

Kinderboekenweek zorgt voor positief gevoel

22-10-2014 07:48



Zowel het Kinderboekenweekgeschenk Zestig spiegels van Harm de Jonge, dat uitkwam in een oplage van 361.000 exemplaren, als het Prentenboek van de Kinderboekenweek Fabians feest van Marit Törnqvist waren op veel plekken nog voor het einde van de Kinderboekenweek op. De Versier-jezelf-app, de Kinderboekenweek-app voor de bibliotheken, werd ruim 30.000 keer gespeeld. De Kinderboekenweek-app van Fabians feest werd bijna 14.000 keer gedownload.

Het lied Feest!, dat Manon Sikkels en Tjeerd Oosterhuis voor de 60ste Kinderboekenweek en het 35-jarige bestaan van Kinderen voor Kinderen schreven, was al goud voor het album verscheen. Op YouTube werd de videoclip ruim 1,3 miljoen keer bekeken. Ook het Spoorspel, het extra cadeau dat kinderen dankzij NS bij het Kinderboekenweekgeschenk ontvingen en verspreid werd in een oplage van 345.000 exemplaren, vond gretig aftrek. De digitale variant van het spel werd 4.000 keer gedownload.

NS is partner van de Kinderboekenweek. Hiermee wil NS laten zien hoe prettig het is om onderweg met kinderen een boek te lezen. Uit het merkenonderzoek* in de boekensector van Hendrik Beerda Brand Consultancy blijkt dat NS de sterkste merkkracht heeft onder de bedrijven die als sponsor in de boekensector aanwezig zijn. De Kinderboekenweek zelf staat in het overzicht van sterkste merken in de boekensector op de

derde plaats.

19 november: inct.spiratie 2014

Het congres voor marketeers en uitgevers

8 topsprekers over marketing & sales in de uitgeverij

[Meer info & aanmelden](#)