

Publieksacties tijdens de Havendagen in Werkendam op 1 juli 2023

Gesproken met

Geeralda Pols, coördinator Communicatie, marketing en events
Thea Goedel, front office en IDO-medewerker, zij bemande ook de kraam tijdens de Havendagen. Beiden zijn werkzaam bij Bibliotheek CultuurPuntAltena.

Aanleiding

Begin juli vinden de Havendagen in Werkendam plaats. Een groots regionaal evenement dat voor corona altijd heel veel bezoekers trok. Thea: “De Werkendamse haven is een van de grootste havens van Nederland, er komen echt duizenden mensen naar de Havendagen.”

Geeralda: “Aangezien we van de IDO-bezoekers nog geen Whize-profiel hebben, gingen we van onze ervaringen uit. We zien vaak dat bij de IDO-vragen een achterliggend issue op taalgebied ligt. Vanuit Whize weten we dat er in Werkendam een groot potentieel taalvragers is. Verder mocht het IDO in Werkendam meer onder de aandacht bij de inwoners van Werkendam gebracht worden. Daarom heeft de bibliotheek bewust gekozen om aan te sluiten bij dit evenement.”

Doelgroepen

Er is gekozen voor twee doelgroepen: jongeren van 12 tot 18 jaar en potentiële IDO-gebruikers. Met elk een eigen doel en een eigen actie.

Doel

Voor jongeren 12 tot 18 jaar is het doel om te achterhalen waarvoor jongeren naar de bieb zouden willen komen.

Voor potentiële IDO-gebruikers is het doel bekendheid geven aan het IDO en de drempel van de bibliotheek verlagen. Thea: “We krijgen in de bibliotheek best redelijk wat vragen maar er zijn nog genoeg mensen die niet weten waar ze terecht kunnen.”

Omschrijving

Jongeren van 12 tot 18 jaar:

De bibliotheekcollega's die specifiek op de jongeren gericht waren, hadden kaartjes met een QR-code bij zich. Het idee was dat de jeugd die direct scande en vijf vragen beantwoordde. Als dank kregen de jongeren een leuke oplader (zo'n soort octopus) met het logo van de bibliotheek erop. De bibliotheek wilde in kaart brengen waarvoor jongeren naar de bieb zouden komen. Dat lijkt vooral voor studeren, tijdschriften en boeken te zijn. Vooral van de winter willen jongeren aan de studie in de bibliotheek met hun eigen laptop of een computer van de bibliotheek.

Een paar jongeren vond dat er ook ontmoeting georganiseerd moest worden via de bieb. En natuurlijk was er ook de geijkte: ‘De bibliotheek, daar wil ik nog niet dood gevonden worden.’

De meesten wilden voor de oplader wel even moeite doen.

Potentiële IDO-gebruikers:

Er is een kraam ingericht. Helaas was de kraam door de wind en regen minder aantrekkelijk. Maar het weer had ook voordelen. Thea: “Mensen kwamen schuilen en zo kon je snel een praatje maken: ‘Bent u bekend met het IDO?’.”

Ook werden er ansichtkaarten uitgedeeld. Daarop stonden de beelden van de IDO-campagne en een quote over onderwerpen die vooral regionaal spelen en waarover vragen komen. Geeralda: “We waren geïnspireerd door het ansichtkaarten-idee van Theek5.”

Door de gesprekken en de kaarten probeerde de bibliotheek om laagdrempelig bekendheid te geven aan het IDO en het gesprek aan te gaan.

Voorbeeld van de kaart en ansichtkaart vind je op de pagina [Resultaten werkgroep Basisvaardigheden 2023](#).

Samenwerkingspartners

Er stonden meer organisaties op de markt, het was een brede braderie. Zo waren er vertegenwoordigers uit de zorg, kerkorganisaties, goede doelen en ook gewone ondernemers.

De bibliotheek kent de meeste aanwezige organisaties goed. Thea: “Je loopt zelf een rondje en spreekt elkaar weer even.”

Inzet van menskracht en middelen

Menskracht: Zes bibliotheekcollega’s hebben zich gemeld voor standbemanning; frontofficemedewerkers die ook het IDO bemannen. Ze waren er verspreid over de dag. Thea: “Een jongere collega is gaan ‘propfen’. Ze is 18 jaar en dat was een leuke afwisseling naast de wat oudere medewerkers.”

Middelen: kraam, ansichtkaarten, pennen, kaartjes, opladers met logo. Daarnaast was er een banner (die vaker gebruikt wordt). De staande IDO-vlag bleef thuis vanwege de wind.

Resultaat, wat was het beoogde resultaat en wat is het uiteindelijke resultaat?

Het werkgebied van Bibliotheek CultuurPuntAltena beslaat 21 kerkdorpen, het is een enorm oppervlakte. Voor de enquête onder jongeren was het gewenst dat de invullers uit de omgeving kwamen en dat lukte. Er zijn 49 enquêtes ingevuld.

Voor het IDO was het niet erg als mensen niet uit het werkgebied kwamen. Alle werving voor het IDO is hoe dan ook goed.

Geeralda: “We verwezen ook specifiek naar hetinformatiepunt.nl, zodat mensen van buiten altijd naar een punt bij hen in de buurt op zoek kunnen.”

Thea: “Mensen gaan naar huis met de ansichtkaart en de kennis over het IDO. Het komt op een verjaardag ter sprake en zo kan er ook iemand anders bij het IDO uitkomen.”

Vervolg

Geeralda: “Aan de hand van de Whize-inzichten van onze 21 kernen gaan we later dit jaar ook de kaarten nog uitdelen ofwel huis aan huis verspreiden in een aantal wijken.”

Inmiddels is er een coördinator voor het IDO aangenomen. Zij gaat de komende tijd kijken of de locaties waar nu de IDO’s zijn, ook de locaties zijn waar mensen toch al komen.

De Bibliotheek heeft ook een officiële pop-up balie die ze op meerdere events en locaties in kan zetten. De wekelijkse dorpsmarkt kan daar een heel goed voorbeeld van zijn. Of een kop koffie drinken bij een ouderenbond die wekelijks samen komen.

Publieksacties tijdens de Havendagen in Werkendam op 1 juli 2023 - plan opgesteld door de werkgroep Basisvaardigheden in opdracht van de BNBstuurgroep basisvaardigheden.

Geeralda: “Dat deden we eerder dit jaar bijvoorbeeld in Dussen. We gingen met hen in gesprek en kwamen er achter dat familieleden hen vaak helpen bij IDO-vragen. Ze kenden het IDO niet en vonden de hulp van familie wel prima. Nu een half jaar later merken we toch dat er meer vragen komen bij dat IDO. Ook van de mensen die het voorheen met familieleden regelden. We willen daar heen waar de mensen zijn.”

Geleerde lessen, leermomenten, tips

Geeralda: “Het weer zat niet echt mee, ondanks dat wisten mijn collega’s toch 49 jongeren en zo’n 60 mensen aan te spreken. Ervaring leerde dat het dit keer lastiger was om volwassenen aan te spreken en dat het met jongeren als een tierelier ging. Wellicht dat het presentje dat we voor hen hadden daaraan bij droeg. Van collega’s kreeg ik terug dat de kaart een handig middel was om het gesprek met volwassenen aan te gaan.”

Bemanning:

Thea: “Je moet wel een beetje marktkoopmansmentaliteit hebben. Makkelijk mensen kunnen aanspreken.” Dat gesprek begon door mensen te vragen om te komen schuilen. Vervolgens gaven ze een ansichtkaart mee, die door iedereen aangepakt werd. En zo ontstond er een gesprek over het IDO. Men benadrukte in het gesprek dat het IDO of de bibliotheek de vragen niet altijd oplost, maar vooral doorverwijst.

Kraam:

Sta je buiten? Zorg dat je kraam wind- en regenbestendig is.

Zorg ervoor dat de materialen die je ‘zichtbaar’ wilt laten zijn ook waterbestendig zijn. De posters die niet gelamineerd waren, trokken krom door het vocht.

Zorg voor een vrolijke, aangeklede kraam. De bemanning had gezellige vlaggetjes gemaakt van de ansichtkaarten.