Kinderboekenweek onmisbaar voor krimpende boekhandelssector

02-10-2023 09:43



De Kinderboekenweek is al een van de sterkste namen in de boekensector en de populariteit onder Nederlanders blijft groeien, blijkt uit het jaarlijkse Boekensector Merkenonderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy. De nationaal bekende campagne biedt de sector een onmisbaar uithangbord om de interesse in boeken overeind te houden. Met name boekenwinkels verliezen rap merkwaarde. Zelfs bol.com, de dominantste boekverkoper van Nederland, ziet zijn positie verzwakken.

Sinds het uitbreken van de coronacrisis zijn de vooruitzichten voor de Nederlandse boekensector steeds somberder geworden. Alleen ebook-aanbieders en boekenprijzen realiseerden afgelopen jaar een stijgende merkkracht wat daarmee een belangrijk signaal geeft voor het omzetpotentieel. Promotie van de sector is daarom hard nodig en de Kinderboekenweek is het sterkste instrument dat de sector hiervoor in handen heeft. Op de ranglijst van sterkste merken van de Nederlandse boekensector neemt de Kinderboekenweek in 2023 de derde plaats in, na online boekverkoper bol.com en de Bruna-boekwinkelketen.

Merkadviseur Hendrik Beerda over de onderzoeksresultaten: ‘De Kinderboekenweek bestaat sinds 1955 en is een cruciaal uithangbord geworden voor de sector. En niet alleen dat, het onderzoek laat zien dat de jaarlijkse campagne voor het Nederlandse kinderboek positief blijft verrassen. Van de Kinderboekenweek wordt daardoor de hoogste groei in populariteit verwacht. De branche wordt door velen als behoorlijk saai ervaren,

terwijl de Kinderboekenweek als enige vrolijkheid uitstraalt. Ook het leerzame effect van de campagne wordt als zeer positief beschouwd. Ouders en grootouders uit alle geledingen van de bevolking zijn het hierover eens.’

Merkwaarde

Sterkste merken in 2023 (+ positie nét voor het uitbreken van de coronacrisis in 2020)

1. (1) bol.com
2. (2) Bruna
3. (3) Kinderboekenweek
4. (5) Jan Terlouw
5. (4) Carry Slee

Boekenprijzen krabbelen weer op na diepe coronadip

Naast de coronaperiode zat 2022 voor de NS Publiekprijs sowieso tegen omdat de prijs niet werd uitgereikt door stemfraude. Uit het onderzoek blijkt dat de reputatie van de bekendste lezersprijs zich in 2023 weer enigszins heeft hersteld. Het grootste herstel na de coronacrisis is echter zichtbaar bij de Zilveren en Gouden Griffel, de belangrijkste literatuurprijzen voor Nederlandstalige jeugdliteratuur.

Onderzoek onder 12.600 respondenten sinds 2010

Het Boekensector Merkenonderzoek is met de Universiteit van Amsterdam ontwikkeld en wordt uitgevoerd door een professioneel onderzoeksbureau dat bijvoorbeeld ook verantwoordelijk is voor de marktonderzoeken van NOS en RTL. Het onderzoek heeft geen opdrachtgever of andere belanghebbende. Sinds 2010 zijn voor het onderzoek 12.600 respondenten in twee fasen ondervraagd. Eerst wordt de spontane bekendheid van de duizenden namen in de boekensector onderzocht. Daarna wordt voor de 50 spontaan bekendste namen navraag gedaan op 38 factoren: merkkracht (= gemiddelde van geholpen naamsbekendheid, waardering en binding), merkpersoonlijkheid (16 factoren), merkprestatie (17 factoren), aankoopintentie en groeiverwachting. Het onderzoek heeft betrekking op alle Nederlandse auteurs (m/v), boekwinkel(keten)s en aanbieders van ebook-abonnementen, boekevenementen en -promotiecampagnes, illustrators/tekenaars/vormgevers voor boeken (m/v), literatuurprijzen, uitgeverijen en uitleners van boeken.

Frank Veerkamp