



Heel Nederland Leest 2023

Heel Nederland leest. Jij toch ook?

Bibliotheken brengen in november heel Nederland samen rondom hetzelfde boek. Met deze campagne trek je bezoekers naar jouw bibliotheek. Zo geef je jouw imago als sociale ontmoetingsplek een positieve impuls.



Mediabereik

- **Free publicity:** bruto meer dan 67,6 miljoen contactmomenten, mediawaarde meer dan € 1,4 miljoen.
- **Zichtbaarheid in Zeeman:** 450 winkels.
- **Online marketing:** meer dan 1,96 miljoen contactmomenten.
- **Mediapartners Bindinc en In de Buurt:** bruto meer dan 1,2 miljoen contactmomenten.
- **Buitenreclame:** meer dan 1 miljoen contactmomenten.
- **Boomerang:** 100 duizend ansichtkaarten.

Uitdaging

Uit onderzoek blijkt dat de campagne door Nederlanders wordt gewaardeerd, maar dat ze niet altijd even geneigd zijn om ook daadwerkelijk aan te haken. We moeten ervoor zorgen dat het tijdens de campagne ook daadwerkelijk voelt alsof Heel Nederland Leest: 'Heel Nederland Leest. Jij toch ook?' Met dit sociale bewijs kunnen we een brede groep enthousiasmeren om de stap naar de bibliotheek te zetten: ik doe mee, want veel anderen doen dat ook. De uitdaging in 2023 was om de campagne zo breed mogelijk zichtbaar te laten zijn.

Strategie

- Aan de start van de campagne lieten we iedereen weten dat ze het boek bij de bibliotheek konden ophalen.
- De boodschap werd via advertenties in media en op straat verspreid.
- Campagnepartner Zeeman creëerde zichtbaarheid onder winkelend publiek.
- Lezers maken lezers! De positieve leeservaring werd via podcasts en leesclubs gedeeld.



Effect

1. 44% van de Nederlanders kent de campagne van naam. Uit onderzoek blijkt dat deze groep in 2023 is gegroeid.
2. Uiteindelijk werd met behulp van de campagnepartners 29% van de Nederlanders bereikt met de campagneeditie 2023, en bezocht circa 10% van de doelgroep hierdoor de (online) bibliotheek.
3. Bijna twee vijfde van de bezoekers geven aan dat zij n.a.v. hun bezoek een positiever beeld hebben gekregen van de bibliotheek.

