
*Een klantgericht bibliotheekconcept:
het benaderen van vragen in hun context
Deel 3: de infobalie*



Edwin Van Troostenberghe
Bibliothecaris openbare
bibliotheek Middelkerke
Populierenlaan 16
8430 Middelkerke
Tel.: 059 31 99 10
e-mail:
edwin.vantroostenberghe
@middelkerke.be

ARTIKEL

In een eerste artikel zijn we vertrokken vanuit de stelling dat vragen altijd gesteld worden in een context. We zijn beter voorbereid om de klanten te helpen, als we de meest courante contexten in kaart brengen, als we de meest voorkomende types van vragen kennen, als we zicht hebben op de geschikte bronnen, als we zoekstrategieën van vraag naar bron uitschrijven en als we weten naar welke informatiebemiddelaars we kunnen doorverwijzen.

In een tweede artikel werden deze inzichten toegepast op de plaatsing en presentatie van media in de open kast. Nu onderzoeken we de gevolgen van deze ideeën voor het inlichtingenwerk aan de balie.

PROBLEEMSTELLING

In de bibliotheek van Balen deden we een oefening waarbij een bibliotheekmedewerker in de huid kroop van een klant en naar de balie trok met een vraag.

U gaat voor twee weken op vakantie naar het Gardameer en u zou het wel fijn vinden om enkele zinnestjes Italiaans te kunnen spreken.

Waar vind ik een cursus Italiaans?

We gingen ervan uit dat de 'klant' enkel die laatste vraag stelde en alleen maar iets over de context loste als daarnaar werd gevraagd. De medewerkster aan de balie vond in de catalogus een lijst handboeken Italiaans, waarvan de meeste uitgeleend waren. Dan werd de themakast 'Taalcursussen' doorsnuffeld. Uiteindelijk ging de 'klant' naar huis met een reservering

van de cursus 'Italiaans zonder moeite' van Assimil, inclusief geluidscassettes.

In een volgende oefening vroeg een 'klant' naar een cursus Spaans, maar de context was volledig anders.

Voor een Europees project gaat u voor een hele poos in Spanje werken. Indertijd hebt u wat Spaans geleerd, maar dat zit ver. U wilt de taal echt een stuk grondiger kennen en uw werk veronderstelt ook dat u vrij goed kunt schrijven. Uw auditief geheugen is bovendien niet zo goed. U hebt meestal niet de zelfdiscipline om regelmatig te studeren. In de bibliotheek vraagt u: **Waar vind ik een cursus Spaans?**

Ook nu werd eerst in de catalogus gekeken, maar na de nodige omzwervingen nam de bibliotheekmedewerker de klant mee naar het rek 'Landen' en duwde haar uiteindelijk een boekje 'Spaans op reis' in handen.

In beide gevallen werd de klant op een zijspoor gezet. De eerste zou het best gediend geweest zijn met een boekje 'Italiaans op reis', de tweede had een cursus voor gevorderden nodig met een de klemtoon op grammatica. Een doorverwijzing naar Spaanse les in avondonderwijs was nog raker geweest.

Wat liep fout bij de informatiebemiddeling? Beide bibliotheekmedewerkers hadden via een kort gesprek de context van de vraag achterhaald, maar die gaf niet de doorslag bij het gevolgde zoek-

pad. Ook de catalogus schoot tekort om de juiste bronnen aan te wijzen. En er was niet de reflex om na te zien waar taalles gegeven werd.

Het ligt niet voor de hand om een geschikte taal cursus te vinden, noch voor de klant, noch voor de informatiebemiddelaar.

- Kent de klant al iets van de taal?
- Leert hij best visueel of auditief?
- Kan hij geluidscassettes of cd-roms afspelen?
- Leert hij gemakkelijk zelfstandig?
- Wil hij vooral zijn woordenschat uitbreiden, leren converseren of correct schrijven?

Een tijd geleden vroeg een klant naar een woordenboek Turks. Dat hadden we niet in huis. Uiteindelijk bleek dat hij helemaal geen Turks kende, maar een brief in het Turks had ontvangen en die wou lezen. Een speurtocht op het internet leverde een adres op van iemand die Turks vertaalt. De klant ging tevreden naar huis.

Je hebt meubelwinkels waar ze tafels, stoelen en bureaus verkopen, je hebt meubelwinkels waar ze 'oplossingen' verkopen. Om een 'oplossing' te verkopen moet je het probleem van de klant kennen, maar je moet evenzeer inzicht hebben in de producten die je verkoopt.

Zo werd in Balen nog een ander rolspel gedaan.

U bent pas lid van een club van kleine beleggers. Vorige keer kreeg u uitleg over aandelenclinks, maar dat hebt u niet echt begrepen. U snapt ook niet zo goed het mechanisme van de beurs. U zou wel zicht willen krijgen op de soorten van beleggingen. De beleggersclub besliste enkele aandelen te kopen van een plantage in Indonesië. Kan dat zomaar en is dat betrouwbaar? U zou wel meer over die firma willen weten. Hoe kan dat, ook in België? De club gaf de raad een abonnement te nemen op de *Financieel Economische Tijd*. U komt naar de bibliotheek om die krant te lezen. Uw vraag luidt: **Hebt u de *Financieel Economische Tijd*?**

Hier wordt een vraag gesteld naar een specifiek document. Met het aanwijzen van de krantenhoek kan de kous af zijn. Maar in Balen daagde het de bibliotheekmedewerker al vlog dat er meer aan de hand was. De bronnen die relevant kunnen zijn voor kleine beleggers, staan er echter zeer versnipperd. De medewerker moest al zijn parate kennis boven halen om de zoektocht tot een goed einde te brengen. Hij begeleidde de klant naar de krantenhoek, de leeszaal, de internetzone en diverse Siso-nummers in de non-fictie-afdeling. Het was puzzelen en er bleven stukken ontbreken.

VOORWAARDEN VOOR EEN GOEDE INFORMATIEBEMIDDELING

Er wordt wel eens beweerd dat kleine bibliotheken dicht bij de klant staan en daardoor een betere service kunnen geven. Volgens mij is het geen kwestie van schaal maar van attitude en organisatie. Klanten van Middelkerke die in Gent studeren en daar ook naar de openbare bibliotheek gaan, vertellen dat ze daar heel goed geholpen worden. Op elke verdieping is er een infobalie, waar de bibliotheekmedewerkers ten volle tijd uittrekken.

Welke instructies gelden in uw bibliotheek? Gaat u met de mensen mee tot aan het rek? Zoekt u zelf iets op in de catalogus? Leert u de klant met de catalogus werken? Probeert u meer te weten over de context van waaruit uw klant vragen stelt? Gaan alle medewerkers op dezelfde manier te werk?

Het uitgangspunt moet zijn dat elke klant de bibliotheken buitengaats met het gevoel dat hij geholpen werd. Daarvoor moet aan een aantal voorwaarden voldaan worden. We zetten er enkele op een rij.

1. Een kwestie van attitudes

De absolute basisvoorwaarde voor een goede dienstverlening is de attitude dat u kost wat kost de klant wilt

helpen. Met die attitude aan de balie kan iedereen ook zonder specifieke opleiding een expertise opbouwen. Enkele vuistregels.

Beschikbaarheid uitstralen

Veel klanten zijn timide en durven een personeelslid dat aan het werk is, niet zo gauw storen. Kijk op zodra een klant in de buurt is en geef hem een assertieve groet die leest als: "Ik ben er voor u". Zet eventueel een bordje op de balie in de trant van "Vraag maar, u stoort niet."

In de bibliotheek van de Nederlandse gemeente Castricum bleek dat klanten vaak geremd zijn om de medewerkers aan de balie aan te spreken. Klanten stappen gemakkelijker toe op het personeel dat tussen de rekken boeken terugplaatst. De directie besliste om tijdens de uitleensessies een 'floodwalker' op de klanten los te laten. Op die manier wordt iets wat in veel kleinere bibliotheken spontaan gebeurt, in een grootschaliger organisatie geïnstitutionaliseerd.

In Middelkerke gaan we nog verder en stappen zelf op zoekende klanten toe: "Vindt u wat u zoekt? U mag gerust vragen stellen als u dat wenst..."

Geïnteresseerd zijn

Geïnteresseerd zijn kunt u niet verliezen, uw lichaamstaal verraadt u. Wie dat niet echt in zich heeft, hoort niet aan de infobalie. Neem de gewoonte actief te luisteren, dat betekent dat u ook met uw lichaam en mimiek aangeeft dat u de klant volgt. Overdrijf daarbij uiteraard niet.

Feedback vragen

Beperk u niet tot het aanwijzen van een bron. Als u niet zelf de bron gaat uithalen of het antwoord gaat zoeken, maak dan duidelijk dat de klant steeds op u kan terugvallen bij moeilijkheden. "Als u het niet vindt, kom dan gerust nog eens langs, ik help u wel verder". Als uw bibliotheek geen sterke traditie van dienstbaarheid heeft, kunt u daar toch iets aan veranderen:

- expliciteer uw verwachtingen;
- maak de collega's op vergaderingen

er telkens opnieuw bewust van;

- ga met uw team een andere bibliotheek bezoeken als 'klanten';
- toon zelf het goede voorbeeld.

2. Het formuleren van de vraag

Informatiebemiddeling betekent vraag en aanbod bij elkaar brengen. Klanten hebben het vaak moeilijk om die vraag te formuleren. Ze komen naar de bibliotheek met ofwel een heel vage verwachting, ofwel een heel specifieke. Enkele problemen kunnen zich voordoen.

De klant kan moeilijk een keuze maken

Hoe vaak krijgen we niet de vraag: "Kunt u mij eens een paar spannende romans geven?" Het kan even duren voor we weten wat de klant met 'spannend' bedoelt. Er bestaan instrumenten om mensen te helpen bij de keuze.

Een ander voorbeeld.

- De klant moet voor school een werk maken, maar hij kan niet beslissen welk onderwerp hij gaat nemen. Dat kan onder meer afhangen van de beschikbaarheid van (eenvoudige) informatie. Het zou handig zijn als aan de infobalie een lijst van maatschappelijke onderwerpen klaar ligt waaruit scholieren kiezen, of misschien brengen de persmappen van Mediargus hen op ideeën.

Als een klant moeilijk kan kiezen, is een eerste stap in de informatiebemiddeling om verschillende mogelijkheden aan te reiken.

De klant kan zijn vraag niet plaatsen binnen de bibliotheeklogica

De klant weet wat hij nodig heeft en probeert zelf zijn vraag te vertalen naar

de systematiek die in de bibliotheek gebruikt wordt.

Voorbeelden

- Een klant heeft een dochter van vijftien en wil weten of ze deze zomer mag opdiene in een horecazaak en hoeveel zij dan minimum moet verdienen. Kennissen spreken elkaar tegen en de moeder wil op papier hoe het zit. Zij is overdonderd door de vele kasten en bordjes die om aandacht schreeuwen. Ze neust wat rond bij 'Werk' en bij 'Recht' en bij 'Geld' maar vindt niet de geschikte informatie. Ze stapt op de infobalie af en vraagt: 'Waar vind ik informatie over de horeca?'. De bibliotheekmedewerker antwoordt heel correct: 'Dat vindt u in het rek 'Voeding'. Het probleem? De klant geeft maar één trefwoord aan dat zij buiten enige context communiceert.
- Een klant moet voor school een luchtfoto vinden van een dorp met lintbebouwing en vraagt aan de balie waar hij boeken over luchtfotografie kan vinden. Hij heeft niet de reflex om bijvoorbeeld te gaan zoeken bij boeken over Vlaanderen.
- Een klant wil weten hoeveel het bestaansminimum bedraagt. Hij kijkt in de catalogus bij het trefwoord 'maatschappelijk werk' en stelt vast dat de bibliotheek daar niets over heeft. Hij heeft niet de reflex om te kijken bij 'welzijnswerk'.

Een vraag situeren binnen een systematische ordening van kennis is niet altijd gemakkelijk. Klanten hebben vaak de neiging hun vraag (verkeerd) te 'vertalen'. Voor de bibliotheekmedewerker is het gemakkelijkst als hij de 'zuivere' vraag aangeboden krijgt en dus het verhaal achter de vraag.

3. Het verhaal achter de vraag

Een vraag wordt steeds gesteld in een context. Het is niet altijd nodig die context te kennen. Maar vaak kan de bemiddelaar daardoor de vraag beter situeren en dus meer relevante informatie aanreiken.

Voorbeelden

- Een klant vraagt naar informatie over aids.

Een scholier die een werk moet maken, zal tevreden zijn met een basisboekje of enkele artikels. Voor een hogeschoolstudent die er zijn een eindwerk aan wijdt, zult u dieper moeten graven in de collectie. Is de klant zelf of iemand uit zijn omgeving besmet door de ziekte, dan zullen getuigenissen en adressen van organisaties waarschijnlijk belangrijk zijn.

- Het tienjarig zoontje van een klant is door het dak van een loods gevallen en overleed aan zijn verwondingen. Zijn broertjes toonden geen verdriet en wilden er niet over praten. Ook de psychiater kon niet tot hen doordringen. De vader zocht een boek dat hem inzicht kon geven in hun reactie en hem aanwijzingen kon geven over hoe hij daarmee om moest gaan. Het zoontje van een andere klant verdronk in zee. De vrouw kon niet leven met de dood van haar kind, en zocht troost in de idee dat met de dood het leven niet gedaan is. Nog een andere klant zocht een boek dat haar kon helpen om met haar kleinzoon te praten over de dood van zijn moeder. In deze drie gevallen is het trefwoord 'dood'. De soort van bron die de klant kan helpen verschilt aanzienlijk. In het eerste geval misschien een psychologische studie, in het tweede geval eerder een esoterisch boek en in het derde geval een prentenboek uit de jeugdafdeling. En weten de klanten dat er zelfhulpgroepen bestaan rond rouwen?

Privacy

Iedereen kent wel mensen die bij de geringste aanleiding hun hele levensverhaal opdissen. Dat is niet bepaald nodig voor een efficiënte informatiebemiddeling. De tegenpool is de introverte mens die niets van zichzelf blootgeeft. Laten zo.

De meeste klanten zijn best bereid een tipje van de sluiter op te lichten, net genoeg om geholpen te kunnen worden. De weerstand is groter naarmate de betrokkenheid tot het onderwerp persoonlijker is en het thema in een taboesfeer hangt: iemand heeft een genante ziekte, een seksueel probleem, wil scheiden, heeft een conflict met zijn puber.

Enkele suggesties

- Dienstbaarheid

Geef duidelijk het signaal dat u de klant wilt helpen, maar dring u niet op. De weerstand van de klant om zich bloot te geven verschrompelt naar mate hij het gevoel krijgt dat u hem echt wilt helpen.

- Indirectheid

In plaats van op de man af te vragen waarvoor iemand informatie nodig heeft, kunt u mogelijkheden etaleren. "Waar vind ik informatie over recht?" U antwoordt: "Dat hangt ervan af. We hebben rechtsinformatie voor huurders en verhuurders, voor minderjarigen, voor mensen die scheiden..." Als de klant op een neutrale manier een aantal contexten opgesomd krijgt, is er een redelijke kans dat hij u zal toevertrouwen vanuit welke context hij informatie zoekt. Hij krijgt als het ware een menu waaruit hij kan kiezen.

Geef uw klant ook de kans zich in te dekken. Iemand kwam vragen naar oude krantenummers. Pas na een tijd preciseerde zij dat zij voor iemand een persartikel zocht over een geval van verkrachting. Het gesprek werd gevoerd in functie van die afwezige derde, hoewel het bijna zeker om de klant zelf ging.

- Directheid

Indirectheid is aangewezen tot de klant beslist heeft zijn verhaal te doen. Vanaf dat moment voelt hij zich meer comfortabel als u juist wél direct bent. U maakt op die manier duidelijk dat u de vraag normaal vindt. "Hebt u er al aan gedacht met dit probleem naar een psychiater te stappen." "Weet u dat er een organisatie is die u misschien zou kunnen helpen?" "Gaat het om een echtscheiding op grond van feiten of met onderlinge toestemming?"

4. Kennis van het gebruiksnuut van bronnen

Om een gepaste bron te vinden moeten we een goede kennis hebben van de

bronnen. Het volstaat niet dat we een bron vinden waarvan het trefwoord overeenkomt met wat we zochten.

Voorbeelden

- Een klant vraagt iets over 'echtscheiding'. In de catalogus vindt u 63 treffers. Maar hij wil gewoon een oriëntatie op alle mogelijke gevolgen van zijn situatie. Wellicht volstaat de *Gids bij scheiding* van de studiedienst van het KAV.

- In de inleiding werd aangetoond hoe een inzicht in de diverse soorten taalcurricula cruciaal kan zijn voor een goede informatiebemiddeling.

Bij traditionele ontsluitingsmiddelen staat 'gebruiksnuut' niet centraal. We houden er bijvoorbeeld wel rekening mee bij het samenstellen van keuzelijsten. Vooral in grote collecties bestaat het gevaar dat de klant tussen de bomen het bos niet meer vindt.

In onze collectie krijgen alle boeken waarin verwezen wordt naar organisaties en adressen een felgele sticker met een icoontje. Voor een boek over leerstoornissen vinden we op de betreffende plank direct de werken waar een link naar organisaties gemaakt wordt.

5. De zoekstrategie bepalen

Wanneer een klant op u afkomt en u een vraag stelt, kan het dat er meteen tientallen associaties door uw hoofd flitsen en u niet weet waar te beginnen.

Voorbeelden

- Een klant zoekt informatie over de Australische naïeve kunstenaar Rae Marks. Waar gaat u best eerst zoeken? Internet? De catalogus? Een algemene kunstencyclopedie? Een boek over naïeve kunst? Heeft de klant er veel informatie over nodig? Wil hij de waarde van een schilderij kennen? Naar wie kunt u hem doorverwijzen?

- Een volwassen klant moet voor een cursus Frans een spreekoefening maken over een Franse chansonnier met gebruik van een muziekfragment. Hij heeft nog geen keuze

gemaakt van de zanger. De keuze zal onder meer afhangen van de beschikbaarheid van informatie.

- Een klant vraagt of er in de regio sport-scholen zijn.

Het zoeken van informatie wordt voorafgegaan door een analyse van de vraag. De gepaste bronnen vinden vergt soms veel tijd en creativiteit. Bepaalde vragen zijn zo specifiek of komen zo weinig voor dat u alle registers van uw vakkennis moet opentrekken. Maar voor veel types van vragen zijn er standaardoplossingen te bedenken. U kunt standaardzoekstrategieën ontwikkelen of trajecten in kaart brengen die u toepast bij bepaalde types van vragen (*zie het eerste deel van deze artikelenreeks*).

Elke medewerker die regelmatig inlichtingenwerk doet ontwikkelt spontaan een aantal zoekstrategieën. Die zitten ergens in het achterhoofd opgeslagen. Meer ijverige medewerkers gaan interessante treffers noteren in een boekje, slaan sites op bij hun favorieten. Elke medewerker ontwikkelt zijn eigen systeem. Maar deze expertise wordt niet gedeeld met de collega's. In hoeveel bibliotheken wordt uitdrukkelijk tijd uitgetrokken om verworven vakkennis over te dragen?

Een veel gehoorde verzuchting is dat het bibliotheekpersoneel erg versnipperde werktijden heeft zodat het onmogelijk is iedereen op hetzelfde moment rond de tafel te krijgen. Sinds enkele jaren heb ik daar in mijn eigen bibliotheek komaf mee gemaakt. Elke donderdagnamiddag moet iedereen aanwezig zijn en is er geen publieksdienst. Eén keer in de maand is er dan personeelsvergadering en één tot twee keer per maand vorming. In groepjes worden rond een bepaald onderwerp oefeningen gemaakt. Wat doe je als een klant vraagt naar... Zo ontstaat een interessante ervaringsuitwisseling.

Wij pleiten ervoor om een notatie- en communicatiesysteem op te zetten dat gedeeld wordt door het balieper-

soneel. Het ligt voor de hand dat dit digitaal gebeurt. Dat kan gaan van een eenvoudige structuur in Word met gebruik van menu's en hyperlinks tot een heuse databank. Het komt er dus op neer dat de verschillende 'kaarten' die besproken werden in het eerste deel van deze artikelenreeks in een digitale structuur gegoten worden en als instrument ingezet kunnen worden bij het inlichtingenwerk.

Voorbeeld van een eenvoudig digitaal traject

Eerste scherm

Informatiedomeinen

Bedrijven
Geld
Geschiedenis
Gezondheid
Jongeren
Kunst
Landen
Levensbeschouwing
Muziek
Natuur
Opvoeding
Overheid
Psychologie
Reizen
...

Scherm op tweede niveau (hyperlink met Kunst)

Kunst

De klant zoekt informatie over:

- Een gekend beeldend kunstenaar
- Een minder bekende beeldende kunstenaar
- Een bepaalde periode uit de kunstgeschiedenis
- Een stroming uit de kunstgeschiedenis
- Een thema uit de kunstgeschiedenis
- De waarde van een bepaald kunstwerk
- Een afbeelding van een kunstwerk

Scherm op derde niveau

Een gekend beeldend kunstenaar

- De klant heeft beperkte informatie nodig:
Stap 1: zoek op in een kunstencyclopedie of een algemene encyclopedie
- De klant heeft uitgebreide informatie nodig
Stap 1: zoek een monografie via de catalogus
Stap 2: zoek op internet via google
Stap 3: zoek op internet in de databank...
Stap 4: zoek een monografie over de kunststroming waartoe de kunstenaar behoort

De stap naar een digitale bibliotheek ligt voor de hand, maar dat is het onderwerp van een volgende bijdrage.

ORGANISATIE VAN DE INFOBALIE

In nogal wat Vlaamse bibliotheken wordt momenteel nagedacht over systemen die de baliedruk kunnen verlagen. Via inleverbussen kan het innemen van objecten backoffice gebeuren. Met zelfuitleenbalies kunnen klanten zelf uitleningen of innamen registreren. Dat is een trend die we alleen maar kunnen toejuichen voor zover daardoor effectief meer tijd vrij komt om met de vragen van de klanten bezig te zijn.

Ons komt het voor dat bibliothecarissen minder wakker liggen van de organisatie van de infobalies. Veel kleinere en middelgrote bibliotheken hebben geen aparte afdeling voor informatie en begeleiding, zoals nochtans door het decreet van 1978 vooropgesteld werd. In veel bibliotheken is er één grote balie, waar de klant voor alle functies terecht kan: lid worden, materialen teruggeven en uitleenen, boetes betalen, inlichtingen vragen, kopiekaarten kopen... Zodra er een zekere druk is op de balie werkt dit niet meer goed:

- de klant gaat zijn vragen niet stellen omdat hij niet wil storen;
 - de medewerker trekt weinig tijd uit voor de vraag van de klant, omdat hij een rij wachtende mensen ziet.
- Deze situatie schept onzekerheid voor de klant. Wanneer is het goede moment er om een vraag te stellen? Er bestaat geen ideale formule, want daarvoor zijn de verschillen in personeelstoestand, ruimtelijke mogelijkheden en baliedruk te groot. We pleiten er enkel voor dat de bibliothecaris bij het organiseren van de balie(s) volop rekening houdt met het inlichtingenwerk.

Vragen backoffice behandelen

Het is niet altijd mogelijk om de vraag van een klant aan de infobalie direct te behandelen:

- er staat een rij klanten te wachten;
- er is te weinig tijd;
- de vraag is complex;
- de medewerker is niet goed thuis in het betreffende informatiedomein.

In de meest bibliotheken noteert de medewerker de vraag op een briefje, in het beste geval op een formulier. De vraag wordt backoffice behandeld. Vaak loopt het fout:

- de vraag is niet duidelijk genoteerd;
- er zijn geen afspraken gemaakt over de manier waarop de klant van het resultaat op de hoogte gebracht zal worden (zal men telefoneren, schrijven, moet hij terug komen en wanneer?);
- er zijn communicatiestoornissen bij de verwerking: onduidelijkheid over wie verder moet opvolgen, gebrek aan transparantie bij afwezigheid van collega's, papiertjes die verdwijnen...;
- er wordt gebrekkig gerapporteerd: een klant die terugkomt staat voor een andere medewerker die niet terugvindt wat er met de vraag gebeurd is.

Wij pleiten voor het gebruik van een elektronisch formulier. Dat kan bijvoorbeeld in MS Outlook. Dan wordt u

attent gemaakt op de gegevens die genoteerd moeten worden en u kunt ze met de interne mail sturen naar de persoon die de vragen backoffice zal opvolgen. Er kunnen afspraken gemaakt worden over wie welke soort van vragen oplost, binnen welke termijn, wat te doen in geval van afwezigheid... Het kan zijn dat één persoon de opvolging doet en desnoods te rade gaat bij collega's die goed thuis zijn in een bepaalde materie. U kunt het formulier ook meteen sturen naar de 'interne specialist' in die materie.

Om te voldoen aan de meest voorkomende vragen uit de meest voorkomende contexten kunnen we ons heel goed wapenen. Moeilijkere vragen behandelen we desnoods backoffice. Maar wat met vragen waar niemand uit het team weg mee kan? Zo vroeg een klant eens waar hij een Duitse versie van het *Belgische Burgerlijk Wetboek* kon vinden. Zelfs na enkele telefoontjes kon ik hem niet helpen.

Er zou tussen de Vlaamse openbare bibliotheken een samenwerking moeten groeien, waarbij ze een beroep doen op elkaars expertise. Waar vroeger al afspraken waren rond accentrubrieken bij de collectievorming van centrale openbare bibliotheken, kan gedacht worden aan accentrubrieken bij de informatiebemiddeling in haar totaliteit. Daarvoor moeten alvast een aantal voorwaarden vervuld zijn:

- er moet een instrument zijn om vragen te noteren en te communiceren (de Nederlandse openbare bibliotheken gebruiken Question Point voor hun virtuele inlichtingenbureau AI@din. Ook de KU Leuven maakt hiervan gebruik);
- er moet geïnventariseerd worden welke bibliotheek in welke informatiedomeinen gespecialiseerd is;
- er moeten afspraken gemaakt worden, onder meer over antwoordtijden, de af te leggen route vragen en antwoorden (zoals bij IBL).

ACTIEPLAN INFOBALIE

Om de infobalie naar behoren te laten functioneren, zijn volgende aandachtspunten van belang.

1. Rol van de infobalie bepalen

- Waarvoor kunnen klanten aan de infobalie terecht, waarvoor aan de uitleenballe?
- Hoe ver reikt de dienstverlening: aanwijzen van vindplaatsen, zelf zoeken in rekken, mensen actief aanspreken...?
- Waar plaatsen we de infobalie?
- Hoe richten we ze in?
- Welke term plakken we op de dienstverlening aan het publiek (infobalie, informatiecentrum, documentatie-

centrum, inlichtingenbureau)?

- Hoe maken we aan het publiek duidelijk op welke dienstverlening zij kunnen rekenen?

2. Een draaiboek voor zoekstrategieën ontwikkelen

- Uitschrijven van de belangrijkste zoekstrategieën bij de verschillende informatiedomeinen in de vorm van een digitaal draaiboek.

3. Een communicatiemiddel (software) kiezen om vragen backoffice te behandelen

- Beperken we ons tot de eigen bibliotheek of zoeken we partners?
- Kiezen we voor een gewoon softwarepakket of sluiten we aan bij een systeem op het internet?

4. Deskundigheidsbevordering

- Training organiseren in het voeren van informatiebemiddelingsgesprekken.
- Ervaringsuitwisselingen organiseren rond vraagbehandeling (sommige bibliotheken doen dit in de vorm van een quiz).

SAMENVATTING

De openbare bibliotheken moeten zich beter wapenen om een goede informatiebemiddeling tot stand te brengen aan de infobalie. Informatiebemiddeling houdt niet op met het aanwijzen van een boekenkast. Aan de ene kant moet er een goede analyse van de vraag(context) gemaakt worden. Aan de andere kant is een goede kennis van de bronnen noodzakelijk. Om de juiste bronnen aan te kunnen bieden bij een gegeven vraag dienen we een aantal instrumenten te ontwikkelen. We bevinden ons hier in de kern van het bibliotheekwerk en er moet voldoende personeelstijd uitgetrokken worden om aan deskundigheidsbevordering te doen. Veel van die deskundigheid vinden we in eigen huis, maar versnipperd over de medewerkers.

ABSTRACT

Public libraries should take better measures for effectuating information mediation at the information desk. Information mediation implies more than simply pointing to bookshelves. On the one hand, a good analysis has to be made of the question (and its context). On the other hand, a comprehensive knowledge of the information sources is required. In order to be able to indicate the correct sources when confronted with a specific question, we need to develop several instruments. This concerns the core of librarianship and we should allot sufficient time for the staff to enhance its expertise. A great deal of expertise is at hand in the own library, though dissipated among the colleagues.