Goed Verhaal 2025

Jongeren starten het schooljaar met een Goed Verhaal!

Door middel van 3PAK, Beste Boek voor Jongeren en Hebban in de Klas inspireren we jongeren om meer te lezen. Zo vinden jongeren boeken die zij leuk vinden én delen zij dit met elkaar!

CAMPAGNE

GOED VERHAAL

Mediabereik

- **Free publicity**: Ruim 34 miljoen contactmomenten, mediawaarde van € 50.000.
- **Online advertenties**: 10 miljoen contactmomenten, ruim 2,5 keer zo hoog als vorig jaar.
- **LEES-app**: In totaal is meer dan 153 uur uit de 3PAK-verhalen gelezen, en meer dan 15 uur uit de Beste Boek voor Jongeren-titels.

Uitdaging

Uit onderzoek blijkt dat jongeren lezen in hun vrije tijd leuker vinden dan lezen voor school. De campagne Goed Verhaal helpt ze met het vinden van verhalen die bij ze passen.

School is voor veel jongeren wél de plek waar zij boeken ontdekken. Wij willen dit stimuleren met leestips van klasgenoten via Hebban in de Klas.

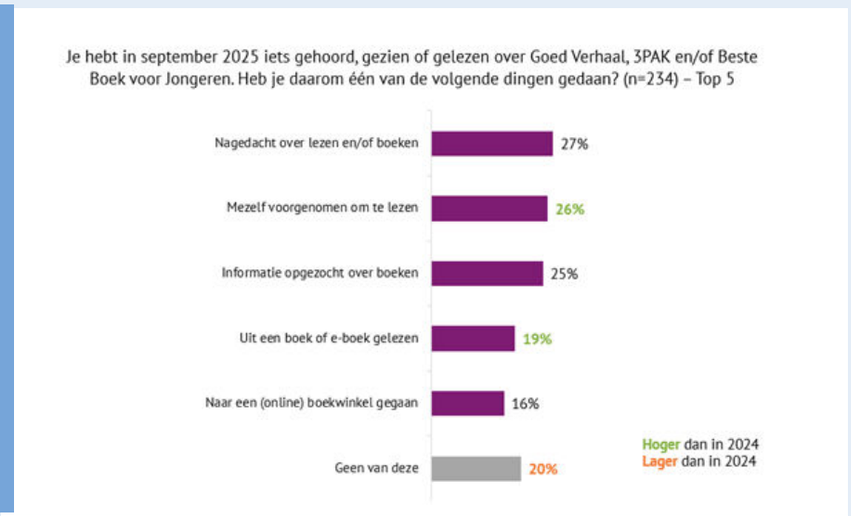
Strategie

- Veel zichtbaarheid voor de genomineerden en winnaars van Beste Boek voor Jongeren op TikTok, YouTube en Snapchat.
- De tips voor een Goed Verhaal (o.a. Beste Boek voor Jongeren, Jonge Jury, 3PAK) helpen jongeren de juiste boeken te vinden, zowel in de boekhandel als (online) bibliotheek.
- Via Hebban in de Klas, de online community voor middelbare scholen, bereiken we jongeren het hele jaar door.

Effect

1. Uitreiking Beste Boek voor Jongeren heeft impact op de verkoop: gemiddelde weekafzet winnaar 'Oorspronkelijk Nederlandstalig' ligt in de weken na de uitreiking bijna vijfenhalf keer zo hoog.
2. Bijna een derde van de jongeren, 30%, heeft iets van de campagne gezien. 88% van de jongeren die de campagne zagen ondernam actie: ze (overwegen) lezen, zoeken info op of bezoeken de boekhandel.
3. Hebban in de Klas wordt positief beoordeeld. Driekwart van de gebruikers geeft aan dat dit platform een positief effect heeft op hun leesplezier en 8 op de 10 vindt er leuke boekentips.

GRAFIEK



Een boek kan zoveel doen

Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek

Bekijk hier de uitgebreide campagne-evaluatie 2025 (pdf)