

Groot bereik leescampagnes

Leesbevordering ligt aan de basis van de oprichting van de openbare bibliotheken in Nederland en is daarmee een van de kernfuncties van de bibliotheek. Eén vorm van leesbevordering is het voeren van campagnes om lezen, het boek en praten over boeken te promoten. Bibliotheken organiseren in dit kader verschillende activiteiten voor uiteenlopende doelgroepen. Vaak wordt hierbij samengewerkt met andere partijen, zoals het onderwijs, Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB), boekhandelaren, uitgeverij en de Leescoalitie, een samenwerkingsverband bestaand uit Stichting Lezen, de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB), de Koninklijke Bibliotheek (KB), Stichting Lezen & Schrijven en het Literatuurmuseum/Kinderboekenmuseum.

Grote variatie

Nederland kent veel – vaak jaarlijks terugkerende – leesbevorderingscampagnes. Bij de samenstelling van deze programma's is getracht een zo breed mogelijk spectrum aan doelgroepen te bereiken: van jong tot oud, van doorgewinterde lezer tot relatieve nieuweling. Ook is geprobeerd aandacht te schenken aan zoveel mogelijk verschillende genres: van proza tot poëzie, van sportboek tot thriller. Daarbij hebben de campagnes ook uiteenlopende vormen, bijvoorbeeld die van een festival, prijsuitreiking of activiteitenperiode. Sommige campagnes kennen een beperkte periode qua duur, zoals de Nationale Voorleesdagen; andere campagnes hebben een langere looptijd, waaronder De Kinderjury, die de periode van maart tot en met juni bestrijkt. Zie onderstaand campagneoverzicht.

Campagnes voor jongeren

De jeugdcampagnes zijn gericht op het beleven van plezier aan (voor)lezen, met een beoogd positief effect op de taalvaardigheid. Ze genieten grote bekendheid. Zo is 70% van de Nederlanders bekend met de Nationale Voorleesdagen (Peters & Van Strien, 2019). De Kinderboekenweek is zelfs bij 89% bekend. Voor de promotie van het Nederlandse boek is de Kinderboekenweek het belangrijkste moment, zo blijkt uit onderzoek: deze twaalfdaagse promotiecampagne heeft de grootste aanhang onder volwassenen. Terwijl de Boekenweek de meeste aandacht krijgt, heeft de week voor het kinderboek het meeste effect op de sector (Beerda, 2019). Circa 60% van de jongeren tussen de 10 en 15 jaar is bekend met de Gouden Griffel en de Gouden Penseel, die tijdens de Kinderboekenweek worden uitgereikt. Ruim 6 op de 10 kinderen tussen de 10 en 15 jaar kent de prijs van de Nederlandse Kinderjury. Minder bekend is de opvolger, de Jonge Jury: minder dan 4 op de 10 jongeren kent deze campagne (Huysmans, 2013). Sinds 2013 maakt de Jonge Jury wel een groei door qua deelnemers- en volgersaantallen, zo blijkt uit jaarverslagen (Passionate Bulkboek, 2018).

Volwassenencampagnes

Ook het merendeel van de leesbevorderingscampagnes voor volwassenen geniet grote bekendheid. Zo is de Boekenweek – al bestaand sinds 1932 – bekend bij 88% van de Nederlanders van dertien jaar en ouder. Het gratis Boekenweekgeschenk is voor 14% van de Nederlanders reden om op dat moment een boek te

kopen. De NS Publieksprijs is bekend onder 67% van de Nederlanders (Peters & Van Strien, 2019).

Bron: Peters & Van Strien, 2019.

Groot bereik

De verschillende leesbevorderingscampagnes hebben een aanzienlijk bereik. De Boekenweek betekent bijvoorbeeld een belangrijke impuls voor de verkoop van literaire fictie. De wekelijkse omzet van literaire fictieboeken is in de Boekenweek even hoog als aan het eind van het jaar, waarin de boekverkoop traditioneel eveneens een piek beleeft. Ook in november, tijdens Nederland Leest, gaan er flink wat boeken over de toonbank: de totale oplage bedroeg in 2018 249.000 exemplaren (CPNB, 2019). De oplage van de junioreditie was in 2018 nog eens 85.000, 40.000 meer dan in startjaar 2016.

Rol van de bibliotheek

In veel campagnes heeft de bibliotheek een initiërende of organiserende rol, zoals bij de verschillende voorleeswedstrijden. Zo organiseren zij de lokale, regionale en provinciale voorrondes van de Nationale Voorleeswedstrijd. Daarbij werkt de bibliotheek nauw samen met betrokkenen, waaronder het onderwijs, de Leescoalitie en – bij de Nationale Voorleeslunch – ouderenzorg. Daarnaast sluiten veel bibliotheken zich aan bij de marketingcampagnes van de CPNB, zoals bij de verschillende Boekenweken, door middel van het organiseren van aansluitende activiteiten, zoals lezingen, workshops en debatten.

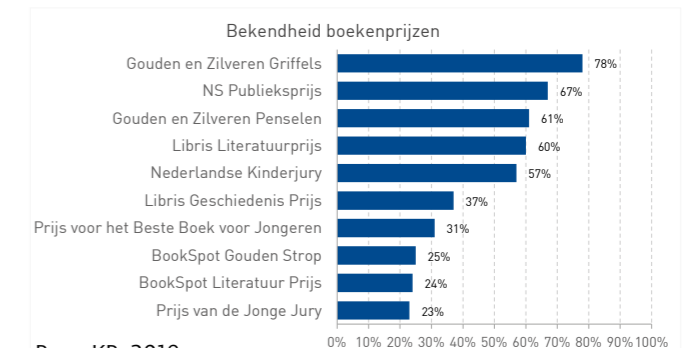
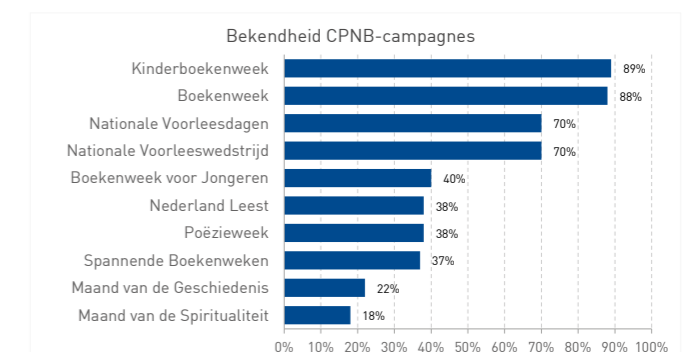
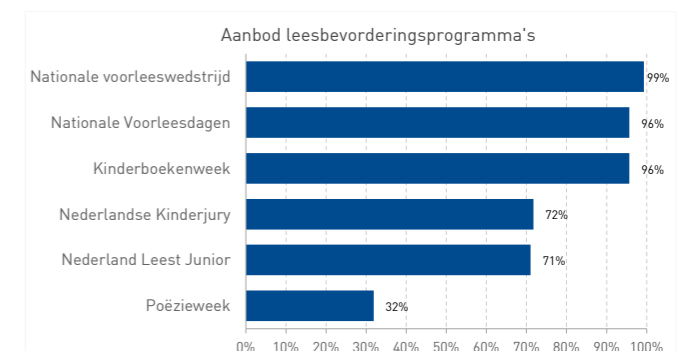
Bibliotheken en scholen

Deze campagnes worden over het algemeen breed gedragen door bibliotheekorganisaties. Zo doen vrijwel alle bibliotheken mee aan de Nationale Voorleesdagen, vaak in samenwerking met educatieve partners (KB, 2019a). Uit onderzoek van de KB blijkt dat 96% van de bibliotheken ook de Kinderboekenweek voor het primair onderwijs faciliteert, met voorstellingen, auteursbezoeken en signeersessies (KB, 2019a). Circa twee derde van de bibliotheekorganisaties biedt daarnaast activiteiten rondom de Nederlandse Kinderjury en de Jonge Jury in samenwerking met het primair onderwijs aan (KB, 2019a). Ook zetten bibliotheken die op het gebied van leesbevordering samenwerken met het voortgezet onderwijs Read2me! – voor klas 1 en 2 van het voortgezet onderwijs – in het schooljaar 2017-2018 in op 173 scholen (KB, 2019b). Bij circa een derde van de bibliotheekorganisaties maakt de Poëzieweek daarnaast onderdeel uit van het leesbevorderingsaanbod (KB, 2019a). De bibliotheken die op het gebied van leesbevordering samenwerken met het voortgezet onderwijs, zetten de Boekenweek voor Jongeren in het schooljaar 2017-2018 in op 76 scholen (KB, 2019b).

TEKST: ANNE VAN DEN DOOL

Bronnen

Beerda, Hendrik (2019), *Boekensector Merkenonderzoek 2018*, Amsterdam, Hendrik Beerda Brand Consultancy.
 CPNB (2018), *Factsheet Nederland Leest 2018: Voeding*, Geraadpleegd op 9-8-2019.
 CPNB (2019), *Jaarverslag 2018*, Geraadpleegd op 12-8-2019.
 Huysmans, F. (2013), Amsterdam/Den Haag, St. Lezen/SIOB.
 Koninklijke Bibliotheek (KB) (2019a), *Dienstverlening openbare bibliotheken aan het primair onderwijs. Onderzoekresultaten BOP-enquête Samenwerking primair onderwijs 2017-2018*.
 Koninklijke Bibliotheek (KB) (2019b), *Dienstverlening openbare bibliotheken aan het voortgezet onderwijs. Onderzoekresultaten BOP-enquête Samenwerking voortgezet onderwijs 2017-2018*.
 Peters, S. en Strien, S. van (2019), *Rapportage Boekenbranche Meting 47. 1e reguliere meting van 2019 naar het kopen, lezen en lenen van boeken*, Amstelveen, GfK, in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (Koninklijke Boekverkoopbond, de Groep Algemene Uitgevers, Stichting Lezen, CPNB, Koninklijke Bibliotheek).



Bron: KB, 2019a.