



# Zomerlezen 2024

*Lang leze de zomer!*

De helft van alle Nederlanders koopt één of twee keer per jaar een boek – als cadeau voor de feestdagen en vlak voor de zomervakantie. Zomerlezen inspireert deze enorme groep klanten om een éxtra boek te kopen.



## Mediabereik

- **Free publicity:** bijna 38 miljoen contactmomenten, mediawaarde bijna € 890 duizend.
- **Betaalde online advertenciacampagnes:** bruto 1,9 miljoen contactmomenten.
- **Hebbaan:** inspiratiepagina's door 40 duizend lezers bezocht.
- **Mediabereik paid media radio en print:** bijna 1,48 miljoen contactmomenten.

## Uitdaging

Met Zomerlezen richten we ons op een van de belangrijkste instapmomenten van het jaar voor de boekenmarkt: de aanloop naar de zomervakantie. Dit betreft 52% van de Nederlanders van boven de 15 jaar: de 'laagfrequente koper'. De campagne is in 2024 verkort naar 20 juni t/m 20 juli voor een intensiever piekmoment. Zomerlezen wordt versterkt met een geschenk dat aansluit bij de behoefte van de consument in deze periode: *Flamingo Beach* van Suzanne Vermeer.

## Strategie

Lezers voor wie dit hét moment in het jaar is om een boek te kopen aan te moedigen een extra boek te kopen, door:

- associatie van 'vakantie/zomer' met 'lezen' te vergoten; o.a. samenwerking met TUI;
- geschenkboek dat aansluit op de leesbehoefte van de doelgroep;
- het zomergevoel en herkenbaarheid Zomerlezen te vergroten met opvallend winkel materiaal;
- promotie van de 25 boekentips én de top 10 kinderboekentips als keuzehulp voor vakantieboeken.



## Effect

1. Zomerlezen heeft bijna een kwart (23%) van alle Nederlanders bereikt, ook laagfrequente kopers. Bijna een kwart van de laagfrequente kopers die de campagne zag, haalde daardoor een boek in huis.
2. Afzetboost: de gemiddelde weekafzet NUR 3 t/m 9 Nederlandstalig ligt in 2024 tijdens de campagne 9% hoger dan de gemiddelde week in de voorgaande maanden. De tiptitels werden in 2024 door 12% van de Nederlanders herkent.
3. In totaal ondernam 12% van de doelgroep actie: zij deden n.a.v. de campagne een leesactiviteit of haalden een boek in huis via de (online) boekhandel of bibliotheek. De impact is hiermee stabiel t.o.v. 2023.

