

# BIEB

# BIEB,

# HOERA!

---

DE NIEUWE  
LANDELIJKE  
CAMPAGNE

Lang leve de Bibliotheek! De wens van ons allemaal. Natuurlijk omdat we plezier in ons werk hebben. Maar vooral, omdat Nederland altijd behoefte zal hebben aan een instituut, waar je vrij terecht kan als je jezelf wilt ontwikkelen.

Om aan de wensen van onze klanten tegemoet te komen, bewegen we mee met de tijd. We frissen ons uiterlijk –en ons interieur- op, we bieden nieuwe diensten aan en zoeken samenwerking met sociale partners. Maar ons imago blijft vaak beperkt tot dat van boekenuitleencentrum. Hoog tijd om daar wat aan te doen! Met deze krant laten we je kennis maken met de nieuwe, landelijke campagne. Met een schitterende belofte waar we trots op mogen zijn. En jij kunt ons daarbij helpen. **Lees meer op pagina 2 >>**

## EEN OUDE TRADITIE, EEN NIEUWE BELOFTE

Vroeger was het makkelijk. Voor alles wat je wilde weten of lezen, ging je naar De Bibliotheek. Had je even geen inspiratie of wilde je wegwijs gemaakt worden? Dan was er altijd iemand om je te helpen. Feitelijk is in die oude traditie niets veranderd. We doen hetzelfde, maar dan nóg beter, uitgebreider, hipper, gezelliger en nóg laagdrempeliger.

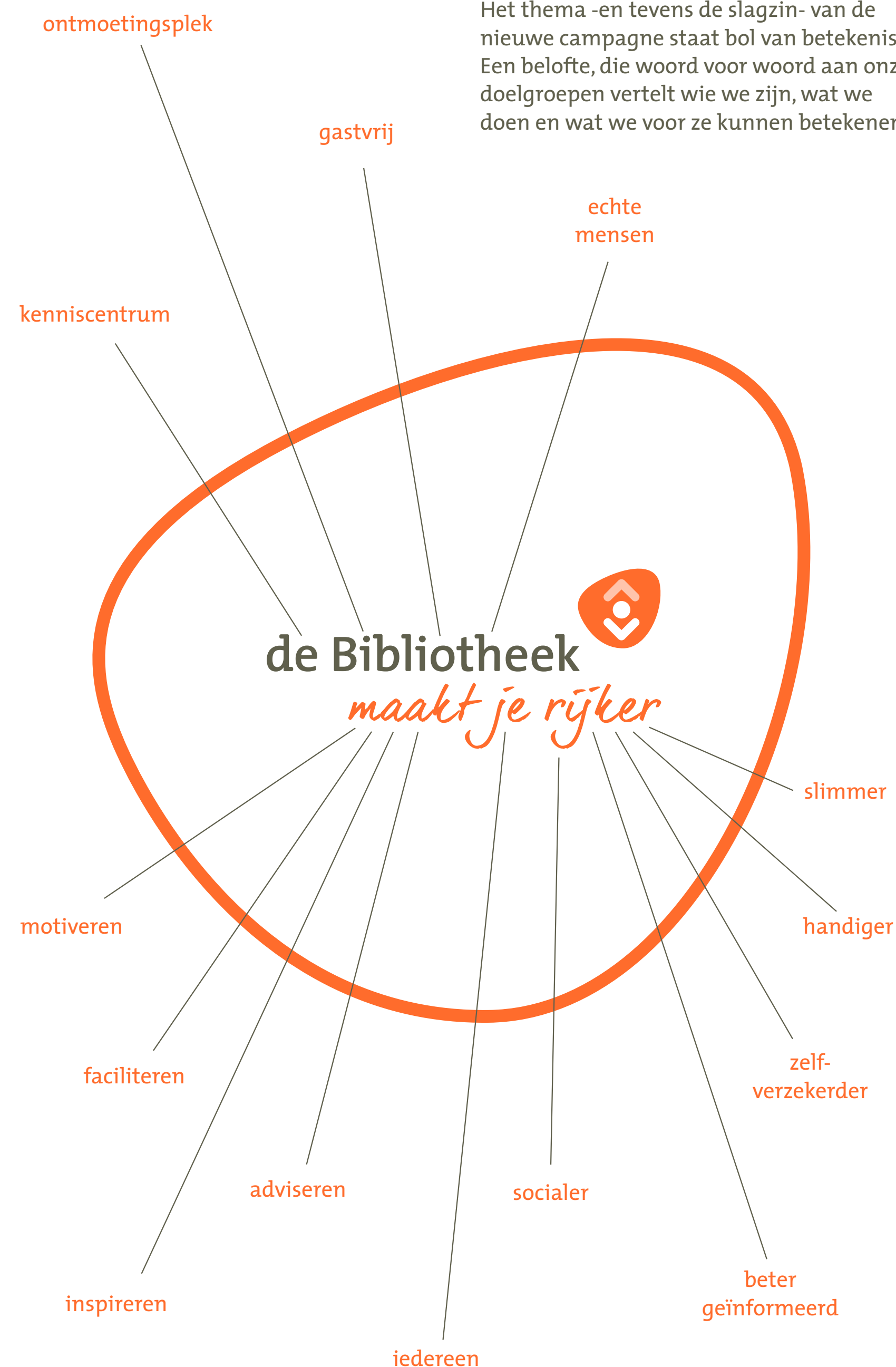
Alleen: we zijn niet meer alleen. Dankzij Internet, kan iedereen altijd en overal bij informatie over elk onderwerp. Ook in De Bibliotheek. Gelukkig zijn daar ook mensen om die informatie te duiden. En om degenen die misschien iets minder handig zijn met taal, toetsenbord of telefoon, een eind op weg te helpen.

De Bibliotheek doet iets heel bijzonders. Iets wat ieder merk, bedrijf of instantie graag zou willen zeggen om klanten te binden of te verleiden. Telkens als je De Bibliotheek bezoekt – fysiek of virtueel - word je iets beter, leuker, slimmer, handiger, geïnformeerder; noem maar op. Zonder dat we er iets (noemenswaardigs) voor terug vragen.

Dat mogen we en dat moeten we laten we weten aan onze (toekomstige) bezoekers. Daarom starten we eind oktober van dit jaar met een landelijke multimediale campagne. Met een unieke belofte, die wij als geen ander waar kunnen maken, namelijk: **De Bibliotheek maakt je rijker.**

## HOEZO MAAKT JE RIJKE?

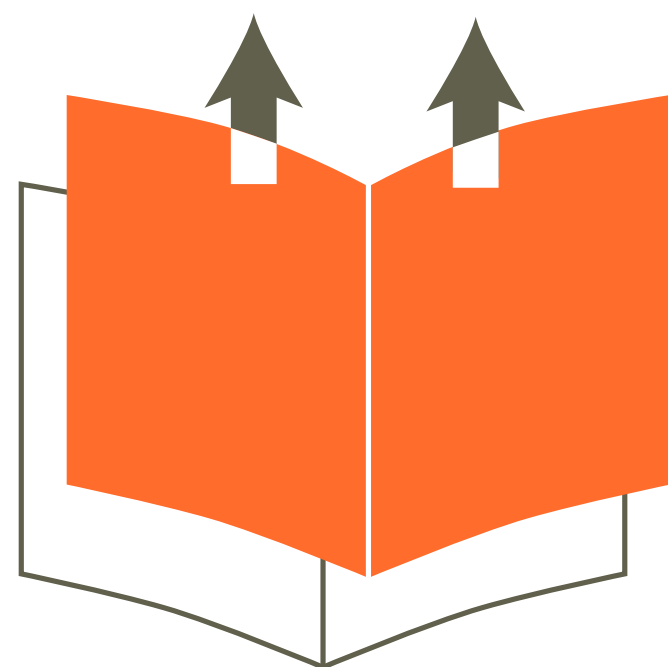
Het thema -en tevens de slagzin- van de nieuwe campagne staat bol van betekenis. Een belofte, die woord voor woord aan onze doelgroepen vertelt wie we zijn, wat we doen en wat we voor ze kunnen betekenen.





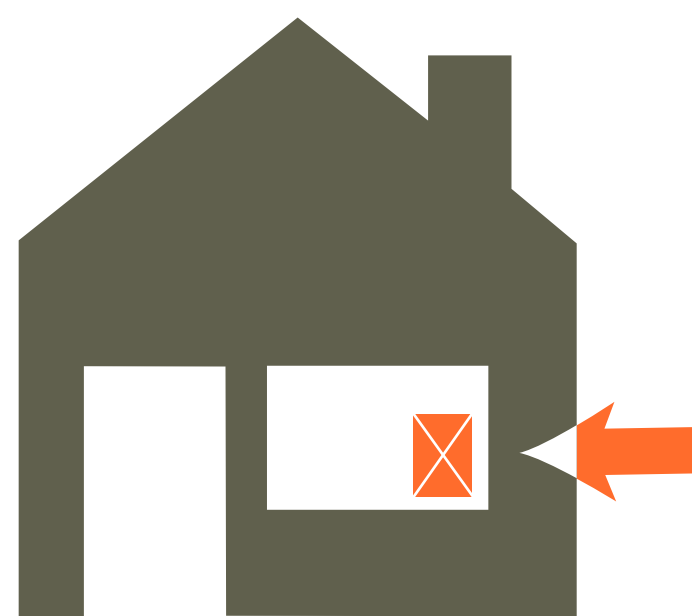
# HELP ONS MET DE CAMPAGNE, SCHREEUW HET VAN DE RAMEN

Hoe kun je jouw bibliotheek en de nieuwe campagne steunen? Heel eenvoudig: Schreeuw het van de ramen!! Dit is wat je moet doen.



## 1. HAAL DE POSTERS ERUIT

Neem de middelste pagina's uit deze krant en vouw ze uit. Aan de ene kant zie je twee posters, aan de andere één grote.



## 2. HANG ZE ACHTER JE RAAM

Plak de poster die je het meeste aanspreekt, goed zichtbaar achter je raam. Of als je geen raam aan de straat hebt, op een plek waar andere mensen voorbij lopen.



## 3. DEEL HET OP SOCIAL MEDIA

Maak met je telefoon of tablet een foto van de poster. Deel die foto met al je vrienden op je Facebook pagina, op Instagram of Twitter. Dat kan een "selfie" zijn of gewoon een foto van je raam. Voor het beste resultaat zet je er natuurlijk iets leuks bij.

Alvast hartelijk bedankt dat je meedoet!



# vindingrijk

De Bieb is dé uitvinding als je iets leuks wil doen na school.

Kijk voor meer info op:  
[www.debibibliotheken.nl/rijker](http://www.debibibliotheken.nl/rijker)

de Bibliotheek   
*maakt je rijker*





# kansrijk

Nieuwe Nederlanders  
vergroten hun kansen  
met onze taalcursussen.

Kijk voor meer info op:  
[www.debibliotheeken.nl/rijker](http://www.debibliotheeken.nl/rijker)



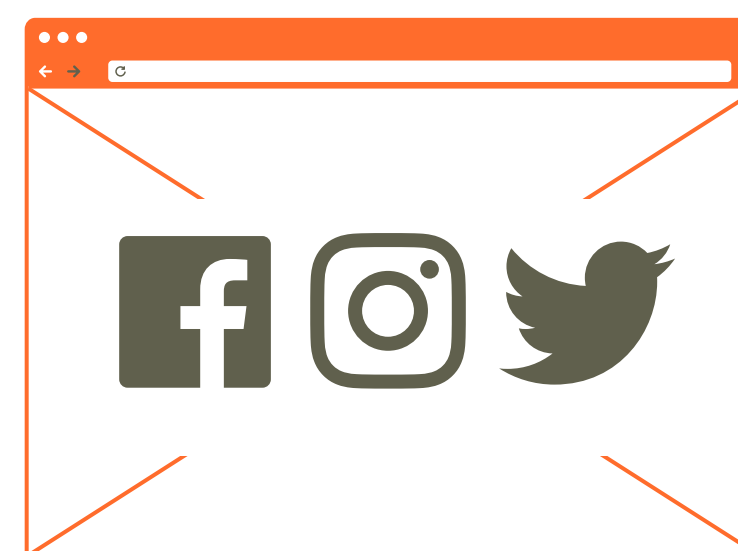
de Bibliotheek

*maakt je rijker*



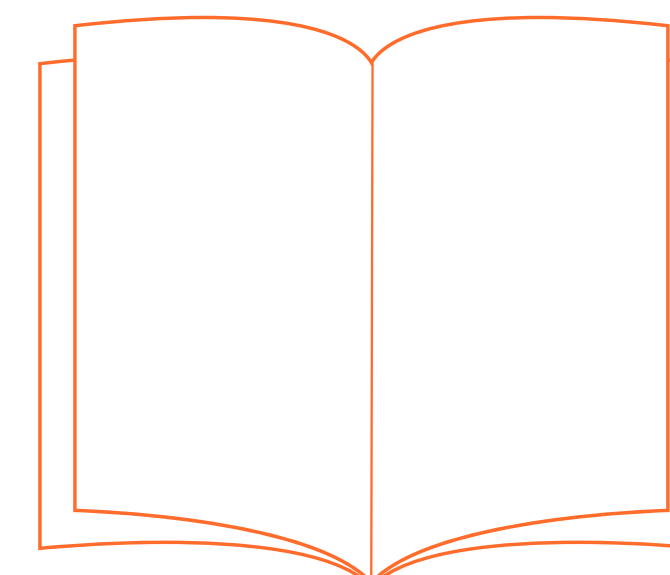
## CAMPAGNE FACTS

De campagne komt met drie hoofduitingen, waarmee we “De Bibliotheek maakt je rijker” naar buiten brengen. Om zoveel mogelijk mensen te bereiken, zullen deze uitingen op verschillende manieren verschijnen. De campagne zal op 24 oktober a.s. van start gaan.



### ONLINE

Om onze doelgroep direct te bereiken, verschijnt de campagne op Facebook, Instagram en Twitter. Daarnaast hebben we contact met gevolgrijke bloggers en vloggers die graag melding van ons maken. Zie je iets online? Like het, deel het.



### VAKBLADEN

Om onze sociale en financiële partners net zo enthousiast te houden als wij, moeten we laten zien wat we doen. Dus gaan we adverteren in verschillende (bestuurlijke) vakbladen.

### OUTDOOR

Onderzoek heeft uitgewezen dat abri's (de grote posters bij o.m. bushaltes) enorme communicatiewaarde hebben. Onze drie posters zullen vanaf 24 oktober op 1800 abri's te zien zijn, door het hele land.



# belangrijk

...en ze leest nog lang  
en gelukkig, dankzij  
onze vrijwilligers.

Kijk voor meer info op:  
[www.debibliotheken.nl/rijker](http://www.debibliotheken.nl/rijker)

de Bibliotheek   
*maakt je rijker*

Meer achtergrondinformatie over de campagne vind je  
ook op [www.debibliotheken.nl/rijker](http://www.debibliotheken.nl/rijker)



INTERVIEW FRANS BERGFELD

## ‘WE HEBBEN EEN GOED VERHAAL TE VERTELLEN!’

“De Bibliotheek is er altijd geweest en zal er -in welke vorm dan ook- blijven. Ik ben oprecht positief over onze toekomst,” zegt Frans Bergfeld, directeur van Bibliotheek Waterland en voorzitter van de Actiegroep Marketing en Positionering. “We hebben een goed verhaal en een schitterende belofte. En dat zullen we samen aan de wereld moeten vertellen.” De nieuwe campagne ‘De Bibliotheek maakt je rijker’ speelt daar een hoofdrol in.

“Om ons verhaal te vertellen, is er ook een rol weggelegd voor onze 6000 medewerkers.” Als het aan de bevolgenheid van Frans Bergfeld ligt, is dat geen enkel probleem. “Onze medewerkers, of ze nou vrijwilliger zijn of in dienst, zijn hartstikke trots op de Bibliotheek. Het zijn namelijk onze mensen, die grotendeels de meerwaarde van de Bibliotheek vormen, ten opzichte van digitale informatiebronnen.”

Als je vertelt dat je bij de Bibliotheek werkt, wordt er geregeld gevraagd: “O, bestaat die dan nog?” Frans Bergfeld: “En of we nog bestaan!! Juist op zo’n moment kun je vertellen wat de Bibliotheek allemaal doet. En kun je vooral die mensen, die allang niet meer in de Bieb geweest zijn, uitnodigen om eens te komen kijken wat er is veranderd. Bescheidenheid siert de mens, en zeker het gros van onze

medewerkers. Toch wil ik iedereen oproepen om over die bescheidenheid heen te stappen.”

## “Laten we over onze bescheidenheid heen stappen!”

“Heel Nederland mag weten dat we zoveel meer zijn dan boekenuitleen alleen. Dat we - ook in samenwerking met scholen en sociale instanties – alles in het werk stellen om onze samenleving informatie-vaardiger te maken. Sterker dus. Oftewel: Rijker.”

“Het zal voor velen van ons even wennen zijn om zomaar over je werk te beginnen,” begrijpt Frans. “Daarom zou ik het zo leuk vinden, als iedereen de poster in deze krant achter hun raam plakt. Om te beginnen. Als we het dan niet van de daken schreeuwen, dan op z’n minst van onze ramen.”



**Frans Bergfeld**  
Voorzitter route 2020 actiegroep  
Marketing en Positionering

# PUZZEL, RIJK & RIJKE

**“De Bibliotheek maakt je rijker” is een boodschap waar we allemaal achter staan. Dat moeten we laten zien. In ons werk en daarbuiten.**

**De omschrijvingen staan niet op volgorde. Gelijke cijfers zijn gelijke letters. Als je alle oplossingen hebt ingevuld lees je een wens van ons allemaal.**

- Met veel gehoor. (10)
- Dichterlijk beeldend. (8)
- Royaal gelukkig. (2,6,2,3)
- Daar regeert de leeuw. (9)
- Komisch duo uit de 70er jaren. (6,2,3)
- Kinderen met veel fantasie zijn — (12)
- Lezen is — voor kinderen dan sport. (11)
- Gebruikt men (niet meer) om te stijven. (9)
- Gefortuneerd in de kist en na de dood. (13)
- Mozart, Haydn, Handke, Schwarzenegger. (11)
- 3D printers zijn een — voor de bibliotheek. (9)
- (Ex)Bankdirecteur met treffende voornaam. (6,8)
- Kinderen die vroeg lezen zijn — op school; en nog lang daarna. (9)
- Verwijsplaats voor (wetenschappelijke) onwaarheden. (3,3,7)

**WORDT VERVOLGD,  
VOLGEND JAAR**

De campagne wordt officieel gestart op 24 oktober. Dan worden de ca. 1800 abri's gevuld met onze uitingen. Of: wanneer de eerste poster achter de ramen wordt geplakt. Misschien wel door jou! We zijn natuurlijk zeer benieuwd naar jouw mening of ideeën. Laat het ons weten op [rijker@debibliotheken.nl](mailto:rijker@debibliotheken.nl). Volgend jaar vervolgen we de campagne, en kunnen we misschien jouw idee er in verwerken!

Voor diegenen die makkelijker lezen dan lopen.

Als medewerker ben je ook “Ambassadeur”. Jij bent het levende bewijs van onze boodschap. Door een poster uit deze krant achter je raam te plakken en op social media te delen, help je enorm om die boodschap op een persoonlijke manier nóg meer mensen te laten bereiken. Bij voorbaat hartelijke dank!

Meer achtergrondinformatie over  
de campagne vind je ook op  
[www.debibliotheeken.nl/rijker](http://www.debibliotheeken.nl/rijker)