



Boekenweek 2025

Er is een boek voor iedereen

De Boekenweek is een feest voor iedereen. Ook als je niet zo vaak een boek koopt. Met het Boekenweekgeschenk, de thema-uitgave en de Boekenweek Top 25 stimuleren we de boekverkoop maximaal.



Mediabereik

- **Free publicity:** bruto ca. 531 miljoen contactmomenten, mediawaarde ca. € 13,6 miljoen.
- **Online advertentiecampagnes:** bruto ca. 7,2 miljoen contactmomenten.
- **Out of home advertentiecampagne:** bruto ca. 2,3 miljoen contactmomenten.
- **Radiocommercial:** netto ca. 3,2 miljoen luisteraars.
- **Sociale media:** bruto ca. 882.000 contactmomenten.
- **Hebbaan inspiratiepagina's:** 30.000 bezoekers.

Uitdaging

De Boekenweek is een feest voor iedereen die van boeken houdt, zowel de veellezer als degene die één tot twee keer jaar een boek koopt. Deze 'af-en-toe-kopers' beslaan 49% van de Nederlanders van boven de vijftien. Binnen deze doelgroep is daarom een grotere potentie om extra afzet te realiseren. De feestelijke Boekenweek is daar een uitnodiging toe. De Boekenweek is het meest effectief als het hele vak meedoet. Daarom hebben we met boekhandels en uitgevers afspraken gemaakt om gezamenlijk de impact van de Boekenweek te vergroten.

Strategie

Lezers de weg naar de boekhandel laten vinden door:

- een toegankelijk en maatschappelijk relevant thema;
- auteurs die een breed publiek aanspreken;
- herkenbaarheid Boekenweek te vergroten met opvallend winkel materiaal;
- promotie van de Top 25 als keuzehulp voor een volgend boek.



Effect

1. Tijdens de Boekenweek 2025 lag de gemiddelde weekafzet Nederlandstalige fictie 25% hoger dan in de voorgaande maanden. Ook was er een afzetstijging t.o.v. de Boekenweek 2024, van 12%.
2. De titels in de Top 25 maken tijdens de campagne een afzetstijging mee ten opzichte van de maand daarvoor, een ruime verdriedubbeling.
3. Uit consumentenonderzoek blijkt dat een groter deel van de boekenkopers die in contact kwamen met de campagne vervolgens ook actie ondernamen; zij lazen of haalden een boek in huis. Onder laagfrequente kopers steeg de conversie van 14% naar 25%.

