

# Hoofdstuk 2

## Bibliotheekdiensten via het net

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van enkele praktische mogelijkheden die het internet biedt als marketinginstrument voor bibliotheken en documentatiecentra. Benadrukt wordt, dat *het* internet meer is dan alleen maar het *World Wide Web* waarmee het nog te vaak wordt vereenzelvigd. Vooral het gebruik van e-mail en Internet Relay Chat (IRC, het zogenaamde *chatten*) komt aan bod. Hiervoor wordt verwezen naar praktische BDI-toepassingen in binnen- of buitenland.

### 2.1 Internetdiensten: de theorie

In het vorige hoofdstuk werd besproken op welke manieren het internet binnen de organisatie ingezet kan worden. In de praktijk blijkt de *operationele inzet* de meest laagdrempelige en het meest geschikt om binnen één of meer elementen van de marketingmix te worden toegepast.

Zuiver theoretisch kan men een onderscheid maken tussen tekstgeoriënteerde internetdiensten aan de ene kant en grafische internetdiensten aan de andere kant. Deze indeling heeft minder met de inhoud, dan wel met de vorm en de gebruikte protocollen te maken. In werkelijkheid zal trouwens bijna geen enkele internetdienst louter tekstgeoriënteerd of louter grafisch zijn. Meestal komen allerlei mengvormen met elementen van beide voor. Precies het bestaan van de mogelijkheid om al deze internetdiensten met elkaar te combineren, maakt het internet als medium zo interessant en krachtig als marketinginstrument.

### 2.1.1 Tekstgeoriënteerde internetdiensten

Tekstgeoriënteerde internetdiensten kan men zich het best als een continuüm voorstellen (Catalano & Smith, 2001:183) dat steeds complexer wordt en meer mogelijkheden biedt. De meest eenvoudige tekstgeoriënteerde dienst is e-mail of elektronische post. Deze dienst is in principe uitsluitend voor *één-op-één*-communicatie (Fig. 7a) bedoeld: men stuurt via het internet een e-mailbericht naar een klant, de klant ontvangt het bericht en stuurt eventueel een antwoord. Meer mogelijkheden krijgt men bij het gebruik van e-maillijsten. Hiermee wordt *één-naar-velen*-communicatie (Fig. 7b) mogelijk: men stuurt eenzelfde bericht via het internet naar een aantal klanten, al deze klanten ontvangen het identieke bericht en ze sturen eventueel een antwoord. Contact tussen de klanten onderling zal in principe niet plaatsvinden. Het gebruik van mailinglijsten (in bepaalde gevallen ook *listservs* genoemd), nieuwsgroepen (news groups) en chatruimten (Internet Relay Chat) is nog complexer. Hier is het mogelijk om een *velen-naar-velen*-communicatie (Fig. 7c) te voeren waarmee een mogelijkheid tot interactie wordt gecreëerd.

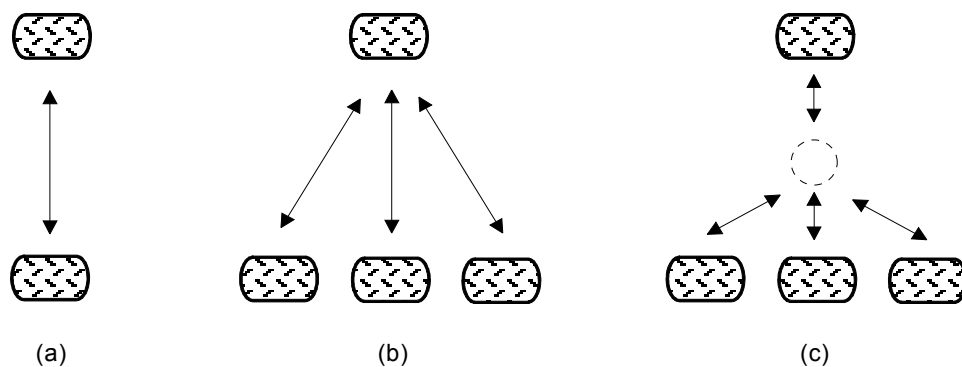


Fig. 7a-c Communicatievormen: (a) één-op-één, (b) één-naar-velen en (c) velen-naar-velen.

### 2.1.2 Grafische internetdiensten

Alhoewel er ook nog andere grafische internetdiensten zijn, moet het *World Wide Web* tegenwoordig toch als de belangrijkste grafische internetdienst worden beschouwd. Het www biedt ook het voordeel dat het de *koppeling* van verschillende (grafische en tekstgeoriënteerde) internetdiensten mogelijk maakt door als *centraal toegangspunt* dienst te doen. Vanop een website kan de klant de mogelijkheid worden geboden om de organisatie via e-mail te contacteren, zich op een elektronische nieuwsbrief in te schrijven, via een chatbox een gesprek met een medewerker aan te knopen, maar ook een videofilmje te bekijken of een geluidsfragment te beluisteren. Het hoeft dan ook niet te verbazen dat het www in de meeste gevallen vereenzelvigd wordt met 'het internet' als medium.

In de rest van dit hoofdstuk zullen we een aantal internetdiensten bespreken die worden aangeboden door bibliotheken en die gebaseerd zijn op e-mail en op internet relay chat. Een aantal concrete diensten die via het web worden aangeboden zullen bij wijze van illustratie meer in detail worden besproken.

## 2.2 Internetdiensten in de praktijk

### 2.2.1 E-mail

Zoals we hiervoor hebben aangetoond, behoort het gebruik van e-mail tot de één-op-één-communicatie. Maar in feite is e-mail nog persoonlijker dan een geschreven brief. In de meeste gevallen komt een e-mailbericht namelijk onmiddellijk terecht op de computer van diegene waarvoor het is bedoeld. Precies daarom moeten er bepaalde regels in acht worden genomen. Dit noemen we internetetiquette, of ook wel *netiquette*. Het naleven van dergelijke regels heeft niet alleen met beleefdheid, maar ook met klantvriendelijkheid en klantgerichtheid te maken. De manier waarop een (potentiële) klant in een e-mailbericht wordt aangesproken, maakt dus deel uit

van de marketingstrategie. Voor enkele criteria waaraan een goed e-mailbericht moet voldoen, verwijzen we naar de *Aanbevolen literatuur* bij dit hoofdstuk.

Alhoewel het verzenden en ontvangen van e-mail via speciale software (Eudora, Outlook, Outlook Express, Pegasus...) ongetwijfeld de meest gebruikte methode is, biedt ook het www een aantal mogelijkheden.

De meest eenvoudige methode is om op een webpagina een hyperlink naar een bepaald e-mailadres aan te brengen. Deze methode maakt eigenlijk gebruik van de e-mailsoftware waarover de gebruiker beschikt: er wordt een nieuw bericht geopend met in het veld 'Aan:' het e-mailadres dat in de hyperlink is opgenomen. Op de computer van de gebruiker moet dus in ieder geval e-mailsoftware aanwezig zijn.

Een tweede methode maakt gebruik van een zogenaamd formulier dat door de gebruiker kan worden ingevuld en verzonden. Het verzenden gebeurt transparant en dus rechtstreeks vanaf de webpagina. Bij het gebruik van deze methode zijn er nog enkele alternatieven. Ofwel wordt het formulier verzonden naar een 'gewoon' e-mailadres (en dan heeft de gebruiker dus ook e-mailsoftware nodig), of anders worden de gegevens die in het bericht staan via een script naar een database op de webserver gestuurd die dan voor de verdere verwerking instaat. Het voordeel van deze laatste methode is, dat de gebruiker niet over e-mailsoftware hoeft te beschikken en dus ook berichten kan versturen en ontvangen als hij enkel over zogenaamde webmail beschikt (Hotmail, Yahoo...). Deze methode werkt dus in principe vanaf elke computer met een internetverbinding en een webbrowser.

Hierna worden een aantal bibliotheekdiensten besproken die alle op de een of andere manier gebruik maken van e-mail en waarbij het World Wide Web in feite als 'toegangspoort' dienst doet. Bondig worden de mogelijke voor- en nadelen besproken. Ook enkele marketingaspecten worden kort belicht.

### 2.2.1.1 Case: gemeentelijke openbare bibliotheek Balen

De gemeentelijke openbare bibliotheek Balen ([www.balen.be/bib](http://www.balen.be/bib)) maakt op haar website gebruik van twee e-mailformulieren: een formulier voor het reserveren van materialen en een formulier om aankoopsgesties te doen. Beide formulieren zijn op dezelfde leest geschoeid. Er wordt gebruik gemaakt van een formulier (Fig. 8) dat een nieuw bericht opent via de e-mailsoftware van de gebruiker. Het bericht wordt verzonden naar het e-mailadres van de bibliotheek met als onderwerpregel “reserveringsformulier” of “aankoopvoorstel”. Bij het formulier om te reserveren is het invullen van de naam en het lidnummer verplicht. Het e-mailbericht dat wordt verzonden, bevat alle gegevens die werden ingevuld.

**AANKOOPVOORSTEL**

Indien je een voorstel tot aankoop hebt, vul dan onderstaande gegevens zo volledig mogelijk in en verstuur het door op de verstuurknop te drukken.  
Wij vinden uw inbreng belangrijk.

Titel:

Schrijver -  Zanger -  Groep -  Orkest -  Regisseur :

Uitgever:

Is het een :  
 boek  cd  video  tijdschrift

Indien je hieronder ook nog je naam, bibkaarnummer en (eventueel) e-mail adres vermeldt, dan houden wij je op de hoogte van de aankoop.

Naam:   
 Bibkaarnummer:   
 E-mail:

---

Van:   
 Aan:   
 CC:   
 BCC:   
 Onderwerp:

```

titel=E-mail voor dummies
schrijver=on
uitvoerder=Levine, John R.
uitgever=Addison Wesley
soort=boek
naam=Patrick Vanhoucke
kaartnummer=0123456
e-mail=pv.scriptie.gbdi@skynet.be
  
```

**Fig. 8** E-mailformulier van de openbare bibliotheek Balen voor aankoopsgesties. Rechts het e-mailbericht dat wordt verzonden.  
(Bron: <http://www.balen.be/bib/klantenservice/aankoopvoorstel.html>)

Door het gebruik van dit formulier biedt de openbare bibliotheek Balen een eenvoudig instrument om de interactiviteit met de klant en diens betrokkenheid bij de collectievorming te vergroten. Een minpunt van de hier toegepaste methode is, dat de gebruiker zelf over software dient te beschikken om e-mail te verzenden. In de meeste gevallen zal dit formulier dus niet kunnen worden gebruikt vanuit de bibliotheek zelf, of vanuit een cybercafé.

### 2.2.1.2 Case: Hoofdstedelijke openbare bibliotheek

Via de website van de Hoofdstedelijke openbare bibliotheek ([www.hob.be](http://www.hob.be)) wordt een formulier aangeboden waarmee de uitleentermijn van ontleende materialen kan worden verlengd (Fig. 9). Men kan kiezen om alleen boeken te verlengen, of alle materialen. Dit formulier maakt gebruik van een script dat de inhoud van de verschillende velden doorstuurt naar het e-mailadres ([info@hob.be](mailto:info@hob.be)) van de bibliotheek.

**AANVRAAG VERLENGING**

Het on line verlengen is gebonden aan volgende beperkingen : 1) Uw aanvraag tot verlenging slaat automatisch op alle materialen die op uw uitleenpas geregistreerd zijn en waarvan de standaard uitleentermijn niet overschreden werd; 2) Materialen kunnen slechts verlengd worden voor een periode die het dubbele van de standaard uitleentermijn bedraagt; 3) Materialen die door een andere lener gereserveerd werden kunnen niet verlengd worden; 4) Een verlenging is aan dezelfde tarieven onderworpen als deze die gelden voor een standaard uitleentermijn. Het eventuele uitleengeld verschuldigd voor de verlenging wordt later afgerekend aan de balie. 5) Alleen volledig ingevulde formulieren worden behandeld; 6) De aanvraag tot verlenging dient uiterlijk **vòòr 10 uur in de ochtend** van de laatste dag van de standaard uitleentermijn verstuurd te worden met uitzondering van zaterdagen, zon- en feestdagen; 7) Uitsluitend de bevestiging, die u door de bibliotheek teruggestuurd wordt, geldt als aanvaarding van de verlenging; 8) Reserveren of werken opzij laten zetten kan alleen ter plaatse in onze bibliotheek.

nummer bibliotheekpas:

email adres:

familienaam :

voornaam :

verlengen: Boeken verlengen

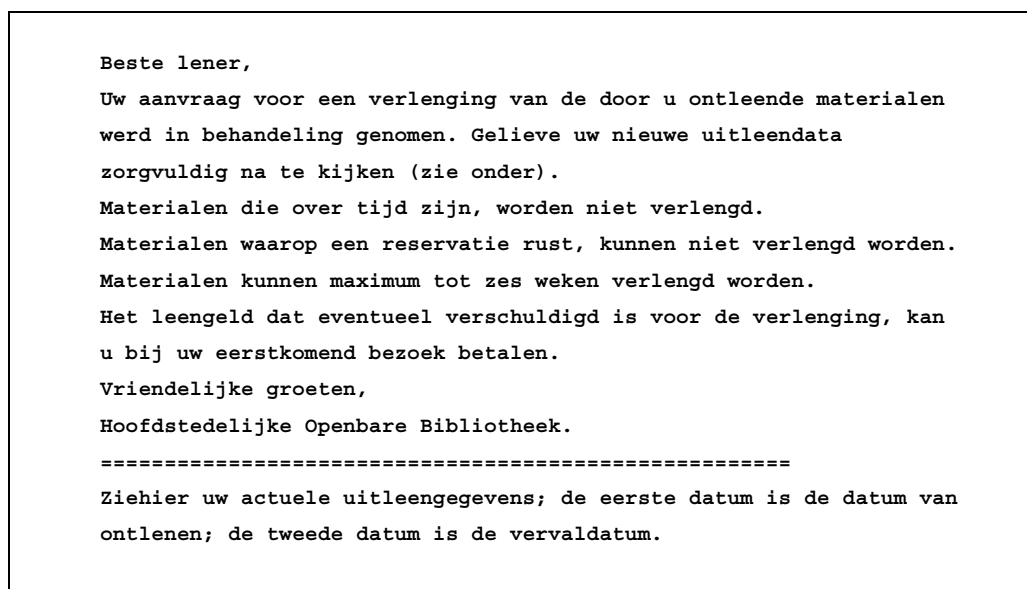
eventuele opmerking :

**Fig. 9** Hoofdstedelijke openbare bibliotheek: formulier waarmee de uitleentermijn kan worden verlengd (afbeelding bewerkt).  
(Bron: <http://www.digitaalbrussel.vgc.be/webpages/bib/verlengi.html>)

Nadat het formulier werd verzonden, komt de gebruiker terecht op een pagina die de verzending bevestigt (Fig. 10). Het verlengen van de uitleentermijn gebeurt niet in real time (on line), maar door de bibliotheekmedewerker die het e-mailbericht behandelt. Daarna ontvangt de klant een bericht met de nieuwe vervaldagen en een overzicht van werken die eventueel niet konden worden verlengd (Fig. 11).



**Fig. 10** Hoofdstedelijke openbare bibliotheek: bevestiging dat de aanvraag tot verlenging in behandeling wordt genomen (afbeelding bewerkt).  
(Bron: <http://digitaalbrussel.vgc.be/webpages/bib/bevestig.html>)



**Fig. 11** Hoofdstedelijke openbare bibliotheek: de klant krijgt per e-mail een bevestiging dat de aanvraag tot verlenging werd gehonoreerd.

De hier toegepaste methode voorziet niet dat de gebruiker een kopie van zijn verlengingsaanvraag per e-mail ontvangt. Bij mogelijke discussie kan de klant dus nooit bewijzen dat zijn aanvraag daadwerkelijk werd verzonden. Men kan echter wel een gewoon e-mailbericht aan de bibliotheek verzenden met het verzoek om de uitleentermijn van materialen te verlengen. Dit verzoek wordt op dezelfde manier verwerkt en gehonoreerd als via het formulier.

Het is jammer dat de Hoofdstedelijke openbare bibliotheek geen afzonderlijk e-mailadres ter beschikking heeft voor het verlengen van materialen (Fig. 12). Zowel voor de klanten als voor het personeel zou dit duidelijker zijn. De klant kan dan bijvoorbeeld een bericht sturen naar `verlengen@hob.be` en weet meteen dat zijn aanvraag bij de juiste dienst of persoon terechtkomt. Door het gebruik van een afzonderlijk e-mailadres kan de bibliotheek alle berichten met betrekking tot verlengingen gemakkelijker scheiden van de aanvragen tot informatie die via het algemene adres `info@hob.be` binnenkomen.

```
<input type="hidden" name="recipient" value="info@hob.be">
```

**Fig. 12** Hoofdstedelijke openbare bibliotheek: aanvragen tot verlenging komen terecht op het algemene e-mailadres dat dient voor het aanvragen van informatie. (Bron: <http://www.digitaalbrussel.vgc.be/webpages/bib/verlengi.html>)

Het gebruik van een formulier om de uitleentermijn van ontleende materialen te verlengen, is een aanvulling op de bestaande mogelijkheid om telefonisch of ter plaatse te verlengen. Via het formulier kan een aanvraag ook buiten de openingsuren van de bibliotheek worden verricht. Bovendien zorgt deze alternatieve methode voor een ontlasting van het baliepersoneel gedurende de drukke middagpieken. Het aanbieden van deze dienst ligt in de lijn van de toenemende mate aan *zelfbediening* in openbare bibliotheken.



### 2.2.1.3 Case: VraagPunt

VraagPunt is een digitale inlichtingendienst die sinds 10 februari 2003 wordt aangeboden door de universiteitsbibliotheek van de KULeuven (Fig. 13). De dienst is beschikbaar via [www.bib.kuleuven.ac.be/vraagpunt](http://www.bib.kuleuven.ac.be/vraagpunt) en wil een centraal punt zijn voor het stellen van vragen aan de bibliotheek. De dienst is in de eerste plaats bedoeld voor gebruikers van de bibliotheek en met name voor studenten en personeel van de universiteit. Vragen van externe gebruikers worden alleen beantwoord voor zover ze verband houden met wetenschappelijk onderzoek of met de bibliotheekvoorzieningen van de KULeuven.

**Fig. 13** VraagPunt is de digitale inlichtingendienst van de universiteitsbibliotheek van de KULeuven. (Bron: [www.bib.kuleuven.ac.be/vraagpunt](http://www.bib.kuleuven.ac.be/vraagpunt))

Het stellen en beantwoorden van de vragen gebeurt per e-mail. De vraagsteller blijft daarbij desgewenst anoniem. Er wordt gebruik gemaakt van QuestionPoint ([www.questionpoint.org](http://www.questionpoint.org)) als achterliggende software. QuestionPoint werd ontwikkeld door de Library of Congress en het OCLC Online Computer Library Center. De

vraagsteller kan zijn vragen en antwoorden ook via QuestionPoint opvolgen. Een bondige en duidelijke handleiding is beschikbaar.

Verzonden vragen worden intern door de meest geschikte bibliotheekmedewerker beantwoord. VraagPunt geeft echter geen garantie voor wat de antwoordtermijn betreft, maar meldt slechts dat *“je binnen de kortst mogelijke tijd een antwoord mag verwachten”*. De aanpak van de digitale inlichtingendienst getuigt van academische degelijkheid. VraagPunt geeft geen pasklare antwoorden, maar wil de gebruiker vooral de weg wijzen in het bestaande aanbod van bronnen en diensten van de universiteitsbibliotheek (Fig. 14).

```
Dear K.U.Leuven student,  
  
Thank you for your use of the QuestionPoint Service.  
  
Question ID: 66100  
  
Question: Verscheen er vóór 1950 in het tijdschrift "Modern Language Notes" iets over  
"Four Quartets" van T.S. Eliot? Sedert wanneer verschijnt dit tijdschrift?  
Librarian Reply: Voor zulke specifieke vragen is onze databank "PCI full text" heel  
geschikt. U kan hierin erg verfijnd en met heel omlijnde criteria zoeken. Deze  
databank is bereikbaar via het KUL-netwerk vanop de webpagina:  
< http://www.bib.keuleuven.ac.be/elektronisch/databanken.html >  
Je kan hierin een gecombineerde zoekopdracht maken van "four quartets" (als Article  
Title Keyword) en "modern language notes" (als Journal Title). Beperk je  
zoekresultaten tot artikels verschenen vóór 1950 (Year of publication).  
In bijlage vind je het resultaat van een dergelijke zoekopdracht. Zoals je kan  
vaststellen verschijnt het tijdschrift sinds 1886.  
  
Katrien Vandeweerd  
VraagPunt-team  
Bibliotheek Letteren - Erasmushuis  
Blijde-Inkomststraat 21  
3000 Leuven  
Meer info? < http://www.arts.keuleuven.ac.be/bibliotheek/ >
```

**Fig. 14** VraagPunt: voorbeeld van een vraag en een antwoord (afbeelding bewerkt).  
(Bron: <http://www.bib.kuleuven.ac.be/vraagpunt/handleiding/eindgebruikers.htm>)

Met het oog op buitenlandse vraagstellers werkt men aan een vertaling van de interface in het Engels. Deze is op dit ogenblik (juli 2003) echter nog niet volledig klaar. Met een internationale interface speelt VraagPunt duidelijk in op de markt van anderstalige en buitenlandse onderzoekers en studenten. Zij kunnen zich van op afstand grondig over het aanbod van de universiteitsbibliotheek informeren.

### 2.2.1.4 Case: Al@din

Sinds 20 maart 2003 beschikken de openbare bibliotheken in Nederland over hun eigen landelijke digitale vraagbaak. Die heet Al@din, wat staat voor Algemeen Landelijk Dekkend Digitaal Informatie Netwerk. Het publieke gedeelte van dit digitale inlichtingenproject is centraal toegankelijk via [www.bibliotheek.nl](http://www.bibliotheek.nl), de portaalsite van de Nederlandse openbare bibliotheken (Fig. 15) en daarnaast ook nog via iedere deelnemende bibliotheek.

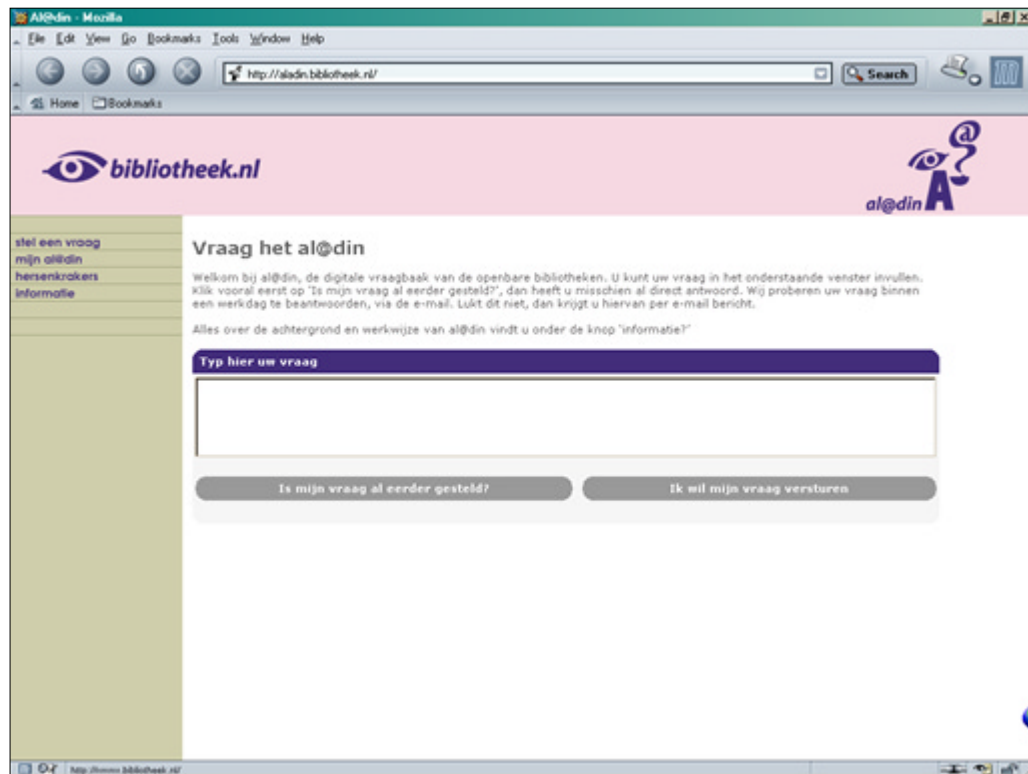
Momenteel (maart 2003) is deze dienstverlening nog uitsluitend gebaseerd op het versturen en beantwoorden van vragen per e-mail, maar de onderliggende software maakt het in principe mogelijk om ook van chatten of zelfs videoconferencing gebruik te maken (De Graaff, *Wendy*, 2002a:22). De vragen die een klant via Al@din stelt, komen terecht bij een netwerk van informatiespecialisten bij alle aangesloten openbare bibliotheken.

Via het webformulier kan 24 uur per dag en zeven dagen per week een vraag worden gesteld. De vragen worden op werkdagen beantwoord en normaal ontvangt men binnen een dag een antwoord. Als dat niet lukt, dan ontvangt men een bericht dat het langer zal duren. Al@din geeft te kennen dat een antwoord hoogstens vijf werkdagen op zich kan laten wachten.

In principe kan men bij Al@din met heel uiteenlopende vragen terecht, maar er zijn wel enkele beperkingen:

- er wordt geen diepgaand onderzoek verricht, maar klanten worden uitsluitend op weg geholpen naar bronnen of instanties die uitgebreide informatie over het desbetreffende onderwerp ter beschikking hebben;
- er wordt niet aan literatuuronderzoek gedaan, maar enkele titels over een bepaald onderwerp kunnen wel worden genoemd;
- voor medische of juridische adviezen wordt naar de daarvoor bevoegde diensten verwezen;

- vragen over hard- of software worden niet beantwoord, alleszins niet in zoverre dat ze alleen maar betrekking hebben op een specifiek probleem waarmee een klant te kampen heeft.



**Fig. 15** De vraagbaak Al@din is toegankelijk via de portaalsite van de Nederlandse openbare bibliotheken. (Bron: [www.bibliotheek.nl](http://www.bibliotheek.nl))

Alvorens een vraag werkelijk aan het team van bibliotheekmedewerkers te versturen, kan de klant nagaan of zijn vraag misschien al eerder werd gesteld. Daarvoor maakt hij na het intypen van de vraag gebruik van de knop “Is mijn vraag al eerder gesteld?”. De achterliggende software controleert dan of dezelfde of een soortgelijke vraag eerder werd gesteld. Op de reeds gegeven antwoorden kan dan desgewenst worden doorgeklikt (Fig. 16).



**Fig. 16** Al@din: antwoorden op reeds gestelde vragen kunnen worden aangeklikt. (Bron: www.bibliotheek.nl)

Wanneer de klant uiteindelijk zijn vraag verzendt, moeten verplicht nog enkele bijkomende gegevens zoals het e-mailadres, de postcode<sup>21</sup> en de leeftijd (jonger of ouder dan 12 jaar) worden ingevuld. Wie jonger is dan twaalf kan binnenkort ook met Al@din chatten<sup>22</sup>. Verder kunnen vrijblijvend nog worden ingevuld: naam, onderwerp, andere bronnen waar al gezocht werd, waarvoor het antwoord nodig is (school, werk, privé...) en vrije opmerkingen. Vervolgens krijgt de vraag van de klant een uniek identificatienummer toegewezen. Per e-mail ontvangt de klant een bevestiging dat de vraag werd ontvangen<sup>23</sup>. De klant kan dan te allen tijde de status van zijn vraag controleren.

<sup>21</sup> Tijdens de uitgevoerde test bleek de postcode geblokkeerd te zijn op "5611". Het was dus niet mogelijk om de postcode aan te passen. Uiteindelijk bleek dat ook de bedoeling niet. De ingevulde postcode is deze van de regio waar de vraag naar wordt verzonden, in dit geval Noord-Brabant (Eindhoven).

<sup>22</sup> Vanaf de zomer van 2003 zal Al@din via een beperkt aantal bibliotheken gedurende enkele uren per dag chatten voor de jeugd tot 12 jaar aanbieden (Projectgroep Aladin, 2003:33).

<sup>23</sup> Deze e-mail is enigszins verwarrend omdat er van een paswoord sprake is dat echter eerst nog moet worden opgevraagd. Hiermee kan dan de status van de vraag worden gecontroleerd.

Een bijkomende aardigheid van de vraagbaak is “Hersenkrakers”. Bij het aanklikken van deze optie komt men terecht op een pagina met nog openstaande vragen. Als gebruiker kan men op die manier mee helpen zoeken naar antwoorden.

Bij het nakijken van de status van een gestelde vraag wordt duidelijk dat Al@din in feite ook gebruik maakt van QuestionPoint als achterliggende software.

Ten behoeve van de vele medewerkers van Al@din werd door de Vereniging van Openbare Bibliotheken<sup>24</sup> ([www.debibliotheken.nl](http://www.debibliotheken.nl)) een speciale website ontwikkeld. Ook is een handleiding beschikbaar waarin bijvoorbeeld duidelijk wordt vermeld aan welke criteria antwoorden moeten voldoen en op welke manier er naar bronnen dient te worden verwezen (Projectgroep Aladin, 2003). Ten slotte werd ook nog voorzien in een speciale mailinglist waarop medewerkers van het project zich kunnen inschrijven.

Het Al@din-project maakt deel uit van de nationale portaalsite [www.bibliotheek.nl](http://www.bibliotheek.nl). De bedoeling is, om via deze portaalsite verschillende virtuele diensten aan te gaan bieden. Al@din is er daar dus één van. Op lange termijn wil [www.bibliotheek.nl](http://www.bibliotheek.nl) daarmee in Nederland hét publieke informatie- en kenniscentrum op het internet worden. Men wil daarmee ook iets doen aan het minder goede imago dat de openbare bibliotheken in Nederland op dit vlak nog steeds hebben.

---

<sup>24</sup> Dit is in Nederland de brancheorganisatie van de openbare bibliotheken.

### 2.2.2 Chatten

Omdat bibliotheken en documentatiecentra vrijwel altijd over een e-mailadres beschikken, is het stellen van een vraag via e-mail aan de bibliotheek ondertussen een vrij normale zaak. Diensten die deze mogelijkheid op een georganiseerde manier aanbieden, zoals VraagPunt en Al@din, hebben dit bestaande aanbod onlangs aangevuld. E-mail en webformulieren zijn echter vrij onpersoonlijke manieren om met de klant in contact te komen en bovendien krijgt die klant ook niet onmiddellijk een antwoord op zijn vraag, maar moet er met een zekere wachttijd worden rekening gehouden (Foley, 2002:36).

In het buitenland en met name in de Verenigde Staten maken steeds meer (grotere) bibliotheken gebruik van het zogenaamde *chatten* om hun klanten te helpen bij het beantwoorden van vragen of het zoeken naar informatie. Deze methode vervangt een echt gesprek of communicatie via e-mail niet, maar biedt een bijkomend alternatief voor klanten die liever anoniem blijven of niet rechtstreeks ter plaatse een personeelslid wensen aan te spreken. Tegenover e-mail verhoogt chatten de interactiviteit en biedt het meer mogelijkheden voor het geven van onmiddellijke feedback, waardoor eventuele misverstanden over de inhoud van een vraag snel kunnen worden opgelost. In vergelijking met het telefonisch verstrekken van informatie biedt chatten minder risico op vergissingen, bijvoorbeeld bij het doorgeven van ingewikkelde URLs. Het medium heeft natuurlijk ook wel enkele nadelen. Zo is het minder geschikt voor lange of 'ingewikkelde' gesprekken. Bovendien zullen blinden, slechtzienden of klanten die minder goed met een toetsenbord overweg kunnen waarschijnlijk de voorkeur blijven geven aan andere methoden (Foley, 2002:37).

Het gebruik van Internet Relay chat (IRC of kortweg chatten dus) speelt ook in op de mogelijkheden tot een klantgerichtere aanpak. Over het algemeen worden er in bibliotheken en documentatiecentra door de klanten minder vragen gesteld. De huidige bibliotheekklant verschilt dan ook grondig van die van vroeger. Terwijl men er vroeger vanuit ging dat de klant maar naar de bibliotheek moest komen, biedt chatten de mogelijkheid om de bibliotheek tot bij de klant te brengen. In de Verenigde Staten heeft het gebruik van *live inlichtingendiensten* de terugval in het bibliotheekgebruik

en het aantal klanten niet alleen gedeeltelijk kunnen opheffen, maar bovendien krijgen de bibliotheken er ook nieuwe klanten bij (De Graaf, *Wendy*, 2002c:40).

De bibliotheken die momenteel met live inlichtingendiensten in zee gaan, overwegen op termijn om deze diensten 24 uur per dag en zeven dagen per week aan te bieden. Deze aanpak vereist natuurlijk een grondige mentaliteitswijziging die zeker niet meer te rijmen valt met het principe van een nine-to-five-job. In grote gebieden zoals de Verenigde Staten is het de klok rond aanbieden van dergelijke diensten misschien eenvoudiger te organiseren dan in Europa of in een klein land zoals België of de regio Vlaanderen. In een land dat qua oppervlakte acht tijdzones bestrijkt is er immers altijd wel een wakkere bibliothecaris of documentalist te vinden.

Een overzicht van voornamelijk Amerikaanse bibliotheken die momenteel een live inlichtingendienst aanbieden is te vinden op de website van de University of Leicester (<http://www.le.ac.uk/li/distance/eliteproject/elib/chat.html>). Voor enkele interviews, rondetafelgesprekken en besprekingen van praktijkgevallen wordt ook naar de *Aanbevolen literatuur* verwezen.

### **2.2.2.1 Case: BiblioteksVagten**

Eén van de weinige Europese live inlichtingendiensten is BiblioteksVagten ([www.biblioteksvagten.dk](http://www.biblioteksvagten.dk)), een dienst die wordt aangeboden door een 30-tal openbare en een 8-tal wetenschappelijke bibliotheken in Denemarken (Fig. 17). Het project wordt ondersteund door Biblioteksstyrelsens ([www.bs.dk](http://www.bs.dk)), de centrale administratie en het nationale adviesorgaan voor de Deense openbare bibliotheken.

De live inlichtingendienst van BiblioteksVagten is ook buiten de normale openingsuren van de bibliotheken bemand: maandag tot donderdag van 8 tot 22 uur; vrijdag van 8 tot 20 uur; zaterdag van 8 tot 16 uur en zondag van 14 tot 22 uur. Buiten deze uren kunnen ook per e-mail of via een webformulier vragen worden gesteld. De meeste onderdelen van de website zijn behalve in het Deens ook in het Engels beschikbaar, maar de chat-interface bestaat alleen in het Deens. Wel kunnen er vragen in het Engels worden gesteld.



The screenshot shows the website BiblioteksVagten.dk. At the top, there is a blue header with a question mark icon and the text 'BiblioteksVagten.dk'. Below the header are navigation buttons for 'Home', 'Ask', 'Chat', and 'About'. A 'Dansk' language selector is visible in the top right corner. The main content area is titled 'Chat with a Librarian at BiblioteksVagten.dk'. It features an image of a librarian sitting at a computer workstation. To the right of the image, there is text explaining the chat service: 'You can chat with one of our librarians within [the opening hours](#) of the service. Using chat, the librarian can ask you exactly the questions needed in order to be able to help you. Thus the librarian can help you find precisely the information you may need.' Below this text is a 'Chat' button with a speech bubble icon. At the bottom of the main content area, there is a link: 'You may also ask the librarian using [this form](#).' The footer contains two lines of text: 'BiblioteksVagten. An information service jointly operated by [a number of Danish Public Libraries](#)' and 'BiblioteksVagten is supported by [the Danish National Library Authority](#). [E-mail to webmaster](#)'.

**Fig. 17** BiblioteksVagten, de live inlichtingendienst van de Deense openbare bibliotheken, is ook buiten de openingsuren van de bibliotheken bemand. (Bron: [www.biblioteksvagten.dk](http://www.biblioteksvagten.dk))

BiblioteksVagten beantwoordt alle vragen die men normaal ook in een (openbare) bibliotheek aan het personeel zou stellen. Met het bespreken van literatuur of met specifieke juridische vragen houdt de dienst zich echter niet bezig. Tijdens een chatsessie worden vragen in principe onmiddellijk beantwoord. Als dat niet mogelijk is, dan wordt dat meegedeeld en volgt het antwoord achteraf via e-mail. De dienst zelf is gratis, maar voor het maken en verzenden van fotokopieën moet in bepaalde gevallen worden betaald. De medewerkers van BiblioteksVagten kunnen ook informatie in betaalde databases opzoeken. De prijs voor dergelijke raadplegingen wordt dan aan de klant aangerekend.

Als software voor het chatten maakt BiblioteksVagten gebruik van HumanClick, tegenwoordig een onderdeel van LivePerson ([www.liveperson.com](http://www.liveperson.com)).

### 2.2.2.2 Case: 24/7 Reference

Eén van de ongetwijfeld meer geavanceerde live inlichtingendiensten is het Amerikaanse 24/7 Reference ([www.247ref.org](http://www.247ref.org)). Zoals de naam al aangeeft, werkt deze dienst daadwerkelijk 24 uur per dag en zeven dagen per week. In tegenstelling met andere gelijkaardige diensten in de Verenigde Staten die per bibliotheek vaak alleen toegankelijk zijn voor ingeschreven leden of binnen een bepaald geografisch gebied, is 24/7 Reference in principe toegankelijk voor iedereen. De dienst is beschikbaar via de centrale website (Fig. 18), maar ook via de websites van elk van de aangesloten openbare bibliotheken in Zuid-Californië. Dat zijn er in totaal een 50-tal. Daarnaast zijn er ook nog een 30-tal bibliotheken van hogescholen en universiteiten die de dienst alleen aan ingeschreven leden aanbieden. De inlichtingendienst is zowel in het Engels als in het Spaans beschikbaar.



**Fig. 18** 24/7 Reference wordt niet alleen aangeboden via een centrale website, maar tevens via de websites van een 50-tal openbare bibliotheken in Zuid-Californië. (Bron: [www.247ref.org](http://www.247ref.org))

Alhoewel alle aangesloten bibliotheken dezelfde software en dus ook dezelfde interface gebruiken, kan elke bibliotheek de dienst min of meer aan persoonlijke voorkeuren of aan de lokale huisstijl aanpassen. 24/7 Reference is een project van het Metropolitan Cooperative Library System ([www.mcls.org](http://www.mcls.org)) dat steun ontvangt via een fonds van de California State Library.

24/7 Reference wordt bemand door lokale bibliothecarissen en bibliothecarissen van het Metropolitan Cooperative Library System, maar ook door studenten van bibliotheekscholen die in dienst zijn van het MCLS. Bibliothecarissen die niet aan een bepaalde bibliotheek zijn verbonden, springen soms in tijdens piekmomenten of buiten de normale kantooruren. Zij werken dan meestal van bij hen thuis en doen voornamelijk een beroep op online resources om vragen te beantwoorden.

Nadat de gebruiker een aantal persoonlijke gegevens heeft ingevuld (welke gegevens verplicht zijn, hangt van de interface van de uitgekozen bibliotheek af) en zijn vraag heeft ingetypt, wordt er verbinding gemaakt met een medewerker (Fig. 19). Het eigenlijke gesprek vindt steeds in het rechterdeel van het scherm plaats. Het grotere linkerdeel kan door de medewerker van 24/7 Reference gebruikt worden om de klant bepaalde websites te tonen die mogelijk het antwoord op zijn vraag bevatten.

Fig. 19 24/7 Reference: voorbeeld van de interface. (Bron: [www.247ref.org](http://www.247ref.org))

Nadat de sessie werd beëindigd, ontvangt de klant op het door hem eventueel ingevulde e-mailadres een volledige transcriptie van het gesprek. Ook de tijdens het gesprek vermelde websites of andere bronnen worden daarin vermeld. Indien het gesprek om een of andere reden vroegtijdig wordt afgebroken (bijvoorbeeld door een probleem met de internetverbinding), dan ontvangt de klant een e-mailbericht dat toch nog zoveel mogelijk relevante informatie bevat (Fig. 20). Op basis daarvan kan het gesprek dan desgewenst later worden voortgezet.

```
Hi Patrick,  
  
Sorry that we got disconnected during your online sessions. You  
can view the August 2000 issue online at:  
http://www.techcomm-online.org/pi/past\_issues.html  
  
> From the site FAQ page at  
> http://www.techcomm-online.org/shared/faq.html:  
  
"STC has placed the tables of contents, abstracts, and full text  
of its print journal on the Technical Communication Online site,  
beginning with the February 1996 issue. Issues are available  
online as soon as the print version mails. Everyone who registers  
has access to the tables of contents, abstracts, and book reviews  
of all issues at the Technical Communication Online site, as well  
as to full text of articles that are more than one year old."  
  
Viewing issues requires (free) registration. Here's more from the  
site at http://www.techcomm-online.org/shared/tos.html :  
  
"To activate your access to Technical Communication Online, please  
select the type of subscription you have from the list below. If  
you do not have a subscription, choose "Register as a guest."  
  
Register as an STC Member Or Nonmember Subscriber  
  
Register as an Institutional Subscriber  
  
Register as a guest"  
  
If you have questions, you can contact Technical Communication  
Online using the online form at:  
http://www.techcomm-online.org/shared/contact.html  
  
If you need more assistance, please log in again.  
  
Sincerely,  
  
Gillian  
MCLS 24/7 Reference Librarian
```

**Fig. 20** 24/7 Reference: voorbeeld van een antwoord via e-mail nadat de chatsessie was onderbroken.

## 2.3 Aanbevolen literatuur

De hierna vermelde literatuurlijst sluit nauw aan op de *Aanbevolen literatuur* bij het eerste hoofdstuk en bevat de titels van enkele artikels die dieper ingaan op de mogelijkheden van het internet als instrument in het documentatiecentrum of de bibliotheek. Daarnaast bevat dit overzicht richtlijnen en adviezen met betrekking tot het schrijven en vormgeven van e-mailberichten en berichten voor mailinglists of elektronische nieuwsbrieven, alsook enkele artikels die dieper ingaan op de mogelijkheden van *live reference* (live inlichtingendiensten).

ANDRESEN, Leif

2002. *bibliothek.dk: visit your library from home*.

In: Scandinavian Public Library Quarterly, vol. 35 nr. 1, p. 4-5.

Ook als online resource: SPLQ [host]. Datum laatste controle: 2003-07-12.

URL: [http://www.splq.info/issues/vol35\\_1/02.htm](http://www.splq.info/issues/vol35_1/02.htm) (artikel)

URL: [http://www.splq.info/issues/vol35\\_1/1\\_2002.pdf](http://www.splq.info/issues/vol35_1/1_2002.pdf) (volledig nummer)

BALAS, Janet

1998. *Using the web to market the library*.

In: Computers in Libraries, vol. 18 (1998) nr. 8, p. 46, 48-49.

BARBER, Peggy & Linda Wallace

2002. 10 Tips for marketing virtual reference services (VRS) [online resource].

SSDesign [host]. Datum laatste controle: 2003-07-12.

URL: <http://www.ssdesign.com/librarypr/content/p070802a.shtml>

URL: [http://www.ssdesign.com/librarypr/download/odds\\_and\\_ends/marketing\\_vps.pdf](http://www.ssdesign.com/librarypr/download/odds_and_ends/marketing_vps.pdf)

BECKERINGH, Sebas

2003. *De bibliotheek op internet: toekomst voor websites van lokale bibliotheken?*

In: BibliotheekBlad, jrg. 2003 nr. 9, p. 30-32.

BOEDER, Pieter

2002. *Non-profits on E: how non-profit organizations are using the Internet for communication, fundraising, and community building*.

In: First Monday [online resource], vol. 7 nr. 7. Datum laatste controle: 2002-09-20.

Update: 2002-06-14.

URL: [http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_7/boeder/index.html](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_7/boeder/index.html)

BRANDT, Scott D.

2000. *Using good systems work to extend your library's market*.

In: Computers in Libraries, vol. 20 (2000) nr. 9, p. 61-63.

CARPENTER, Beth

1998. *Your attention, please! Marketing today's libraries*.

In: Computers in Libraries, vol. 18 (1998) nr. 8, p. 62-66.

Ook als online resource: Infotoday [host]. Datum laatste controle: 2002-08-28.

URL: <http://www.infotoday.com/cilmag/sep98/story2.htm>

COHEN, Suzanne, John Fereira, Angela Horne *et al.*

2000. *MyLibrary* [online resource]: *personalized electronic services in the Cornell University Library*.

In: D-Lib Magazine, vol. 6 nr. 4 (April 2000). D-Lib [host]. Datum laatste controle: 2002-09-20.

URL: <http://www.dlib.org/dlib/april00/mistlebauer/04mistlebauer.html>

COX, Andrew

1999. *Library services on the Web*.

In: Very informal newsletter on library automation (VINE), jrg. 1999 nr. 113, p. 3-7.

COX, Christopher & Stephen Pratt

2002. *The case of the missing students, and how we reached them with streaming media*.

In: Computers in Libraries, vol. 22 (2002) nr. 3, p. 40-45.

CROMBAGS, Beate & Oedo Brandsma

2002. *De tien gouden e-mailregels: een klantgerichte aanpak voor meer rendement*.

In: Tijdschrift voor Marketing, vol. 36 nr. 5 (mei 2002), p. 24-26.

DAVIS, Gillian

2001b. Life as a live reference librarian [online resource]. Suite101 [host]. Datum laatste controle: 2002-09-18. Update: 2001-08-14.

URL: <http://www.suite101.com/article.cfm/9460/75858/>

2001c. Life as a live reference librarian [part 2] [online resource]. Suite101 [host]. Datum laatste controle: 2002-09-18. Update: 2001-08-21.

URL: <http://www.suite101.com/article.cfm/9460/77824/>

GILES, Sharon & Jon Crossno

2000. *Promoting the library by e-mail alert service*.

In: Marketing Library Services, vol. 14 nr. 3 (April/May 2000).

Look als online resource: Infotoday [host]. Datum laatste controle: 2002-09-17.

URL: <http://www.infotoday.com/mls/aproo/giles&crossno.htm>

HINTON, Danielle & Lou McGill

2001. *Chat to a librarian: 21st century reference for distance learners*.

In: Very informal newsletter on library automation (VINE), jrg. 2001 nr. 122, p. 59-64.

KASSENAAR, Peter & Oskar van Rijswijk

2002a. Checklist e-mail usability [online resource]. W3use [host]. Datum laatste controle: 2003-07-13.

Update: 2002-10-10.

URL: <http://www.w3use.nl/usability/email.html>

URL: [http://www.w3use.nl/publicaties/pdf/w3use\\_usabilitypaper\\_email.pdf](http://www.w3use.nl/publicaties/pdf/w3use_usabilitypaper_email.pdf)

KENNEY, Brian

2002. *Live, digital reference*. In: Library Journal, vol. 127 (2002) nr. 16, p. 46-50.

Look als online resource: Library Journal [host]. Datum laatste controle: 2003-07-13.

URL: <http://libraryjournal.reviewsnews.com/index.asp?layout=articlePrint&articleID=CA245058>

KENT, Susan

2002. *The public library director in the dot (.) world*.

In: New Library World, vol. 103 (2002) nr. 1172-1173, p. 48-54.

MCDONALD, Robert H., JoAnn Sears & Cindy Mitchell

2000. *Footballs and URLs: marketing your library and its online presence*.

In: Computers in Libraries, vol. 20 (2000) nr. 8, p. 44-48.

**MITTERMEYER, Diane**

2002. *Repositioning the library with two lines of information services for a target market : the virtual customers*. In: Savard, Réjean (ed.). Education and research for marketing and quality management in libraries. Satellite meeting. Québec, 14-16 August 2001. München, Saur, 2002, xii, 326 p. (IFLA Publications ; 99).

**NEAL, Karen & Mark Kerr**

2000. *E-commerce and the librarian*.

In: Very informal newsletter on library automation (VINE), jrg. 2000 nr. 120, p. 3-5.

**NELSON, Walter**

2000. *Using your intranet site as a communication tool*.

In: Marketing Library Services, vol. 14 nr. 6 (September 2000), cover story.

ook als online resource: Infoday [host]. Datum laatste controle: 2002-09-17.

URL: <http://www.infoday.com/mls/sep00/nelson.htm>

**PUACZ, Jeanne Holba**

2002. *Catching (and keeping!) E-patrons*.

In: Computers in Libraries, vol. 22 nr. 1 (January 2002), p. 12-14, 71-72.

**SPENCER, Tessa**

2002. *The potential of the Internet for non-profit organizations*. In: First Monday [online resource], vol. 7 nr. 8. Datum laatste controle: 2002-09-20. Update: 2002-07-22.

URL: [http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_8/spencer/index.html](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_8/spencer/index.html)

**STURGES, Paul**

2002. *Remember the human: the first rule of netiquette, librarians and the Internet*.

In: Online Information Review, vol. 26 (2002) nr. 3, p. 209-216.

**VERSCHUEREN, Johan**

2000. Tien vaak gemaakte fouten bij het e-mailen [online resource]. ResponseTips [host]. Datum laatste controle: 2003-07-12.

URL: <http://www.responstips.be/i14.htm>

**VERSCHUEREN, Paul**

1999. Vuistregels voor direct e-mail [online resource]. ResponseTips [host]. Datum laatste controle: 2003-07-12.

URL: <http://www.responstips.be/io6.htm>

2001. Permissiemarketing geeft meer respons [online resource]. ResponseTips [host]. Datum laatste controle: 2003-07-12.

URL: <http://www.responstips.be/io5.htm>

**VERSCHUEREN, Paul & Johan Verschuere**

2001. Voordelen van een e-mailnewsletter [online resource]. ResponseTips [host]. Datum laatste controle: 2003-07-12.

URL: <http://www.responstips.be/io4.htm>

**ZUYDENDORP, Edwin**

2000. Klantenbinding door internet. Soest, Sybex, 2000, xiv, 178 p.