

De CPNB nu De campagnes van 2018

4



12



18



36



42



Een boek
kan zoveel
doen

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek

Volop in beweging

In 2018 groeide de boekenmarkt voor het vierde achtereenvolgende jaar. Van 530 naar 541 miljoen. Het aantal verkochte boeken bleef stabiel rond de 41 miljoen. Binnen de markt gaan de verschuivingen gestaag verder. Zo ook binnen de CPNB. Het CPNB-jaar 2018 kunnen we rustig turbulent noemen. Allereerst vanwege de vele personele wijzigingen in de leiding van de organisatie; het vertrek van directeur Eppo van Nispen tot Sevenaer, het interim-management van Henk Pröpper, de komst van Eveline Aendekerk als nieuwe directeur. Ook in het bestuur waren veel wijzigingen. Voorzitter Geneviève Waldmann nam afscheid, Erna Staal werd benoemd tot nieuwe voorzitter. De boekhandelaren Fabian Paagman en Ad Peek werden eind 2018 opgevolgd door Margreet Plukker en Annet Scheermeijer. Van controller Joke de Witte moesten we helaas definitief afscheid nemen, zij overleed op 19 juli.



Turbulent was het jaar ook vanwege de commotie rond het Boekenweekthema ‘De moeder de vrouw’. Nu het stof is neergedaald kijken we terug op een geslaagde Boekenweek en een geslaagd Boekenbal waarin veel aandacht was voor schrijfsters. Vanzelfsprekend vraagt de sector ons voor volgend jaar wederom om een thema dat reuring gaat veroorzaken. We zullen zien. In ieder geval is de auteur van het Boekenweekgeschenk alvast door iedereen omarmd. Intern was de organisatie ook volop in beweging. Belangrijke trajecten zijn: een grondige analyse en herziening van de CPNB-merken, meer transparantie richting partners, een HR- en IT-audit om de organisatie verder te professionaliseren en versteviging van samenwerkingen met onder meer convenant- en marketingpartners. Tot slot is een start gemaakt met de langetermijnstrategie ‘De lezer centraal’, die in 2019 definitief het licht zal zien. Ondanks alle veranderingen hebben de medewerkers

hun focus op de kerntaak weten te houden; effectieve campagnes maken die leesplezier bevorderen en boekbezoek verhogen!

De kersverse directeur kijkt positief terug op 2018, het jaar van haar eerste honderd dagen in het boekenvak, waarin zij zich welkom weet, maar ook de verwachtingen voelt. De voorzitter sluit zich hierbij aan en wil iedereen bij de CPNB danken voor de tomeloze inzet die dit jaar weer getoond is. We kijken ernaar uit om de verwachtingen gezamenlijk – medewerkers, directie en bestuur maar vooral in samenwerking met de gehele sector – waar te maken.

Mei 2018

Eveline Aendekerk, directeur
Erna Staal, voorzitter



De lezer centraal

DE LEZER CENTRAAL

Een boek kan zoveel doen

Lezen is goed voor de mens. Onderzoek wijst het steeds weer uit. Ook *De impact van het boek*, de grootschalige studie die dit jaar in opdracht van KVB Boekwerk aan de minister van OCW werd gepresenteerd, bevestigt: het lezen van boeken maakt mens, samenleving en economie beter. Toch lezen steeds meer mensen minder vaak een boek. In een veranderende markt voor vrijetijdsbesteding staat de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek voor de uitdaging om mensen aan het lezen te krijgen én te houden.

Vruchten van het lezen

Lezen zet aan tot nadenken – meer dan bijvoorbeeld het kijken naar een film of gamen – en het vergroot het voorstellingsvermogen, waardoor mensen meer begrip ontwikkelen voor anderen en minder vasthouden aan vooroordelen. Doordat lezen ook het inlevingsvermogen stimuleert zijn lezers bovendien eerder geneigd zich actief in te zetten voor hun omgeving.

Ook op de arbeidsmarkt plukken lezers de vruchten van het lezen. Digitalisering en globalisering vragen steeds meer om competenties als taalvaardigheid, empathie en het denken in scenario's – vaardigheden waarin het lezen van boeken voorziet.

Een ander belangrijk effect van het lezen van boeken is de positieve bijdrage die het levert aan gezondheid en geluk. Lezen stimuleert het brein en draagt daardoor bij aan een langer en gezonder leven. En lezen doen we vooral voor ons plezier, als afleiding of troost, of om er iets van op te steken. Meegesleept worden in een verhaal zorgt voor ontspanning, een goed gevoel en een positief zelfbeeld. Allemaal redenen die maken dat je een boek pakt om je leven op een plezierige en zinvolle manier invulling te geven.

Collectieve uitdaging

Boeken lezen draagt aantoonbaar bij aan de kwaliteit van leven. Het is het waard om dat te stimuleren. Als marketing- en communicatiebureau van de Nederlandse

boekenbranche zet de CPNB zich daarom in om mensen in Nederland aan het lezen te krijgen én te houden. Met inspirerende campagnes laat de CPNB zien dat het lezen van boeken ontspanning, verrijking en verdieping geeft. Al die activiteiten moeten uiteindelijk leiden tot een gang naar boekhandel en bibliotheek.

De inzet voor leesbevordering en boekbezit staat echter voor een grote uitdaging, want een steeds grotere groep lezers slaat minder vaak een boek open. In een tijd vol prikkels en andere verhalenbronnen (zoals Netflix en YouTube) ligt er een grote uitdaging om vooral kinderen en jongeren het boek te laten ervaren als bron van bijzondere verhalen en leesplezier.

Dat kan alleen vanuit de kracht van het collectief: door de samenwerking tussen de convenantpartners boekhandel, bibliotheek en uitgeverij en de partners in onderwijs en leesbevordering creëert het boekenvak een landelijk bereik dat vele malen groter is dan de reikwijdte van de individuele leden. De CPNB heeft hierin een verbindende rol.

De lezer centraal

Als startpunt van een nieuwe langetermijnstrategie vond op 11 en 12 februari 2019 ‘De 24 uur van Zeist’ plaats. Tijdens deze heisessie bogen directie en bestuur van de CPNB zich samen met vertegenwoordigers van de Groep Algemene Uitgevers, de Koninklijke Boekverkoopersbond en de Vereniging van Openbare Bibliotheken over de vraag wat de CPNB de komende jaren te doen staat. In de tweede helft van 2019 wordt de uitgewerkte toekomstvisie gepresenteerd.

Eén ding is alvast duidelijk: het is de lezer die alle verschillende partijen bindt. Meer nog dan de campagnes en communicatie te richten op de boekhandel en bibliotheek dienen de lezer en de leesbeleving centraal te staan. Bij alles wat de CPNB doet moet zij zich nóg meer afvragen: wat heeft de lezer eraan? Gaan mensen hierdoor lezen? Gaan zij hierdoor naar de boekhandel of bibliotheek? Het is dus belangrijk om de verschillende lezersgroepen goed te kennen en te weten waar zij zich

bevinden en wat hen beweegt. Eenmaal binnen in boekhandel en bibliotheek is het de expertise van de boekverkooper of de bibliotheekmedewerker om de doelgroep aan te zetten tot actie.

‘De lezer centraal’ betekent ook dat de CPNB de juiste campagnes moet gaan voeren, campagnes die effect hebben. Als de vraag of mensen door deze campagnes naar boekhandel of bibliotheek gaan met ‘nee’ wordt beantwoord, moet de CPNB het niet doen. Consequentie is dat er minder campagnes gevoerd worden.

De weg naar evaluatie van campagnes was al in 2017 ingeslagen en leidde in 2018 tot een grondige analyse van de waarde en effecten van de CPNB-merken. De campagneportfolio werd kleiner. Bovendien kregen partners meer inzage in de resultaten van de campagnes. Om de drie maanden ontvangen boekhandel, bibliotheek en uitgeverij een kwartaalrapportage op basis van enquêtes, GfK markt- en consumentenonderzoek en ANP-mediawaarde.

Een duidelijk verhaal

Om met minder maar meer relevante campagnes een optimaal effect te bereiken is een start gemaakt met overkoepelende communicatie: een duidelijk herkenbare boodschap die het plezier van lezen en de meerwaarde van boeken overbrengt. ‘Een boek kan zoveel doen’ en ‘Je vakantie begint met boeken’ zijn voorbeelden van overkoepelende boodschappen die zorgen voor eenheid tussen de verschillende campagne-uitingen.

In 2019 gaat de CPNB verder met de uitwerking van de overkoepelende merkbepoorte ‘Een boek kan zoveel doen’. De verschillende campagnes leveren elk voor hun eigen doelgroep de bewijsvoering van deze bepoorte. Want om echt een gedragsverandering teweeg te brengen en mensen te prikkelen om een boek te gaan lezen moeten zij er wel de toegevoegde waarde van inzien. Het gaat er daarom meer dan ooit om mensen te raken met een verhaal, het verhaal van ontspanning, verdieping en verrijking. De CPNB vertelt dat verhaal, want een boek kan zoveel doen. ●

De lezer anno nu

Het onderzoek *Media:Tijd* van het Sociaal Cultureel Planbureau e.a. uit najaar 2018 bevestigde het nog eens: per etmaal besteden we een derde van onze tijd aan media, opgeteld zo'n 500 minuten per dag. In die optelsom zijn bezigheden die zich laten combineren, apart meegenomen. Vooral radio of muziek op de achtergrond tijdens het verrichten van andere bezigheden maken dat de 'exclusieve' mediatijd op een dag fors lager uitkomt, op krap 200 minuten.

Wat de onderzoekers media noemen is de optelsom van luisteren, kijken, lezen, communiceren, gamen en internetten. Na kijken, luisteren en communiceren neemt lezen een onopvallende vierde plaats in met 42 minuten per dag, zo'n 8% van de totale mediatijd. Die 42 minuten is het gemiddelde voor alle Nederlanders vanaf 13 jaar. Ooit een gemiddelde Nederlander ontmoet? Natuurlijk niet, wij zijn met 17 miljoen excentriekelingen. Volgens de onderzoe-

kers besteden 65-plussers maar liefst vijf maal zoveel tijd aan lezen als 35-minners (87 tegen 17 minuten). In deze spagaat zie je meteen al iets terug van de opdrachten waar de CPNB voor staat. Kort door de bocht samengevat gaat het om jongeren aan het lezen te *krijgen* en ouderen aan het lezen te *houden*.

Lezers lezen 2/3 van hun leestijd van papier en 1/3 van tablet, pc, laptop, smartphone of e-reader. En wat lezen ze dan? Kranten, tijdschriften en ja, ook boeken.

Niet iedereen leest. Volgens KVB Boekwerk leest van alle Nederlanders ouder dan 13 jaar 12% helemaal nooit een boek. De helft leest incidenteel, dat wil zeggen minder dan wekelijks. En 38% leest wekelijks of dagelijks in een boek. De groep niet-lezers blijft ongeveer stabiel, de groep incidentele lezers is de laatste vijf jaar gegroeid ten koste van de trouwe lezers.

De lezer leest voor

Met voorlezen kunnen ouders niet vroeg genoeg beginnen.

Er bestaat onderzoek dat al bij hummels van 15 maanden gunstige effecten van voorlezen op de taalontwikkeling vaststelt. Gelukkig maar: volgens Stichting Lezen leest 95% van de ouders van kinderen tot 6 jaar minimaal eens per week voor.

Als kinderen zelf kunnen lezen, neemt het voorlezen door ouders geleidelijk af. Toch bezorgt ook dan het voorlezen de kinderen meer fantasie, empathie, taalvermogen en redzaamheid.

De lezer leent

In 2017 was 1 op de 10 volwassen Nederlanders lid van een van de 149 openbare bibliotheekinstellingen in het land (1,4 miljoen leden). Veel sterker is de positie van de bibliotheken bij de jeugd. Van alle Nederlanders onder de 18 jaar was ruim 2/3 bibliotheeklid (2,3 miljoen jeugdleden). De volwassenen leenden met elkaar in 2017 31 miljoen boeken, de jeugdleden 36 miljoen. Over de jaren is de trend neerwaarts, voor de boeken voor volwassenen meer

dan voor de jeugdboeken (cijfers over 2018 waren nog niet beschikbaar).

Dat is niet het hele verhaal, want deze uitleencijfers betreffen papieren boeken. Sinds 2014 hebben de bibliotheken stevig ingezet op het uitlenen van e-boeken, met een centrale rol voor de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag. Over de jaren 2015-2017 was er sprake van een verdubbeling van het aantal e-uitleningen tot over de 3 miljoen. In dezelfde periode steeg het aantal beschikbare e-boeken van 10.000 naar 18.000 titels, nog steeds maar een gedeelte van het boekenaanbod. Dat komt omdat bibliotheken voor het e-uitlenen individueel toestemming van de uitgever moeten verwerven. Het totaal aantal uitleningen kwam daarmee op 70 miljoen (31+36+3).

Het is goed om in de gaten te houden dat de bibliotheken niet louter uitleenbalies meer zijn. Het uitlenen en de collectievorming die daarvoor nodig zijn, zijn ingebed in een breed takenpakket op het terrein van informatievoorziening, kennisbevordering, educatie, leesbevordering

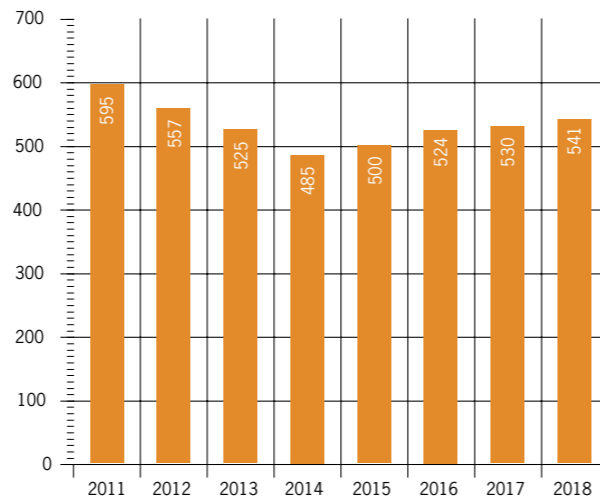
DE LEZER CENTRAAL

en debat. Het goede nieuws is dat in steeds meer steden fraaie centrale bibliotheekgebouwen hun deuren openen. Het slechte nieuws is dat onder druk van lokale bezuinigingen het aantal kleine gemeenten zonder bibliotheek toeneemt.

De lezer koopt

Van 2017 naar 2018 groeide de boekenmarkt van 530 naar 541 miljoen euro – voor het vierde achtereenvolgende jaar een omzetplus. Die plus is vooral terug te voeren op hogere prijzen, want in verkochte aantallen bleef de markt hangen rond de 41 miljoen exemplaren. Daarbinnen gaan de verschuivingen gestaag verder. Robuust blijft de groei van verkoop uit e-commerce ten koste van de winkel met glazen pui. Het marktaandeel van e-commerce steeg namelijk van 26 naar 29%. Gestaag is de groei van het aandeel van het niet-Nederlandstalige boek – in 2018 kwam het op 15% van de omzet. En opnieuw bescheiden is de groei van het afzetaandeel van het e-boek, van 7,4 naar 7,6% (alleen

Acht jaar boekverkoop in miljoenen euro
(Bron: KVB-SMB/GfK)



DE LEZER CENTRAAL

Nederlandstalig). In verband met de lagere prijzen van e-boeken komt het omzetaandeel lager uit, namelijk 5,3%. De jaarwisseling 2018-2019 stond in het teken van de verhoging van de btw op boeken, van 6 naar 9%. Dat bracht uitgevers ertoe om hun aanbod opnieuw te prijzen, waarbij veel titels door de prijsgrens van twintig euro heen gingen. Het leidde in de eerste maanden van 2019 tot een duidelijke omzetplus, bij een afzet die maar heel licht terugliep. Vergeleken met omringende landen staat de Nederlandse boekenmarkt er goed op. Vlaanderen, Frankrijk en vooral Duitsland laten over 2018 mindere cijfers zien. ●

VAN DE VLOER *Het wonderlijk warme bad van de lezer*

“Ik schrijf omdat ik het nodig heb om het leven te overleven. Terwijl ik aan een boek werk, bestaan lezers niet. Maar altijd weer komt dat bange moment waarop het af is en iedereen er alles van mag vinden. Dan beseft je hoezeer je verhaal maar bestaat dankzij de mensen die je lezen.

Als auteur van het Boekenweekgeschenk word je door al die mensen in een wonderlijk warm bad gestopt. Lange rijen en volle zalen met lezers geven je de toestemming om de schrijver te zijn die je altijd al wou worden. Het valt moeilijk uit te leggen hoe

goed dat doet, hoezeer dat aanvuurt, hoe dat geruuststelt. Ik koester de eer die mij in 2018 te beurt viel.”



Griet Op de Beek
Auteur Boekenweekgeschenk



Media & educatie

MEDIA & EDUCATIE

Lezers bereik je in de media

Een boek kan zoveel doen: lezen geeft ontspanning, verdieping en verrijking. De campagnes van de CPNB dragen die boodschap uit in boekhandel en bibliotheek. Maar ook en juist daarbuiten is het van belang om mensen aan te steken met het plezier van lezen en de rijkdom van boeken. De media zijn hét speelveld om (potentiële) lezers te bereiken. Nederlanders besteden veel tijd aan media. Volgens het onderzoek *Media:Tijd 2018* ruim acht uur per dag. Onder media worden niet alleen televisie, radio en gedrukte media verstaan, maar ook games, internet en sociale media. Kijken blijft het populairst: gemiddeld besteden Nederlanders drie uur per dag aan televisiekijken. Luisteren staat met tweeënhalf uur op de tweede plek. Met sociale media zijn we gemiddeld 22 minuten per dag zoet (al

is deze tijdsduur in werkelijkheid langer, aangezien alleen gebruik vanaf tien minuten aan één stuk werd gemeten). Propaganda van het Nederlandse Boek is naast marketingcommunicatie via boekhandel, bibliotheek en eigen mediakanalen (sociale media, e-mail en website) dus ook een kwestie van pr: zorgen voor free publicity in de landelijke media, publiciteit die je krijgt zonder daarvoor



mediaruimte in te kopen. Hieronder volgt een greep uit de aandacht die de CPNB-campagnes in 2018 kregen op het medium waar Nederlanders de meeste tijd aan besteden: televisie.

Boekenweek in *De Wereld Draait Door*

Jan Terlouw schitterde prime time in DWDD. Na zijn veel-

bekeken en -besproken pleidooi 'Het touwtje uit de brievenbus' kondigde hij voor meer dan een miljoen kijkers aan dat hij het Boekenweekessay 2018 over natuurbehoud zou gaan schrijven.

Boekenweek voor Jongeren in M

Op 22 mei 2018 schoven de auteurs van de verhalenbundel *3PAK* aan in de kersverse talkshow *M* van Margriet van der Linden. 744.000 kijkers zagen hoe Tim Hofman, Nhung Dam en Raoul de Jong jongeren aan het lezen wilden krijgen.

Maand van de Spiritualiteit in RTL Late Night

Daphne Deckers bereikte op 16 januari in de talkshow van Humberto Tan een breed publiek voor het spirituele genre met haar essay over het thema *Opnieuw beginnen*.

NS Publieksprijs in De Wereld Draait Door

Enkele weken na de bekendmaking van de nominaties ont-hulde Matthijs van Nieuwkerk ook de winnaar van de NS Publieksprijs 2018 (*Zolang er leven is* van Hendrik Groen) in zijn kijkcijfersuccesshow.

Spannende Boeken Weken in Tijd voor MAX

'Wat ik hoop is dat ik méér mensen aan het lezen krijg', pleitte Boris Dittrich bij de bekendmaking van zijn thrillergeschenk *Barst* in *Tijd voor MAX*.

De Nationale Voorleesdagen op RTL
Prinses Laurentien onder-streepte aan het begin van het jaar in *RTL Boulevard* en



RTL Nieuws het belang van voorlezen aan de allerkleinsten.

Kinderboekenweek in het Jeugdjournaal

Het NOS Jeugdjournaal doet jaarlijks verslag van het Kinderboekenbal, de feestelijke aftrap van de Kinderboekenweek. In 2018 met geschenkauteur Jozua Douglas en Gouden Griffelwinnaar Annet Schaap. ●



VAN DE VLOER *Zieltjes winnen voor de literatuur*

"Het is heerlijk om ieder schooljaar weer ziel-tjes voor de literatuur te winnen. Er zijn tal van verrijkende activiteiten waar je als docent bij kunt aansluiten met je leerlingen. Voor Boekenweek Live! lezen leerlingen het debuut van de boekenweekau-teur en maken zij creatieve verwerkingsopdrach-ten. Al een paar maal mocht ik met leerlingen de opnames voor het programma bijwonen. Zo hebben twee leerlingen Herman Koch geïnterviewd. Ook lezen leerlingen graag boeken van de longlist van de Boekenweek voor Jongeren. In de weken na de bekendmaking zijn ze in de mediatheek stevast uitgeleend."



Miriam Piters
Docente Montessori Lyceum Rotterdam

(Voor)lezen op school

Goed voorbeeld doet goed volgen. Dat is met lezen net zo. Kinderen die voorgelezen worden ervaren het plezier van boeken en ontwikkelen naast een beter taalgevoel ook hun empathisch vermogen. Op de basisschool gaan de leesprestaties van kinderen enorm vooruit als zij iedere dag minimaal 15 minuten lezen. Met een hoger leesniveau komen betere schoolprestaties en meer leesplezier, wat weer leidt tot meer en beter lezen.

Dat lezen geen vanzelfsprekendheid is blijkt uit de *Monitor Jeugd en Media 2017*: bijna een derde (31%) van alle kinderen en jongeren leest nooit een boek. Stichting CPNB koestert daarom duurzame samenwerking met belangrijke partners in onderwijs en leesbevordering. Van kinderdagverblijf en peuterspeelzaal tot primair en voortgezet onderwijs; voor elke leeftijdsgroep worden de campagnes van de CPNB samen met deskundige educatiespecialisten vertaald naar goed lesmateriaal dat begint bij een boek en

dat aansluit op de kerndoelen van het onderwijs.

In 2018 werd gestreefd naar een grotere deelname van leerlingen in het voortgezet onderwijs. Met behulp van het enorme bereik van Malmberg onder docenten en enthousiaste inkoop door bibliotheek en boekhandel werd die doelstelling behaald. De oplage van *3PAK*, de korteverhalenbundel die leerlingen van vmbo, havo en vwo cadeau krijgen tijdens de Boekenweek voor Jongeren, steeg met

30% naar ruim 82.000 stuks.

Boekenweek Live! is een ander voorbeeld van activatie in het voortgezet onderwijs. Voor deze interactieve literaire talkshow maakten scholieren creatieve opdrachten bij het werk van Boekenweekauteur Griet Op de Beeck. De



leerlingen met de origineelste inzendingen schoven aan in de veelbekeken uitzending.

In lijn met het strategietraject 'De lezer centraal' zullen in 2019 ook de educatieprojecten tegen het licht gehouden worden. Onderzocht wordt of de CPNB naar het onderwijs toe campagnegericht moet blijven werken of zich meer zal positioneren als partner voor leesbevordering. De focus zal opnieuw liggen op het voortgezet onderwijs.

In 2018 bereikte Stichting CPNB kinderen en jongeren met de volgende campagnes en educatiepartners.

Kinderboekenweek | 0-12 jaar

Malmberg, Prowise, Schooltv, Zwijsen, Fonds XL, Vereniging Onbeperkt Lezen, Kinderen voor Kinderen

De Nederlandse Kinderjury | 6-12 jaar

NBD Bibliion, Koninklijke Bibliotheek, Prowise, Kidsweek, Stichting De Versterking

De Nationale voorleesdagen | 0-6 jaar

Stichting Lezen

Poëzieweek | 4-18 jaar

Stichting Lezen, Iedereen Leest

Nederland Leest Junior | 10 tot 14 jaar

De Bibliotheek *op school*, NBD Bibliion, Kunst van Lezen, Fonds XL, Vereniging Onbeperkt Lezen

Boekenweek | 12-18 jaar

Stichting Lezen, OBA

Boekenweek voor jongeren | 15-18 jaar

NBD Bibliion, Stichting Lezen, De Schrijverscentrale, Talent van Malmberg, Stichting Dioraphte, Fonds 21, Letterenfonds, Stichting De Versterking, CJP, Stichting Educatie en Cultuur, GAU, Herschel, Fonds 1818, Virtutis Opus, Gravin van Bylandt Stichting. ●



De campagnes van 2018

DE CAMPAGNES VAN 2018

Maand van de Spiritualiteit

12 JANUARI T/M 11 FEBRUARI

Maand van de Spiritualiteit dit jaar onder het motto *Opnieuw beginnen* ● Thema-essay *Sterrenstof* door Daphne Deckers, bestelde oplage 15.000 exx. ● Zes titels genomineerd voor de verkiezing van Het Beste Spirituele Boek 2018 door een jury bestaande uit Marije van Beek, Jacobine Geel, Kitty Geerts en Bea Rigter ● 15.000 stemmen uitgebracht, de meeste voor *Steeds leuker* van Jelle Hermus (Kosmos Uitgevers) ● *Steeds leuker* naar plaats 5 in De Bestseller 60 ● Prijs 11 februari uitgereikt tijdens *Jacobine op Zondag* op NPO 2 ● Deelname boekwinkels licht toegenomen, bereik via sociale media fors toegenomen ● Maand van de Spiritualiteit in samenwerking met KRO-NCRV, *Trouw* en *Zin* ● Via *Zin* € 5 korting op 16 spirituele boeken.



VAN DE VLOER Lezen verbindt!

“Ik lees al zo lang als ik me kan herinneren. Boeken zijn mijn ultieme ontsnapping, even nergens aan denken en heerlijk in de wereld van het boek duiken. Al jaren gaf ik me op voor de Kernjury van de NS Publieksprijs maar nooit werd ik geselecteerd, tot nu! Als trotse Leesambassadeur heb ik een hele maand de genomineerde boeken gelezen en mensen opgeroepen om te stemmen, niet alleen via sociale media maar ook op mijn werk in Bibliotheek Westland. Daar kon ik heerlijk met mensen over boeken praten. Bovendien heb ik nieuwe leesvrienden gevonden in onze NS Leesclub Perron 9. We hebben nog steeds contact; lezen verbindt!”

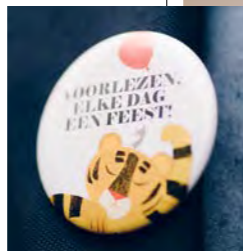
Pleuntje Hijman-Schuijt
Leesambassadeur
NS Publieksprijs 2018

De Nationale Voorleesdagen 24 JANUARI T/M 3 FEBRUARI

Na buitenspelen en tv-kijken is voorlezen de derde activiteit van ouders met hun kinderen ● Prentenboek van het Jaar *Ssst! De tijger slaapt* van Britta Teckentrup (Gottmer) ● CPNB uitgever van een mini-editie met app, prijs € 4,95, oplage ruim 29.000 exx. ● Het Nationale Voorleesontbijt 24 januari overal in het land ● Met prinses Laurentien in het Kinderboekenmuseum Den Haag, Gerard Ekdorf in de Prins Willem Alexanderschool te Soest, Marianne Thieme in Het Kompas, Maarssen, de Limburgse gouverneur Bovens in Kindcentrum Anne Frank, Maastricht ● Maar liefst vijf voorlezers in De Corantijn, Amsterdam ● In Burgers' Zoo Arnhem behalve voorlezen door Gerda Havertong ook een workshop tiggerverzorging en een workshop van Britta Teckentrup ● Slotevenement *Oog in oog met de tijger* 3 februari in Burgers' Zoo i.s.m. WNF Nederland, met als voorlezers Dieuwertje Blok en medewerkers van



de Bibliotheek Arnhem ● Mini-editie geldig als toegangsbewijs ● Promotiefilmpje voor de campagne ook ingezet voor bioscoopreclame ● Mediawaarde van de campagne € 5,8 miljoen waarvan € 1,9 miljoen via Instagram ● De Nationale Voorleesdagen op initiatief van Stichting Lezen, in 2018 voor de 15de maal georganiseerd door de CPNB.



Erik Akerboom,
politievlogger Kim

Poëzieweek 25 T/M 31 JANUARI

Thema theater, onder het motto 'Uitstromend, in het pluche van de zaal' ● #Gedichtendag trending topic bij aanvang van de campagne ● Poëziegeschenk *Wat ons had kunnen zijn* van dichter-theatermaker Peter Verhelst, daling oplage met 14,7% naar 14.500 exx. ● Cadeau van Nederlandse en Vlaamse boekverkopers bij besteding van € 12,50 aan poëzie ● Poëzieposter met nieuw gedicht van Peter Verhelst cadeau in de bibliotheek ● Campagne met op één na hoogste mediawaarde: € 7,9 miljoen ● Ten opzichte van de gemiddelde verkoop per week in 2017 steeg zowel omzet als afzet tijdens de Poëzieweek met 69% ● Prijzen voor Joost Baars (VSB Poëzieprijs), Marije Langelaar (Awater Poëzieprijs), Ozan Aydogan (NK Poetry Slam) en Jean-Paul Rosenberg (Turing Gedichtenwed-

PETER
VERHELST
WAT ONS HAD
KUNNEN
ZIJN

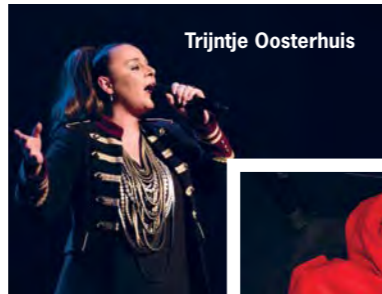


strijd) ● 113 optredens door 52 dichters op scholen en in boekhandels en bibliotheken in Nederland ● Scholieren zenden 120 creatieve poëziebewerkingen in voor de wedstrijd Dichter bij Verhelst ● Nederlands-Vlaams partnerschap van Poëziecentrum, Stichting Poetry International, Vlaams Fonds voor de Letteren, Nederlands Letterenfonds, Stichting Lezen, Iedereen Leest, De Schrijverscentrale, Boek.be, Taalunie, Stichting Van Beuningen/Peterich-fonds, Awater, Het Literatuurhuis, Poëzieclub, SLAG, De Nieuwe Oost | Wintertuin en Stichting CPNB.

25 t/m 31-01 2018
POËZIEWEEK
IN NEDERLAND EN VLAANDEREN

Boekenbal 9 MAART

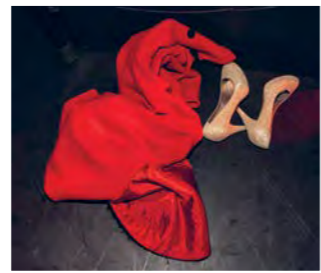
Boekenbal der *Homo Scribens* officiële opening van de 83e Boekenweek ● Bevlogen toespraak minister van OCW Ingrid van Engelshoven over het belang van het boek ● Jort Kelder presenteerde zaalprogramma met Theo Nijland, Pieter Boskma, Tommy Wieringa en Trijntje Oosterhuis ● Eregasten Griet Op de Beeck en Jan Terlouw waagden samen met 1.300 gasten een dansje.



Trijntje Oosterhuis



Ingrid van Engelshoven



Esther Gerritsen, Tommy Wieringa



Jan Terlouw, Griet Op de Beeck



Boekenweek 10 T/M 18 MAART

Boekenweekgeschenk *Gezien de feiten* van Griet Op de Beeck in 661.000 exx. naar Nederland en Vlaanderen ● Daarbovenop ruim 25.000 downloads; bijna 10.000 meer dan in 2017 ● Voor het eerst een uitgave in het Fries, *Sa't it lân derhinne leit*, ter viering van Leeuwarden als Culturele Hoofdstad van Europa 2018 ● Aandacht voor boeken over natuur onder het motto 'En toch is alles wat we doen natuur' ● Thema-essay *Natuurlijk* van Jan Terlouw in 62.700 exx. ● Voorpublicatie Boekenweekessay op Instagram en dagelijkse updates auteursstournee op Facebook ● Boekenweekdiner in samenwerking met De L'Europe: influencers genereerden op 5 maart media-aandacht voor het boek en de Boekenweek ● Nieuwe XL-promotiematerialen voor boekhandel en bibliotheek: stoepbordposters, raamstickers en levensgrote display ● Omzetstijging van 3,3% voor deelnemende boekhandels tijdens de Boekenweek ● Boekenweekmagazine in samenwerking met de Persgroep



bereikte zo'n 2,3 miljoen lezers ● Interactieve scholieren-talkshow Boekenweek Live! met Griet Op de Beeck en presentator Arie Boomsma op YouTube ● Mediawaarde van de campagne € 26,6 miljoen waarvan € 16,5 miljoen via sociale media ● Gratis reizen per trein op vertoon van het Boekenweekgeschenk op zondag 18 maart voor 250.000 passagiers, met dank aan hoofdsponsor NS.



Jan Terlouw, Mark Rutte



Griet Op de Beeck

De Nederlandse Kinderjury 7 MAART T/M 27 JUNI

Stemperiode van start met de installatie van twaalf Senaatsleden ieder in hun eigen klas, door een kinderboekenauteur ● Stemperiode 7 maart t/m 16 mei ● Aantal stemmen 25.000 ● Prijsuitreiking 27 juni in de Openbare Bibliotheek Bijlmerplein te Amsterdam, gepresenteerd door Lieke van Lexmond ● Winnaar bij 6-9 jaar *De waanzinnige boomhut van 78 verdiepingen* van Andy Griffiths en Terry Denton, vertaald door Edward van de Vendel (Lannoo) ● Winnaar 10-12 jaar *Het leven van een loser. Drie keer niks* van Jeff Kinney, vertaald door Hanneke Majoor (De Fontein Jeugd) ● Pluim van de Senaat 6-9 jaar voor *De (nogal) ijzingwekkende zoektocht van Herre* van Marte Jongbloed (Luitingh-Sijthoff) ● Pluim van de Senaat 10-12 jaar voor *IzzyLove. Expeditie vriendschap* van Manon Sikkel (Luitingh-Sijthoff) ● Tegelijk de eerste toekenning door NBD Biblion van de prijs voor de Beste Jeugdbibliothecaris



- Prijs naar Cobi Oosterveld, jeugdspecialist bij Bibliotheek Uden
- Participatie van scholen toegenomen, van boekwinkels en bibliotheken afgenomen
- Kinderzwerfboek ingeschakeld om kinderen te bereiken die thuis geen boeken hebben
- Kinderjury gesponsord door Koninklijke Bibliotheek (sinds 2013) en nu ook door NBD Biblion
- Kidsweek mediapartner.



Nils, Stefan, Isis, Oscar, Mila, Aimée

Vakantielezen JUNI, JULI, AUGUSTUS

Drie maanden lang Vakantielezen onder het motto 'Je vakantie begint met boeken' ● Vakantielezen fotowedstrijd, met voor de winnaar een TUI-reischeck van € 1.000 ● Kortingspasje bij LINDA.168, verschijningsdatum 4 juli ● Korting van € 5 op 25 succes titels van 8 uitgevers onder het motto 'Je vakantie begint met boeken' ● Titels geselecteerd door vertegenwoordigers van o.a. AKO, Bruna en Libris ● Voor de boekwinkel de mogelijkheid om extra LINDA.'s te bestellen ● Ondersteuning met een A2-poster en een kassadisplay ● De korting gelijk verdeeld tussen boekverkoper en uitgever, clearing via de CPNB.



VAN DE VLOER In boeken onze fijnste vrienden

“De Utrechtse Kinderboekwinkel heeft een heel goede en vrolijke Kinderboekenweek beleefd. De week begon geweldig met de Gouden Griffel voor stadsgenoot Annet Schaap. Het thema vriendschap sprak ons aan, want juist in boeken vinden wij onze fijnste vrienden. Kinderen konden door kunstenaar Argibald een portretje laten tekenen van hun favoriete boekenvriendje. Onze grote Kikker-knuffel ging de hele maand uit logeren bij Kikker-vriendjes. Fans van *Lampje* schreven brieven aan hoofdpersoon Emilia en lazen deze tijdens een high tea voor aan



Annet Schaap. De week werd feestelijk afgesloten met een Vriendengala in de Bibliotheek.”

Dorothé Cras

De Utrechtse Kinderboekwinkel

Spannende Boeken Weken 6 T/M 24 JUNI

Je vakantie begint met boeken motto van de Spannende Boeken Weken, de ouverture van Vakantielezen ● Geschenkbok *Barst* geschreven door Boris O. Dittrich ● Voor Vakantielezen TUI als sponsor en nieuwe promotiematerialen die langer meekunnen, zoals een frisbee en badlaken ● BookSpot sponsor van De Gouden Strop en de Schaduwprijs, met ondersteuning van Stichting Lira en het Genootschap Nederlandstalige Misdaadauteurs ● Prijzengeld voor de winnaars verdubbeld ● BookSpot Gouden Stropjury opnieuw onder voorzitterschap van Anniko van Santen, jury van de BookSpot Schaduwprijs voorgezeten door Peter Römer ● Genomineerden 2 mei bekendgemaakt bij *Tijd voor MAX* op NPO 1 ● Video's met o.m. de genomineerden voor sociale media ● BookSpot Gouden Strop naar Willem Asman voor zijn thriller *Enter* (Ambo|Anthos) ● *Enter* naar plaats 23 in De Bestseller 60 ● Eva Keuris met

**SPANNENDE
BOEKEN
06 t/m
24 juni
WEKEN**



Over het spoor (Prometheus) winnaar van de BookSpot Schaduwprijs voor het beste debuut ● Prijsuitreiking 6 juni in Boekesteyn te 's-Graveland, presentatie Karin van As ● *Barst* in een oplage van 338.000 exx. plus 46.000 downloads ● Mediawaarde Spannende Boeken Weken € 2,5 miljoen, waarvan de helft via Twitter.



Peter Römer, Eva Keuris,
Willem Asman, Anniko van Santen

Griffels, Penselen, Vlag en Wimpels 20 JUNI, 19 SEPTEMBER, 2 OKTOBER

In 2018 ook voor de Penselen categorieën ingesteld, naar voorbeeld van de Griffels ● En wel vier: peuterboeken (< 3 jaar), kleuterboeken (< 6 jaar), kinderfic-tie (< 12 jaar) en informatieve boeken ● Toekenning van 10 Zilveren Griffels en 8 Zilveren Penselen 20 juni op de MidzomerKinderboekenBorrel bij Thuishaven in Amsterdam, presentatie Frénk van der Linden ● En bij wijze van eervolle vermelding 13 Vlag en Wimpels van de Griffeljury en 11 van de Penseeljury ● Griffeljury: André Kuijpers, Marjolein Meijvis, Nina Schouten, Cathy Spierenburg (voorzitter), Anouk van der Zee ● Penseeljury: Irma de Bruijne, Jaap Friso, Judith Hessels, Jessica Jongkind, Marlies Visser (voorzitter) ● Uitreiking Gouden Penseel op 19 september in Rijksmuseum Amsterdam ● Gouden Penseel naar Ludwig

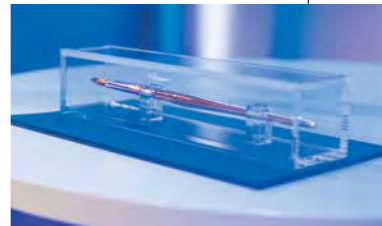


Be d met het Gouden Penseel 2018



Be d met de Gouden Griffel 2018

Volbeda voor zijn tekeningen in *Fabeldieren* (Lannoo, met tekst van Floortje Zwigtmann) ● Expositie *Penselen in het Rijksmuseum* in de Teekenschool van het museum t/m 10 februari 2019 ● Uitreiking Gouden Griffel 2 oktober op het Kinderboekenbal in de Meervaart te Amsterdam ● Gouden Griffel voor *Lampje* van Annet Schaap (Querido) ● *Lampje* naar plaats 2 in De Bestseller 60.



MidzomerKinderboekenBorrel

Boekenweek voor Jongeren 21 T/M 30 SEPTEMBER

Bestaande campagne met nieuwe naam: Boekenweek voor Jongeren ● Waarin opgenomen Literatour, 198 optredens door 21 auteurs op 99 scholen voor vmbo, havo en vwo ● Bundel 3PAK verspreid in 82.000 exx. ● Daarin verhalen van Raoul de Jong, Nhung Dam en Tim Hofman ● Hun namen onthuld in *M* op NPO 1 ● Voor de deelnemende scholen pakketten met boeken van de deelnemende auteurs, aangeboden door De Versterking ● Op 7 mei bekendmaking van 10 nominaties voor het Beste Boek voor Jongeren 2018, geselecteerd door een vakjury ● Op 21 september tijdens International Literature Festival Utrecht in TivoliVredenburg bekendmaking van de winnaars, uitgekozen door een jongerenjury ● Winnaar vertaald *The Hate U Give* van Angie Thomas (Moon, vertaling Jasper Mutsaers) ● Winnaar oorspronkelijk Nederlandstalig *Wij zeggen hier niet halfbroer* van Henk van Straten (Nijgh & Van Ditmar) ● Samenwerking met Herschel: plaats op Instagram een foto



van 3PAK en maak kans op 1 van 10 rugzakken vol boeken ● Zichtbaarheid Literatour toegenomen door aandacht op sociale media ● Daarvoor de video *In een boek mag het wel*, geproduceerd door CCCP ● Boekenweek voor Jongeren een initiatief van CPNB, Stichting Lezen en De Schrijverscentrale met NBD Bibliën als sponsor ● Als ondersteunende partners Dioraphte, Fonds 21, GAU, Nederlands Letterenfonds, Stichting Educatie en Cultuur, lesmethode Talent van Malmberg, CJP en Stichting De Versterking.



Tim Hofman, Nhung Dam, Raoul de Jong



Jongerenjury

Maand van de Geschiedenis

1 T/M 31 OKTOBER

Maand van de Geschiedenis gecombineerde inspanning van tientallen partijen, met het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem als coördinator ● Jaartheema 2018 *Opstand* ● Honderden activiteiten van bibliotheken, musea, boekhandels, archieven en historische verenigingen ● CPNB haakt in met een campagne voor het geschiedenisboek ● Uitgave van het essay *Door met de strijd. Nederland en opstand* van Nelleke Noordervliet ● Prijs € 3,50, oplage 19.600 exx., voorpublicatie in *Trouw* ● Goedbezochte tournee van Nelleke Noordervliet langs 19 plaatsen, met als laatste de Nacht van de Geschiedenis op 27 oktober in het Rijksmuseum Amsterdam ● Participatie van boekwinkels en bibliotheken omhoog ● Vergeleken met 2017 tijdens de Maand 10% meer geschiedenisboeken verkocht.



VAN DE VLOER Voorlezen is feest in de bibliotheek
 “De Nationale Voorleesdagen zijn uitgegroeid tot een enorm evenement, een tweede Kinderboekenweek maar dan voor de kleintjes. In al onze vestigingen waren voorleesfeestjes en meespeelvoorstellingen rondom het prentenboek *Ssst! de tijger slaapt*. Kleine, nieuwe leden kregen het voorleesknuffeltje cadeau. In 2018 organiseerden we voor het eerst een Voorleesfestival. We vierden de verjaardag van de tijger met voorstellingen, muziek, creatieve workshops, cupcakes versieren en verkleedpartijtjes. Het was een groot succes met meer dan 500 bezoekers. Zo laten we zien hoe leuk voorlezen is en hoe belangrijk het is voor de (taal)ontwikkeling.”



Lies Pannevis
Bibliotheek Eemland

Kinderboekenweek 3 T/M 14 OKTOBER

Kinderboekenweekgeschenk *De eilandenruzie* van Jozua Douglas met tekeningen van Elly Hees, in oplage van 360.000 exx. ● Thema vriendschap, onder het motto 'Kom erbij!' ● Voor de allerkleinsten het Prentenboek van de Kinderboekenweek: *Kom erbij* van Milja Praagman, te koop voor € 6,95, oplage 41.000 exx. ● Op 2 oktober feestelijke opening van de campagne met de Kakelbonte Kinderboekenbal Club in Theater De Meervaart Amsterdam ● Single 'Kom erbij' van Kinderen voor Kinderen op muziek van Tjeerd Oosterhuis en tekst van Edward van de Vendel ● Nieuwe, meerjarige campagnestijl ontwikkeld om visuele identiteit en merkbekendheid te versterken ● Vriendschapsbandjes populair weggevertje in boekwinkel en bibliotheek ● Makkelijk leesbare grootlettereditie Kinderboekenweekgeschenk in samenwerking met Fonds XL en Vereniging Onbepert Lezen ● Speciale *Kinderboeken Doekrant* in de bibliotheek, met acht extra pagina's puzzels



en spelletjes ● Online lessen (in samenwerking met Malmberg, Zwijzen, Prowise en Schooltv) 56.000 keer gedownload ● Kinderboekenweek op zondag 14 oktober afgesloten met NS Kinderboekenruil op stations Utrecht Centraal en Den Haag Centraal ● NS is hoofdsponsor.



Kinderen voor Kinderen

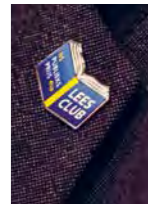


NS Publieksprijs 24 OKTOBER T/M 21 NOVEMBER

Kernjury exit, enter de NS Publieksprijs Leesclub, bestaande uit tien teams van tien lezers ● Zij lezen de genomineerde boeken en werven stemmers ● Leesclubs 24 oktober geïnstalleerd in NS Trefpunt te Utrecht, start van de stemperiode ● Bekendmaking van de genomineerden in *De Wereld Draait Door* via filmpjes van Yung DWDD ● Leden van het team dat de meeste stemmen werft mogen een jaar lang maandelijks een boek uitzoeken ter waarde van € 20 ● NS-activatie via het uitdelen in treinen van miniboekjes met fragmenten uit de genomineerde titels ● Bekendmaking van de winnaar 21 november bij *De Wereld Draait Door* ● Winnaar *Zolang er leven is* van Hendrik Groen (Meulenhoff) ● Prijs in ontvangst genomen door Kees Hulst, Hendrik Groen in de tv-adaptatie ● Ruim 97.000 stemmen uitgebracht, waarvan 6% op een niet-genomineerd boek, *De laatste getuige* van Frank Krake (Uitgeverij Achtbaan) ● Prijzengeld van € 7.500 door de winnaar bestemd voor de Stichting Alzheimer.



Saskia Noort met Leesteam 5



NS-activatie met miniboekjes



Nederland Leest

Thema voedsel ● Geschenkbek *Je bent wat je leest* speciaal voor de bibliotheek geschreven, oplage 249.000 ● Met bijdragen van Pierre Wind, Charlotte Kleyn, Marion Pauw, Joël Broekaert en Rosanne Hertzberger ● Ingeleid door Nederland Leest-ambassadeur Ronald Giphart ● Grootlettereditie in 5.800 exx. met steun van Fonds XL en Vereniging Onbeperkt Lezen ● Nederland Leest Junior voor groep 7 en 8 basisonderwijs en groep 1 en 2 vmbo ● Voor hen het geschenkbek *Graaf Sandwich en andere etenswaardigheden* van Jan Paul Schutten, in 87.000 exx. ● Juniorboek in samenwerking met de Bibliotheek op school, daarbij debatlessen i.s.m. Discussiëren kun je Leren, met steun van Stichting Lezen ● Onder de naam #Trending Topics suggesties voor sprekers en debatten, marketing- en communicatiemateriaal en draaiboeken, aan



Marion Pauw



Charlotte Kleyn



Joël Broekaert



Rosanne Hertzberger



Pierre Wind



Ronald Giphart

1 T/M 30 NOVEMBER

de bibliotheken aangeboden door NBD Biblion



● In november in de bibliotheken 106 aangemelde activiteiten ● Openingsdiner 1 november in De Chocoladefabriek te Gouda, met 3D-geprinte geitenkaasjes, eetbare boekenleggers en ijs met kweekvleessmaak, presentatie door Teun van de Keuken ● Ronald Giphart op tournee langs 10 bibliotheken ● NBD Biblion sponsor van Nederland Leest.

Kookboekenweek 10 T/M 18 NOVEMBER

Voorheen bekend als Kookboeken7daagse, een initiatief van Fusina Verloop ● Samenwerking met Bijzondere Collecties van de UvA ● Kookboekenweekgeschenk *Smaakmaker* met de favoriete recepten van Paul de Leeuw, oplage 22.800 exx. ● Johannes van Damprijs, internationale oevreprijs, voor Alice Waters ● Het Gouden Kookboek, juryprijs voor het beste oorspronkelijk Nederlandstalige kookboek, voor TLV. *Recepten en verhalen uit Tel Aviv* van Jigal Krant (Nijgh & Van Ditmar) ● Prijs 9 november uitgereikt op de Avond van het Kookboek in de Klaproos in Amsterdam-Noord ● Vijf nominaties werden door kookfan Gijs Staverman bekendgemaakt in *Gijs 2.0* op NPO Radio 2 ● Afzet kookboeken met 12,7% gestegen ten opzichte van de weken voorafgaand aan de campagne.



Gijs Staverman, Jigal Krant, Janny van der Heijden

Een fantastisch geschenk

“Wat een eer was het, ook voor De Fontein, toen Eppo van Nispen voor Jozua Douglas op de knieën ging en hem vroeg het Kinderboekenweekgeschenk te schrijven. Jozua gooide zijn schrijfplanning om; Elly Hees maakte ruimte in haar agenda; redactie polijfde het verhaal; marketing en sales toverden winkels om tot heuse Costa Banana-ambassades; samen met De Schrijverscentrale en de CPNB werd een toer door het land georganiseerd... Wij zijn trots dat het Jozua ondanks de beperking in aantal woorden is gelukt om een volwaardig boek te schrijven.



De eilandenzuzie was een fantastisch geschenk, voor kinderen én voor ons.”

Maartje Beukers
Uitgeverij De Fontein

CPNB Top 100 en een Platina Boek

Bekendmaking van de Top 100 2017 tijdens de CPNB-Nieuwjaarsborrel, op 18 januari in NEMO te Amsterdam

- Precies 364 dagen later bekendmaking van de CPNB Top 100 2018 in het Compagnietheater te Amsterdam
- *De zeven zussen* van Lucinda Riley (Xander Uitgevers) het meest verkochte boek met 129.000 exemplaren
- Top 100 op basis van de afzetgegevens die onderzoeksbureau GfK verzamelt in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (KVB-SMB)
- Het meest uitgeleend was *De waanzinnige boomhut van 78 verdiepingen* van Andy Griffiths en Terry Denton (Lannoo), dik 30.000 maal uitgeleend
- Dit op basis van data verschaft door Stichting Leenrecht (papieren boeken) en KB (e-boeken)
- Op 21 september uitreiking van een Platina Boek voor *Judas* van Astrid Holleeder (Lebowski).

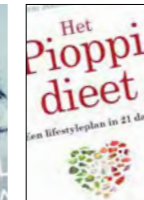


De Bestseller 60

8 WEKEN



4 WEKEN



Steevast woensdag publicatie door de CPNB van De Bestseller 60 op debestseller60.nl • Lijst op basis van kassadata verzameld door onderzoeksbureau GfK in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (KVB-SMB) • Hierbij de titels die de meeste weken de eerste plaats in de lijst bezetten.



3 WEKEN



2 WEKEN



A photograph of a children's library. The wall is covered in a large, vibrant mural featuring a parrot and abstract shapes. In the foreground, a wooden table is set up with a grid of colorful book covers. The text 'Samenwerkingen' is overlaid in white on the left side of the image.

Samenwerkingen

SAMENWERKINGEN

Leesbevordering doe je samen

Bevordering van lezen en boekbezit doet de CPNB niet in haar eentje. Naast partnerschappen voor de eigen campagnes gaat de CPNB ook samenwerkingen met andere initiatieven in de boekenbranche aan. Bovendien heeft de CPNB samenwerkingsverbanden in het onderwijs (deze vindt u op pagina 17). Met de volgende partners en initiatieven werden in 2018 de krachten gebundeld.

Airport Library

Sinds 2011 bestaat op Schiphol de Airport Library, een inspiratieruimte voor passagiers. Vanwege de aangescherpte focus op kernactiviteiten zoekt de CPNB samen met OCW nog in 2019 naar nieuwe 'ouders' voor dit succesvolle initiatief.

Bookstore Day

In 2017 trapte Libris een speciale dag af voor de zelfstandige boekwinkel, Bookstore Day. Het initiatief sloeg aan en

werd op 14 april 2018 herhaald. Het aantal deelnemende winkels groeide van 140 naar 183, waaronder ook zaken die niet bij Libris zijn aangesloten. Schrijversoptredens, speciale edities en dagdeals lokten publiek naar de winkels. De CPNB verleende ondersteuning bij de publiciteitsvoering.

Kinderboekenambassadeur

Een schrijver die het twee jaar lang tot zijn taak rekent het belang van lezen door kinderen breed onder de aandacht



Monique en Hans Hagen

te brengen, dat is de Kinderboekenambassadeur. Zij of hij wordt aangesteld door Stichting Lezen en het Nederlands Letterenfonds in samenwerking met De Schrijverscentrale en de CPNB. In 2018 wa-

SAMENWERKINGEN

ren Hans en Monique Hagen Kinderboekenambassadeurs. In maart 2019 werden ze opgevolgd door Manon Sikkel.

KVB Boekwerk

KVB Boekwerk is het kennis- en innovatieplatform dat de waarde van de boekensector inzichtelijk wil maken. Kernpartners zijn GAU, KBb, Stichting Lezen, het Nederlands Letterenfonds en de CPNB. Het bureau van de KVB verleent facilitaire ondersteuning, het ministerie van OCW financiële steun.

Leescoalitie

De Leescoalitie is een samenwerkingsverband van organisaties die elk vanuit



een andere taakstelling bezig zijn met leesbevordering. Dat zijn Stichting Lezen, Stichting Lezen & Schrijven, het Literatuurmuseum/Kinderboekenmuseum, VOB, KB en de CPNB.

In 2017 en 2018 liep de Leescoalitie-actie *Lees met anderen ogen*, die aandacht vroeg voor de potentie van lezen om je in een ander te verplaatsen. Aan deze actie ontsprong het initiatief queerboeken.nl. Ook organiseert De Leescoalitie jaarlijks de Nationale Voorleeslunch in bibliotheken en verzorgingstehuizen.

LeesID

Sinds 2014 is LeesID in de lucht, de digitale boekenplank voor e-readerlezers. LeesID is ontwikkeld in samenwerking tussen uitgevers, webwinkels, boekhandels en een aantal branche-organisaties. Omdat de CPNB zich sterker op haar kernactiviteiten concentreert, wordt overlegd hoe zij haar rol van facilitair ondersteuner in 2019 kan beëindigen dan wel overdragen.

SAMENWERKINGEN

Nationaal Comité 4 en 5 mei

Samen met het Nationaal Comité 4 en 5 mei is de CPNB co-uitgever van de jaarlijks verschijnende boekjes-met-twee-voorkanten met de toespraken voor 4 en 5 mei. In 2018 waren de sprekers Daan Heerma van Voss en Stine Jensen. De CPNB verspreidt de boekjes naar boekhandel en bibliotheek.

NBD Biblion

Dé dienstverlenende organisatie voor openbare bibliotheken is sinds jaar en dag trouwe partner van de CPNB. Vanaf 2018 worden drie campagnes nadrukkelijk mede mogelijk gemaakt door NBD Biblion: De Nederlandse Kinderjury, Boekenweek voor Jongeren en Nederland Leest. Het kinderboek is al jaren het meest uitgeleende genre in de



openbare bibliotheken. De Kinderjury is daarom ideaal om te zorgen dat een bibliotheek aanbiedt wat kinderen willen lezen. Tegelijk met de Kinderjurywinnaar wordt ook de NBD Biblion Jeugdspecialist bekendgemaakt. In de Boekenweek voor Jongeren wordt het leesplezier van de iets oudere jeugd gestimuleerd. De campagne Nederland Leest benadrukt de rol van de bibliotheek als centrum voor ontmoeting en debat.

NS

NS draagt lezen een warm hart toe, want lezen is een van de favoriete tijdsbestedingen in de trein. NS is daarom al sinds



2001 trotse partner van de CPNB. NS sponsort jaarlijks drie campagnes onder de noemer 'Tijd

SAMENWERKINGEN

voor Lezen': Boekenweek, Kinderboekenweek en NS Publieksprijs.

Op de gratis reisdag tijdens de Boekenweek was NS weer nadrukkelijk in beeld als hoofdsponsor. Tijdens de Kinderboekenweek kreeg NS dit jaar veel zichtbaarheid met voorleesconducteur John Piqué en de NS Kinderboekenruil. De NS Publieksprijs werd in 2018 uitgebreid met de Leesclub, om lezen, reizen én stemmen te promoten.

Persgroep

Leesbevordering is het gezamenlijk belang van de CPNB en de Persgroep. Met dat oogmerk gingen beide in 2018 de samenwerking aan om een zo groot mogelijk publiek te bereiken. Resultaat: het Boekenweekmagazine, gemaakt door de redactie van AD,



verscheen in de imposante oplage van 1,1 miljoen exemplaren.

De samenwerking beviel zo goed dat ook de Spannende Boeken Weken, de Kinderboekenweek en de Kookboekenweek extra aandacht in de titels van de Persgroep kregen.

Stichting De Best Verzorgde Boeken

Een vijfhoofdige vakjury stelt jaarlijks een selectie van 33



SAMENWERKINGEN

boeken samen die excelleren door hun uiterlijk. Die selectie wordt internationaal geëxposeerd en begeleid door de catalogus *The Best Dutch Book Designs / De Best Verzorgde Boeken*, een co-uitgave van de CPNB en Stichting De Best Verzorgde Boeken, een samenwerkingsverband van de CPNB, ontwerpersorganisatie BNO en de grafische industrie.

The Bookshop

In mei/juni ondersteunde de CPNB de marketingcampagne van distributeur Cinéart voor de speelfilm *The Bookshop* van Isabel Coixet. De film werd in 27 bioscopen in roulatie gebracht en is gebaseerd op de gelijknamige roman van Penelope Fitzgerald.



TUI

Bij vakantie denk je aan boeken. Het spannende boek is daarbij met stip het populairste genre. Onder het motto 'Je vakantie begint met boeken' vonden CPNB en TUI, marktleider in de Nederlandse reisbranche, elkaar in hun missie om lezen te bevorderen en ontspanning te vergroten. TUI sponsorde niet alleen de Spannende Boeken Weken maar verbond zich drie maanden lang aan Vakantielezen met de TUI Vakantie Leestips door influencers. ●



Organisatie

ORGANISATIE

Bestuur

In de loop van 2018 traden voorzitter Geneviève Waldmann (wegens verstrijken van haar zittingstermijn) en vice-voorzitter Fabian Paagman (op eigen verzoek) terug als CPNB-bestuurslid. Ook van bestuurslid Ad Peek liep eind 2018 de zittingstermijn af. Hun opvolgers waren respectievelijk Maaïke le Noble, Annet Scheermeijer en Margreet Plukker.

Aldus bestond begin 2019 het CPNB-bestuur uit

- Erno de Groot (Bibliotheken Eemland, Amersfoort)
- Maaïke le Noble (Meulenhoff Boekery, Amsterdam, vice-voorzitter)
- Margreet Plukker (Boekhandel Plukker, Schagen)
- Martine Schaap (Ploegsma Uitgevers, Amsterdam)
- Annet Scheermeijer (bol.com, penningmeester)
- Erna Staal (Bibliotheek Gouda, voorzitter).

In 2018 kwam het bestuur vijf maal bijeen. Op 13 september vond het jaarlijkse convenantoverleg plaats, tussen



het CPNB-bestuur en de besturen van de drie convenantpartners GAU (Groep Algemene Uitgevers), KBb (Koninklijke Boekverkopersbond) en VOB (Vereniging van Openbare Bibliotheken).

Deze drie betalen de CPNB jaarlijks een gelijke vaste bijdrage. Met elkaar dekken deze bijdragen ongeveer 20% van de CPNB-begroting. De overige 80% verkrijgt het bureau uit campagne-inkomsten, sponsoring en incidentele bijdragen van partners of fondsen. De jaarrekening 2018 is door het bestuur vastgesteld na goedkeuring door accountant BDO.

Bureau

Over 2018 was de gemiddelde bezetting van het CPNB-bureau 30,7 fte (28,9 over 2017) ● Per 31 december 2018 waren er 20 fulltimers en 16 parttimers in dienst (20, resp. 12 in 2017) ● De gemiddelde leeftijd van de medewerkers daalde van 42,0 naar 40,4 jaar ● De gemiddelde diensttijd daalde van 6 jaar en 7 maanden naar 6,0 jaar ● Op 19 juli 2018 overleed controller Joke de Witte ● In de loop van het jaar verlieten Man Ting Ko, Matthijs van der Meer, Eppo van Nispen tot Sevenaer, Peter Rosendaal, Neeke Scheers en Rozemarijn Visser de CPNB ● Tijdelijke contracten vervulden Joyce Kappert, Anne van de Kuilen, Johan Kuiper, Marije van der Lee, Henk Pröpper en Isabel Willemsen ● Stage liepen Syakirah Al'Gadri, Frederique Amting, Valerie van Assema, Yorrick Berkhoff, Boris Hilferink, Noëlle Mebarki, Joyce Kappert, Marije van der Lee, Luck van Leeuwen, Jayne van Nuys, Tessa Sparreboom en Isabel Willemsen.

Organisatievernieuwing

Uit kennismakingsgesprekken van directeur Eveline Aendekerk met de medewerkers bleek behoefte aan een duidelijkere HR-organisatie. Directie en bestuur besloten vervolgens tot een HR-audit die leidde tot een nieuwe organisatie-inrichting, duidelijk functiehuis en marktconform salarishuis. Deze drie zaken zijn in de eerste helft van 2019 afgerond.

De volgende uitgangspunten waren leidend voor de nieuwe organisatie-inrichting:

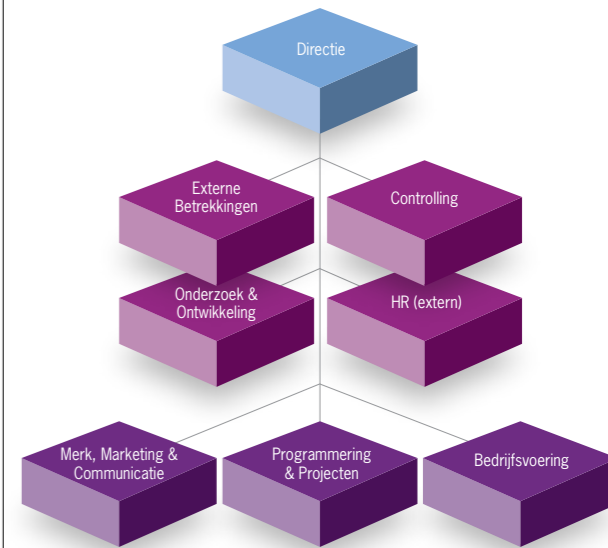
- Verantwoordelijkheden lager in de organisatie
- Medewerkers meer zelfsturend
- Duidelijkheid wie waarover beslissingen neemt
- Wendbaarheid en flexibiliteit
- Efficiëntie
- Duidelijke afbakening taken en verantwoordelijkheden
- Maximaal twee managementniveaus (platte organisatie).

De CPNB kende in 2018 acht zogenaamde D-afdelingen, te

weten: Dromen, Denken, Duiden, Delen, Dynamiek, Data, Dokken en Duwen. Per 1 maart 2019 is de organisatiestructuur gewijzigd en zijn er nog maar drie afdelingen: Merk, Marketing & Communicatie, Programmering & Projectmanagement en Bedrijfsvoering. Daarnaast zijn er vier staffunctionarissen (Onderzoek & Ontwikkeling, Externe Betrekkingen, Controlling en HR) die samen met de managers van de drie afdelingen aan de directeur rapporteren. De drie managers vormen samen met het hoofd Externe Betrekkingen het dagelijks MT.

Belangrijke wijziging in de organisatie is de installatie van projectmanagement, met het doel om campagnes effectiever en efficiënter uit te kunnen voeren en verantwoordelijkheden op de juiste plaats te beleggen.

In het kader van verdergaande professionalisering werd in 2018 de personeelsvertegenwoordiging (PVT) opgericht. De PVT is gekozen door en uit de werknemers, zij overlegt met het MT over de gang van zaken in de CPNB en is bedoeld om personeel beter bij interne besluitvoering te betrekken.



Wie is wie bij de CPNB?

PER 1 MEI 2019



Ruben Beekmans partnership manager,
Aafke van Tent marketeer,
Quintus Bosch marketeer



Job Jan Altena persvoorlichter/pr-adviseur.
Marije van der Lee persvoorlichter/
pr-adviseur, **Isabel Willemsen** persvoorlichter/
pr-adviseur

Annette Reijersen van Buuren manager Merk, Marketing & Communicatie,
Esther Scholten hoofd Externe Betrekkingen, **Eveline Aendekerk** directeur, **Sharon Ullers** manager Programmering & Projecten



Philip Jansen controller. **Ruben Bruinink** financieel-administratief medewerker,
Mignon Visser financieel-administratief medewerker,
Heleen Tersteeg hoofd Onderzoek & Ontwikkeling



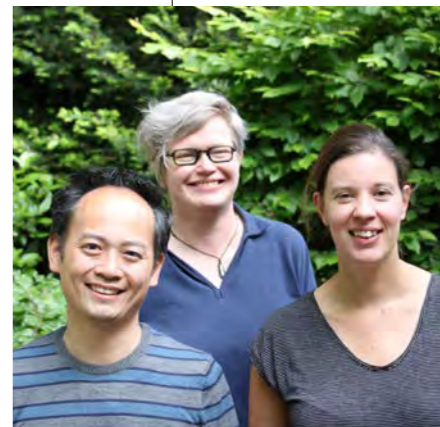
Margot Bosch projectleider,
Anne Loes Boon projectleider,
Mascha Ravelli projectleider



Johan Kuiper programmeur,
Thilini Scherpenzeel programmeur,
Roos de Ridder educatiespecialist



Bauke Hondema medewerker inkoop en productie,
Joyce Kappert online marketeer,
Anne van de Kuilen online marketeer,
Mark Hemels redacteur



Yonghung Cheung orderbeheerder,
Tessa Walta medewerker klantenservice, **Mariska de Groot** manager Bedrijfsvoering



Henk van der Does medewerker algemene zaken, **Joyce Bierlee** directie-assistent,
Lou Nieuwenhuijse analist.
Joyce Grantsaan receptioniste

Nevenfuncties PER 1 MEI 2019

Eveline Aendekerck

- lid Raad van Toezicht De Kleine Komodie, Amsterdam
- lid bestuur Stichting De Best Verzorgde Boeken

Johan Kuiper

- lid bestuur Stichting Vrienden van het Harry Mulisch Huis, Amsterdam

Annette Reijersen van Buuren

- jurylid SponsorRingen
- jurylid Esprix
- examiner bij NIMA

Thilini Scherpenzeel

- lid bestuur Stichting Elspeet

Esther Scholten

- directeur Stichting De Best Verzorgde Boeken
- lid bestuur Stichting Vrienden Museum Meermanno
- lid bestuur De Gijzelaar-Hintzenfonds
- lid bestuur Stichting 1001-Vrouwen

Verspreiding onder de leden van **GAU, KBb, VOB**

Oplage: 3.000 exx. ● **Tekst:** Just Enschedé, Mark Hemels ●

Fotografie: Job Jan Altena, Kees-Jan Bakker, Amber Beckers, Ruben Beekmans, Merlijn Doornik, Janus van den Eijnden, Esther Gebuis, Gerlinde de Geus, Mariska de Groot, Mark Hemels, Klaas Hendriks, Chris van Houts, Julie Hrudova, Yvette Kulkens, Stef Nagel, Maaïke Poelen, Mascha Ravelli, Casper Rila, Gert Jan de Rooij, Jitske Schols, Maikel Thijssen, Sander Troelstra, Stephan Vanfleteren, Jan Reinier van der Vliet, Ed van Rijswijk, Han Zuyderwijk

Ontwerp: Studio Jaap van der Zwan ● **Lithografie:** Bright Brands ●

Druk: GPS Group ● **Stichting CPNB**, Herengracht 166, 1016 BP Amsterdam ● cpnb.nl