



BIJLAGE 2

Jaarverslag Leescoalitie 2024

Inhoudsopgave

Jaarverslag

Leescoalitie 2024

Inleiding	3
1. Reflectie op de ontwikkelingen in 2024	4
2. Bewustwordingscampagne <i>Wie leest heeft een goed verhaal</i>	8
3. Organisatie en bereik	10

Inleiding

De Leescoalitie bundelt de krachten van sterke letterenpartners die zich hard maken voor versterking van de leescultuur in al z'n facetten: van het terugdringen van laaggeletterdheid tot het stimuleren van mensen tot het lezen van literatuur. De Leescoalitie staat altijd en overal op de bres voor lezen en geletterdheid en werft nieuwe partners die daaraan kunnen en willen bijdragen. Coalitiepartners in 2024 waren:

- KB, nationale Bibliotheek
- Literatuurmuseum / Kinderboekenmuseum
- Nederlands Letterenfonds
- Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (hierna: CPNB)
- Stichting Lezen (voorzitter)
- Stichting Lezen en Schrijven
- Vereniging van Openbare Bibliotheken
- Taalunie
- De Schoolschrijver
- De Schrijverscentrale

Dit jaarverslag is een bijlage bij het jaarverslag van Stichting Lezen. Hoofdstuk 1 bevat de reflectie op de ontwikkelingen in en om het samenwerkingsverband. Hoofdstuk 2 gaat in op de nieuwe campagne *Wie leest heeft een goed verhaal*. Hoofdstuk 3 gaat kort in op de organisatie, bemensing, financiering en kengetallen.

Tamar van Gelder

voorzitter Leescoalitie

1. Reflectie op de ontwikkelingen in 2024

Evaluatie en oriëntatie op de toekomst

In maart 2024 spraken de coalitiepartners over de toekomst van de Leescoalitie. De periode 2025-2028 is voor de meeste partners een nieuwe beleidsperiode. Daarom was dit een mooi moment om te evalueren en toekomstplannen te maken. We kwamen tot de conclusie dat de Leescoalitie zich niet zou moeten bezighouden met losse activiteiten, maar op belangenbehartiging, kennisdeling en verbinding van partijen en lobby richting beleid/politiek. Activiteiten die zijn overgebleven van eerdere campagnes worden elders ondergebracht.

De ambitie die de Leescoalitie ten aanzien van het onderwijs had geformuleerd – alle kinderen met een adequaat leesniveau van school – is inmiddels goed opgepakt door de partijen die dit echt in de hand hebben. De vernieuwing van de kerndoelen – waar Stichting Lezen mede namens de Leescoalitie over adviseerde – en de aandacht en middelen van OCW voor effectief leesonderwijs getuigen daarvan. Daarom wil de Leescoalitie zijn rol als belangenbehartiger in het vervolg vooral richten op het algemeen maatschappelijk belang van lezen en het stimuleren van het leesklimaat en de leescultuur. De focus komt te liggen op het vergroten van de zichtbaarheid van lezen en literatuur op allerlei plekken in de maatschappij.

Ook blijft de Leescoalitie een rol voor zichzelf zien in het verbinden en ondersteunen van lokale, regionale en provinciale leesoffensieven en kennisuitwisseling daartussen. Een van de eerste stappen is om een handreiking te maken voor de inrichting van een lokaal leesoffensief.

Het streven is om het werk van de Leescoalitie en dat van Stichting Lezen meer met elkaar te verbinden. Een coördinator Leescoalitie in dienst van Stichting Lezen zou moeten zorgen voor de verbinding met het leesbevorderingsbeleid, voor het onderhouden en verstevigen van de relatie met de partners en voor de aansluiting met de politiek en met lokale en regionale leesoffensieven. De coördinator zou dan een rol krijgen die vergelijkbaar is met een inhoudelijk bestuurssecretaris.

Het streven is daarnaast om een duidelijke kerngroep van leesorganisaties te behouden, die werkt aan de netwerkontwikkeling richting onderwijs en andere relevante partners en aan samenwerking met de Kennistafel Effectief Leesonderwijs en vergelijkbare organisatievormen in andere sectoren.

De verdere inrichting van de Leescoalitie-nieuwe-stijl moet nog vorm krijgen. Op dit moment vindt er regelmatig communicatieoverleg en directie-overleg tussen de partners. Diverse coalitiegenoten, waaronder penvoerder Stichting Lezen, hebben recent een directie-wisseling gehad. Daardoor vergt de herijking van de strategie en richting van de Leescoalitie nog wat extra tijd en inspanning.

Extra middelen voor versterking van de Leescoalitie

Net als in 2023 ontving Stichting Lezen in 2024 uit de extra cultuurmiddelen uit het Coalitieakkoord een projectsubsidie voor versterking van haar coördinerende rol in de BIS en in de Leescoalitie. Met deze middelen konden we:

1. de rol van Stichting Lezen als penvoerder van de Leescoalitie formaliseren;

2. ons netwerk in het onderwijs uitbreiden (via Springlezend en de doelgroepwebsites);
3. meer verbindingen leggen en kennisuitwisseling bewerkstelligen tussen lokale, regionale en provinciale leesoffensieven;
4. een nieuwe algemene landelijke campagne rond lezen opzetten.

Doorontwikkeling Springlezend

In 2024 richtte de Leescoalitie zich op een intensivering van het contact tussen Springlezend en leraren in het primair en voortgezet onderwijs via live talkshows, de website, nieuwsbrieven en sociale media. In talkshows onder de noemer Springlezend LIVE worden actuele ontwikkelingen besproken, zoals de nieuwe kerndoelen van SLO, en inspirerende voorbeelden in relatie tot effectief leesonderwijs. In de talkshows komen vooral leerkrachten aan het woord en krijgen scholen die voorop lopen in effectief leesonderwijs een podium. Behalve praktische tips komen ook boekentips aan bod.

We trokken dit jaar met de talkshow het land in: de editie van 3 april vond plaats in Forum Groningen en ging over het thema Kennis & Woordenschat. Op 27 november deden we Rozet in Arnhem aan, waar het thema Reflectie & Verbeelding centraal stond. We brachten daar voorbeelden van scholen, samenwerkingen en leerkrachten uit de betreffende regio over het voetlicht. In totaal trokken beide talkshows ruim 2.576 kijkers; deels ter plekke, grotendeels online.

[Springlezend.nl](https://springlezend.nl) ontwikkelde zich dit jaar verder als platform/community. De website is in 2024 geheel vernieuwd om deze makkelijker en aantrekkelijker te maken voor gebruikers. We produceerden meer content, maakten een splitsing tussen de content voor primair en voortgezet onderwijs en planden contactmomenten met de leerkrachten in. Dat vergroot de betrokkenheid van de doelgroep. Ook zorgt dit ervoor dat de website beter aansluit bij de actuele ontwikkelingen rondom effectief leesonderwijs.

De uitzendingen van Springlezend LIVE, tot nu toe 10 in totaal, vormen het hart van de website. De content rond de thema's van de uitzendingen, zoals burgerschap en kennis & woordenschat, wordt voortdurend aangevuld met actuele ontwikkelingen en praktische tips uit het veld.

We verstuurden voor het eerst een aantal nieuwsbrieven aan de ruim 3.000 geïnteresseerden die zich ooit bij Springlezend hebben gemeld. Op Instagram telden we in 2024 2.100 volgers. Samenwerkingen met bijvoorbeeld de Leesclub voor Leesbevorderaars en Paarse Vrijdag zorgden voor nieuwe aanwas van leerkrachten en leesconsulenten.

Overdracht van activiteiten voor meer focus

Veel van de als eenmalig binnen een campagne gestarte activiteiten van de Leescoalitie bleken zo goed aan te slaan, dat ze zijn blijven bestaan. De Leescoalitie is daar trots op en blij mee, maar de evaluatie (zie boven) leidde tot de constatering dat we moeten voorkomen dat de organisatie te veel in beslag wordt genomen door het in de lucht houden van steeds meer 'losse' activiteiten en producten. We begonnen in 2024 dan ook met het borgen van kansrijke en waardevolle spin-offs van voorgaande campagnes, door deze onder te brengen bij een passende organisatie.

In 2024 is de Nationale Voorleeslunch overgedragen aan de Culturele Apotheek. Sinds 2011 biedt dit initiatief van Akke Visser en Marije Wilmink 'literatuur op recept', om daarmee mensen te helpen bij alledaagse levensvragen. De eerste editie van de Nationale Voorleeslunch van de Culturele Apotheek was een succes. Wim Daniels schreef het voorleesverhaal.

De website queerboeken.nl is ontstaan uit de campagne *Lees met andermans ogen* uit de

jaren 2018-2019 en gericht op het voortgezet onderwijs. Eind 2022 lanceerde de Leescoalitie queerkinderboeken.nl voor het primair onderwijs. In het kader van Paarse Vrijdag heeft de Leescoalitie in 2024 samen met COC Nederland lesbrieven en boekenleggers gemaakt voor [het paarsevrijdagpakket van COC](#). Daarnaast maakte auteur Pim Lammers voor beide doelgroepen extra boekentips. Op basis daarvan is het aanbod op de websites aangevuld met recente en relevante titels. Eind 2024 zijn beide websites overgedragen aan Stichting Lezen.

De Leescoalitie realiseerde de afgelopen jaren vier edities van de bundel *STUK!* voor de onderbouw van het vmbo. In 2024 gingen we gesprekken aan met diverse partners die de bundel wellicht kunnen overnemen en integreren in een bestaande activiteit. Stichting Lezen heeft daarbij het voortouw.

Readification is een project dat lezen en gaming combineert door verhalen aan te bieden bij populaire games. Dit was een interessant experiment waarmee we de laatste jaren veel aandacht en waardering oogstten. Toch is het tijd om ook dit project over te dragen. De CPNB overweegt het project voort te zetten en werkte in 2024 aan een nieuw en verbeterd projectvoorstel. Dat is mede gebaseerd op het onderzoek van Qrius naar de effecten van *Readification*, waaruit bleek dat de verhalen vooral veel gelezen worden door jongeren die toch al veel lezen. Zie hoofdstuk 2 van het jaarverslag van Kunst van Lezen voor meer informatie over dit onderzoek.

We troffen voorbereidingen om Springlezend als platform aan het einde van het jaar over te dragen aan Stichting Lezen. Stichting Lezen neemt vanaf 2025 de regie over Springlezend over en koppelt de content en de activiteiten aan haar doelgroepwebsites lezeninhetpo.nl en lezeninhetvo.nl.

Versterking leesoffensieven in het land

In samenwerking met het ministerie van OCW gaan we de ondersteuning van de verschillende Leesoffensieven in 2024 intensiveren ten behoeve van de versterking van de netwerken en de onderlinge kennisuitwisseling. In 2024 hebben we een eerste concept voor een blauwdruk voor lokale/regionale leesoffensieven ontwikkeld op basis van succesvolle initiatieven in de regio, zoals in de Friese en Brabantse leesoffensieven. In 2025 zullen we deze blauwdruk afronden.

Samenwerking verbreden en versterken

Het brede letterenveld is in de Leescoalitie sterk en eensgezind verenigd om het lezen te bevorderen en de laaggeletterdheid tegen te gaan. We lanceerden daartoe in 2024 een nieuwe langjarige landelijke campagne over de kracht van lezen, waar we in het volgende hoofdstuk uitgebreider op in gaan.

Zo nodig reageerden we gezamenlijk op ontwikkelingen rondom lezen, leesvaardigheid, leesgedrag en geletterdheid.

De verschillende taken en activiteiten worden in goed overleg verdeeld over de verschillende partners, waarbij elke partner vooral wordt ingezet op onderwerpen en taken die goed passen bij ieders profiel, netwerk, kennis en vaardigheden. Wanneer het inhoudelijk om leesbevordering en leesonderwijs gaat, zoals bij Springlezend of inzake preventie van laaggeletterdheid, speelt Stichting Lezen een grotere rol. Als het vooral gaat om marketing, dan treedt de CPNB op als kartrekker. Alle coalitiegenoten keerden zich tegen de voorgenomen btw-verhoging op boeken en tijdschriften, omdat deze een bedreiging vormt voor alles waar de Leescoalitie voor staat en aan werkt.

Voor specifieke activiteiten werken we ook graag samen met partners van buiten de Leescoalitie.

Partners	Project	Toelichting
COC Nederland De Versterking	Queerboeken.nl en Queerkinderboeken.nl	Website wordt veelvuldig gebruikt en 4x per jaar aangevuld met nieuwe boekentips. Eind 2024 overgedragen aan Stichting Lezen.
Forum Groningen De Versterking	Springlezend	Locatie en samenwerking rondom Springlezend LIVE
Rozet Arnhem De Versterking	Springlezend	Locatie en samenwerking rondom Springlezend LIVE

2. Bewustwordingscampagne *Wie leest heeft een goed verhaal*

In oktober 2020 kwam de Leescoalitie door de publicatie van het manifest *Oproep tot een ambitieus leesoffensief* in één klap stevig op de kaart als pleitbezorger en gesprekspartner inzake lezen en leesbevordering. Samen met achttien organisaties uit het veld van onderwijs, cultuur en jeugdgezondheid, luidden we de noodklok bij de politiek. Dit bracht veel tweeweg. Zo bundelden provincies, gemeenten, scholen, bibliotheken en kinderopvang de krachten om ook op lokaal of provinciaal niveau een leesoffensief vorm te geven. Sindsdien groeit de steun voor een geletterde en leesvaardige samenleving. Ook het huidige kabinet schaart zich achter dit doel. Met de nieuwe campagne *Wie leest heeft een goed verhaal* wilde de Leescoalitie dit doel in 2024 weer breed onder de aandacht brengen. Daarmee geven we alle ondersteuners van het leesoffensief een positieve boodschap in handen, gericht op de kracht van lezen.

Liefde voor en via het boek

De campagne vertelt dat lezen je sterker maakt, mensen dichterbij elkaar brengt en zelfvertrouwen geeft. De komende jaren zal de Leescoalitie ieder jaar rondom de Kerstperiode één belangrijke waarde van lezen uitlichten in een korte reclamefilm van hoge kwaliteit. De productie is bedoeld om mensen in het hart te raken en de liefde voor lezen en boeken aan te wakkeren.

In juni werd het concept van de campagne gepresenteerd aan alle partners van de Leescoalitie. De pay-off die de campagne zou moeten gaan dragen was *Wie leest heeft een goed verhaal*. Ook werd het script van de eerste reclamefilm gepresenteerd. Deze gaat over de waarde van lezen die in tijden als deze misschien wel het belangrijkste is: lezen brengt je dichterbij elkaar. Het is een verhaal over een liefde die ontstaat op de middelbare school door het lezen van een boek. De film is ontwikkeld samen met reclamebureau Alfred, dat zijn kwaliteit heeft bewezen in grote reclames van bekende merken onder strategische begeleiding van Eastwood. Gouden Kalf winnares Marit Weerheijm deed de regie. Mediabureau Media Consulting Group heeft de inkoop van media verzorgd op televisie en in de bioscoop. De film is voor iedereen en daarom ademt de productie toegankelijkheid en diversiteit. Naast de reclamefilm werd ook een beeldmerk ontwikkeld: een lange boekenslinger in de kleuren van de partners van de Leescoalitie. Deze vormt samen met de slogan het campagnebeeld.

De campagne startte op 30 november met een bezoek van minister Eppo Bruins van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap aan boekwinkel Riemer & Walinga in zijn woonplaats. Gedurende de hele maand december was de film te zien in bioscopen en op tv. De reclame werd, temidden van de kerstcommercials van de grote merken, verrassend een van de kwartaalwinnaars van de Gouden Loeki en finalist voor de Gouden Ster Loekie.

De slogan *Wie leest heeft een goed verhaal* herhalen de partners in de Leescoalitie waar en wanneer het maar kan: in kranten en bladen, op bussen en op winkelruiten en uiteraard op sociale media. Een aansluitende abri-campagne en campagne op snelwegmasten zorgde voor grote zichtbaarheid overal in Nederland. De Leescoalitie zorgt voor zoveel mogelijk vormen en materialen om deze slogan te kunnen inzetten. Het is de paraplu waaronder alle coalitiepartijen maar ook de provinciale en lokale leesoffensieven verder kunnen gaan werken. Iedereen die het lezen een warm hart toedraagt, kan met een muisklik of een poster aansluiten en de boodschap verder brengen.

Groot bereik

Centraal Boekhuis, NBD Biblion, Bol.com, Jean Mineur, boekhandelketens zoals Primera en veel andere organisaties besteedden aandacht aan de campagne in hun communicatie-uitingen. Een speciale luxe editie van de poster, die jarenlang meekan, werd door NBD Biblion naar alle bibliotheken verstuurd en door CB aan alle boekhandels. Zelf verspreiden we het ook in ons netwerk, bijvoorbeeld bij de Kennistafel Effectief Leesonderwijs. Via de bestelkanalen van de CPNB konden pakketten met materialen worden besteld. Al die steun had effect. In december zagen meer dan 800.000 bioscoopbezoekers de campagne-film. Zie voor de overige bereikcijfers hoofdstuk 3.

De campagne trok veel media-aandacht, bijvoorbeeld:

Trouw - [Is een lezer aantrekkelijker dan een niet-lezer? Jazeker!](#)

AD - [Boekenbranche wil met kerstfilmpje het tij van de ontlezing keren](#)

Hart van Nederland - [Nieuw leesoffensief - Ricardo leert lezen voor zoontje](#)

Libelle - [Deze lieve kerstcommercial moet lezen bevorderen](#)

WNL Goedemorgen Nederland - [integrale uitzending van de film en bespreking van de campagne](#)

Basisscholen en scholen voor voortgezet onderwijs kregen in de aanloop naar de campagne allemaal een set van twee gratis posters opgestuurd. Online konden ze desgewenst meer posters bestellen. Online werd een toolkit met narrowcasting en drukbestanden en een stijlguide aangeboden waar organisaties die de campagne willen steunen zelf mee aan de slag kunnen gaan.

Evaluatie en onderzoek

In samenwerking met marktonderzoeker GfK is een uitgebreid onderzoek voorbereid om het bereik van de campagne, de campagne pay-off en de bedoelingen van de film en het imago van lezen te toetsen aan 800 lezers en niet-lezers tussen 14 en 65 jaar. Met de resultaten van dit onderzoek kan de campagne in 2025 worden geoptimaliseerd.

3. Organisatie en bereik

Ook dit jaar stonden in het werk van de Leescoalitie de volgende drie kerndoelen centraal:

- strategie en pleitbezorging
- communicatie
- activiteiten

Alle doelen waren regelmatig onderwerp van overleg, uitwisseling en afstemming. Elk van de vier doelen kende een of meer verantwoordelijke partijen binnen de Leescoalitie.

Bureau en financiën

Directeur-bestuurder van Stichting Lezen Gerlien van Dalen nam in 2024 afscheid van Stichting Lezen en daarmee ook als voorzitter en penvoerder van de Leescoalitie. Tamar van Gelder volgde haar in beide hoedanigheden op en vervult een coördinerende en stuwende rol. Zij werd daarbij in 2024 ondersteund door een strategisch adviseur en twee freelance projectcoördinatoren.

Aad Meinderts nam afscheid als directeur van het Literatuurmuseum /Kinderboekenmuseum. Zijn opvolger Valérie Drost trad namens deze organisaties toe tot de Leescoalitie. Kris van de Poel werd als algemeen secretaris van de Taalunie opgevolgd door Gunther van Neste, die ook haar plek in de Leescoalitie overnam. Hanneke Propitius werd na een interim-periode directeur-bestuurder van Stichting Lezen & Schrijven.

Om te zorgen dat de partners binnen de coalitie goed op de hoogte zijn van de elkaars activiteiten en die van de Leescoalitie, is er een maandelijks communicatie-overleg en meerdere keren per jaar een directieoverleg.

In 2024 verstrekte de minister van OCW extra middelen om de rol van Stichting Lezen als penvoerder van de Leescoalitie te versterken en voor de ontwikkeling van de nieuwe algemene campagne over het belang van lezen. Sinds 2019 helpt de Nationale Postcode Loterij de Leescoalitie om de leescultuur in Nederland te versterken. Dit jaar hielp de loterij ook met de financiering van de campagne Wie lees heeft een goed verhaal.

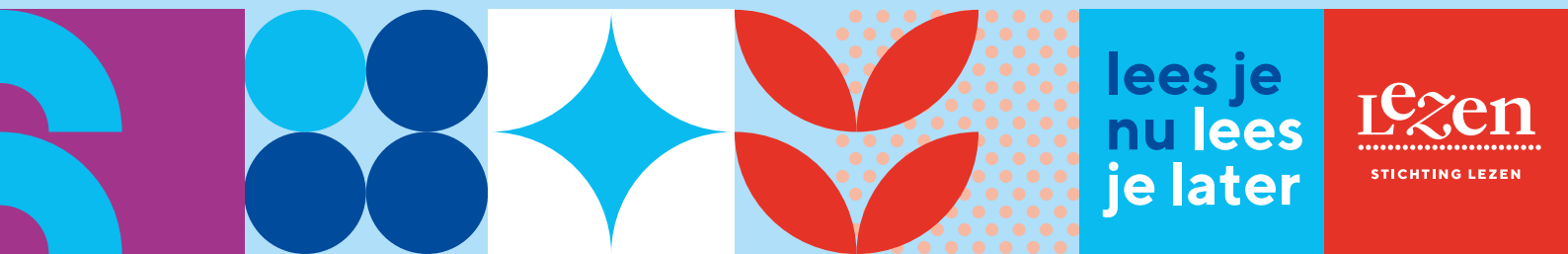
Feiten en cijfers

De activiteiten van de Leescoalitie hadden een groot bereik. Dat droeg er mede aan bij dat het gesprek over (voor)lezen en geletterdheid in de media gevoerd bleef worden en dat het lezen (ook) op een positieve manier aandacht kreeg.

Campagne / Project	Bereikcijfers 2024	Media
Campagne <i>Wie leest heeft een goed verhaal</i>	57.100.583	RTV, print, online, socials, bioscoop
<i>Springlezend</i> (incl. website + kijkers en bezoekers <i>Springlezend LIVE</i> . Socials en nieuwsbriefabonnementen)	915.523	Online, op locatie (Arnhem en Groningen)
Queerboeken.nl en Queerkinderboeken.nl	48.250	Online
Readification		
Overig • Tijdvooreenleesoffensief.nl • Bereik Leescoalitie Facebook en Instagram	1.400 25.940	Online
Totaal Leescoalitie	58.091.696	

©Stichting Lezen 2025
Ontwerp **Hocus** (studiohocus.nl)

lezen.nl



Lezen
STICHTING LEZEN