



KB kiest nieuwe bureaus voor marketing-, campagne - en mediastrategie

De KB, de nationale bibliotheek, heeft drie bureaus geselecteerd om mee samen te werken op het gebied van merk, marketing en media-inkoop. [True Ideas](#) en [GH+O](#) gaan campagnes ontwikkelen voor het merk KB, openbare bibliotheekprogramma's en de online Bibliotheek. [Traffic Builders](#) is geselecteerd voor mediastrategie en - inkoop.

Monique van Loon, teamleider marketing bij de KB: "De KB en de programma's en diensten die wij aanbieden zijn relevanter dan ooit. Onze campagnes richten zich op een grote diversiteit aan doelgroepen met als doel de samenleving geletterder te maken, beter mee te laten doen in een vaak complexe informatiesamenleving en duurzame toegang te bieden tot een leven lang ontdekken en leren. Met True Ideas, GH+O en Traffic Builders gaan we een duurzame relatie aan met bureaus die bewezen hebben ons uit te dagen en te prikkelen, mee te denken en te adviseren. We kijken er naar uit om de komende jaren samen de kwaliteit en effectiviteit van onze merk- en marketingactiviteiten versterken."

Digitale diensten

De geselecteerde bureaus zullen onder meer campagnes gaan ontwikkelen voor de digitale diensten van de KB. Met deze diensten bereikt de nationale bibliotheek 1 op de 3 Nederlanders. De [online Bibliotheek](#) is de bekendste dienst van de KB. Via dit platform kunnen sinds 2014 e-books, luisterboeken en digitale tijdschriften worden geleend. De online Bibliotheek geldt met 524.000 leden als een intensief gebruikt platform, en zet de komende jaren in op leesbevordering onder infrequente lezers.

Ook zullen er marketingcampagnes ontwikkeld worden voor de erfgoeddiensten van de KB, zoals [Delpher.nl](#). Via deze bekende erfgoeddienst worden miljoenen historische kranten, boeken en tijdschriften gedigitaliseerd ontsloten. In 2023 werd de website ruim 3 miljoen keer bezocht. De KB wil het bereik en de bekendheid van haar erfgoeddiensten verder vergroten.

Landelijke bibliotheekprogramma's

Naast digitale diensten ontwikkelt de KB ook landelijke programma's die in het lokale bibliotheekaanbod worden opgenomen. Denk aan gratis taal- en computercursussen en ondersteuning bij het omgaan met de digitale overheid. De KB is verantwoordelijk voor de landelijke marketingstrategie en -campagnes van deze programma's en voorziet bibliotheken van marketingtoolkits om lokaal de dienstverlening te promoten.

Informatiepunten Digitale Overheid

Een van de eerste campagnes die ontwikkeld gaat worden is een landelijke campagne om meer bekendheid te geven aan de Informatiepunten Digitale Overheid ([IDO](#)) in openbare bibliotheken. Hier kunnen mensen terecht met vragen over overheidswebsites, bijvoorbeeld rondom toeslagen, de belastingdienst, DigiD, AOW, werk, uitkeringen, of het rijbewijs. Met de aankomende IDO-campagne hopen de bibliotheken een nog bredere groep minder-digitaalvaardige Nederlanders te bereiken. Naast ouderen bijvoorbeeld ook jongeren, laaggeletterden en nieuwe Nederlanders.

De bureaus maakten deel uit van een aanbesteding waarvoor in totaal 29 partijen zich inschreven. Het is voor het eerst dat de nationale bibliotheek op dit vlak een vaste duurzame samenwerking aangaat.

Noot voor de redactie:

Voor vragen en interviewverzoeken kunt u contact opnemen met Helen Johnson, persvoorlichter van de KB: helen.johnson@kb.nl, 06-422 688 11.

Over de KB:

De KB is de nationale bibliotheek van Nederland. De KB verzamelt, bewaart en onderzoekt. Samen met onze erfgoedpartners, de openbare bibliotheken en wetenschappelijke instellingen bieden we iedereen de mogelijkheid om te lezen, leren en zich te ontwikkelen. Zo dragen we bij aan een slimmer, vaardiger en creatiever Nederland. www.kb.nl.

KB } nationale
bibliotheek