#ikleesthuis-campagne gaat langer door

31-03-2020 10:16



De campagne #ikleesthuis die de CPNB in samenwerkingen met GAU, KBb, het Letterenfonds, Stichting Lezen, KB en NBD Biblion heeft opgezet kan dankzij nieuwe bijdragen ook de komende weken doorgaan.

De campagne heeft de afgelopen weken ongelooflijk veel aandacht gekregen in diverse kranten, tijdschriften, radio, tv, lokale media, maar ook online. De hashtag #ikleesthuis wordt veel gebruikt door uitgevers (ook in advertenties), boekverkopers en bibliotheken. We hebben een mediakit ontwikkeld zodat het gehele boekenvak dezelfde vormgeving en uitingen kan gebruiken en we zien dat dat ook gebeurt.

Eveline Aendekerk, directeur Stichting CPNB: “We wisten: dit is het moment om als vak samen iets te doen. We zorgen ervoor dat we iedereen hiermee inspireren en een hart onder de riem steken en zo wordt het gelukkig ook ervaren. Het is heel bijzonder en waardevol om te zien waar we als sector toe in staat zijn als we de handen ineenslaan.”

De hashtag #ikleesthuis is nog steeds trending en vaak in de Top 20 van trending-topics van de diverse sociale media. Meer dan 1 miljoen lezers werden al bereikt via sociale media (vooral Instagram, populair bij de leeftijdsgroep 18 – 24).
In duizenden abri’s van JCDecaux hangen de posters en iedere boekhandel en bibliotheek heeft exemplaren gekregen met gratis hulp van het CB.

De TV campagne bereikte gemiddeld 1 miljoen kijkers per spotje (en dat waren er 15 per dag), 42% van de Nederlanders tussen de 25 en 76 jaar oud werd bereikt via de campagne op diverse radiostations. De komende weken zal in ieder geval tot 1 mei de campagne ook op TV worden doorgezet in STER spots. Daarvoor worden nieuwe langere nieuwe spotjes gecreëerd. Een boek kan immers zeker in deze tijden zoveel doen: een boek brengt ontspanning of juist verdieping.

Eveline Aendekerk: 'We hebben eerst ingezet op bewustwording; "lees een boek, juist nu", nu gaan we de diepte in; "waarom nu juist een boek". We gaan vertellen waarom je een boek zou moeten lezen. Met dezelfde headers en een call to action. We laten mensen zelf vertellen over wat boeken met ze hebben gedaan, we zijn al bezig met testimonials, de boekentips worden volop gedeeld en gebruikt en het hele vak blijft dit ook steunen en delen. Ook zetten we volop in op de kinderboekenchallenge van Manon Sikkel. We nemen ook diverse andere initiatieven mee, zoals bv "Huisarrest" waar auteurs een verhaal schrijven en voorlezen (geïnitieerd door De Schoolschrijver en de KB). Daarnaast besteden we natuurlijk ook aandacht aan de vele initiatieven die uitgevers, schrijvers, alle lokale bibliotheken en boekhandels opzetten en initiëren.'
Daarnaast gaat de CPNB de campagne meten op bekendheid, maar ook op o.a. passendheid, begrijpelijkheid, sympathie etc. en vooral ook op gedragsverandering.

De komende tijd zal ook elke werkdag bij Stax & Toine op NPO Radio 1 een #ikleesthuis rubriek te horen zijn met daarin ik leestips van onder andere Michel van Egmond, Geert Mak, Adriaan van Dis, Tim Hofman, Stine Jensen, Heleen van Royen, Tom Douwsma, Marion Pauw, Anya Niewierra, Frank Krake, Charles den Tex, Jan Siebelink, Arend van Dam, Mylo Freeman, John de Wolf, Ilja Gort, Daphne Deckers, Olaf Koens, Jan van Mersbergen en Tooske Ragas.

De campagne loopt zeker nog tot en met mei.

David Huijzer