



Boekenweek van Jongeren 2024

Jongeren vinden een boek dat bij hen past!

Door middel van 3PAK, boekentips en peer-to-peer-inspiratie – zowel online als in de bibliotheek – laten we jongeren ontdekken welke boeken bij hen passen. Zo krijgen zij de smaak van het lezen te pakken!



Uitdaging

We willen de associatie van boeken en lezen met ontspanning in de vrije tijd versterken. De focus ligt hierin op peer-to-peer-invloed via sociale media.

Uit onderzoek van GfK blijkt dat bijna de helft van de jongeren wekelijks leest. Dit betekent dat er nog veel ruimte is voor groei.

Jongeren staan vaak open voor lezen, mits zij het juiste boek weten te vinden. De campagne kan hun laten zien dat er voldoende boeken zijn die aansluiten bij hun smaak en interesses.

Strategie

- Influencers en boektokkers brengen boeken en lezen op een authentieke, enthousiaste en humoristische manier onder de aandacht op TikTok.
- Jongeren worden geïnspireerd door de verhalen in 3PAK en de genomineerde titels van Beste Boek voor Jongeren.
- De campagne-onderdelen helpen jongeren de juiste boeken te vinden, zowel in de boekhandel als in de (online) bibliotheek.

Mediabereik

- **Free publicity:** meer dan 41,5 miljoen contactmomenten, mediawaarde van € 1,38 miljoen.
- **Samenwerking met influencers en boektokkers:** bijna 900 duizend contactmomenten.
- **Online advertenties:** bijna 5 miljoen contactmomenten.



Effect

1. Bijna de helft van de jongeren, 48%, heeft iets van de campagne gezien. De grootste groep hiervan (43%) zag dit via de bibliotheek en school (41%). Ongeveer de helft van deze jongeren geeft aan dat de campagne hen aanspreekt en nieuwsgierig maakt.
2. Van de jongeren die de campagne zagen, ondernam een kwart een bibliotheek-gerelateerde actie: ze bezoeken de (online) bibliotheek of lenen een boek, e-boek of luisterboek.
3. Van alle jongeren die de campagne zagen, is 70% lid van de bieb. Leden zien de campagne vaker en ondernemen vaker actie.

