



Heel Nederland Leest 2025

Lees jij mee?

De bibliotheek is hét sociale ontmoetingspunt in de samenleving. Daarom brengen we in november heel Nederland samen met hetzelfde boek. Zo werd elke bibliotheek een leesclub met de ontwapende roman *Onder de paramaribo* van Johan Fretz.



Mediabereik

- **Free publicity:** bruto bereik van meer dan 46 miljoen contactmomenten, mediawaarde € 844.238.
- **Betaalde online advertenties:** bruto bereik van bijna 2,6 miljoen contactmomenten (+89%).
- **Out-of-home advertenties:** 1,5 miljoen contactmomenten (+153%).
- **Zeeman-actie:** zichtbaarheid in 450 winkels.
- **Bereik Hebban:** 430 duizend contactmomenten.
- **Bereik influencers:** 365 duizend contactmomenten.

Uitdaging

We wilden ervoor zorgen dat het tijdens de campagne daadwerkelijk voelde alsof heel Nederland las. Zodat het een campagne werd waarop je echt wilde aanhaken. Dit verwoordden we als volgt: 'Heel Nederland Leest. Lees jij mee?' Het was daarbij belangrijk dat we ook de niet-frequente bibliotheekbezoeker aanspraken een bezoek aan de bibliotheek te brengen.

Strategie

- Via diverse middelen in én buiten de bibliotheek lieten we iedereen weten dat ze het boek *Onder de paramaribo* gratis konden ophalen in de bibliotheek en/of konden lezen via de Goed Verhaal-app.
- Daarnaast werkten we samen met een podcast en diverse influencers om extra zichtbaarheid te bewerkstelligen.
- Via lezerscommunity Hebban werd iedereen opgeroepen om *Onder de paramaribo* samen te lezen.



Effect

1. De campagne bereikte ruim een kwart van de Nederlanders (28%). 14% van de niet-frequente bibliotheekbezoekers werd bereikt.
2. 15% van de Nederlanders bezocht n.a.v. de campagne de (online) bibliotheek, zochten informatie op of deden mee aan een leesclub.
3. Het geschenk zette aan tot lezen en een gesprek: een kleine helft van de ontvangers heeft het geschenk gelezen en de helft is nog van plan dit te doen. Ook heeft de helft van de ontvangers met anderen gesproken over het geschenk, een derde wil dit nog doen.

