



Welche Kampagnen  
für öffentliche Bibliotheken haben wir  
in den Niederlanden durchgeführt?  
Welchen Erfolg hatten sie?

Dr. Marian Koren

**Vereniging van Openbare Bibliotheken**

Reutlingen, 14. – 16. November 2006, Kooperationsseminar der ekz  
mit der Fachkonferenz der Bibliotheksfachstellen in Deutschland

# Bibliotheken in der Gesellschaft

- Die Bibliothek ist im Herzen der Informationsgesellschaft
- Selbstverständlich?
- Notwendigkeit, auf der politischen Tagesordnung zu sein
- Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit
- Kampagnen sind gefragt – zum Beispiel: ‘We miss you’.
- Breite Unterstützung für nationale Kampagnen

Niederländischer Verband  
Öffentlicher Bibliotheken  
[www.debibliotheken.nl](http://www.debibliotheken.nl)



**Verband:** (Benutzerbeiträge)

- 450 öffentliche Bibliotheken als Benutzer, 1100 Dienstleistungseinrichtungen
- Lobby, Vertretung, Promotion

**Bibliotheksinstitut:** (Öffentliche Mittel/Staat)

- Innovation
- Qualität
- Netzwerk
- IKT- Entwicklung
- Leseförderung

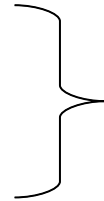
**Projekte:** (teilweise gesonderte Fördermittel)

- Nationales Bibliotheksportal: [www.bibliotheek.nl](http://www.bibliotheek.nl)
- Digitale Dienste

# Public Affairs und Kampagnen

## Public Affairs

- Profilierung
- Lobby



Arbeit mit den Massenmedien

## Kampagnen

6. Image
7. Werbung neuer Benutzer  
und Erhaltung heutiger Benutzer
8. Leseförderung
9. Neue Produkte und Dienste

# Public Affairs Plan 2004 - 2006

- Projektgruppe
- Systematische Kommunikation  
(Mehrwert der Bibliotheken)
- 3. Unterstützung der lokalen Bibliotheken
  - Kommunalwahl 2006
  - Aktuelle Themen – gute Bibliotheks-Praxis
  - Informationsmittel, Lobby-Seminare
- 4. Professionalisierung im Verbandsbüro
  - Monitoring, Pressedienst, Lobbyist

# Public Affairs: Lokalpolitiker

- IFLA/LTR Forschungsprojekt: Politische Wahrnehmung: Niederländische Resultate
- Politiker: Bibliothek ist nicht spannend
- Film: Moderne öffentliche Bibliotheken
  - Stadt- und Land-Version.
  - Englisch: Land-Version

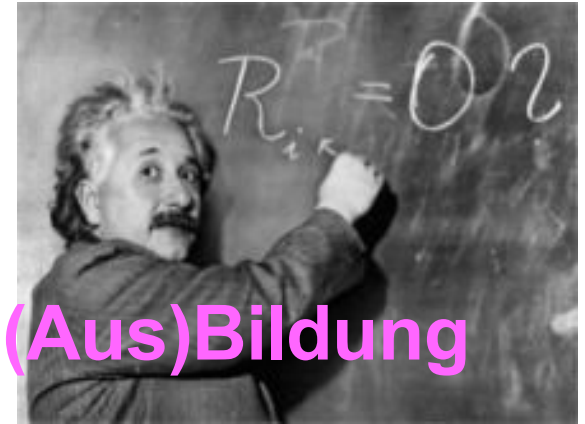
# Neuformulierung: Grundaufgaben der Bibliothek



**Wissen &  
Information**



**Lesen & Literatur**



**(Aus)Bildung**



**Kunst & Kultur**



**Begegnung &  
Debatte**

# NL Kampagnen



- Lange Erfahrung mit Leseförderungskampagnen: Kinderbuch-Jury, Nationale Buch-Woche
- Sektor-Verabredung: gemeinsames Marketing und gemeinsame Werbung
  - 3 Jahre Zielgruppe Jugendliche
  - Image-Kampagnen – Mit Themen verknüpft (Reisen, Umwelt)
- Kampagnen finanziert durch gesonderten Benutzerbeitrag
- Separat: Promotion der Digitalen Dienste (Digitale Bibliotheksbestände)

# Online-Dienste der Bibliothek www.bibliotheek.nl



De online diensten  
van de bibliotheek

## De bibliotheek op internet

De bibliotheek is ook op internet een **betrouwbare gids voor informatie en lezen**. Naast een algemene ingang (bibliotheek.nl), is er ook een aparte ingang voor het onderwijs (schoolbiab.nl). Daarnaast heeft ook uw plaatselijke bibliotheek een eigen website.



### Bibliotheek.nl

Bibliotheek.nl is de bibliotheek op Internet. U kunt hier vragen stellen over alle denkbare onderwerpen aan de online vragendienst. U kunt hier 24 uur per dag en vanuit huis boeken en andere media zoeken. En in de nabije toekomst behoort ook het online aanvragen van deze media tot de mogelijkheden.



### Schoolbiab.nl

Schoolbiab.nl is de bibliotheek op Internet voor het onderwijs: voor leerlingen, maar ook voor docenten en mediathecarissen. Op schoolbiab.nl vindt u dossiers die door bibliothecarissen redacteurs per onderwerp zijn samengesteld. Ze bestaan uit een korte introductietekst over het onderwerp en de daaromheen verzamelde bronnen. Het aantal en soort bronnen is afgestemd op de specifieke doelgroep.

### Jeugdbiab

De bibliotheek creëert op het Internet een aparte ingang voor de jeugd. In de loop van 2007 hoort u meer hierover.

## De online diensten

**Bibliotheek.nl** kent een aantal online diensten: zoals al@din en de aquabrowser. Deze diensten kunt u ook vinden via [schoolbiab.nl](http://schoolbiab.nl) of de website van uw eigen bibliotheek.



### Al@din ([al@din.bibliotheek.nl](http://al@din.bibliotheek.nl))

Al@din is de persoonlijke vragendienst van de openbare bibliotheken en geeft (gratis) antwoord op al uw vragen. Als u een vraag stelt aan al@din, dan zoekt een bibliothekmedewerker voor u persoonlijk het juiste antwoord op. U ontvangt een email met het antwoord, compleet met bronvermelding (zoals websites, tijdschrift- of krantenartikelen of boeken). Ook kunt u op al@din zoeken of uw vraag al eerder is gesteld.



### Zoekboek ([zoekenboek.bibliotheek.nl](http://zoekenboek.bibliotheek.nl))

In het voorjaar van 2007 maakt Nederland kennis met de aanvraagservice zoekboek. Met zoekboek kunt u via Internet een boek aanvragen bij uw bibliotheek. Wanneer een boek niet in de eigen bibliotheek verkrijgbaar is, dan verzorgt zoekboek de aanvraag bij een andere bibliotheek. Naast de in totaal 35 miljoen boeken, zijn ook bladmuziek, cd's en dvd's te bestellen. Tegen een kleine vergoeding zijn de aangevraagde titels binnen een week op te halen bij de eigen bibliotheek.



### Aquabrowser ([zoeken.bibliotheek.nl](http://zoeken.bibliotheek.nl))

De aquabrowser is een zoekmachine die tegelijkertijd zoekt naar boeken, websites en in de archieven van Nederlandse kranten en tijdschriften. U kunt niet alleen associatief zoeken, ook kunt u het aantal zoekresultaten verkleinen door de zoekopdracht te verfijnen.

## Meer websites

De bibliotheek kent ook een aantal websites **random** een bepaald thema, zoals lezen.



### Literatuurplein ([literatuurplein.nl](http://literatuurplein.nl))

Het Literatuurplein is de site op het gebied van literatuur van de openbare bibliotheken. Met onder andere heel veel actuele informatie over schrijvers en boeken, een literaire agenda en literaire adressen, een literaire wereldkaart en een enorme en optimaal doorzoekbare database met alle Nederlandstalige titels.



### Leesplein ([leesplein.nl](http://leesplein.nl))

Op het leesplein.nl kan jeugd van 0 tot 18 jaar alles vinden op het gebied van jeugdboeken en lezen. Er is ook een gedeelte voor volwassenen waarop onder andere informatie te vinden is over projecten voor taalstimulering en leesbevordering.

Meer sites van de bibliotheek: - [kwiflietleren.nl](http://kwiflietleren.nl) voor persoonlijke ontwikkeling, hobby of werk; - [al@pun.nl](http://al@pun.nl) (Anderstalige Informatiepunt) voor wie de Nederlandse samenleving wil leren kennen; - [anderslezenplein.nl](http://anderslezenplein.nl) voor mensen met een lees-handicap of -makkalijlezenplein.nl voor kinderen die lezen moeilijk vinden.

### Informatie in de bibliotheekvestiging

In uw bibliotheekvestiging kunt u (online) informatie vinden over vele onderwerpen.

### Online bestanden

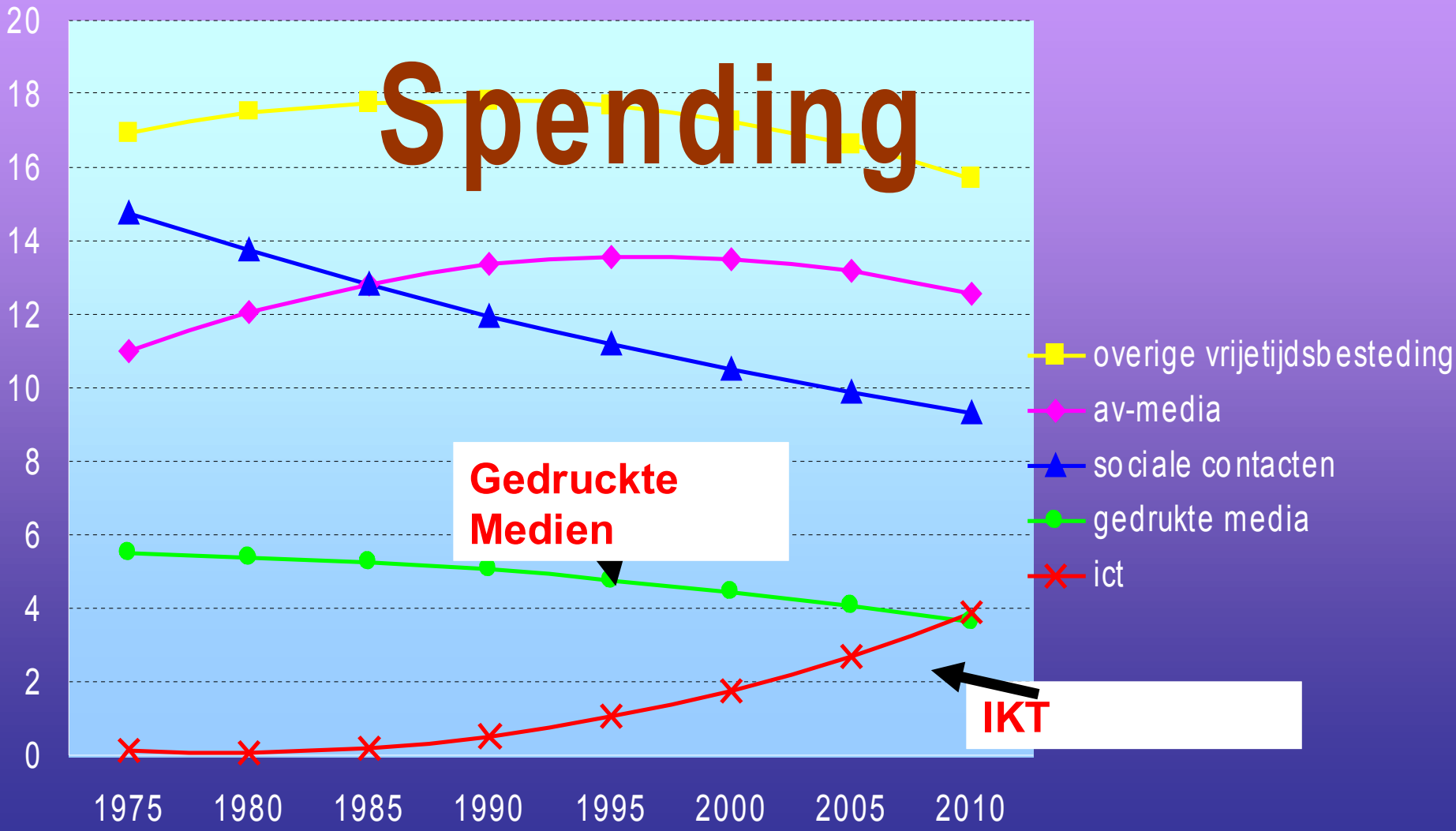
In de bibliotheek kunt u gratis heel wat online bestanden raadplegen, zoals van: landelijke kranten, populaire tijdschriften, consumententests, uitbreksels, auteursportretten, boekrecensies en nog veel meer.

### Informatiepunten

Steeds meer bibliotheken richten een informatiepunt in waar u informatie (in boeken, op Internet etc.) kunt vinden over een bepaald onderwerp of bedoeld voor een specifieke doelgroep, zoals: gezondheid, cultuur, senioren of jongeren.

Grundpaket inkl. Werbung

# FREIZEITBENUTZUNG

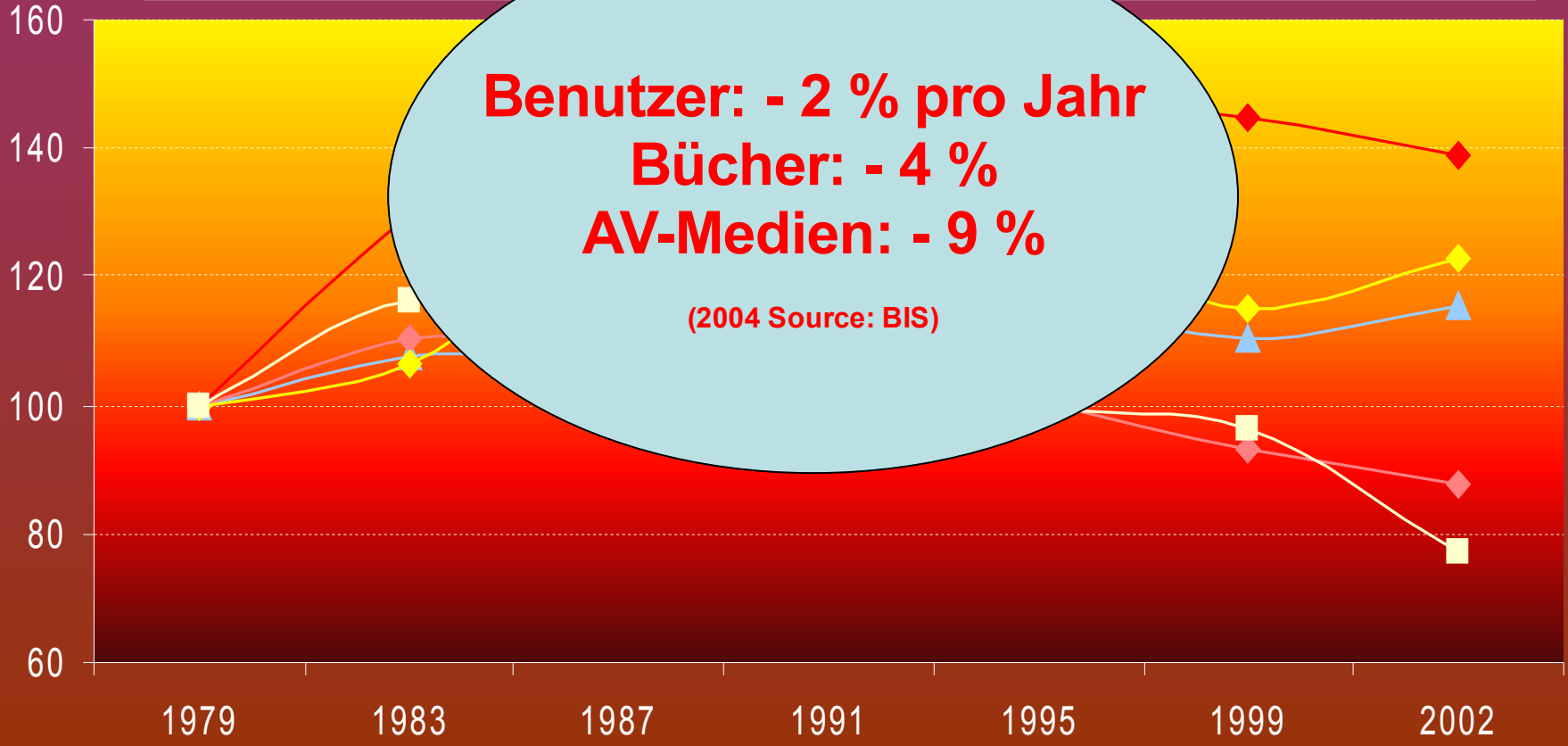


# Statistik: Medienentleihungen

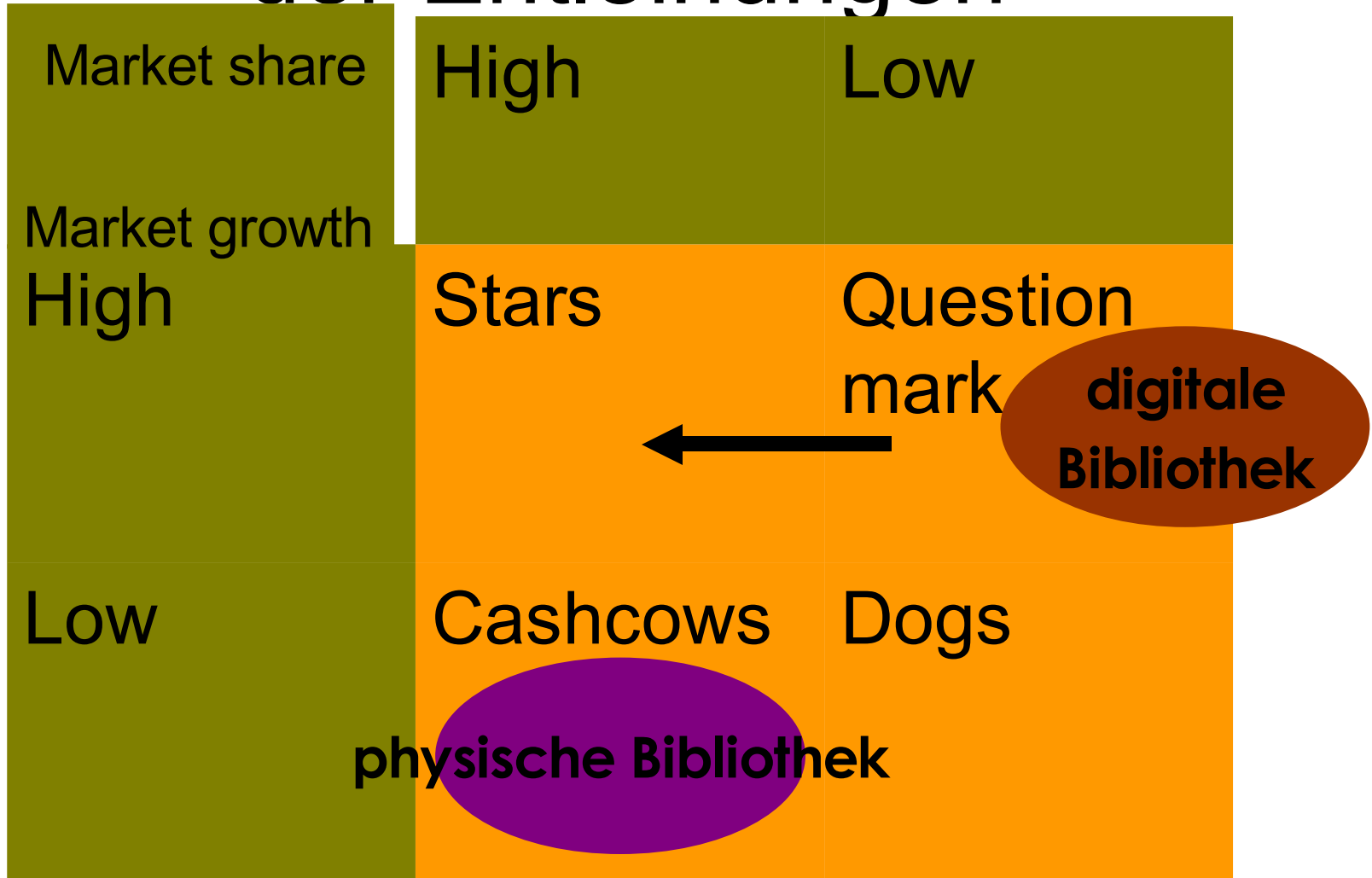
openbare bibliotheken: aanbod, uitrusting en gebruik, 1979-2002  
(geïndexeerd, 1979=100)

- ◆ collecties
- ◆ uitlenen per gebruiker
- 1+ boeken geleend (afg)
- ▲ ingeschreven gebruikers
- ▲ vestigingen

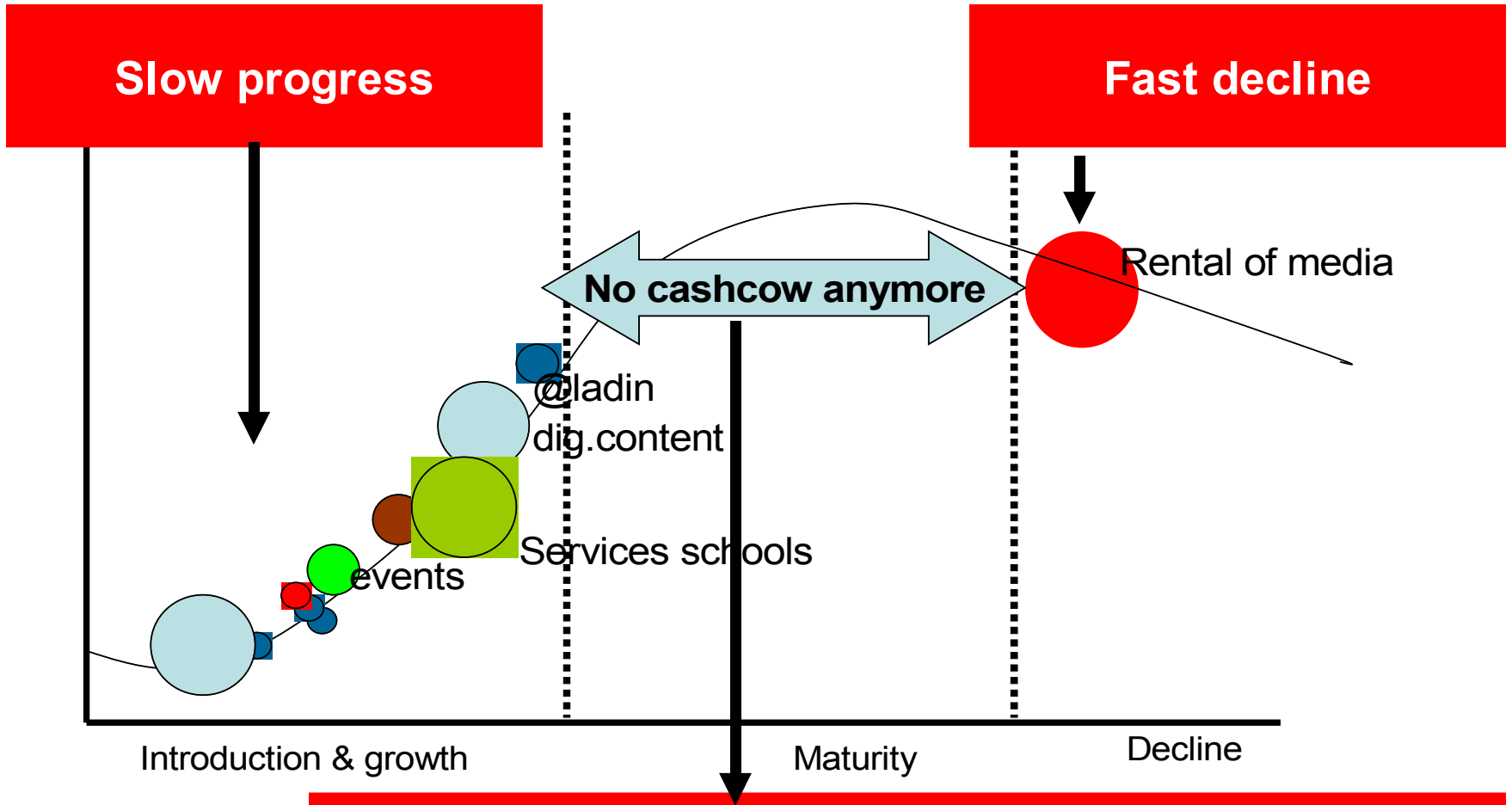
**Benutzer: - 2 % pro Jahr**  
**Bücher: - 4 %**  
**AV-Medien: - 9 %**  
(2004 Source: BIS)



# Portfolio Analyse → Position der Entleihungen

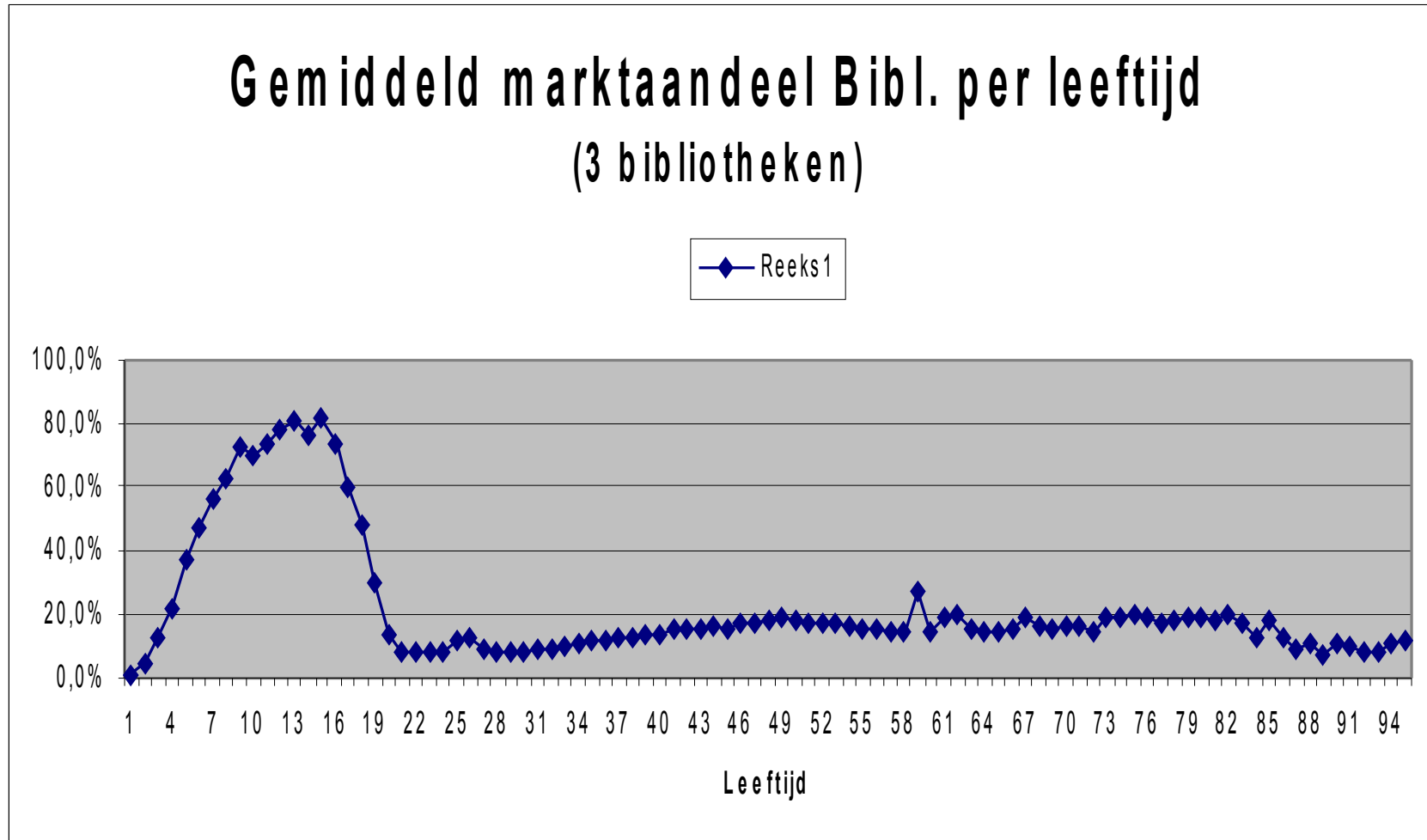


# ... in 5 bis 10 Jahren?



**Was bedeutet die Bibliothek aus Kunden-Perspektive?**

# Keine Erneuerung der Mitgliedschaft 'Marktanteil' der Bibliothek nach Alter



# Warum Kampagnen? NL-Kontext

- Lokaler Druck auf Resultate
- Werbung neuer Benutzer;  
Erhaltung heutiger Benutzer (4 Millionen)

## Marketing-Programm 2006 - 2007

- Kooperation und Kampagnen
- Pilot-Projekte (lokal/regional mit Beziehungs-Marketing und Erhaltungs-Marketing)
- Lokale Aktivitäten

# Marketing-Programm

2006 - 2007

*... mehr als Kampagnen*

**Fokus Sektor**

**Koordination  
und Kooperation**

**Fokus Sektor**

**Wissen und Information**

**Fokus Öffentlichkeit**

**Kampagnen**

# NL-Strategie

1. Verbesserte lokale Marketing-Kompetenzen
2. Benutze das Netzwerk; biete Seminare, Kurse an
3. Baue auf den allgemeinen Wert für die Mitgliedschaft:  
Bücher entleihen

## **Kampagnen: Werbung und Leseförderung: Ziele**

- Benutzer:
  - 40.000 – 60.000 neue (18+) Benutzer in zwei Jahren
- Erhaltung:
  - Allgemein bekannt: Benutzer bekommen Extra-Vorteile!
  - Haltung: Meine Mitgliedschaft ist wertvoll!

# Werbung & Lesen Kampagne

1. Werbung, Frühjahr 2006 (Buchwoche)
2. Erhaltung, Herbst 2006  
(Nederland Leest)

Frühjahr:

- Buchwoche dominiert von Verlagen und Buchhandel
- Kooperationspartner: CPNB
- Verband ist jetzt Partner für Buchpromotion

Stichting Collectieve  
Propaganda van het  
Nederlandse Boek

# Kampagne: Werbung

**Buchwoche: mehr als 70 Jahre**

- Jedes Jahr ein neues Thema
- Kauf ein Buch ab 12,50 € im Buchladen und bekomme das Geschenk (Essay) frei & fahre frei mit der Bahn
- Geschenk: Auflage 800.000 Ex.
- Neu:  
2006: werde Mitglied der Bibliothek, empfangen 5 € Buchgutschein und Geschenk



# Massen-Medien

Zielgruppe → Liebhaber, Leser  
der Literatur/Belletristik



**Primeur!**

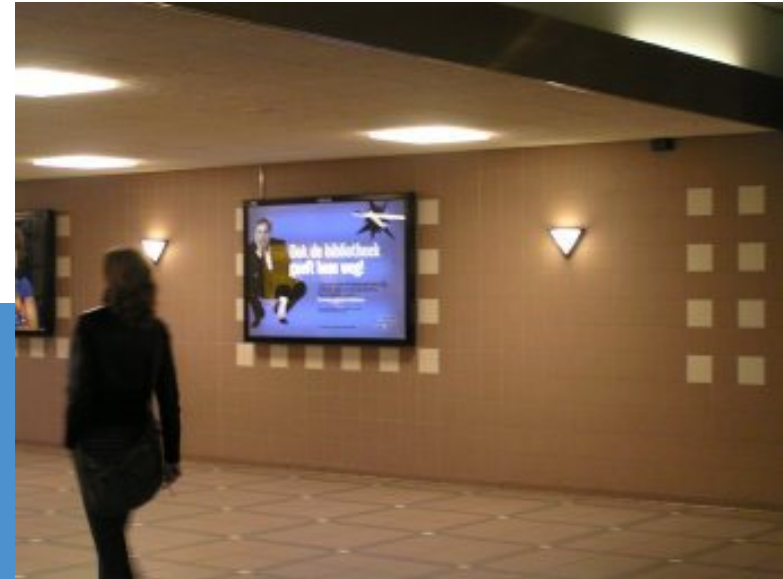
## Ook de bibliotheek geeft hem weg!

Arthur Japin schreef het Boekenweekgeschenk 2006.  
U krijgt het cadeau als u zich aanmeldt als lid.  
Plus een Boekenbon van €5,-.  
Ga vandaag nog naar de bibliotheek.

Aanbod alleen geldig tijdens Boekenweek 2006, 15 – 25 maart.  
Voor voorwaarden: [www.literatuurplein.nl](http://www.literatuurplein.nl).

Dit is een campagne van de Vereniging van Openbare Bibliotheken.

|(vereniging)|  
>openbare  
bibliotheken<



Poster in Bahnhöfen  
Anzeige in  
Tageszeitungen, freien  
Anzeigenblättern und  
Fernsehzeitschriften

Banner auf  
Bibliothekswebsites

# Beispiele regionaler und lokaler Werbung



**Telemarketing: Extra-Rabatt, wenn die Bibliothek automatisch den Mitgliedsbeitrag kassieren kann.**



**Werbung auf der Straße**

# Resultate

- 11.000 neue Benutzer (bezahlende)
- Telemarketing: Rücklauf 14 %!
- Kosten (extern): Pro Mitglied
  - Nationale Kampagne: 7 €
  - Lokal: 5 € Geschenk und Gutschein
- Telemarketing: durchschnittlich 5 - 10 € extra.

# Evaluierung

- Nationalkampagnen: gut für Bekanntheit und Image
- Direktes lokales Ansprechen der Benutzer ist erfolgreich
- Presse-Mitteilungen, Poster und andere traditionelle Mittel genügen nicht!
- Zielgruppe: sollte breiter als Literaturleser sein (Kosten!)
- Werbung bedeutet nichts ohne Erhaltung der Benutzer.

# Kampagnen: Erhaltung

**Die Niederlande lesen!**



# Nederland Leest

- Grösster Lese-Club – basiert auf ‘*One Book, One City*’
- Nationale Presse- und Anzeigen-Kampagne
- Bekannte ‘*Botschafter*’ einbezogen.
- Lesetermin 20. Oktober – 17. November
- Großer Abschluss-Event in allen Bibliotheken am 17. November.
- Rolle der Bibliotheken größer als die der Buchhändler!

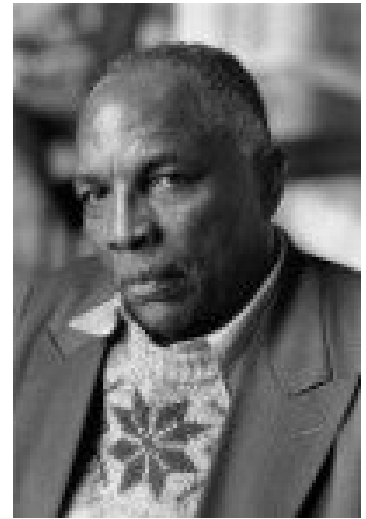


# Ziele

- Für Lesen und Debatte ist die Bibliothek die richtige Stelle ...
- Wir erfreuen uns über Ihre Mitgliedschaft
- Die Bibliothek spielt ihre Rolle in der Stimulierung des Sozialbewusstseins



# Konzept

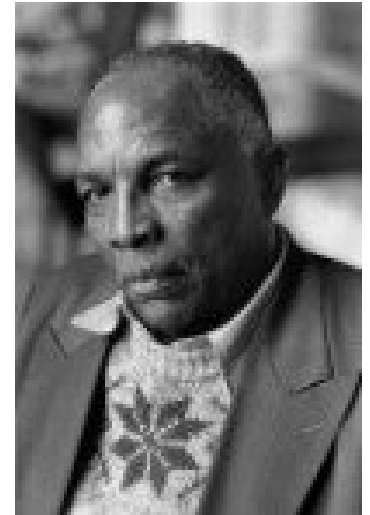


- CPNB wählt ein Buch →  
*Dubbelspel* (F. M. Arion)
- Bibliotheken kaufen das Buch (0,50 Euro)
- Bibliotheken schenken das Buch an ihre Benutzer (16+) (frei).
- Debatten, Lese-Clubs, Aktivitäten rund um das Thema des Buches ...
- Anfang und Abschluss-Abend:  
free publicity



# Bekannte Gesichter

- Free-publicity mit CPNB
- TV-Werbungskampagnen (VOB)
- Anchorman TV-Nachrichten: Philip Freriks
- Lobbyrede (Bericht) von Hella Haase (Grande Dame der Literatur)



# TV Kampagnen

- Exklusiv-Abkommen  
Öffentliche Kanäle (60 %  
Rabatte) → 70 % Zielgruppe  
35 – 59 Jahre
- Regionale TV-Stationen
- 25 Sekunden  
TV-Werbeblock  
mit Arion und Freriks



1.  
Boek:  
Achtergrond tafel met vaag dominostenen.  
Logo Ned. Leest groot + datum

VO PF:  
DE BIBLIOTHEKEN ZUN IN DE GREEP VAN... NEDERLAND  
LEEST.



2.  
Boek:  
Tafel met zeer close dominostenen, worden door hand  
of vinger iets verschoven.

VO PF:  
MET Z'N ALLEN EEN EN HETZELFDE BOEK LEZEN.



3.  
Boek:  
Zaer close F.M. Arion met op achtergrond (poster)  
tropisch strand.

VO PF:  
DIT JAAR...



4.  
Boek:  
(Tussenshot): Dames-hand pakt boek uit boekenrek.

VO PF:  
... DUBBELSPEL VAN FRANK MARTINUS ARION.



# Resultate

- Abwarten, aber zweite Auflage (also mehr als 500.000 Bücher schon vergeben)
- Begeisterung im Bibliotheksbereich, z. B. Werbung im Regionalfernsehen
- Viele lokale Aktivitäten
- Große Bibliotheks-Publicity in Massenmedien
- Etabliere Marken-Treue

