

BIBZOOM STRATEGI

2013



bibzoom

BIBZOOM STRATEGI 2013

GODKENDT AF LEDELSEN DEN 13. NOVEMBER 2012.

INDHOLD

Mission	3
Vision.....	3
Overordnet strategi.....	3
Produktstrategi.....	3
Organisering	4
Ledelsen	4
Strategisk udviklingsgruppe (SU)	5
Redaktion.....	6
Platforme	6
teknik	6
Support.....	7
Marketing	7
Sektor intern Marketing (SIM).....	7
Sektor Ekstern Marketing (SEM).....	8
Leverandører.....	8
Sektor Interne Leverandører.....	8
Sektor Eksterne Leverandører	8
Partnerskaber.....	9
Forretningsmodel og budgettering	9
International strategi	9
Bilag 1 - Bibzoom Organisationsdiagram	10

MISSION

Bibzooms mission er at sikre et professionelt og økonomisk attraktivt tilbud til de danske biblioteker vedrørende levering af et digitalt univers med udgangspunkt i musik og formidling.

VISION

Bibzoom bidrager til, at de danske biblioteker opleves som en innovativ, vigtig og serviceorienteret 'public service' funktion.

OVERORDNET STRATEGI

Bibzoom er meget mere end en jukeboks.

Bibzooms strategi og kerneopgaver er at tilbyde et digitalt univers, der udover tilgængeliggørelse af det brede populære materiale, fokuserer på formidling, konstant fornyelse og en række særlige niches. Formidling sker både via etablering og drift af egne redaktioner samt ved at etablere partnerskaber med andre aktører.

Bibzoom tager udgangspunkt i musikkens univers men udbygger bl.a. universoplevelsen med særlige biblioteksservices som 'kulturarv', 'smalt dansk' og services målrettet indvandrere fra ikke-vestlige lande (Bibzoom World). Elementer i denne sammenhæng er bl.a. sjælden dansk musik, biografreklamefilm og Bollywood film.

Involvering er et nøgleord, og der arbejdes for at etablere en bred strategisk platform og forankring vedrørende udvikling af Bibzoom blandt de danske biblioteker, og der skal sikres en optimal sammenhæng til andre digitale formidlingsplatforme.

Strategien skal sikre en klar differentiering og profilering fra eventuelle kommercielle services på området.

PRODUKTSTRATEGI

Den helt overordnede produktstrategi for Bibzoom er at etablere, udvikle og drive et professionelt digitalt univers, hvor det er muligt for alle bosiddende i Danmark på lovlig vis at opleve og deltage i professionel formidling af biblioteksrelevant digitalt indhold samt downloade og streame primært musik.

Bibzoom differentierer sig fra andre og kommercielle løsninger ved at være bibliotekssektorens samlende public service tilbud, hvor der, udover alt det mest populære indhold, også er væsentlig fokus på formidling af mere smalt materiale, herunder den danske audiovisuelle kulturarv. Bibzoom er "meget mere end en jukeboks".

Bibzoom opererer ud fra betragtningen om, at eksponering skal ske, hvor brugerne er, og at brugere af digital musik typisk også vil være disponeret for komplementære digitale biblioteksservices, hvorfor produktporteføljen løbende vurderes i forhold til udfasning, udvikling og implementering af nye services.

Bibzoom ønsker at operere på de platforme, hvor danskerne til enhver tid ønsker at få deres services leveret. Det betyder ikke, at Bibzoom nødvendigvis hele tiden vil være "forrest i det teknologiske felt", da der samtidig er en klar forståelse for at sikre et optimalt samspil med kommercielle leverandører.

Bibzoom opererer ud fra forventningen om, at markant vækst og stort transaktionsvolumen er vigtig for at sikre fortsat faldende stykpriser både i forhold til indkøb af licenseret indhold, egenproduktion og tekniske transaktionsomkostninger.

ORGANISERING

Bibzoom er et samarbejde, der overordnet styres og koordineres af Ledelsen, og har interessenter fra store dele af sektoren. Bibzooms organisationsdiagram er vedhæftet i Bilag 0, men herudover gælder følgende retningslinjer:

LEDELSEN

Bibzooms ledelse skal kunne manøvrere hurtigt og effektivt i en dynamisk omverden, og skal afspejle:

- At nogle aktører gennem en årrække har taget et særligt ansvar for drift og udvikling af Bibzoom
- Biblioteker, som gerne vil tage et ansvar for den fortsatte drift og udvikling af Bibzoom
- En forankring i og med tæt kontakt til bibliotekssektoren

Ledelsen består af maksimalt 8 personer, der repræsenterer:

- Initiativtagerne (tre repræsentanter): Herning Bibliotekerne, Odense Centralbibliotek og Statsbiblioteket (SB), der alle har været med fra starten i udviklingen af bibliotekernes digitale musiktjeneste. SB er økonomisk og juridisk ansvarlig.
- To bibliotekschefer valgt af og blandt de øvrige biblioteker, der tilbyder borgerne adgang til den fulde betalingsbelagte del af Bibzoom

Herudover udpeger Initiativtagerne Ledelsens formand, der er ledelsesrepræsentant for et bibliotek, der tilbyder borgerne adgang til den betalingsbelagte del af Bibzoom. Formanden kan være, men er ikke nødvendigvis omfattet af ledelsesrepræsentanterne omtalt i A eller B.

Valget af repræsentanter nævnt under B, sker på den årlige "Bibzoom Dag", der arrangeres af Bibzoom. Funktionsperioden er 2 år, idet det samtidigt sikres, at der er valg til en plads hvert år.

Det er en forudsætning, at medlemmer af Ledelsen, og de institutioner de repræsenterer, ikke deltager i andre konsortier, der konkurrerer på Bibzooms kerneopgaver, ligesom de, bortset fra observatøren, bidrager med en person til Strategisk Udviklingsgruppe og efter behov stiller en person til rådighed for dialogmøder m.v.

Medlemmer af ledelsen, bortset fra observatører, kompenseres for deres egen og bibliotekets indsats med et beløb, der aftales en gang årligt.

Endvidere kan Ledelsen udpege observatører til Ledelsen.

Beslutningskompetence

Ændring af ledelsens sammensætning forudsætter enighed i Ledelsen, og Ledelsen konstituerer sig årligt med en række ressortområder således, at f.eks. redaktionschefen i daglig drift refererer til et medlem af Ledelsen etc.

Ledelsen beslutter via almindeligt flertal, idet SB dog har vetoret i forhold til beslutninger, der har økonomiske og/eller juridiske implikationer.

Konkret bemanding fremgår af den løbende opdaterede deltageroversigt på web.

STRATEGISK UDVIKLINGSGRUPPE (SU)

Ledelsen nedsætter, med udgangspunkt i de institutioner, der er repræsenteret i ledelsen, en Strategisk Udviklingsgruppe. SU har til opgave at levere analyser og beslutningsoplæg til ledelsen vedrørende den fremadrettede koncept- og forretningsudvikling for Bibzoom. Derudover har gruppen til opgave at udvikle strategiske partnerskaber og sætte Bibzoom på dagsordenen i biblioteksverdenen via debatskabende møder og events.

SU arbejder særligt tæt sammen med Marketing, Redaktion & Platforme.

SU har følgende særlige opgaver:

- Understøtte løbende nyudvikling af platforms- og indholdsstrategi. Dette sker blandt andet via dialog med folkebibliotekerne, samarbejde med indholdsleverandører og platformsudviklere.
- Udvikle oplæg til relevante strategiske partnerskaber i og udenfor bibliotekssektoren
- Udvikle oplæg til overordnede koncepter for marketing og formidling
- Udvikle oplæg omkring vigtige tiltag overfor bibliotekerne f.eks. vedrørende lokal udbredelse, videndeling og kompetenceudvikling. Kompetenceudvikling på bibliotekerne kan være i form af e-kurser, fysiske kurser og 'train-the-trainer' koncepter
- Optræde som ambassadør for Bibzoom i bibliotekssektoren såvel som udenfor sektoren. Dette sker bl.a. via deltagelse i relevante faglige netværk, seminarer og konferencer samt ved at skrive debatskabende artikler til pressen og i bibliotekssektoren. SU inviterer lokale Bibzoom tovholdere til dialog omkring fremadrettede udvikling.

Medarbejdere fra biblioteker, der ikke er repræsenteret i ledelsen, kan, efter aftale med ledelsen, indgå i SU.

Der udpeges en formand for Strategisk Udviklingsgruppe, der i daglig drift har reference til et medlem af ledelsen.

Eventuelt budget vurderes fra sag til sag.

Konkret bemanding fremgår af den løbende opdaterede deltageroversigt på web.

REDAKTION

Den formidlingsmæssige indsats er af meget stor strategisk betydning for Bibzoom, og der frikøbes i den anledning en hovedredaktør til at sikre implementering af den redaktionelle linje samt formidlingsvolumen.

Hovedredaktøren refererer i daglig drift til et medlem af ledelsen.

Hovedredaktøren disponerer et årligt fastlagt budget, der anvendes til indholdsproduktion. Hovedredaktøren fremlægger senest medio oktober oplæg til budget, handlingsplan og målepunkter for det kommende år, for ledelsen. Hovedredaktøren sikrer, at også de øvrige redaktioner involveres og omfattes af planarbejdet.

Der er etableret tre selvstændige redaktioner, der alle refererer til hovedredaktøren:

Musik

Musikredaktionen er Bibzooms største og vigtigste redaktion, der har ansvaret for at sikre materialevalg og en løbende publicering af formidlende lytteguides, artikler m.v. på såvel den digitale som fysiske platform. Redaktionen har også ansvaret for etablering af partnerskaber med relevante aktører.

World

World redaktionen har en redaktør fra SB og en række andre deltagere primært fra SB, jf. I øvrigt World strategi Bilag 2

Kultur

Kultur redaktionen har en redaktør fra SB samt deltagere fra øvrige relevante interessenter. Kulturredaktionen producerer primært formidlende indhold til Bibzoom.dk Kultur.

Det er et væsentligt element i strategien at invitere medarbejdere fra andre folkebiblioteker til at deltage i formidlingsarbejdet på Bibzoom, ligesom indhold genereret af andre end de redaktionelle medarbejdere, tillægges stor betydning. Vedrørende 2013 arbejdes med planer om at honorere godkendte indsendte artikler med et fast beløb pr. artikel, der krediteres det enkelte deltagerbiblioteks "Bibzoom konto"

Konkret bemanning fremgår af den løbende opdaterede deltageroversigt på web.

PLATFORME

Det overordnede ansvar for de enkelte platforme er placeret i Platforme. Der er pt. etableret særlige grupper vedr. henholdsvis web, App og Shuffle ligesom ansvaret for en kommende Streamingplatform vil blive placeret her. Opgaven i Platforme er helt grundlæggende hele tiden at have "fuld indsigt" i egen platformsløsning i forhold til eksisterende muligheder og begrænsninger samt identifikation og beskrivelse af udviklingspotentiale og prioritering. Konkret bemanning fremgår af den løbende opdaterede deltageroversigt på web.

TEKNIK

Teknik aktiviteterne i Bibzoom er opdelt på henholdsvis drift og udvikling. Deltagerne i arbejdet forventes at have en grundlæggende teknisk forståelse for de forskellige teknologier som download, streaming, web, app etc. Særligt vedr. udviklingsopgaverne er det en forudsætning at kunne forhandle tekniske løsninger.

ger på engelsk, da en del af udviklingsarbejdet er outsourcet til udlandet. Konkret bemanning fremgår af den løbende opdaterede deltageroversigt på web

SUPPORT

Helpdesk, administration og produktion af statistik support udføres som udgangspunkt af medarbejdere fra SB. Der er etableret en organisering med en ansvarlig for hver af opgaverne. Konkret bemanning fremgår af den løbende opdaterede deltageroversigt på web.

MARKETING

Marketing aktiviteterne i Bibzoom er opdelt på henholdsvis sektorinternt og sektoreksternt rettede aktiviteter. Deltagerne i arbejdet forventes at have et relevant niveau af markedsføringskompetencer, særligt i forhold til digitale medier og musikformidling. Markedsføringsgruppen arbejder tæt sammen med Strategisk Udviklingsgruppe.

Konkret bemanning fremgår af den løbende opdaterede deltageroversigt på web.

SEKTOR INTERN MARKETING (SIM)

SIM har fokus på markedsføring af Bibzoom på bibliotekerne – fysisk og virtuelt via bibliotekernes websites.

SIMs primære formål er at forankre den overordnede marketingstrategi på afdelingsbibliotekerne ved at skabe involvering og ejerskab lokalt og sikre en lokal biblioteks- og biblioteksbrugervinkel.

SIM har følgende særlige opgaver:

- Udbrede kendskabet til indhold og brug af Bibzoom blandt ansatte og læsere på bibliotekerne
- Generere input til udviklingen af materiale til brug i markedsføringsøjemed på bibliotekerne, f.eks. flyers, plakater, webbannere, Facebook formidling via lokale bibliotekers sider og lokalt pressematerialer.
- Generere input til udvikling af e-læringsvideoer for bibliotekarere og borgere, brugermanualer/guides på bibliotekerne
- Initiere lokale kampagner for Bibzoom i forbindelse med festivaler, lokale musikevents, lytteklubber etc.

Den ansvarlige for SIM udarbejder forslag til budget og handlingsplan for det kommende år, der behandles i Marketing og resulterer i en samlet indstilling og plan til Ledelsen inden medio oktober.

SEKTOR EKSTERN MARKETING (SEM)

SEMs primære formål er sikre maksimal eksponering og udnyttelse af Bibzoom udenfor bibliotekernes fysiske rum.

SEM har følgende særlige opgaver:

- Udarbejde oplæg til webbaseret markedsføringsplan (Google Adwords, SEO, eksponering i væsentlige indeks m.fl.)
- Udarbejde oplæg til events, konkurrencer og øvrige eksponeringsopgaver i det bibliotekseksterne rum
- I relevant omfang at deltage i eksekvering af godkendte marketingopgaver

Den ansvarlige for SEM udarbejder forslag til budget og handlingsplan for det kommende år, der behandles i Marketing og resulterer i en samlet indstilling og plan til Ledelsen inden medio oktober.

LEVERANDØRER

Bibzoom arbejder til stadighed sammen med en lang række interne og eksterne leverandører.

SEKTORINTERNE LEVERANDØRER

Med fokus på at sikre optimal eksponering, indholdsproduktion, infrastruktur og sammenhængskraft i forhold til bibliotekssektoren, arbejdes der løbende på at optimere anvendelsen af leverandører. Der arbejdes ved indgangen til 2013 primært med DBC, DDB, KB og SB, men mulighederne vurderes løbende.

SEKTOREKSTERNE LEVERANDØRER

Med fokus på en kontinuerlig optimering af omkostninger og kvalitet, indgår Bibzoom relevante aftaler med sektoreksterne leverandører. De kan overordnet opdeles i tre kategorier (infrastruktur, indhold og rettigheder).

Infrastruktur leverandører vælges ud fra en samlet vurdering af evnen til at levere driftssikkerhed, udviklingsprojekter, økonomi samt fleksibilitet i løsningen forstået således, at der kan leveres til de vigtigste platforme og med væsentlige muligheder for integration i andre eksisterende løsninger. Bibzoom har særligt fokus på og bidrager i videst muligt omfang med metadata til andre relevante digitale biblioteksplatforme.

I forhold til indhold arbejdes der bl.a. med en strategi om indkøb via indholdsgrossister, hvilket hidtil har resulteret i tilfredsstillende løsninger både i forhold til kvalitet og omfang af indhold samt en overvejende acceptabel prisudvikling. Der gennemføres løbende analyser af potentialet ved, at Bibzoom selv varetager og/eller deltager i forhandling og administration af aftaler vedrørende primært større labels/pladeselskaber.

Vedrørende øvrige rettigheder er det Bibzooms strategi at arbejde for en innovativ og forretningsorienteret tilgang, der medvirker til at sikre bibliotekerne optimale muligheder for at udbyde og udvikle paletten af digitale serviceudbud. Den dominerende leverandør er p.t. KODA, men bl.a. Copydan, Gramex og UBOD forventes at få en stigende betydning.

PARTNERSKABER

Bibzoom ønsker at indgå såvel sektorinterne som sektoreksterne partnerskaber. SEKTORINTERNT er Bibzoom orienteret mod eksisterende og kommende initiativer, der vurderes at være understøttende. Eksempler på højt prioriterede partnerskaber er DDB, TING og SBs Kulturportalsprojekt (Mediestream)

SEKTOREKSTERNT er der en klar forventning om, at Bibzoom.dk på sigt med fordel kan indgå i en række partnerskabsrelationer. Der tænkes bl.a. på DR, TV2, Infomedia og Copydan samt leverandører af netbaserede services og tjenester.

Egentlige KOMMERCIELLE PARTNERSKABER er også et område, hvor Bibzoom forventer, at der er et vist potentiale.

FORRETNINGSMODEL OG BUDGETTERING

Bibzoom er 100 % nonprofit.

Den bagvedliggende forretningsmodel er baseret på, at Bibzoom hos forskellige leverandører af indhold, rettigheder, teknik, markedsføring, overhead og formidling indkøber en væsentlig volumen til forbrug indenfor den kommende periode.

Omkostningerne søges dækket via salg af abonnementer til de danske biblioteker, idet der som udgangspunkt anvendes en fordelingsnøgle baseret på antal borgere i den enkelte kommune. Ved indgåelse af abonnement kan kommunens borgere med "lånerkort til bibliotekerne" som udgangspunkt bruge løsningen ad libitum. Det er ved indgangen til 2013 muligt for alle danskere at tilgå og udnytte Bibzooms formidlingsorienterede elementer, da login først kræves ved udnyttelse af licenseret materiale fx aflytning af musik. Da Bibzoom imidlertid er kommet så langt i transformationsprocessen fra jukeboks til formidlingsunivers, at omkostningerne til formidlingselementerne er betragtelige, vil Ledelsen primo 2013 revurdere placering af login. Det bagvedliggende rationale er at kunne tilbyde bibliotekerne en mere modulær tilslutning til Bibzoom, fx deltagelse i formidlingsdelen, men uden adgang til bl.a. det fulde musikkatalog.

Forbrugsopfølgning sker pr. kommune, men betalingsmæssigt er der tale om en tværkommunal solidaritet, hvor ekstra fakturering kun kan blive aktuel, hvis der opstår en situation med et konsolideret nationalt merforbrug indenfor aftaleperioden. I tilfælde af forventet overskridelse af den nationale kvote, varsles alle abonnenter uden unødigt ophold, og kan herefter beslutte, hvorvidt de vil stille servicen midlertidigt i bero eller alternativt fastholde servicen og bidrage til en forholdsvis slutafregning ved årets udgang.

Hvis der opstår et egentligt driftoverskud, vil det som udgangspunkt blive overført til næste års budget med det sigte at bidrage til faldende stykpriser og/eller øget udviklingsaktivitet.

Budget og regnskab skal godkendes af ledelsen, og regnskabet revideres, via revisionen af Statsbiblioteket, af Rigsrevisionen.

Bibzoom udbyder servicen i det omfang, der kan opnås en tilslutning, der sikrer regnskabsmæssig balance.

INTERNATIONAL STRATEGI

Bibzoom.dk leverer allerede til Grønland, og det forventes, at der i løbet af 2013 kan indgås fordelagtige aftaler om fælles drift og/eller eksport af hele eller dele af Bibzoom til flere skandinaviske lande.

Særligt interessant i denne sammenhæng er Bibzoom World, men også infrastruktur og udviklingsfællesskab er i fokus.

BILAG 0 – BIBZOOM ORGANISATIONSDIAGRAM

