou národní informační infrastrukturu, spojenou s centrálním portálem, tvoří Nizozemský národní katalog a společný otevřený index, společný obsah a společný datový sklad pro řízení služeb a statistiky a v neposlední řadě společná platforma pro webové a mobilní služby.

Webový portál projektu (dostupný z <http://www.bibliotheek.nl/>) má jasnou strukturu. Na vstupní domovské stránce je k dispozici pět záložek s nabídkou, jejíž možnosti jsou: Vyhledávání, Naše nabídka (celkem šest dílčích projektů), E-knihy, Témata, O portálu. Vyhledávání je realizováno prostřednictvím vyhledávacího nástroje AquaBrowser Library na webové stránce <http://zoeken.bibliotheek.nl/>. Vedle knihovních katalogů nizozemských veřejných knihoven jsou prohledávány internetové zdroje, mezi nimi např. portály Davindi (informace z oblasti vzdělávání), Schoolbieb.nl (informační zdroje především pro žáky základních a středních škol), G!DS a G!DS Internet (aktuální regionální informace), Kiesbeter.nl (veřejný portál týkající se otázek zdravotní péče a zdravotního pojištění), slovníky Van Dale nebo digitální archivy článků národních a regionálních deníků.

Na centrální portál veřejných knihoven navazuje další projekt, a to Národní knihovní karta (de Nationale Bibliotheekkaart), tedy čtenářský průkaz s celostátní působností, s nímž se čtenář registruje pouze jednou v domovské knihovně (a v dalších knihovnách jej rozpoznají podle jedinečného identifikačního čísla nahreného na čipové kartě). Celostátní jedinečné čtenářské číslo umožňuje především rozvoj online služeb. Národní knihovní karta patří mezi produktové inovace společnosti NBD Biblion.

Zjištění č. 2 – centralizace marketingových aktivit

Ruku v ruce se vznikem nové národní informační infrastruktury (a spuštěním centrálního portálu Bibliotheek.nl) byla zavedena centrální marketingová podpora všech knihoven zapojených do této infrastruktury.

Tvorba, propagace a distribuce národního knihovního loga a jednotného vizuálního stylu (korporátní image) spadá do aktivit Marketingového oddělení Nadace Bibliotheek.nl. V roce 2009 nadace vytvořila jedno společné logo pro veřejné knihovny de Bibliotheek, jehož cílem je prezentace společného, jednotného a dobře zapamatovatelného vzhledu. Snahou Nadace Bibliotheek.nl je skrze společné logo budovat silnou značku veřejných knihoven.

Tvorbě loga předcházela diskuse s veřejnými knihovnami, ty se mohly k přijetí loga přihlásit, připomínkovat jeho zrod a vyjádřit k němu své názory na portálu <http://www.landelijkehuisstijl.nl>. Registrované knihovny mohou nyní z tohoto portálu

stahovat podklady pro propagační materiály, které lze dle potřeby personalizovat, upravit a vytisknout, případně nechat je v mutaci pro svou knihovnu vytisknout přímo v Nadaci Bibliotheek.nl (tisk ve vlastní knihovně je ovšem cenově výhodnější a převládá).



Obrázek 2: Nizozemské národní knihovní logo de Bibliotheek

Vizuální styl národního loga upravují tři grafické manuály, které přesně uvádějí, jak logo používat, jakou velikost má mít a kde ho správně umístit, a to v tištěných propagačních materiálech (také ve verzi pro děti a mládež), ve webových a mobilních aplikacích.

Od roku 2009 se k jednotnému logu de Bibliotheek připojilo okolo 80 % knihoven v Nizozemsku. Jedná se především o menší veřejné knihovny, pro které je přijetí společného loga mnohem jednodušší variantou než vytváření vlastního loga. Jednotný vzhled je navíc dobře zapamatovatelný – čtenář vidí logo kdekoliv v zemi a ví, o jakou instituci se jedná, co od ní může očekávat. Veřejné knihovny ve velkých městech (např. v Amsterdamu či Haagu) nebo knihovny s vlastním vizuálním stylem se k národnímu logu nepřipojují, neboť jejich loga jsou již zavedenými značkami. Tyto knihovny přesto spolupracují s Nadací Bibliotheek.nl a účastní se celostátních kampaní, které nadace pořádá.

Zjištění č. 3 – volný výběr atraktivněji

Nizozemské veřejné knihovny čím dál tím více uplatňují nový typ prezentace a rozmístění knih ve volném výběru, tzv. retail concept neboli prodejní koncept. Princip je převzat z prodejní praxe a spočívá v atraktivní prezentaci knih, při které jsou knihy vystavovány (podobně jako v knihkupectvích) obálkami nahoru, více výtisků jednoho titulu na hromádce na sobě. Tituly se sdružují podle tématu, autorského hlediska nebo aktuálnosti (novinky) a bývají vystavovány na nižších stolcích ve volném prostoru, čtenáři je mohou brát do rukou a prohlížet, brouzdat fondem. Pokud se prezentace zaměří na konkrétní téma a shromáždí podobné tituly (např. detektivní příběhy), znamená to pro čtenáře lepší orientaci ve fondu než procházet regály a hledat tituly podle abecedy. Jedná se o uživatelsky přívětivější prezentaci knih, která dokáže upoutat čtenářovu pozornost a zatraktivnit volný výběr knihovny, a to nejenom v sekci novinek, ale především jako část trvalého uspořádání volného výběru. Koncepce nesouvisí s rozmístěním fondu, lze ji začlenit do jakékoliv tematiky, nicméně nejúčinněji se

osvědčila ve fondu beletrie. K jejímu uplatnění se využívá nový typ knihovnického nábytku, především prezentační stolky.

Prvky prodejního konceptu začala v roce 2003 mezi prvními v Nizozemsku uplatňovat Městská knihovna v Almere (De nieuwe bibliotheek), v roce 2010 nechali v Almere postavit centrální pobočku městské knihovny vyložené v duchu prodejního konceptu. V srpnu roku 2011 byla v pilotním provozu spuštěna Knihovna na nádraží v Haarlemu (de Bibliotheek op het station), jejíž interiér je na rozloze pouhých 150 m² vybudován pouze na zásadách prodejního konceptu.

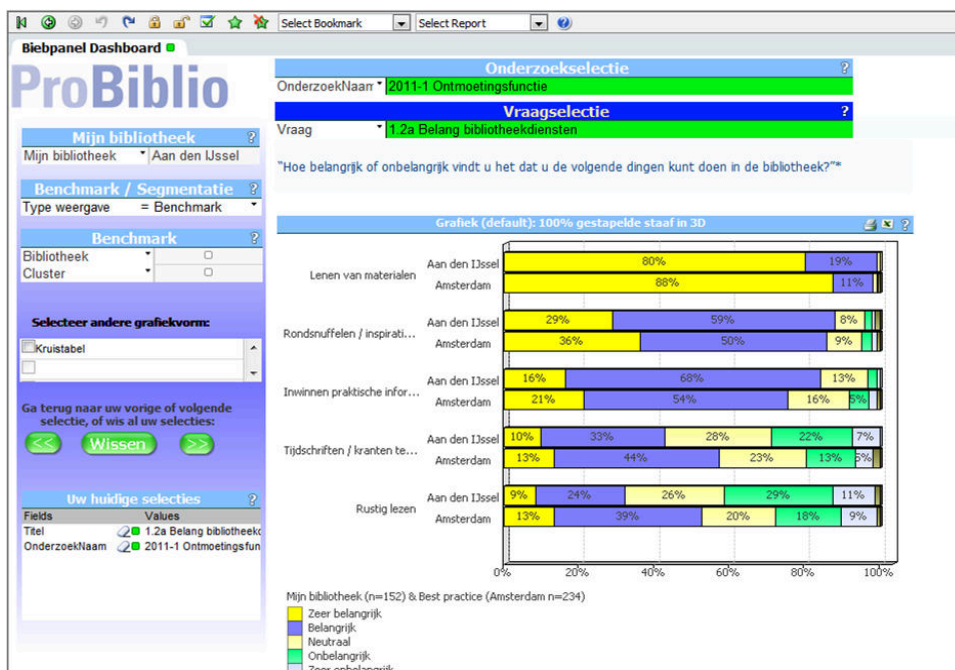


Obrázek 3: Volný výběr beletrie rozmístěný po vzoru prodejního konceptu v Knihovně na nádraží v Haarlemu

V rámci netradičních poboček knihoven můžeme kromě té na nádraží zmínit také pobočku na letišti Amsterdam Schiphol (Airport Library). Do třetice spustila společnost ProBiblio pilotní projekt Plug-in knihovna (Plug-in Bibliotheek), tedy modulární a přenosné zařízení, které lze instalovat libovolně mimo zdi knihovny (např. v menších městských částech, bankách, supermarketech či nemocnicích).

Zjištění č. 4 – orientace na marketing služeb

Společnost ProBiblio není zajímavá pouze netradiční prezentací knihovnických poboček, je to největší provinční knihovnické centrum v Nizozemsku (vzniklo v roce 1998 sloučením provinčních knihovnických center pro provincie Severní a Jižní Holandsko, nyní obsluhuje okolo tří set knihovnických poboček a na šest set padesát tisíc registrovaných čtenářů). Specifikem společnosti ProBiblio je vývoj komerčních produktů v oblasti knihovnictví – vyvíjí produkty a software, který si mohou zakoupit nejenom knihovny z provincií, které společnost obsluhuje, ale také knihovny z jakýchkoliv jiných provincií, mají-li o ně zájem. Jedná se především o nástroje k průzkumu trhu (též tvorba průzkumů na míru pro konkrétní knihovnu) a benchmarkingu knihoven (služba BiebPanel).



Obrázek 4: Ukázka benchmarkingu Městské knihovny v Amsterdamu a Městské knihovny v Capelle aan den IJssel ve službě BiebPanel od ProBiblio

Z marketingových aktivit společnosti ProBiblio je nutné zmínit využití forem přímého marketingu. ProBiblio v posledních letech pracuje na zavedení tzv. customer relationship managementu, tj. systému řízení vztahů se zákazníky. Realizace je rozdělena do čtyř fází (do roku 2012 ProBiblio zpracovalo zatím první dvě fáze) – v první fázi je důležité poznat svůj trh a zákazníky, proto vznikla marketingová databáze, skladiště všech dat o obsluhovaných knihovnách. V druhé fázi se o zjištěných datech komunikuje, hledají se potenciální kanály ke komunikaci se zákazníkem, firma se snaží zákazníka udržet. V této fázi se ProBiblio zaměřuje na online komunikaci (marketing ve vyhledávačích). Vyvinulo soubor e-mailových kampaní, které oslovují různé skupiny uživatelů (bývalé uživatele, uživatele, kteří knihovnu navštěvují málo a hrozí, že ukončí členství apod.). ProBiblio zvolilo nejlevnější cestu oslovení zákazníka, jímž je e-mailová komunikace. Oslovování uživatelů prostřednictvím pohlednic (neadresně) nebo dopisů (adresně) je dražší, přičemž návratnost je velmi nízká (pohlednice 1 %, dopisy 5 %). Nejdražší metodou přímého marketingu je telemarketing, jenž lze u ProBiblio také zakoupit jako produkt (je realizován externí firmou Mapa MarketingLab). Jeho návratnost je ale zdaleka nejvyšší, a to 15–20 %.

V porovnání nizozemské a české praxe můžeme pozorovat zajímavou souvislost mezi již existujícími a fungujícími nizozemskými projekty centrálního portálu veřejných knihoven Bibliotheek.nl, jednotným vizuálním stylem de Bibliotheek a všeobecně centralizací služeb na národní úrovni, na které se v České republice začalo pracovat v roce 2012 v souvislosti s Konceptí rozvoje knihoven ČR na léta 2011 – 2015. Nizozemsko můžeme tedy považovat za jeden z příkladů dobré praxe, který ukazuje, že centralizací služeb lze dospět k efektivnímu řešení v rámci systému knihoven. Inspirací jistě mohou být i marketingové aktivity knihoven, jako např. zavedení prodejního konceptu ve volném výběru, které dokazují, že marketing je funkční i v oblasti neziskových organizací, mezi něž knihovny patří.

Bibliografie

Knihovny současnosti 2006: sborník ze 14. konference, konané ve dnech 12.–14. září 2006 v Seči u Chrudimi. 1. vyd. Brno: Sdružení knihoven ČR, 2006, 467 s. ISBN 80-86249-41-7.

LONSKÁ, Pavlína. *Prezentace knihovních služeb veřejnosti: analýza současného stavu v Nizozemsku a v České republice.* Praha, 2012. 95 s., ix s. obr. příl. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce PhDr. Hana Landová, PhD.

LONSKÁ, Pavlína. *Studijní cesta do Nizozemska pod záštitou České informační společnosti, o.s.* Praha: Česká informační společnost, 2012. Dostupný z: <http://cisvts.cz/2012/10/studijni-cesta-do-nizozemska-pod-zastitou-ceske-informacni-spolecnosti-o-s/>.

VANĚK, Aleš. *Nizozemské knihovnictví.* Praha: Svaz knihovníků a informačních pracovníků, 2004, 23 s. Bulletin SKIP, roč. 13, zvláštní číslo. ISSN 1210-0927.