

Zomerlezen 2025

Lang leze de zomer!

De periode in aanloop naar de zomervakantie is een van de belangrijkste momenten van het jaar op het gebied van lezen. Zomerlezen inspireert een enorme groep Nederlanders om méér boeken te kopen in de vakantieperiode.



Mediabereik

- **Free publicity:** bijna 40 miljoen contactmomenten, mediawaarde bijna € 260.000.
- **Betaalde online advertenciacampagnes:** bruto bijna 16 miljoen contactmomenten.
- **Samenwerking met influencers:** 120.000 Nederlanders bereikt.
- **Hebbaan:** inspiratiepagina's door 12.000 lezers bezocht.
- **Tiptitels:** bruto 2,7 miljoen contactmomenten.

Uitdaging

Met Zomerlezen richten we ons op een van de belangrijkste koopmomenten van het jaar: de aanloop naar de zomervakantie. De groep waar dit betrekking op heeft, beslaat 52% van de Nederlanders van boven de 15 jaar: de 'laagfrequente' kopers. Zomerlezen speelt in op de afzetverhogende potentie van deze periode. In 2025 schreef Anya Niewierrra het Zomerlezensgeschenk, *De stilte*. Boekhandels gaven het geschenkboek van 18 juni t/m 20 juli cadeau bij aankoop van € 15 aan boeken.

Strategie

Lezers voor wie dit één van de twee momenten in het jaar is om een boek te kopen aan te moedigen een extra boek te kopen, door:

- de associatie tussen 'vakantie/zomer' en 'lezen' te vergroten met o.a. samenwerking TUI;
- een geschenkboek dat aansluit op de leesbehoefte van de doelgroep;
- het zomergevoel en de herkenbaarheid van Zomerlezen te vergroten met opvallend winkelmateriaal;
- promotie van de 25 boekentips én de top 10 kinderboekentips als keuzehulp voor vakantieboeken.



Effect

1. Afzetboost: de gemiddelde weekafzet NUR 2 t/m 9 Nederlandstalig ligt in 2025 tijdens de campagne 4% hoger dan de gemiddelde week in de voorgaande maanden.
2. De campagne heeft bijna een derde van alle Nederlanders (30%) bereikt; onder laagfrequente kopers is één op de vier bereikt.
3. In totaal ondernam 17% van de doelgroep actie: zij deden n.a.v. de campagne een leesactiviteit of haalden een boek in huis via de (online) boekhandel of (online) bibliotheek.
4. Zowel frequente kopers als laagfrequente kopers zeggen vaker dan in 2024 dat ze actie hebben ondernomen n.a.v. de campagne.

