Persgroep en CPNB gaan samenwerken

06-02-2018 13:26

De Persgroep en CPNB hebben elkaar gevonden in een gezamenlijke missie; het boek en lezen. CPNB heeft als missie Nederland het meest boekbelezen land ter wereld te maken. De Persgroep wil komende jaren haar positie als autoriteit op gebied van boeken en lezen vergroten.

De eerste kruisbestuiving vindt plaats tijdens de Boekenweek. Bij de start van de Boekenweek staat het AD magazine en &magazine volledig in het teken van boeken en lezen. Het magazine zal compleet gevuld zijn met interviews, boekentips en leesinspiratie. Daarnaast is er een gezamenlijke boekenkortingsactie opgezet en wordt diverse content van CPNB (o.a. Boekenweek Live!) gedeeld via de kanalen van De Persgroep. Het AD Boekenweekmagazine zit niet alleen inde krant maar wordt ook los verspreid via de boekhandel en bibliotheek.

Willem Albert Bol, Persgroep: "De Persgroep is al jaren autoriteit op het gebied van lezen en boeken via onze diverse titels. Deze positie kunnen we uitbouwen door middel van een samenwerking met de CPNB. De CPNB heeft diverse campagnes die tot doel hebben lezen te bevorderen en boekverkoop en uitleen te verhogen. Wij zijn heel blij dat wij een samenwerking zijn aangegaan met de CPNB op het gebied van content beginnende met de Boekenweek."

Annette Reijersen van Buuren, CPNB: "Wij zijn zeer enthousiast over deze unieke samenwerking. Met diverse campagnes zoals o.a. Spannende Boeken Weken, Kinderboekenweek, Boekenweek, Nationale Voorleesdagen, Griffels en Penselen, Kookboeken7 daagse en Poëzieweek willen wij het lezen van boeken bevorderen en kinderen en volwassenen naar de boekwinkel en bibliotheek brengen. Het grote bereik en de relevante content van De Persgroep gaan ons hier enorm bij helpen."