

# Boekhandel doet oproep aan politiek: boekhandel is essentiële winkel

15-12-2020 17:30



**De branche-organisaties in het boekenvak, Boekverkopersbond, GAU en CPNB, hebben een brief gestuurd aan de fractievoorzitters van alle partijen in de Tweede Kamer met een oproep om de boekhandels tijdens de lockdown open te houden. Het CPNB heeft direct de cadeau-acties rondom boeken en lezen aangepast**

In de brief wordt verwezen naar de landen om ons heen en de functie van de boekhandel:

*"In landen om ons heen (o.a. in Berlijn) worden boeken gezien als essentieel voor de geest in deze zware tijden. Boeken vervullen ook een vitale functie als het gaat om meningsvorming en debat. Boekhandels moeten daarom ook worden aangemerkt als essentiële winkels.*

*Wij begrijpen dat u op dit moment overstelpt zult worden met verzoeken, maar toch doen wij een dringend beroep op u om mensen de mogelijkheid te geven om boeken, tijdschriften of hun krant te kopen bij hun lokale boekwinkel."*

**De hele brief is hieronder te lezen**

## **CPNB past acties direct aan**

De CPNB heeft na afkondiging van de lockdown per direct de cadeau-campagne aangepast. Ook is een nieuwe

'coronacampagne' in gang gezet om de boekverkoop te blijven stimuleren.

De radiospotjes rond de cadeaucampagnes zenden vanaf deze ochtend een nieuwe boodschap uit. In plaats van 'ga naar je favoriete boekhandel' horen de luisteraars van Radio 1, Radio 2, Sky Radio en Radio 10 nu de zin 'ga online naar je favoriete boekhandel.' In de uitingen op papier en op sociale media werd de tagline 'ga naar je (online) favoriete boekhandel' gebruikt. Daar verdwijnen nu de haakjes om 'online'.

De CPNB kon zo snel schakelen omdat het rekening had gehouden met de mogelijkheid dat boekhandels zouden moeten sluiten. Woordvoerder Job Jan Altena die de radiospotjes heeft ingesproken, had daarom al vier weken geleden de nieuwe zin opgenomen. Na de toespraak van Rutte kreeg de studio direct opdracht een nieuwe versie van het spotje te monteren, die afgelopen nacht al naar de radiozenders werden gemaild.

Daarnaast startte de organisatie al in het weekend met nadenken over een nieuwe coronacampagne, vertelt directeur Eveline Aendekerk. Dat was een mail van haar naar het campagneteam. De volgende ochtend zat iedereen – digitaal – bij elkaar om een plannen te smeden. Ook samenwerkingspartner Hebban was daarbij betrokken. 'We zouden met kerst eigenlijk twee weken dichtgaan. Dat kan nu niet meer. Een aantal mensen zal echt door moeten werken.'

Als eerste komt deze week [ikleesthuis.nl](http://ikleesthuis.nl) online. Die site heeft de vorm van een aftelkalender. Elke dag gaat een nieuwe hokje open, waarin boekverkopers en bibliothecarissen een leestip geven. Vandaag roept de CPNB boekenvakkers op om tips aan te leveren. De slogan wordt dan ook: 'Hoeveel bladzijden nog tot 19 januari?'

Zaterdag volgt in een of meerdere landelijke kranten een advertentie. Daarin is de bekende poster van de 'Ik lees thuis'-campagne van het voorjaar te zien. Alleen staat de boekenstapel, die samen een huisje vormen, nu in de sneeuw om een winters gevoel op te roepen. Deze advertentie wordt in elk geval gefinancierd door de GAU, die als eerste met dit idee kwam. Ook wordt dezelfde hashtag gebruikt: #ikleesthuis.

Direct na kerst volgt een nieuwe postercampagne. In deabri's waar nu nog de advertenties van de cadeaucampagne hangen, komt dan het beeld van de krantenadvertentie – met QR-code, die doorverwijst naar de website. De CPNB vraagt nu prijzen op bij partner JC Decaux, maar als veel adverteerders – net als in het voorjaar – afhaken, is de kans groot dat het boekenvak veel gratis stoppers krijgt.

De call to action van deze campagne wordt nadrukkelijk: koop boeken. 'We benadrukken daarbij dat bestellen óók kan bij je favoriete lokale boekhandel', vertelt Aendekerk. 'Wij kiezen voor deze focus omdat de boekhandels op dit moment de steun het hardste nodig hebben. Ik vind het verschrikkelijk dat ze dicht moeten.'

Ze is wel verheugd om te merken dat boekhandels bepaald niet bij de pakken neer zitten. 'De persconferentie was nog niet afgelopen of ik al had een mail van Paagman gekregen dat ze bij hen boeken kon bestellen. Daarna volgden er meer. Ik vind het ook belangrijk dat boekhandels dat zelf communiceren naar hun klanten. Zo kan onze campagne die boodschap optimaal ondersteunen.'

Op de wat langere termijn past de CPNB nu de Nationale Voorleesdagen aan. Die beginnen op woensdag 20 januari. Dat is zo kort na het einde van de lockdown (die bovendien kan worden verlengd) dat de organisatie nu al een coronaproof-variant optuigt. Daarbij moet er voor scholen een alternatief komen voor het afhalen van de bestelde materialen. Dat kan niet meer bij hun lokale boekhandel.

David Huijzer