

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 6
van **MARIUS MEREMANS**
datum: 28 september 2018

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Imagocampagne voor het boek - Gebruik kortingscheques

In juni 2018 kondigde de minister aan dat hij, in het kader van de herlancering van de imagocampagne voor het boek, 15.000 kortingscheques weggeeft waarmee mensen 5 euro korting krijgen op een aankoop van minstens 20 euro in een boekenwinkel. Met deze actie wil de minister lezers tijdens de luwe periodes ook naar de boekhandel lokken. De cheques konden aangevraagd worden tot 30 juni, of zolang de voorraad strekt. Na aanvraag zijn ze een maand geldig.

Vanaf het begin van het nieuwe schooljaar zou de focus van de imagocampagne verschuiven naar kinderen en jongeren.

1. In hoeverre zijn alle 15.000 kortingscheques aangevraagd? In hoeverre zijn de aangevraagde kortingscheques ook wel degelijk gebruikt?
2. Heeft de minister zicht op een eventuele stijging in de boekenverkoop omwille van deze kortingscheques?
3. Kan de minister duiding geven over de bijbehorende actiepunten met betrekking tot de nieuwe focus van de imagocampagne, met name kinderen en jongeren?

ANTWOORD

op vraag nr. 6 van 28 september 2018

van **MARIUS MEREMANS**

1. De 15.000 boekencheques die vanaf 6 juli 2018 tijdens de eerste actie ter beschikking werden gesteld, waren in minder dan 10 dagen allemaal de deur uit. Meer dan 37% van de cheques werden ook effectief ingeruild. Dit resulteerde dus in 5.557 effectieve bezoeken - en evenveel aankopen - bij de boekhandel. Dit is een degelijk resultaat voor een eerste actie. De boekhandels waren alvast tevreden aangezien elke inruiling beperkt was tot één gebruiker en een minimum besteding van 20€ moest zijn om de cheque te gebruiken. Alleen de ingeruilde boekencheques werden vanzelfsprekend in rekening gebracht van de campagne.

Het tweede actiemoment startte op 10 september jongstleden. Op basis van de ervaring tijdens het eerste actiemoment, werd het aantal te verdelen cheques opgetrokken tot 20.000. Deze vlogen opnieuw in minder dan 10 dagen de deur uit. Bij dit actiemoment zullen alle mensen die een cheque hebben gedownload, ook een reminder krijgen via e-mail in verband met de geldigheidsduur van hun cheque. Hierdoor verwacht men flinke stijging van het inruilpercentage.

2. Op dit moment is het nog te vroeg om een eventuele stijging van de boekverkoop met harde cijfers te onderbouwen. Wat wél zeker is, is dat de boekhandelaars door deze actie 5.557 bezoekers over de vloer kregen die allemaal minstens 20€ hebben besteed. Het is evenwel moeilijk om na te gaan hoeveel nieuwe lezers hiertussen zitten. Aan Standaard Boekhandel (gezien zij over de meest relevante gegevens inzake aantal bezoekers beschikken) werd gevraagd om hiervan een analyse te maken. De doelstelling van de Generieke Campagne verspreid over 2018-2019 blijft dan ook ongewijzigd: 25.000 bezoeken genereren naar de boekhandel.

De evolutie van het kanaal 'Boekhandel' moet dan ook over een langere periode worden bekeken vooraleer conclusies te trekken. Naast de cheques in het kader van de generieke campagne, spelen immers ook tal van andere factoren mee bij de verkoop zoals het al dan niet verschijnen van bestsellers, de invloed van de Gereguleerde Boekenprijs, etc. Een duidelijke analyse hiervan wordt verwacht in het voorjaar van 2019.

3. Op advies van de werkgroep 'Generieke Campagne', bestaande uit uitgevers en boekhandelaars, werd er bij het tweede actiemoment afgestapt van het idee om de boekencheque te koppelen aan het concept 'naast een leerboek ook een leesboek te kopen'. Dit omdat september en oktober sowieso al hele dure maanden zijn voor ouders met schoolgaande kinderen. Er werd dan ook gevreesd voor een lager inruilpercentage. In 2019 zal de focus voor de zomeractie dan wel weer komen te liggen op het activeren van jongere lezers. Het plan is dat de boekencheques dan alleen kunnen dienen voor de aankoop van kinder- en jeugdboeken.