

Boekenweek van Jongeren 2022

Geef jongeren leesplezier cadeau

Samen met BookTokkers inspireren we jongeren die de weg naar de boekhandel al vinden, maar ook de groep die dat nog niet doet. Wij tippen en inspireren online, jij kunt in de boekhandel een gratis 3PAK aanbieden.



Mediabereik

- **Free publicity:** Meer dan 53 miljoen contactmomenten, mediawaarde € 283.485
- **Campagnetrailer:** 3,1 miljoen contactmomenten (+3% t.o.v. 2021)
- **Eigen sociale media:** Meer dan 426 duizend contactmomenten
- **Samenwerking met jonge influencers:** 1,77 miljoen contactmomenten (+47% t.o.v. 2021)

Uitdaging

In 2022 zagen we positieve signalen als het gaat om jongeren en lezen. Toch is er nog een hoop werk aan de winkel als we het beeld van jongeren over boeken willen veranderen.

Aansluiten bij de Boekenweek van Jongeren is aansluiting vinden bij de doelgroep. De Boekenweek van Jongeren is de grootste leesbevorderingscampagne die jongeren continu de hoofdrol geeft, zowel achter de schermen als in de spotlights.

Strategie

- Het geschenkboek, de uitingen en boodschappen die we gebruiken zijn samen met jongeren bedacht.
- Jonge influencers zorgen voor geloofwaardige inspiratie op sociale media, de plek waar jongeren buiten school om te bereiken zijn.
- Zo sluit de campagne aan bij de leefwereld van jongeren, onder andere d.m.v. startevenement BoekTok Live! en samenwerking met BookTokkers.



Effect

1. De doelgroep was betrokken bij de boekentips van de influencers: de tips leverden meer dan 100 duizend likes op en werden meer dan 3.500 keer opgeslagen.
2. Een vijfde van de jongeren geeft aan de content 'zeker' te hebben gezien. Circa driekwart van de jongeren die de uitingen zagen, onderneemt actie: ze nemen zich voor om (meer) te lezen, zoeken informatie op of lezen.
3. De winnaar van de titel Beste (oorspronkelijke Nederlandstalige) Boek voor Jongeren kon na de uitreiking op zes keer meer omzet rekenen.

