



Kinderboekenweek 2024

Grootste boekenfeest voor kinderen en ouders

Het grootste boekenfeest van Nederland draait om leesplezier – op school, thuis én in de bibliotheek! Voor veel gezinnen is een nieuw boek uitkiezen tijdens de Kinderboekenweek een traditie. Extra activiteiten in de bibliotheek maken dit het uitgelezen moment voor een bezoek.



Mediabereik

- **Free publicity:** meer dan 358 miljoen contactmomenten. Mediawaarde meer dan € 8 mln.
- **Online advertenties:** bijna 7 miljoen contactmomenten (twee keer zoveel als in 2024).
- **Mezza:** doordruk Kinderboekenweekkrant oplage bijna 762 duizend exx.
- **Partnership DPG Media:** advertenties met tips om lezen nóg leuker te maken stonden in o.a. *Donald Duck, Zo Zit Dat, Kidsweek, AD, Flair* en *Libelle*.

Uitdaging

Op bijna alle scholen wordt aandacht besteed aan de Kinderboekenweek, en ook thuis zou dit een vaste traditie moeten zijn! Daarom gaat er extra aandacht uit naar de communicatie via school naar ouders/verzorgers. Zo wordt het hele gezin betrokken bij de campagne en worden zij geïnspireerd om samen een bezoek te brengen aan de bibliotheek.

Strategie

- Veel zichtbaarheid voor de campagne in de privésfeer, onder andere via mediapartner DPG Media en veel pers aandacht.
- Communicatie vanuit school naar huis via een leesbingo-flyer (oplage 1.5 miljoen) waarin kinderen werden aangespoord om samen met hun gezin een leesactiviteit te doen en naar de bibliotheek te gaan.
- Grote online campagne via sociale media en de kanalen van DPG Media, Ster Online en abri-schermen op NS-stations.



Effect

1. In 2024 werd met behulp van de campagnepartners 71% van de doelgroep bereikt. 44% van de doelgroep ondernam actie: zij deden n.a.v. de campagne een leesactiviteit of haalden een boek in huis.
2. Na school is de bibliotheek de plek waar de Kinderboekenweek het vaakst wordt gezien. Van alle ouders/verzorgers die regelmatig de Bibliotheek bezoeken, heeft minstens 8 op de 10 de campagne gezien.
3. De leesbingo-flyer bereikte 31% van de ouders/verzorgers. Een kwart hiervan werd geactiveerd om samen te lezen of naar boekhandel/bibliotheek te gaan.

