



Boekenbranche

Kwantitatief onderzoek naar lees-, leen- en aankoopgedrag van boeken

Februari 2012
Stefan Peters
Ewout Witte
(29043)



INTOMART GfK

Inhoudsopgave

1 Conclusies

2 Resultaten

- A. Lezen
- B. Kopen
- C. Wat te doen als een boek is uitverkocht? (Centraal Boekhuis)
- D. CPNB-acties
- E. Lenen
- F. Lezen/Kopen/Lenen
- G. Economische crisis
- H. E-books en devices
- I. Mediagebruik

B Bijlage: Inleiding, onderzoeksdoel, -opzet en -verantwoording



INTOMART GfK

1 Conclusies



INTOMART GfK

Conclusies: lezen

4

Romantische fictie is vooral populair onder jongeren

Spannende boeken worden nog altijd het vaakst gelezen. Het leesgedrag van doelgroepen verandert niet sterk, alleen valt bij deze meting op dat jongeren (<25 jaar oud) vooral veel romantische fictie lezen.

De meeste lezers lezen 's avonds tussen 18.00 en 24.00

Op een gemiddelde leesdag, wordt er bijna een uur gelezen. 50-plussers en hoog opgeleiden lezen van alle doelgroepen gemiddeld het langst. Het favoriete tijdstip om te lezen is 's avonds tussen 18.00 en 24.00 uur. 's Middags tussen 12.00 en 18.00 uur is daarna het favoriete tijdstip. Dit wordt zowel door vrouwen als laag opgeleiden vaak genoemd als tijdstip waarop ze regelmatig lezen.

Hoog opgeleiden lezen graag aan de eettafel of in een horecagelegenheid

Thuis is de favoriete leesplek; de bank, stoel of de slaapkamer zijn favoriet. De slaapkamer is vooral favoriet bij vrouwen en jongeren. Vrouwen en 35-plussers lezen graag op de bank of in een stoel. Hoger opgeleiden lezen graag aan de eettafel of in een horecagelegenheid.



INTOMART GfK

Conclusies: e-books, e-readers en tablets

Bekendheid van het e-book neemt fors toe...

Het e-book krijgt een steeds sterkere positie binnen de boekenmarkt. Inmiddels heeft 10% van de Nederlanders in de afgelopen maand e-books gelezen. Daarnaast is het e-book inmiddels bij meer dan de helft van de Nederlanders een bekend begrip. De bekendheid is, in vergelijking met eerdere metingen, fors gestegen.

...veel mensen lezen inmiddels ook e-books, maar slechts weinig mensen kopen ze

Hoewel het e-book door een redelijk groot aandeel Nederlanders wordt gelezen, is het aandeel kopers dat ook een e-book heeft gekocht nog gering. Dit versterkt de gedachte dat veel mensen op illegale wijze aan hun e-books komen.

Bekendheid e-reader is gestegen, maar voorbijgestreefd door de tablet

Net als de bekendheid van het e-book, is ook de bekendheid van de e-reader gestegen. Ook deze stijging is ten opzichte van eerdere metingen behoorlijk sterk. Hoewel dit een positieve ontwikkeling is, is de e-reader in bekendheid wel voorbijgestreefd door de tablet. Deze is in bekendheid fors toegenomen.

Tablets worden vaker gebruikt voor het lezen van e-books dan de e-reader

Waar de e-reader steeds meer een medium wordt voor 35-plussers, is de tablet een medium voor iedereen onder de 50 jaar. Het bezit van beide devices is vooral hoog onder hoog opgeleiden. De tablet is vooral een "mannending", terwijl het e-readerbezit onder mannen en vrouwen vrijwel gelijk is. Hoewel een half jaar geleden de meeste mensen e-books via de e-reader verwachtten te lezen, wordt de tablet het vaakst gebruikt voor het lezen van e-books.



INTOMART GfK

Conclusies: de boekenkopers

De tweedehands markt heeft een sterke positie binnen de boekenbranche

De tweedehands markt speelt een belangrijke rol in de boekverkoop. Ruim 60% van de consumenten heeft ooit wel eens tweedehands boeken gekocht en ruim een derde heeft dat in het afgelopen jaar nog gedaan. Als een boek is uitverkocht (en op dat moment ook niet bestelbaar is), kiezen de meeste mensen voor het tweedehands exemplaar als alternatief. Dit doen ze eerder dan de titel in bestelling zetten of volledig van de koop af te zien. Dit is dus een belangrijke factor om rekening mee te houden voor de boekenbranche.

Internet groeit ten koste van de traditionele retailers

De rol van het internet wordt steeds belangrijker. Hoewel de voorkeur (fysieke retailer versus online) niet is gewijzigd en nog altijd ruim in het voordeel van de traditionele boekhandel is, zien we dat de jongere doelgroep toch sterk neigt naar online. Daarnaast is het aandeel mensen dat boeken heeft gekocht bij de lokale boekhandel en Selexyz lager dan in de zomer van 2011, terwijl Bol.com en de overige internetaanbieders juist een stijging laten zien.

De meeste gekochte boeken zijn voor eigen gebruik

Mensen kopen nieuwe boeken toch vooral voor zichzelf. Maar liefst 73% van de gekochte boeken is voor eigen gebruik. 16% van de gekochte boeken is als cadeau aan iemand anders en 9% wordt gekocht voor de kinderen. "typische cadeauboeken" zijn het kookboek, boeken over spiritualiteit en kinderboeken.

Boekenbonactie is vooral aantrekkelijk voor jongeren

De (CPNB-)acties ter ondersteuning van het boekenvak worden goed gewaardeerd. Driekwart van de consumenten vindt het belangrijk dat er Nationale Voorleesdagen zijn – die bij tweederde van de Nederlanders bekend zijn – en de campagne ter promotie van het boek (€ 5,- = aan boekenbonnen cadeau bij de aankoop van bepaalde titels tijdens de feestdagen) wordt door bijna de helft van de consumenten aantrekkelijk gevonden. Hoewel dit resultaat niet overdreven positief is, is de hoge aantrekkelijkheid onder jongeren wel een mooie uitkomst. Een op de zes consumenten is bekend met de boekenbonactie en van hen heeft bijna een kwart ook een gratis boekenbon ontvangen.



INTOMART GfK

Conclusies: de bibliotheek (1)

E-books worden nog weinig geleend bij de bibliotheek

Een kwart van de Nederlanders leent wel eens boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap. Nog eens 11% doet dit wel eens op het lidmaatschap van iemand anders. Van iedereen die wel eens leent, heeft 60% in de afgelopen maand boeken geleend. In 1% van de gevallen zaten daar e-books bij. Maar er is nog slechts een klein aantal e-books te leen bij de bibliotheek. Dus de "leners" hebben minder keuze dan de "kopers" aangezien nog maar een beperkt aantal e-books kan worden geleend.

De meeste mensen zijn ooit wel eens lid geweest van de Openbare Bibliotheek

Bijna drie op de tien mensen is lid van de Openbare Bibliotheek. Onder hen bevinden zich relatief veel vrouwen en jongeren. Ruim 80% van de mensen zonder lidmaatschap is ooit wel eens lid geweest van de bibliotheek. Bij de meesten van hen is het alweer tien jaar of langer geleden dat ze het lidmaatschap hebben beëindigd. Een deel van deze "oud-leners" komt nog altijd wel eens in de bibliotheek: precies een derde van hen heeft in het afgelopen jaar de bibliotheek bezocht.

Gemiddeld leent men 22 boeken op jaarbasis...

De meeste mensen lenen tussen de 6 en 20 boeken op jaarbasis bij de bibliotheek. Doordat een iets kleiner deel aanzienlijk meer boeken per jaar leent, ligt het gemiddelde zelfs iets boven de 20: er worden 22 boeken per jaar geleend. Vrouwen (26) en 35-plussers (24) lenen gemiddeld de meeste boeken op jaarbasis.

...en is ook de gemiddelde bezoeksfrequentie 22 keer per jaar

Als we dan kijken naar het aantal bezoeken dat men aan de bibliotheek brengt, zien we dat dit nagenoeg gelijk is aan het aantal geleende boeken. De meeste mensen brengen een keer per maand een bezoek aan de bibliotheek, maar bijna de helft brengt nog vaker een bezoek (minstens eenmaal per twee weken) aan de bibliotheek. Dus per bezoek leent men gemiddeld één boek. Welk boek men dan leent, wordt meestal pas in de bibliotheek bepaald.



INTOMART GfK

Conclusies: de bibliotheek (2)

Van alle diensten wordt de kinder- of jeugdafdeling het vaakst gebruikt

De kinder- of jeugdafdeling wordt van alle diensten die de bibliotheek biedt het vaakst gebruikt. Daarnaast komt ruim een kwart van de mensen, die in het afgelopen jaar een bezoek aan de bibliotheek hebben gebracht, daar om ter plekke boeken te lezen of in te zien. De computers of catalogi worden door iets minder dan een kwart van de bibliotheekbezoekers gebruikt, onder hen bevinden zich relatief veel jongeren. De oudere bibliotheekbezoeker komt er vaak om kranten of tijdschriften te lezen of in te zien.

40% gebruikt zijn eigen bibliotheekpas om boeken te lenen voor anderen

60% van de mensen met een bibliotheekpas, gebruikt deze alleen voor zichzelf. 22% gebruikt de pas wel eens om boeken te lenen voor de eigen partner en 11% gebruikt hem om boeken te lenen voor de kinderen. De geleende genres komen sterk overeen met de gekochte en gelezen genres. Ook als het gaat om de profielen per gelezen genre.



INTOMART GfK

Conclusies: de crisis

9

De crisis zorgt voor een switch van koop- naar leengedrag

De economische crisis krijgt steeds meer vat op het boekenlandschap. Maar liefst 24% van de mensen die zowel boeken kopen als lenen bij de bibliotheek geeft aan in plaats van boeken te kopen, meer te lenen bij de bibliotheek.

In vergelijking met 2009 zijn mensen veel voorzichtiger geworden met uitgaven in het algemeen...

Daarnaast is de huidige economische situatie voor steeds meer mensen aanleiding om minder geld uit te geven. Maar liefst 30% van de consumenten geeft aan dat de huidige economische situatie aanleiding is om minder geld uit te geven in het algemeen. In 2009 schommelde dit percentage tussen de 12% en 17%. Daarnaast is het aandeel mensen dat aangeeft dat de economische situatie geen invloed heeft op hun uitgavenpatroon meer dan gehalveerd (!)

...ook de uitgaven aan boeken zijn stukken lager in vergelijking met 2009

Ook bij de uitgaven aan boeken zien we eenzelfde trend. Voor een kwart van de boekkopers is de economische situatie aanleiding om minder geld te besteden aan het kopen van boeken. In 2009 lag dat percentage nog tussen de 11% en 15%. Daarnaast blijven de bestedingen aan boeken tijdens de feestdagen van 2011 sterk achter bij die van 2010: 25% heeft minder uitgegeven terwijl slechts 6% meer heeft uitgegeven. In 2009 was deze balans nog positief (!)

Vooraf voor de traditionele boekverkopers zijn het moeilijke tijden

De economische situatie is sterk van invloed op het bestedingspatroon in het algemeen. Dit heeft een flinke invloed op de boekenbranche. Dit samen met de blijvende conclusie dat mensen de boekenprijs overwegend hoog vinden en de tweedehands markt voor veel mensen een goed alternatief is, geeft aan dat het voor de boekverkopers moeilijke tijden zijn. Zeker de traditionele boekverkopers die ten opzichte van internetverkopers terrein verliezen.



INTOMART GfK

Conclusies: vrouwen en de crisis

10

De crisis heeft de sterkste impact op vrouwen

Hoewel vrouwen meer lezen dan mannen, kopen ze niet veel vaker (meer) nieuwe boeken. Dit hoeft niet verontrustend te zijn, maar enkele andere resultaten geven toch aan dat de boekenbranche ten tijde van de crisis vooral terrein verliest bij vrouwen. Kijkend naar de verschillen tussen mannen en vrouwen zien we namelijk dat vrouwen vaker boeken besluiten te lenen in plaats van te kopen als direct gevolg van de crisis. Daarnaast vinden vrouwen sterker dat de boekenprijs (te) hoog is. Vrouwen passen vaker hun algemene bestedingspatroon aan en ook hun bestedingen aan boeken. Zowel tijdens de afgelopen feestdagen als in het algemeen.

De grootste uitdaging voor het boekenvak: hoe blijven vrouwen nieuwe boeken kopen?

Vrouwen tonen dus voorzichtiger gedrag en zijn kritischer in hun prijsperceptie dan mannen. Daarnaast is de tweedehands boekenmarkt voor vrouwen vaker een alternatief dan voor mannen als een boek is uitverkocht. Omdat vrouwen een sterke lezersgroep vormen, is het voor de boekenbranche belangrijk om deze (in potentie) goede kopersgroep zoveel mogelijk te behouden. Scherpe prijzen, acties en aanbiedingen zijn daarin belangrijke instrumenten om vrouwen niet te laten switchen naar de tweedehands markt.



INTOMART GfK

2 Resultaten



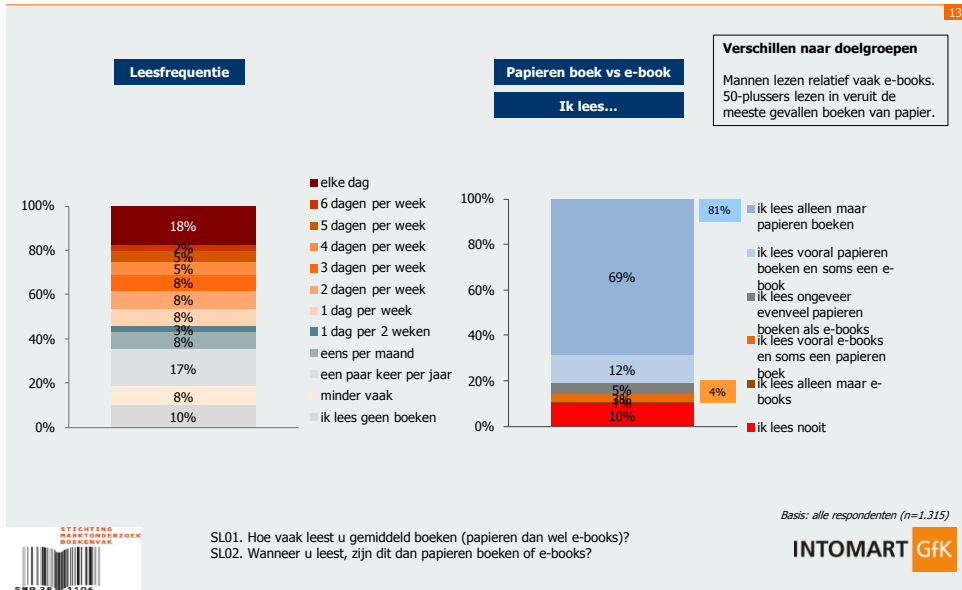
INTOMART GfK

A Lezen

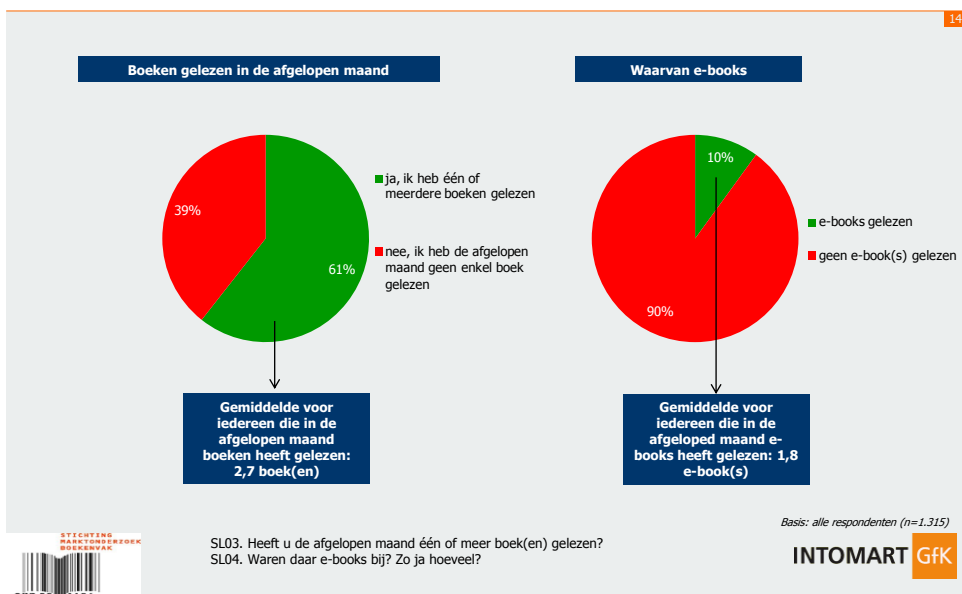


INTOMART GfK

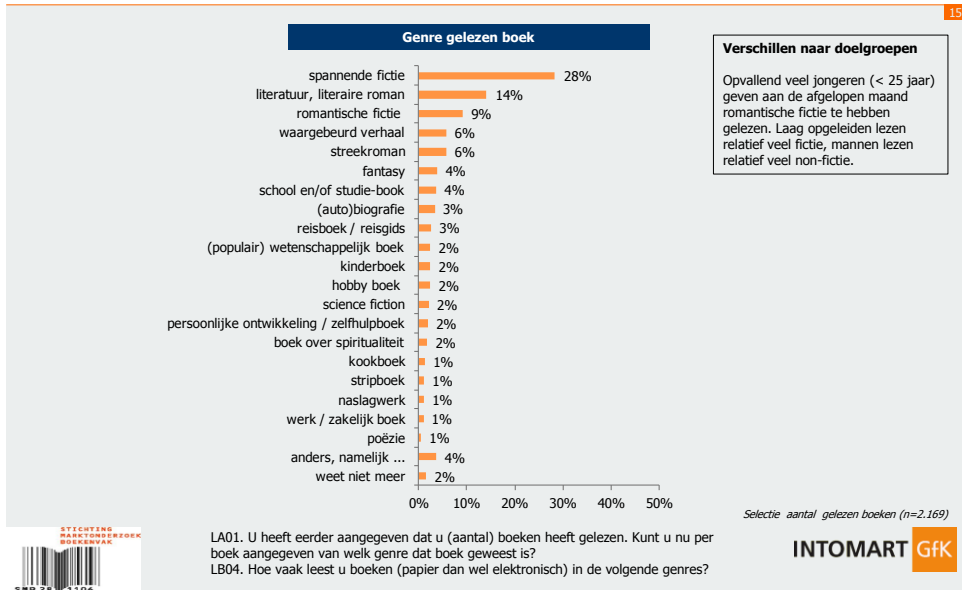
Bijna een op de vijf mensen leest dagelijks. Ruim 80% van de Nederlanders leest voornamelijk papieren boeken.



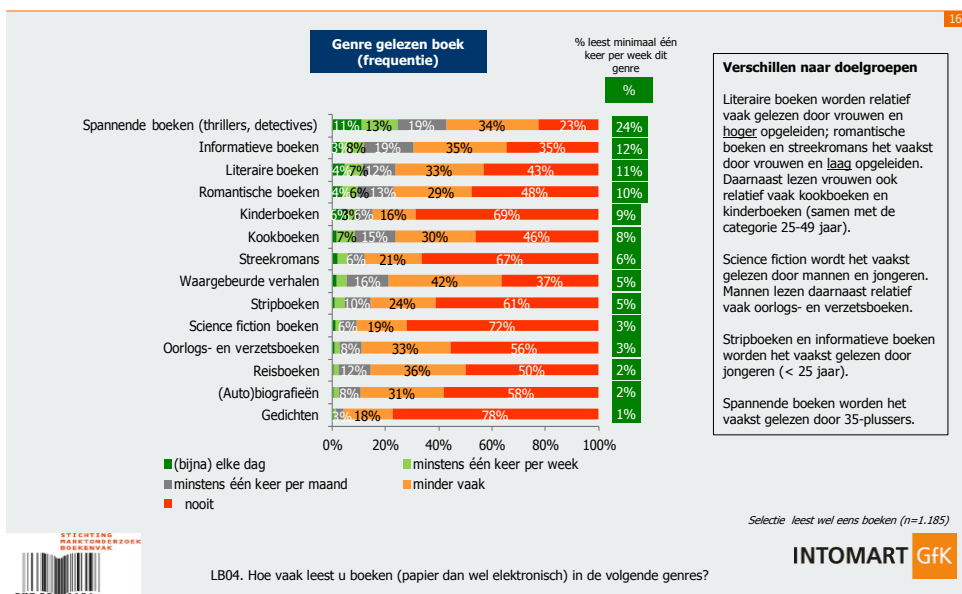
61% van de Nederlanders heeft in de afgelopen maand boeken gelezen; 10% e-books.



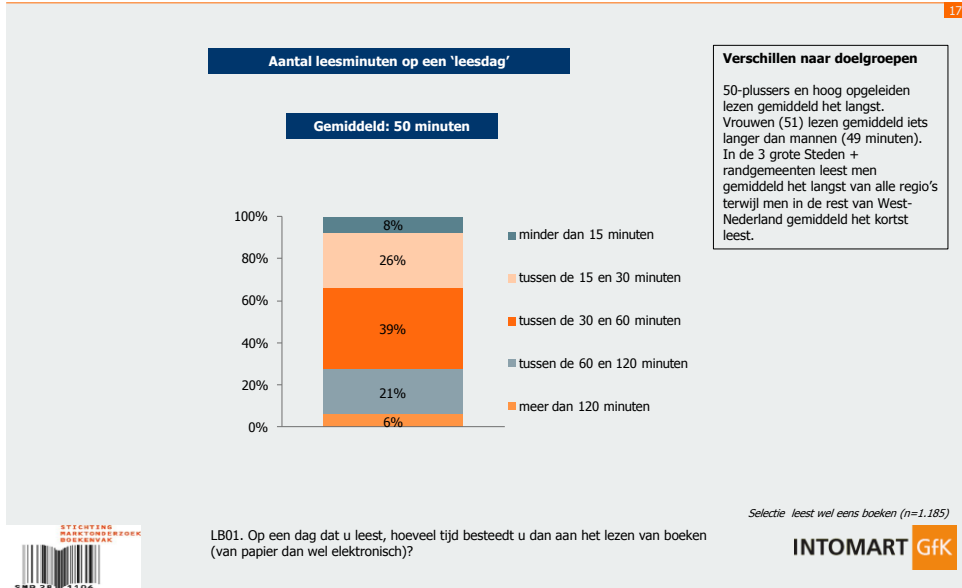
De meeste gelezen boeken vallen in het genre "spannende fictie".



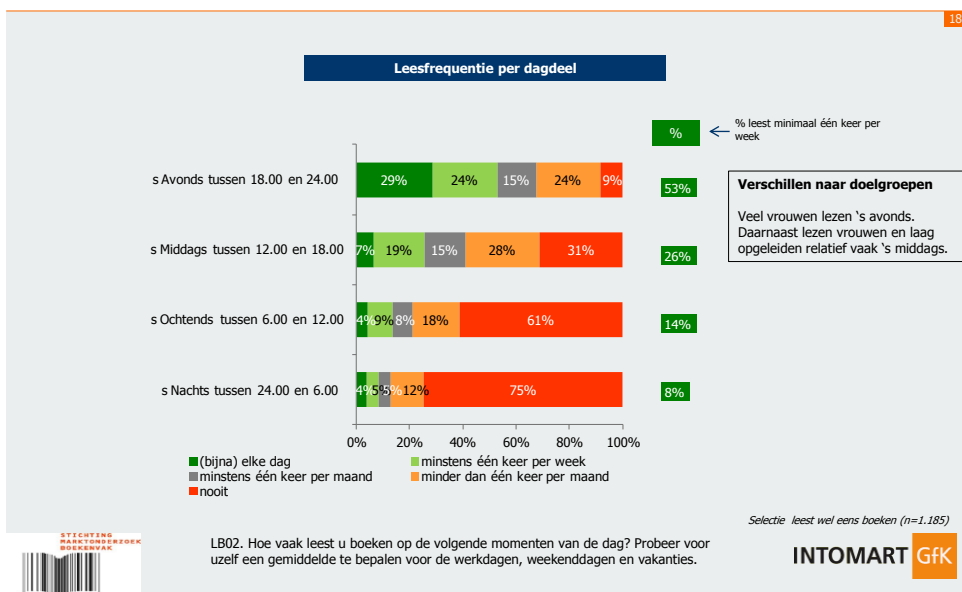
Spannende boeken worden het meest frequent gelezen, gevolgd door informatieve en literaire boeken.



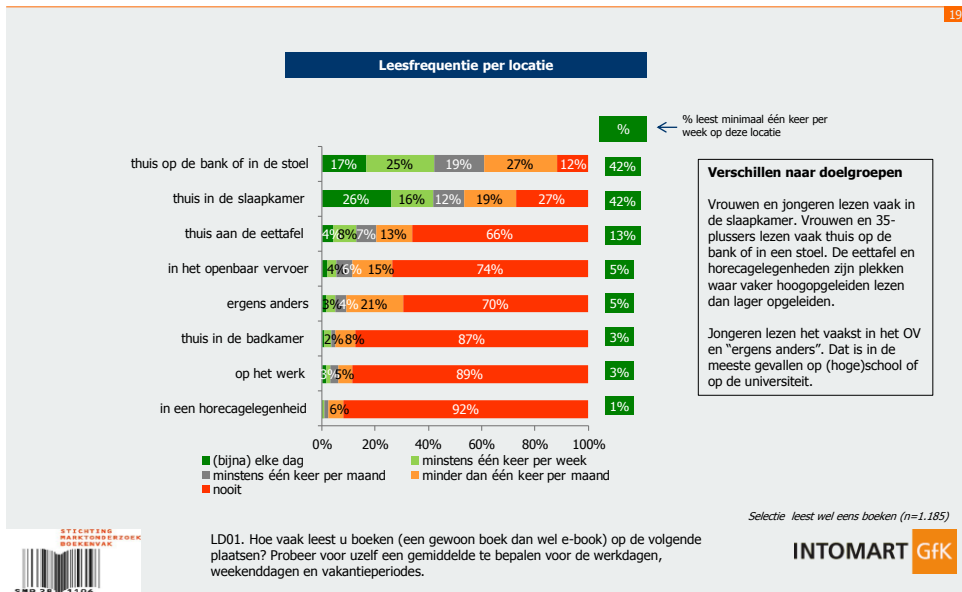
Meeste lezers lezen per "leesdag" gemiddeld tussen de 30 en 60 minuten. Een kwart van de lezers leest gemiddeld meer dan een uur.



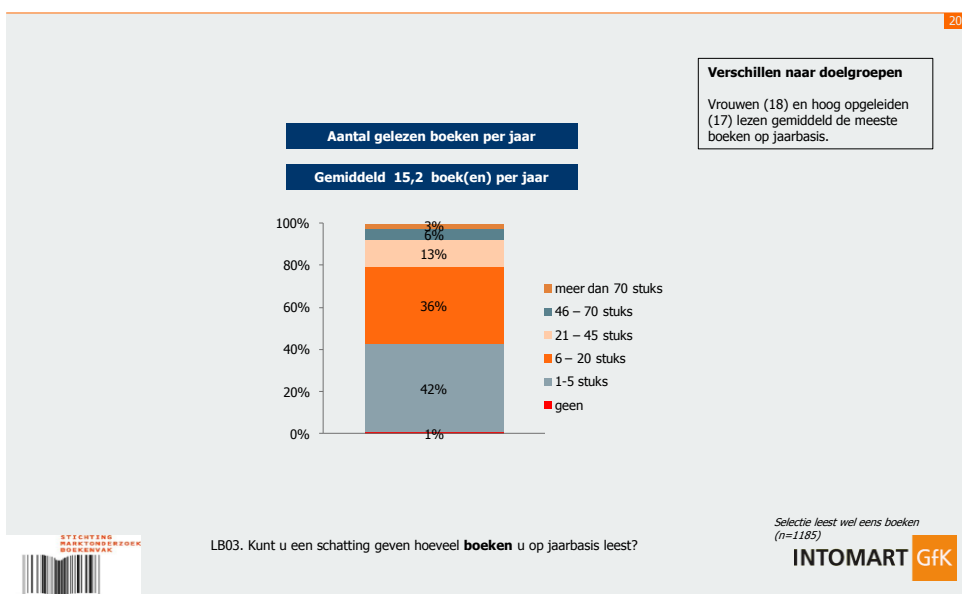
De avond is het populairste dagdeel voor het lezen van boeken.



Thuis op de bank, in de stoel of in bed wordt het vaakst gelezen. Een kwart van de lezers leest dagelijks boeken in de slaapkamer.



Gemiddeld leest iedereen die wel eens leest, 15 boeken per jaar. Ofwel iets meer dan een boek per maand.

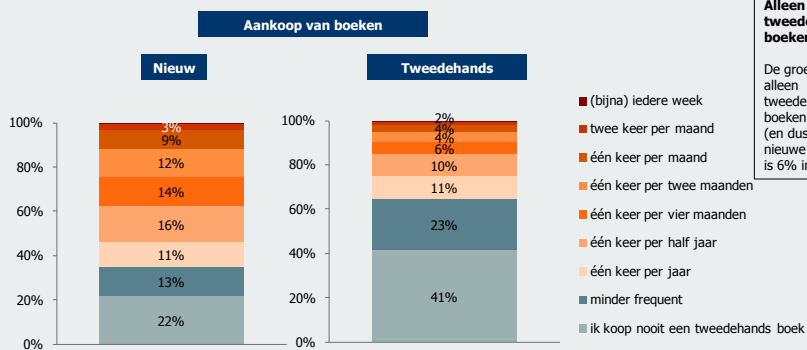


B Kopen



INTOMART GfK

Bijna 60% van de consumenten heeft wel eens tweedehands boeken gekocht. Ruim een derde koopt minstens eenmaal per jaar tweedehands boeken.



Alleen maar tweedehands boeken?

De groep die alleen tweedehands boeken koopt (en dus geen nieuwe boeken) is 6% in totaal.

Verschillen naar doelgroepen

Jongeren (< 25 jaar) kopen gemiddeld het vaakst tweedehands en ook nieuwe boeken. Tussen mannen en vrouwen bestaat geen verschil als het gaat om tweedehands boeken, wel als het gaat om nieuwe boeken: vrouwen kopen deze gemiddeld iets frequenter dan mannen. Hoger opgeleiden kopen iets vaker tweedehands boeken en veel vaker nieuwe boeken in vergelijking met lager opgeleiden.

Basis SA01 en SA04; alle respondenten (n=1.315)

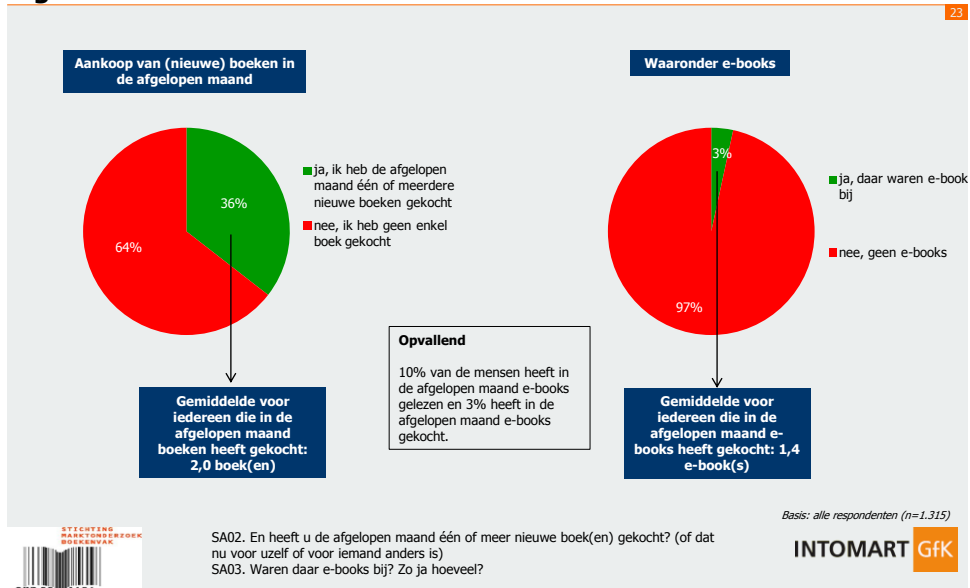
SA01. Hoe vaak koopt u gemiddeld boeken (papier of e-book)? Wij bedoelen hier **nieuwe boeken**, dus geen tweedehands boeken.
SA04. Koopt u wel eens tweedehands boeken? Zo ja, hoe vaak?



INTOMART GfK

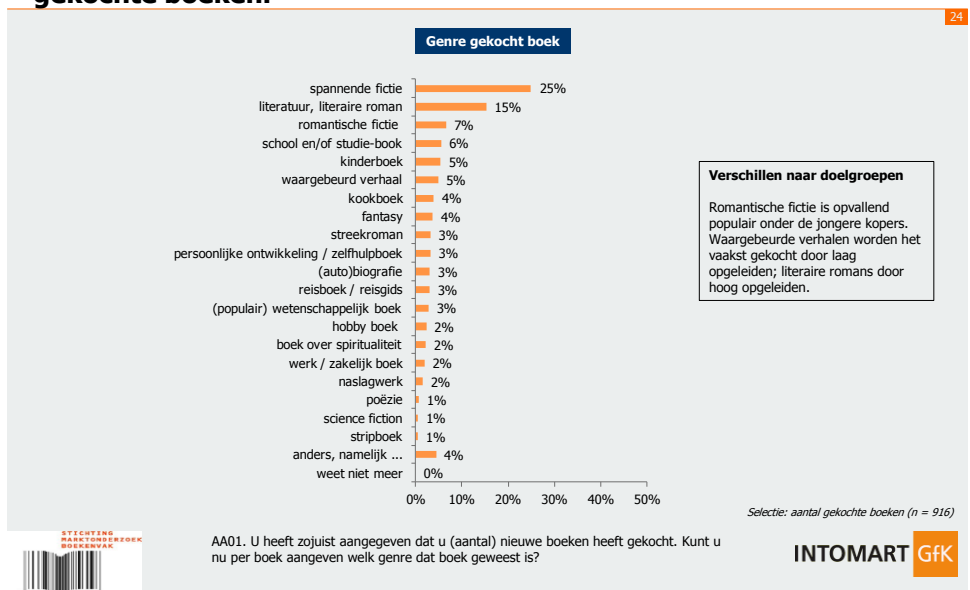
Ruim een derde van de mensen heeft in de afgelopen maand boeken gekocht. 3% heeft in de afgelopen maand e-books gekocht.

23

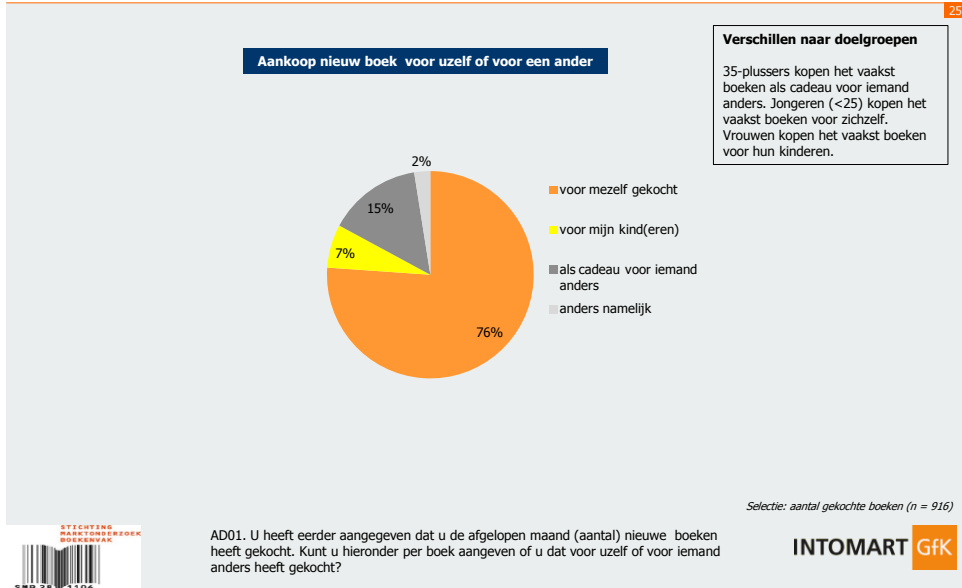


Spannende fictie is het meest gekochte genre, gevolgd door literatuur of een literaire roman. Samen is dit 40% van alle gekochte boeken.

24



Bijna driekwart van de nieuwe boeken koopt men voor zichzelf.



Kookboeken en kinderboeken worden relatief vaak gekocht om aan iemand anders cadeau te doen.

26

Aankoop nieuw boek voor uzelf of voor een ander

Per genre

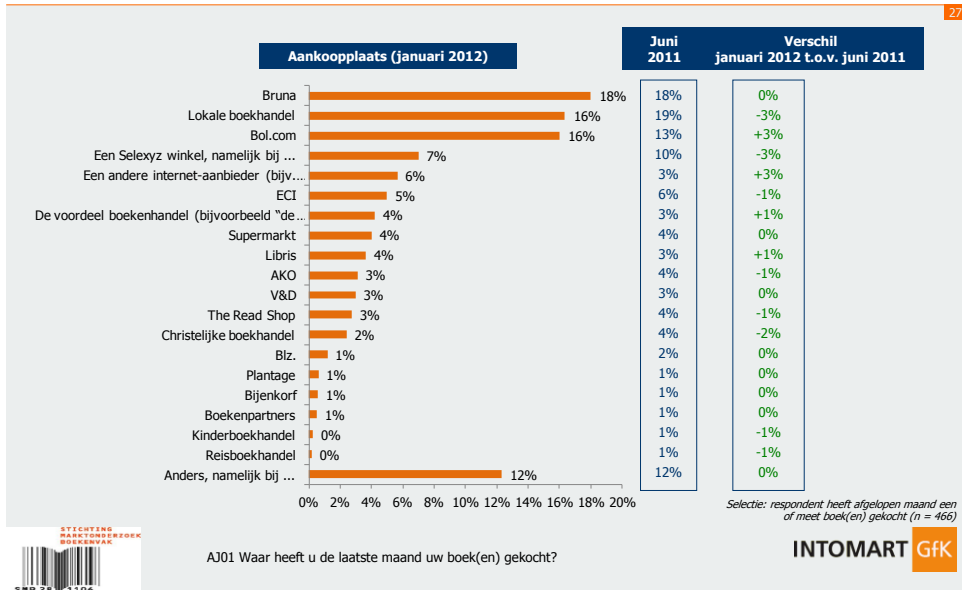
Genre	Voor wie gekocht?			
	Voor mezelf	Voor mijn kind(eren)	Als cadeau voor iemand anders	Anders, namelijk
spannende fictie (n=230)	77%	5%	13%	5%
literatuur, literaire roman (n=140)	71%	5%	24%	1%
romantische fictie (n=55)	76%	4%	18%	2%
kinderboek (n=50)	46%	8%	38%	8%
school en/of studieboek (n=46)	96%	2%	2%	0%
waargebeurd verhaal (n=44)	82%	14%	5%	0%
kookboek (n=37)	68%	5%	27%	0%

AA01. Kunt u nu per boek aangeven welk genre dat boek geweest is?
AD01. U heeft eerder aangegeven dat u de afgelopen maand (aantal) nieuwe boeken heeft gekocht. Kunt u hieronder per boek aangeven of u dat voor uzelf of voor iemand anders heeft gekocht?

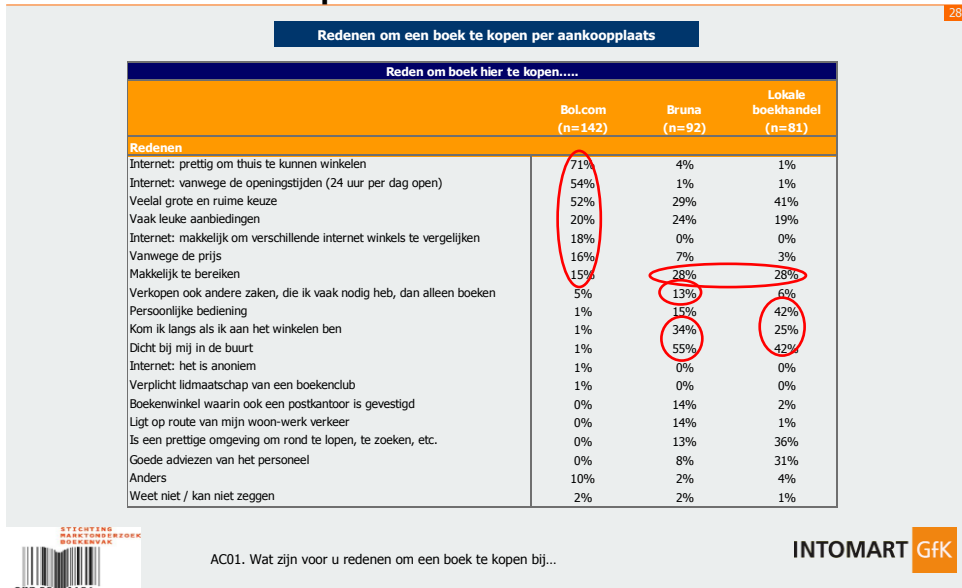
Selectie: aantal gekochte boeken (n = 916)

INTOMART GfK

Het aandeel van de lokale boekhandel en Selexyz is gedaald. Bol.com en de overige internetaanbieders winnen terrein.



Het gemak van thuiswinkelen, de openingstijden en de grote en ruime keuze, zijn voor de meeste mensen het argument om bij Bol.com boeken te kopen.

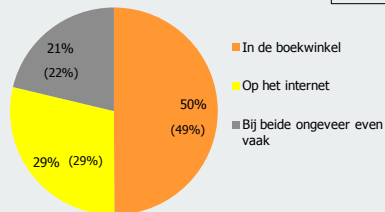


Nog altijd vindt de helft van de boekekopers de boekwinkel de belangrijkste aankoopplaats. De opmars van het internet leidt dus (nog) niet tot een verdere verandering in voorkeur.

29

Belangrijkste aankoopplaats

Januari 2012



Verschillen naar doelgroepen

Vrouwen, 50-plussers en laag opgeleiden kopen hun boeken het vaakst in de boekwinkel. Voor mannen, hoog opgeleiden en iedereen onder de 50 jaar is de voorkeurspositie voor het internet relatief hoog.

Tussen haakjes staat het resultaat uit de meting van juli 2011

Selectie A102: koopt wel eens nieuwe boeken (n=1026)



AJ02. Waar koopt u doorgaans het vaakst uw boeken: in een boekwinkel of op het internet?

INTOMART GfK

C Wat te doen als een boek is uitverkocht? (Centraal Boekhuis)

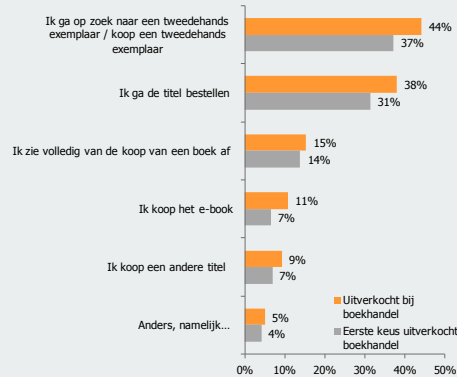


INTOMART GfK

Het tweedehands exemplaar is het meest logische alternatief voor mensen wanneer een boek volledig is uitverkocht. Een kleine 40% gaat de titel bestellen en 15% ziet volledig van de koop van de koop af.

31

Mogelijke acties (en meest waarschijnlijke actie) bij bezoek aan boekhandel en 'boek volledig uitverkocht'



Verschillen naar doelgroepen

Jongeren zullen het snelst overstappen naar een ander boek. Vrouwen zullen eerder overstappen op een tweedehands exemplaar dan mannen. Mannen en laag opgeleiden zullen het snelst volledig van de koop afzien. Mannen, hoog opgeleiden en mensen in de leeftijd 35-49 jaar zullen het snelst overstappen op het e-book.

AG01a. Stel u bezoekt een boekhandel en bent op zoek naar een specifieke boektitel. Het boek blijkt uitverkocht te zijn. Niet alleen bij de winkel waar u nu bent: het boek is bij alle winkels volledig uitverkocht. Het boek kan nog wel in een herdruk geleverd worden, maar het is niet duidelijk wanneer. Wat zou u in deze situatie doen?

AG01b: En wat is het meest waarschijnlijke dat u in deze situatie zou doen?

Basis : alle respondenten (n=1.315)

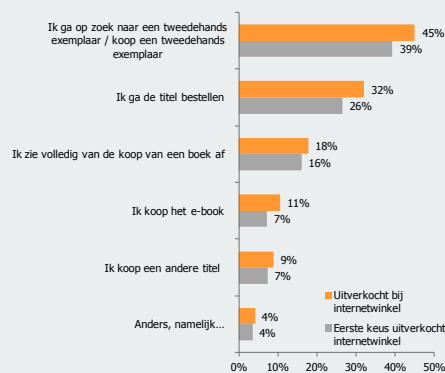
INTOMART GfK



Ook als een boek bij een internetwinkel is uitverkocht, gaan de meeste mensen op zoek naar een tweedehands exemplaar. Een derde gaat de titel bestellen.

32

Mogelijke acties (en meest waarschijnlijke actie) bij bezoek aan internetwinkel en 'boek volledig uitverkocht'



Verschillen naar doelgroepen

Jongeren zullen het snelst overstappen naar een ander boek. Vrouwen zullen eerder overstappen op een tweedehands exemplaar dan mannen. Laag opgeleiden en mensen in de leeftijd 35-49 jaar zullen het snelst overstappen op het e-book.

AG02a. Stel u bezoekt een internetwinkel en bent op zoek naar een specifieke boektitel. Het boek blijkt uitverkocht te zijn. Niet alleen bij de internetwinkel waar u nu bent: het boek is bij alle winkels volledig uitverkocht. Het boek kan nog wel in een herdruk geleverd worden, maar het is niet duidelijk wanneer. Wat zou u in deze situatie doen?

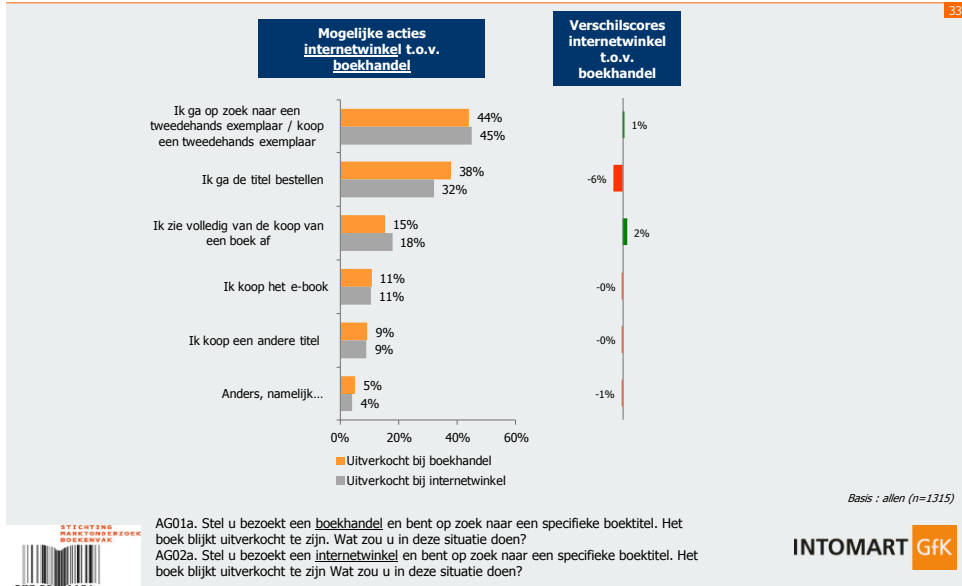
AG02b: En wat is het meest waarschijnlijke dat u in deze situatie zou doen?

Basis : allen (n=1315)

INTOMART GfK



De verschillen in vervolgacties zijn gering. Bij de reguliere boekhandel gaan meer mensen de titel bestellen dan wanneer het boek in de internetwinkel uitverkocht is.

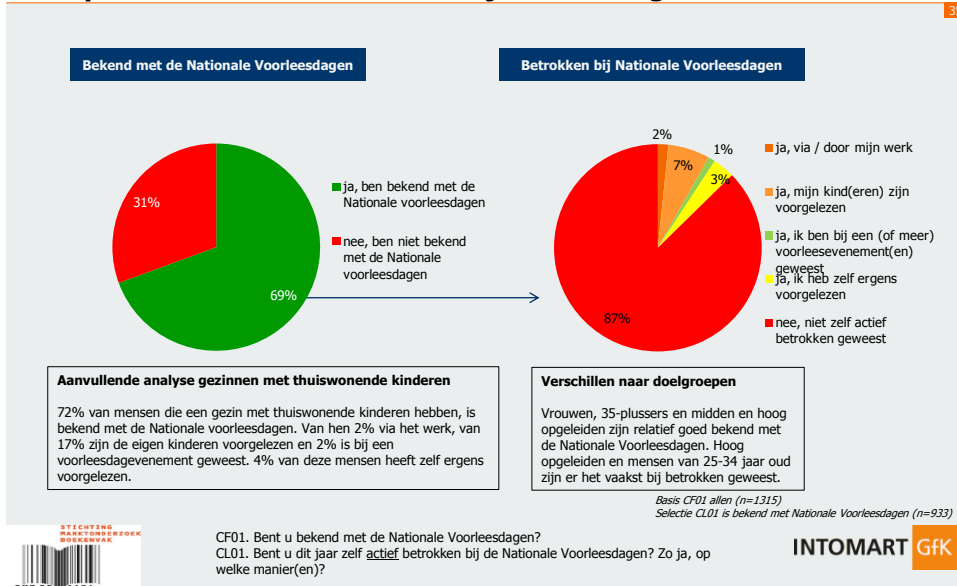


D CPNB-acties



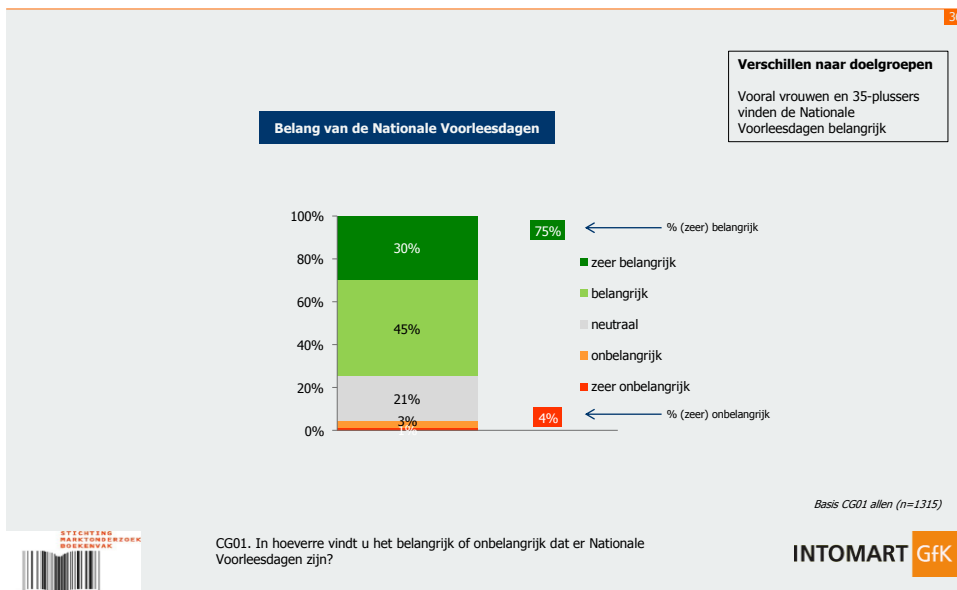
Bekendheid Nationale Voorleesdagen is hoog: maar liefst tweederde van de Nederlanders is er mee bekend. Van hen is 13% er op een of andere manier ooit bij betrokken geweest.

35



Het belang van de Nationale Voorleesdagen wordt door een ruime driekwart meerderheid erkend.

36



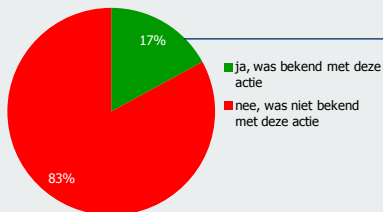
Het uitdelen van de Feestdagen Boekenbon is bij een op de zes mensen bekend. Van hen heeft bijna een kwart de Boekenbon ontvangen.

37

Tekst in vragenlijst: Campagne ter promotie van het boek

Op zaterdag 19 november startte de grootste cadeau-campagne voor het boek ooit in Nederland gevoerd. Maar liefst 200.000 Boekenbonnen van € 5,- worden onder boekwinkels verspreid voor promotie van het boek. Bij aankoop van één van de 31 titels ontvangen klanten van 19 november t/m 14 december 2011 een speciale Feestdagen Boekenbon van € 5,- cadeau van de boekverkoper. Deze Feestdagen Boekenbon kan van 15 december t/m 31 januari 2012 ingewisseld worden tegen elke denkbare titel.

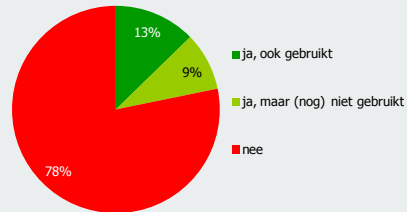
Bekend met Feestdagen Boekenbon



Verschillen naar doelgroepen

De bekendheid is het hoogst onder vrouwen en hoog opgeleiden. Onder boekkopers is de bekendheid 24%.

Ontvangst en gebruik Boekenbon



Aanvullende informatie

Als we naar alle Nederlanders kijken heeft 2,2% de Boekenbon ontvangen en gebruikt en heeft 1,5% deze ontvangen maar nog niet gebruikt. Onder alle boekkopers zijn deze percentages respectievelijk 4,3% en 3,0%.

Basis CF02 allen (n=1315)
Selectie CL02 bekend met actie (n=229)

CF02. Was u - voordat u deze tekst las - bekend met deze actie?
CL02. Heeft u zelf één of meer boekenbonnen van 5 euro cadeau gekregen bij aankoop van een boek? En ook gebruikt?

INTOMART GfK

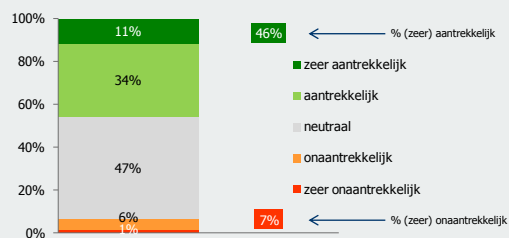


De helft van de mensen die bekend is met de actie, vindt deze voor zichzelf aantrekkelijk. De aantrekkelijkheid is vooral hoog onder jongeren.

38

Verschillen naar doelgroepen
Vooral jongeren vinden de actie aantrekkelijk. Hoe jonger men is, des te aantrekkelijker men de actie vindt (het betreft hier uiteraard wel jongeren die al bekend zijn met de actie).

Aantrekkelijkheid boekenbonactie



Selectie CG02 bekend met actie (n=229)

CG02. Hoe aantrekkelijk is een dergelijke boekenbonactie voor u persoonlijk?

INTOMART GfK



E Lenen

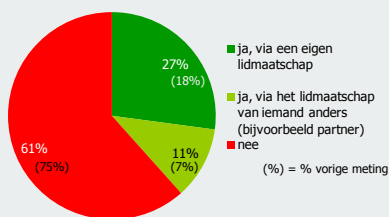


INTOMART GfK

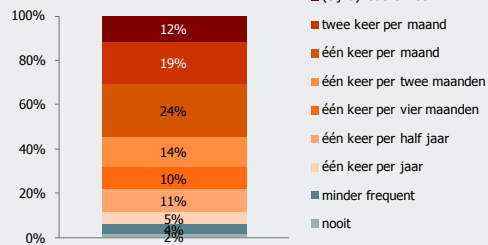
Een kwart leent boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap. Onder hen bevinden zich relatief veel jongeren.

40

Lenen bij bibliotheek



Frequentie bibliotheekbezoek om boek(en) te lenen



Verschillen naar doelgroepen

Vooral jongeren < 25 jaar) en vrouwen lenen vaak via een eigen lidmaatschap

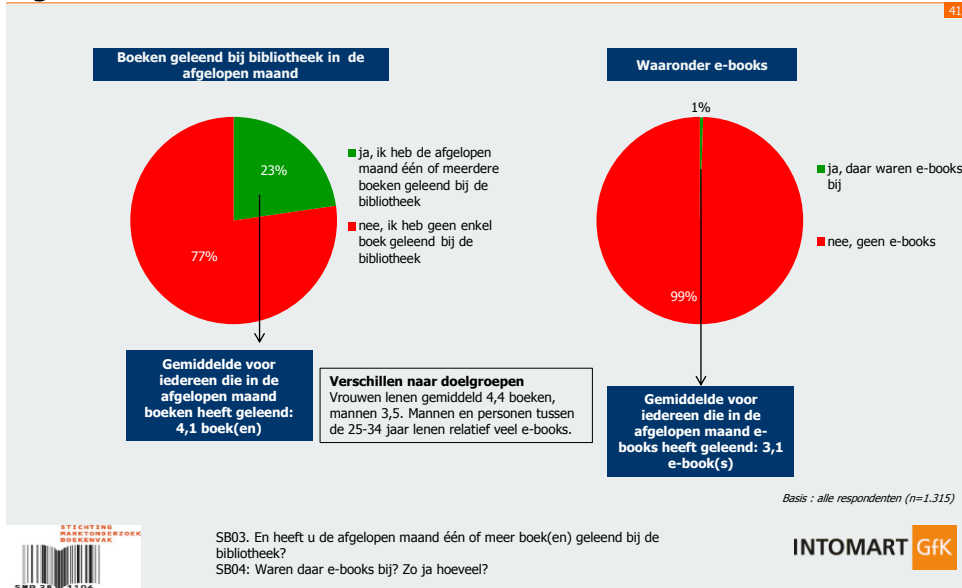
Basis SB01: alle respondenten (n=1315)
 Selectie SB02: leent wel eens boek bij bibliotheek (n=508)



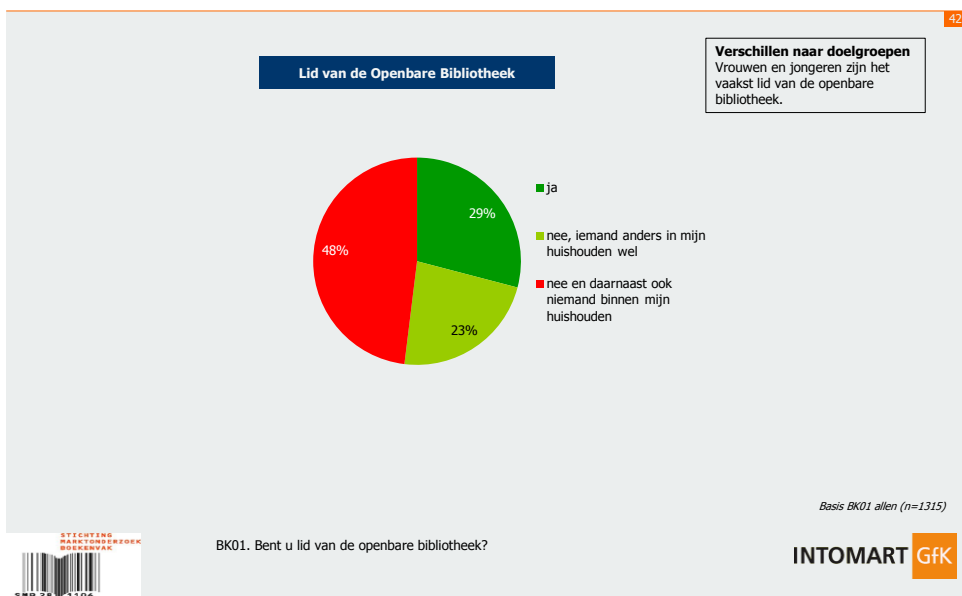
SB01. Leent u wel eens boeken (papier of e-book) bij de bibliotheek?
 SB02. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek om een (of meerdere) boek(en) te lenen?

INTOMART GfK

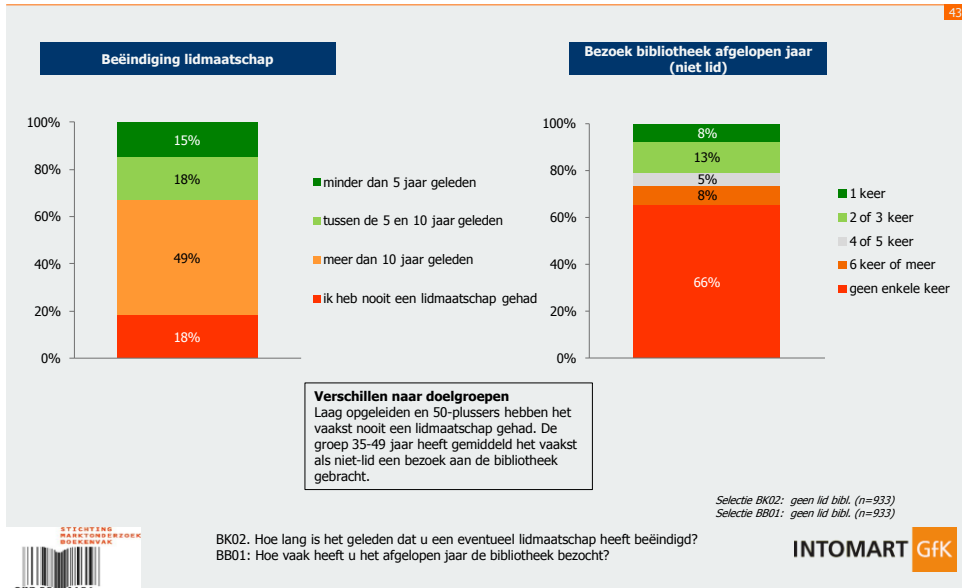
Ongeveer een kwart van de mensen heeft de afgelopen maand boeken geleend bij de bibliotheek. E-books worden niet vaak geleend.



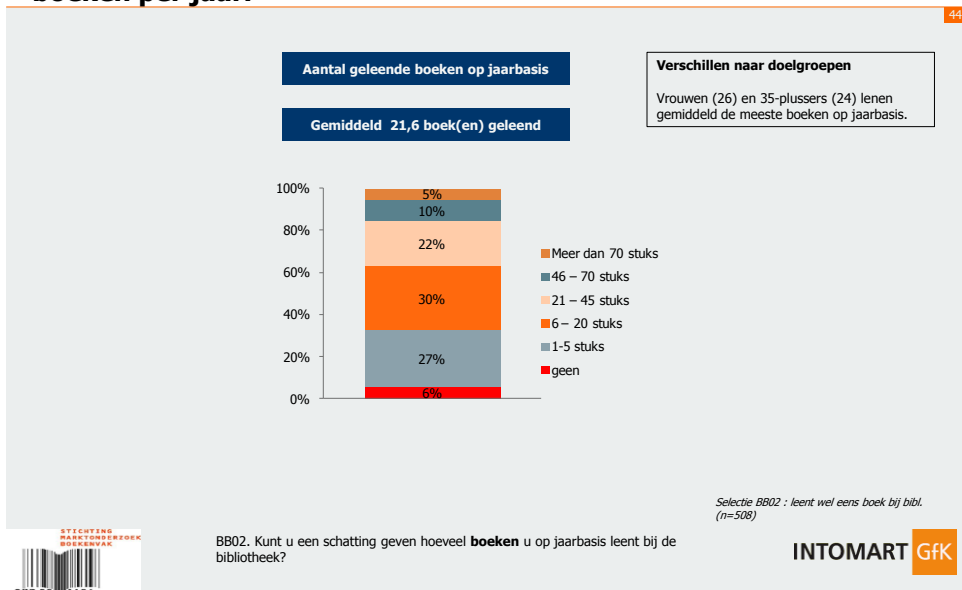
In iets meer dan de helft van de huishoudens bevindt zich een lid van de Openbare Bibliotheek.



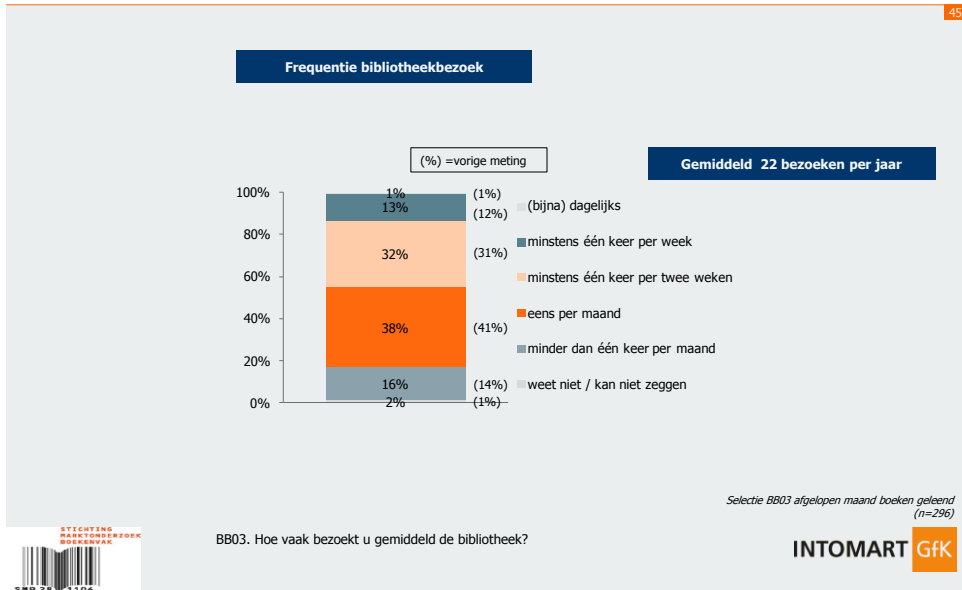
De meeste mensen die op dit moment geen lid zijn van de Openbare Bibliotheek, hebben ooit wel een lidmaatschap gehad. Een derde heeft in het afgelopen jaar wel de bibliotheek ten minste eenmaal bezocht.



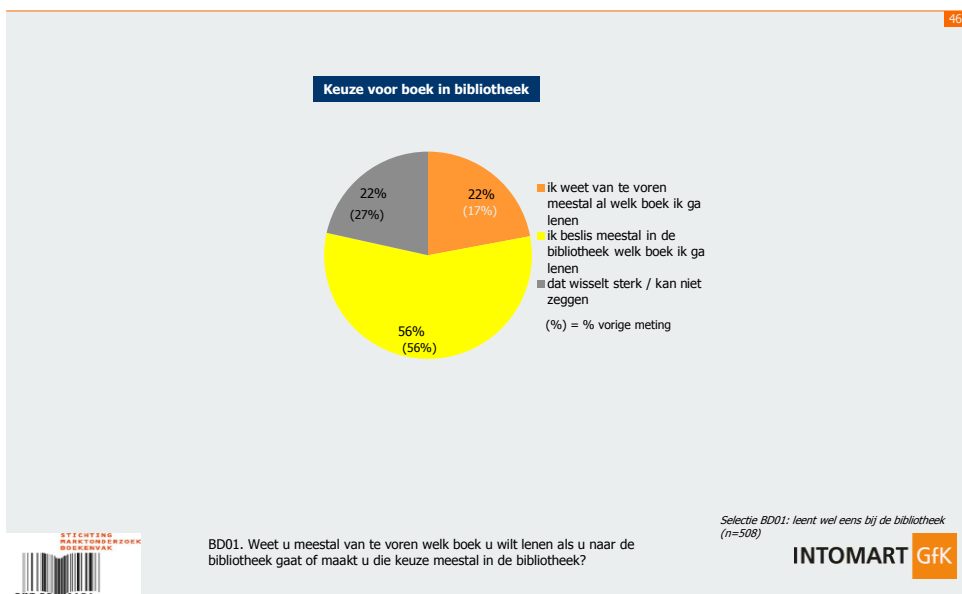
De meeste mensen die boeken lenen bij de bibliotheek lenen tussen de 6 en 20 boeken op jaarbasis. Het gemiddelde ligt op 22 boeken per jaar.



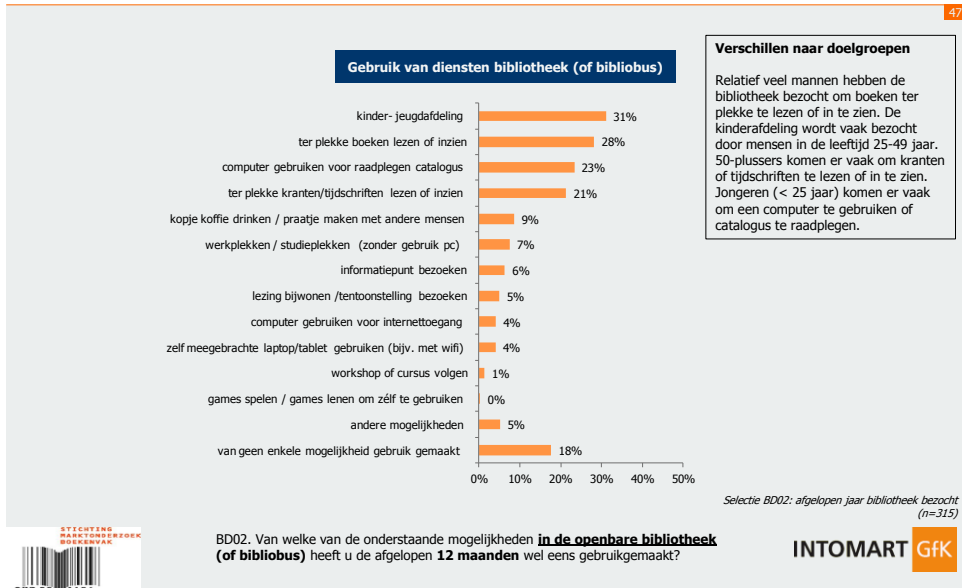
Een meerderheid bezoekt de bibliotheek 1 - 2 keer per maand.



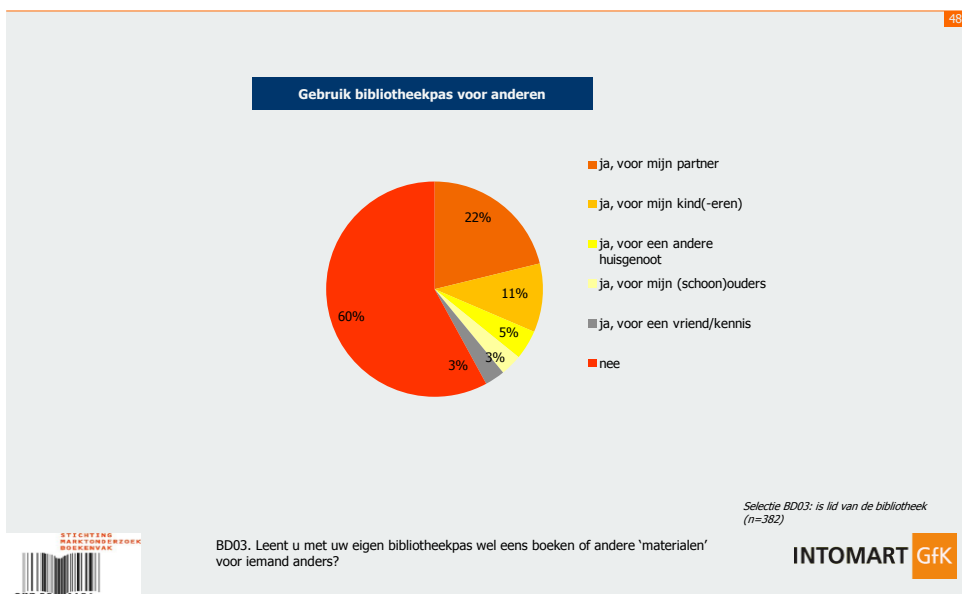
De keuze voor de te lenen boeken wordt in de meeste gevallen pas in de bibliotheek gemaakt.



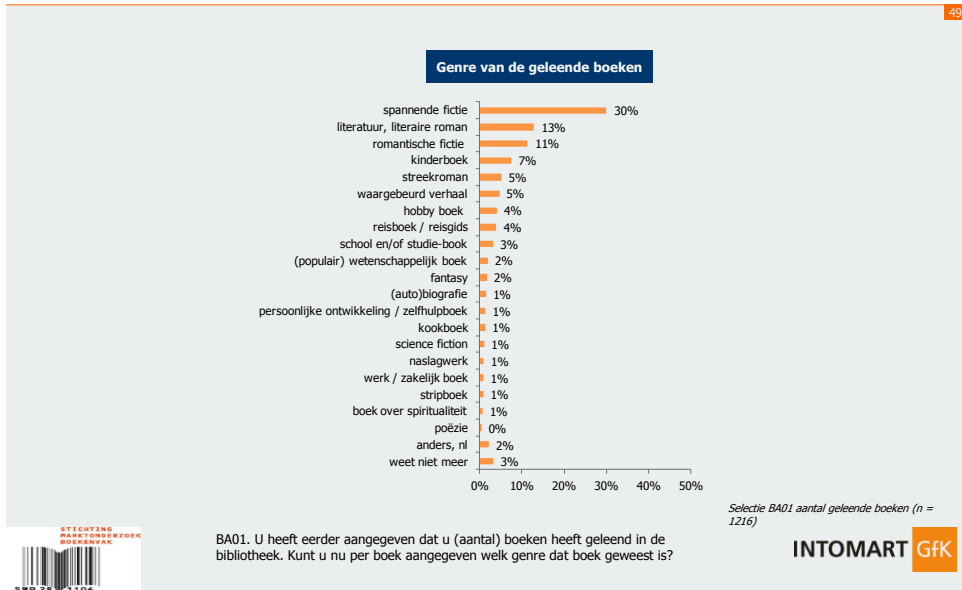
Bijna een derde van de bezoekers van de bibliotheek heeft er wel eens de kinder- of jeugdafdeling bezocht.



40% leent met de eigen bibliotheekpas wel eens boeken voor iemand anders. Dit is dan het vaakst voor de partner.



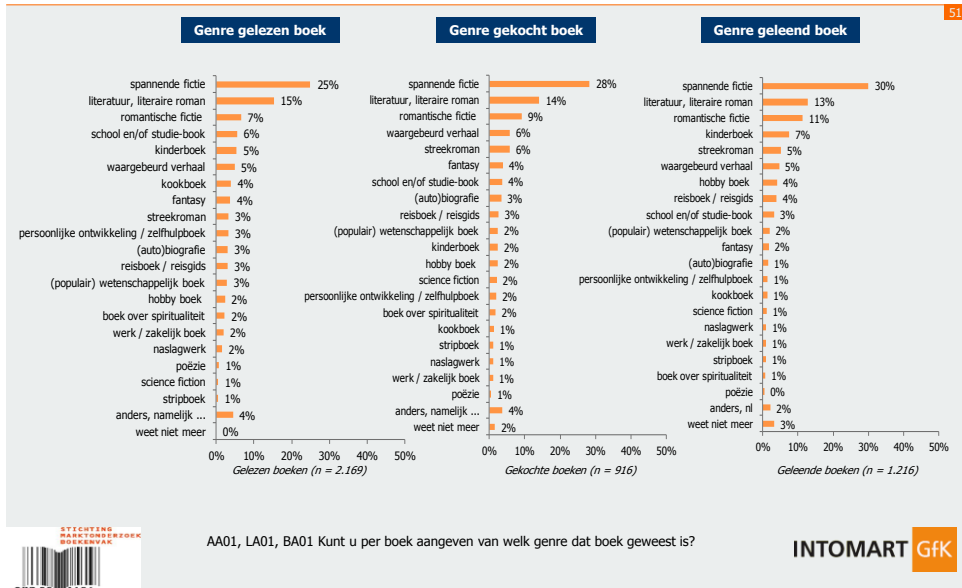
De meeste geleende boeken zijn van het genre spannende fictie.



F Lezen / Kopen / Lenen



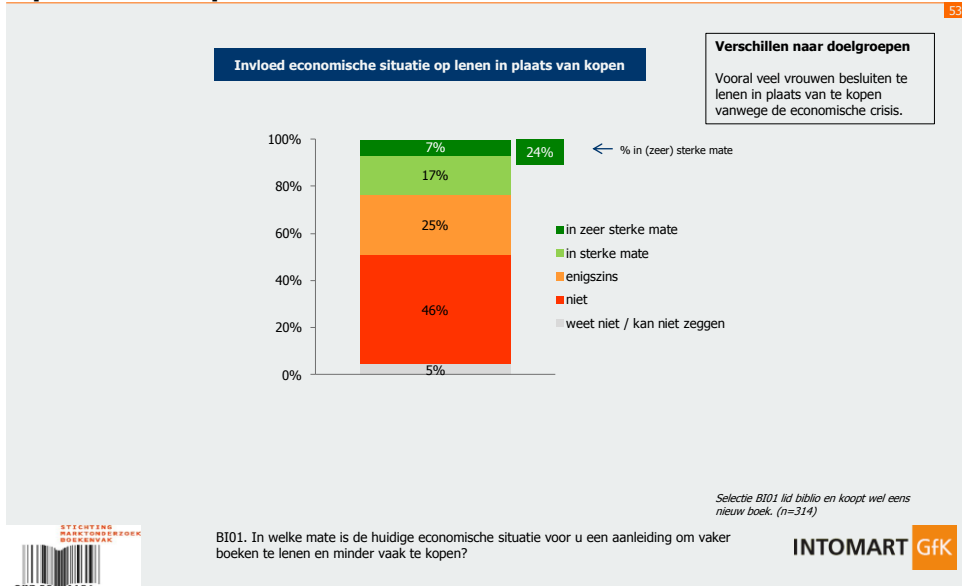
De verschillen tussen de gekochte, gelezen en geleende genres zijn gering.



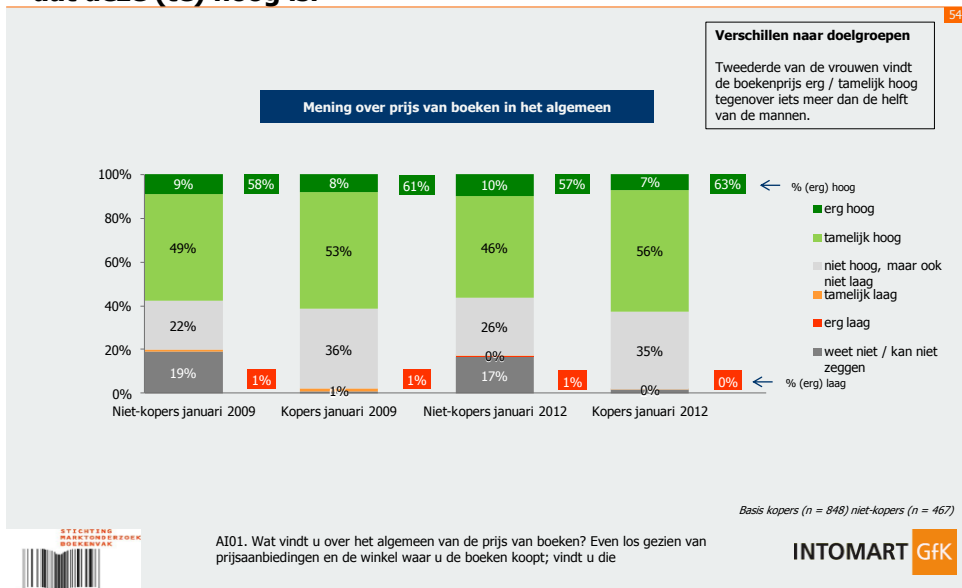
G Economische Crisis



Bij iets meer dan de helft van de mensen die zowel boeken leent als koopt, zorgt de economische crisis ervoor dat ze meer lenen in plaats van kopen.

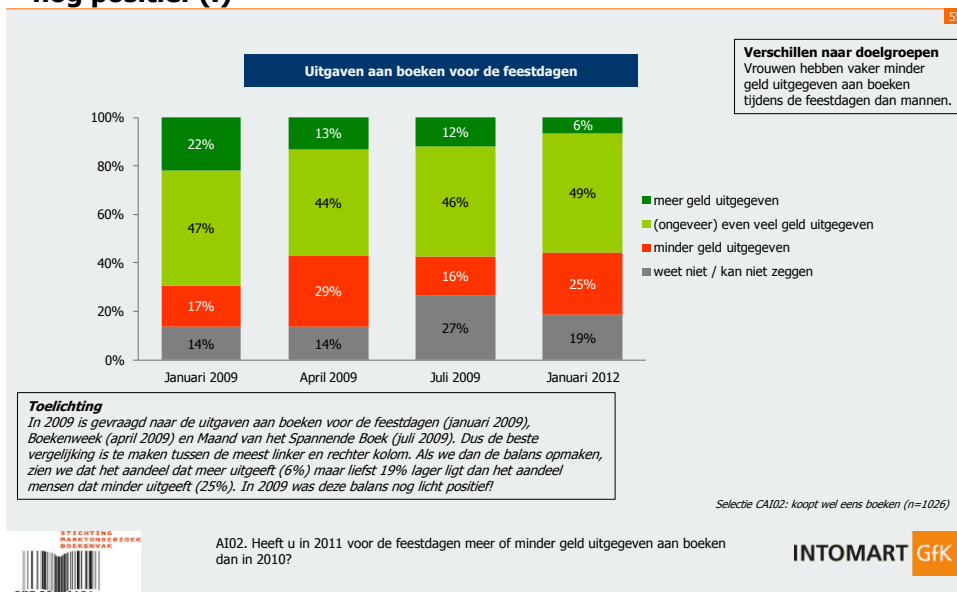


De overall mening over de prijs van boeken is ten opzichte van drie jaar geleden niet sterk veranderd: nog altijd vindt ruim 60% dat deze (te) hoog is.



De uitgaven aan boeken voor de feestdagen zijn in vergelijking met drie jaar geleden aanzienlijk lager. In 2009 was deze balans nog positief (!)

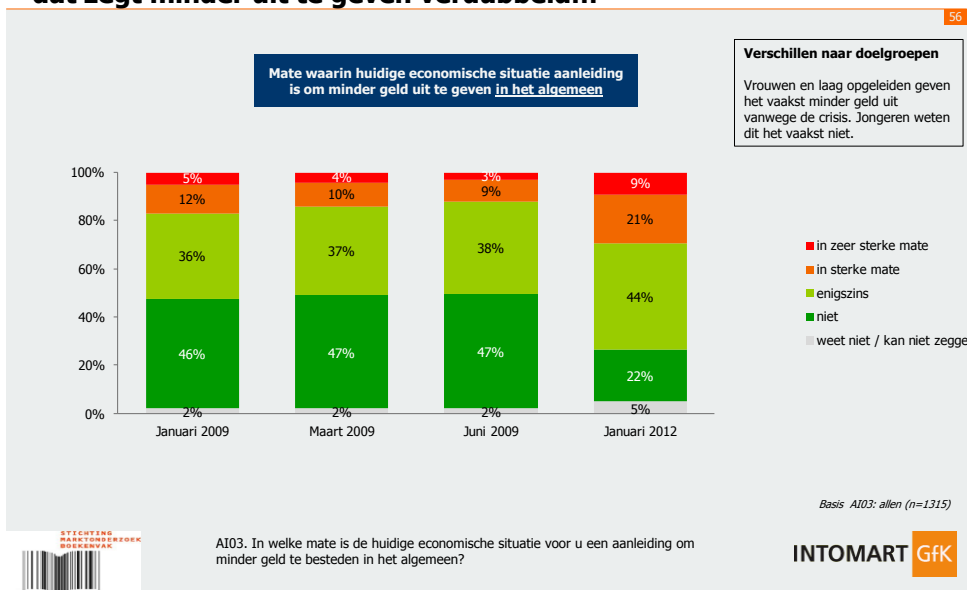
55



SMB 26 1106

De economische situatie krijgt steeds meer grip op het uitgavenpatroon: ten opzichte van 2009 is het aantal consumenten dat zegt minder uit te geven verdubbeld...

56



SMB 26 1106

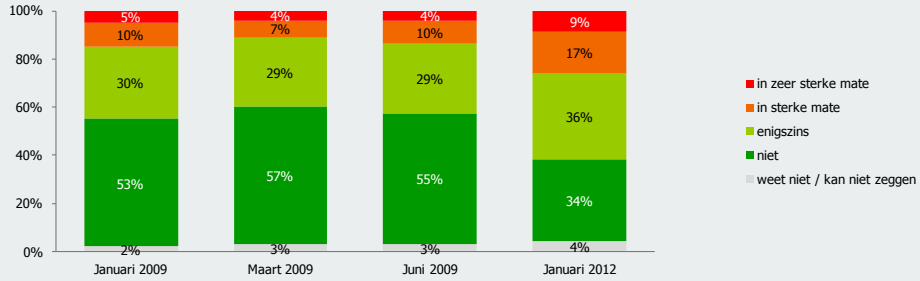
...en dat zet zich door in de besteding aan boeken. Nog niet eerder had de economische situatie deze sterke invloed.

57

Mate waarin huidige economische situatie aanleiding is om minder geld uit te geven aan het kopen van boeken

Verschillen naar doelgroepen

Vrouwen en laag opgeleiden geven het vaakst minder geld aan boeken uit vanwege de crisis.



Selectie CA104: koopt wel eens boeken (n=1026)

AI04. In welke mate is de huidige economische situatie voor u een aanleiding om minder geld te besteden aan het kopen van boeken?

INTOMART GfK



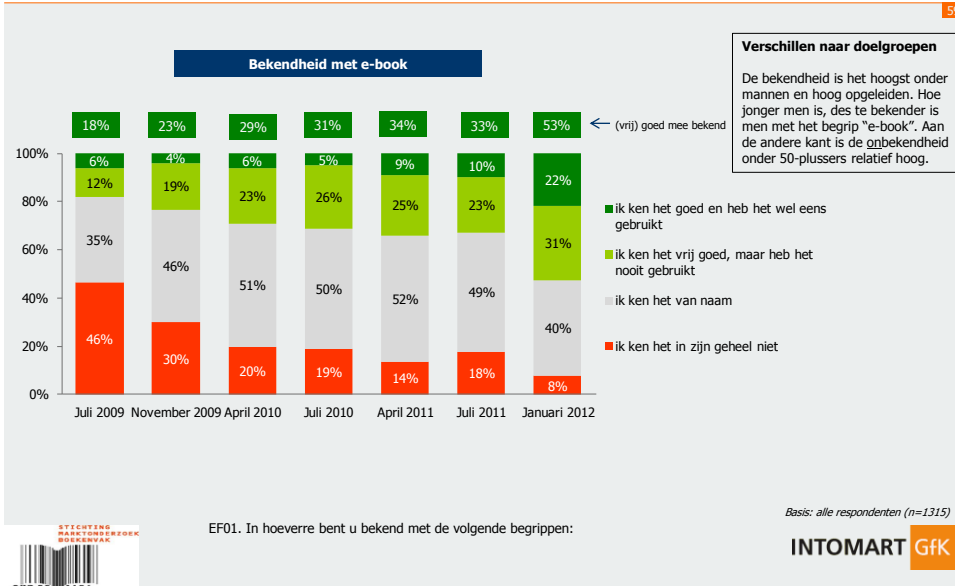
H E-books en devices



INTOMART GfK

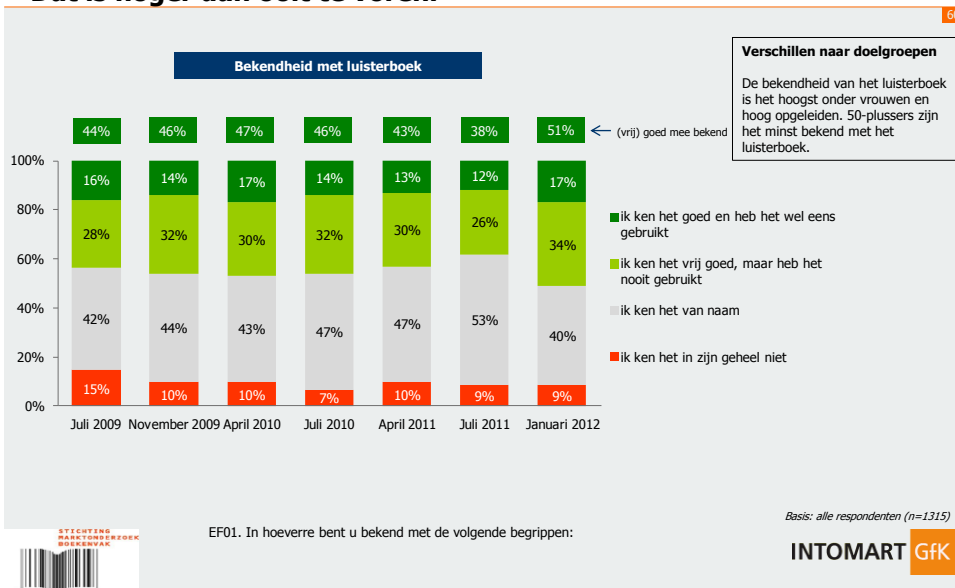
De bekendheid met het e-book is in het afgelopen half jaar behoorlijk toegenomen: ruim de helft van de consumenten is er inmiddels mee bekend.

59

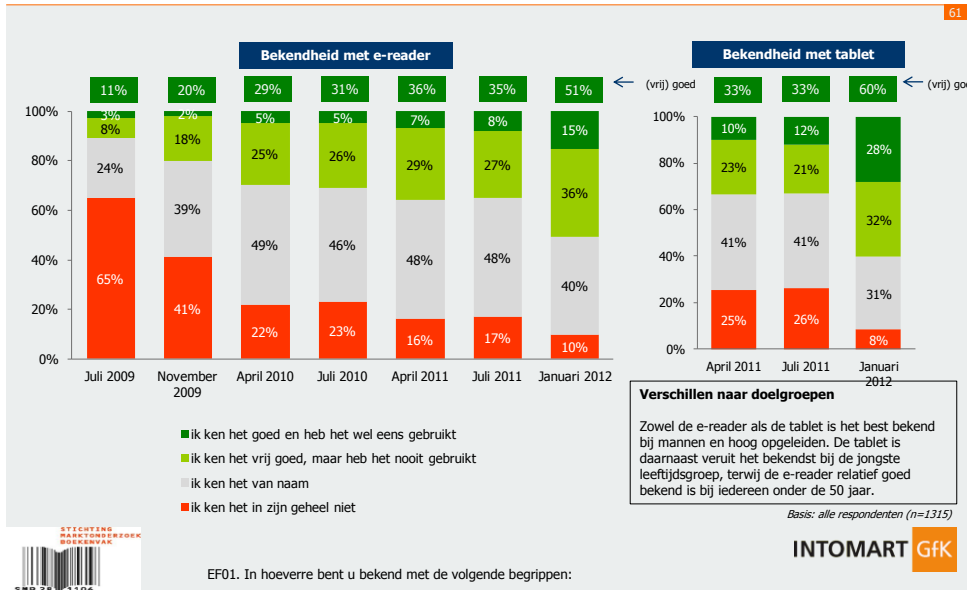


Ook de bekendheid van het luisterboek is toegenomen. Iets meer dan de helft van de consumenten is bekend met het luisterboek. Dat is hoger dan ooit tevoren.

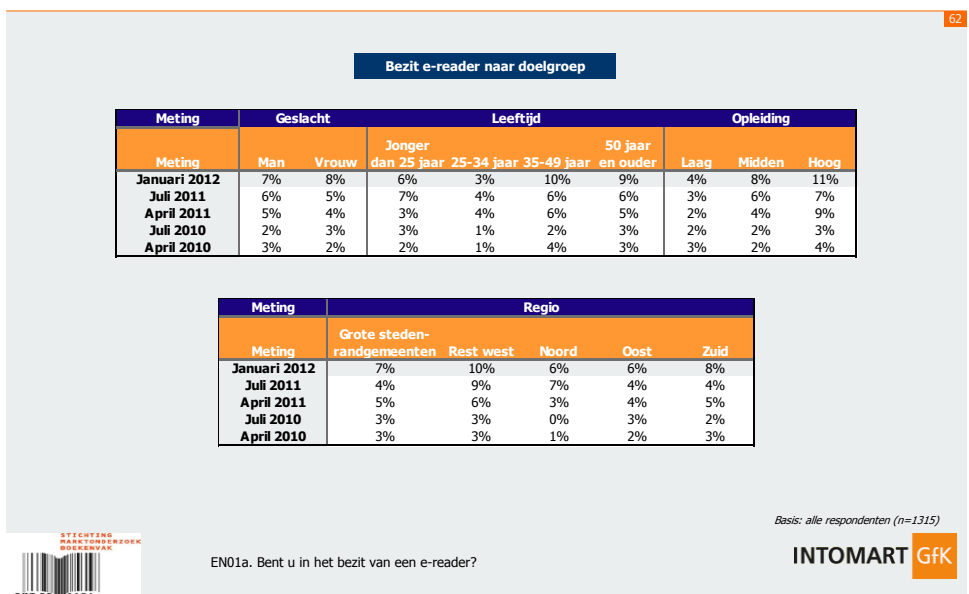
60



De e-reader is fors in bekendheid toegenomen, maar is voorbijgestreefd door de tablet.



De e-reader wordt steeds meer een medium voor 35-plussers.



Tabletbezitters zijn vaak man en hoog opgeleid. Op de oudste categorie na, is de tablet een medium voor alle leeftijden.

63

Bezit tablet naar doelgroep

Meting	Geslacht		Leeftijd				Opleiding		
	Man	Vrouw	Jonger dan 25 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50 jaar en ouder	Laag	Midden	Hoog
Januari 2012	24%	16%	23%	21%	25%	16%	16%	18%	27%
Juli 2011	12%	6%	15%	9%	13%	6%	6%	8%	14%
April 2011	9%	4%	7%	9%	7%	4%	4%	5%	10%

Meting	Regio				
	Grote steden-randgemeenten	Rest west	Noord	Oost	Zuid
Januari 2012	19%	23%	22%	17%	20%
Juli 2011	6%	13%	7%	7%	9%
April 2011	7%	7%	5%	7%	5%

Basis: alle respondenten (n=1305)

EN01b. Bent u in het bezit van een tablet?

INTOMART GfK



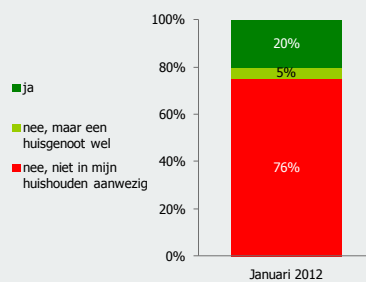
20% van de mensen bezit een app waarmee e-books op de smartphone gelezen kunnen worden.

64

Verschillen naar doelgroepen

Vooral mannen en hoger opgeleiden bezitten een app waarmee e-books op de smartphone gelezen kunnen worden.

Bezit 'e-book App'



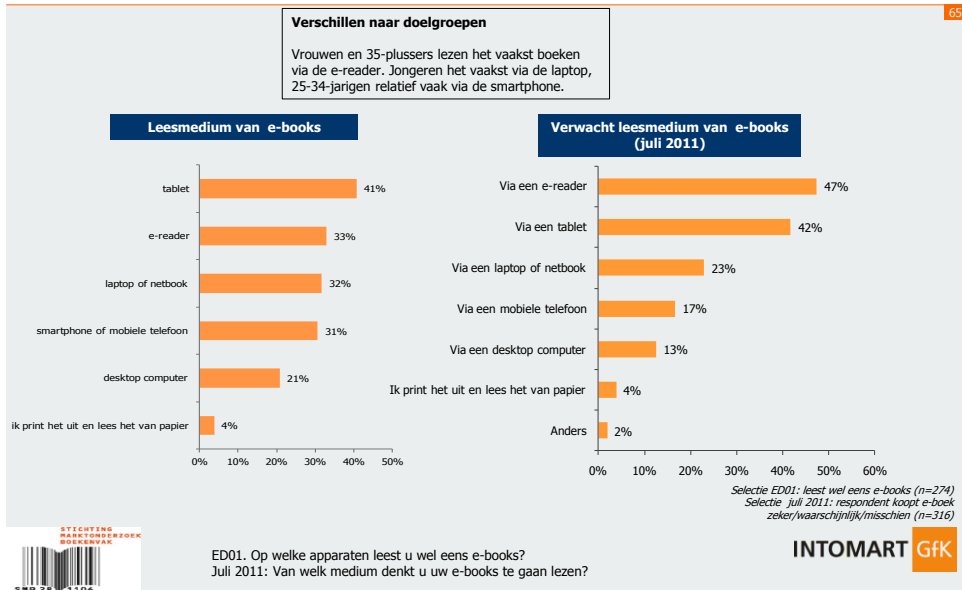
Basis: alle respondenten (n=1305)

EN01c. Bent u in het bezit van een applicatie (app) waarmee u e-books via uw smartphone of mobiele telefoon kunt lezen?

INTOMART GfK



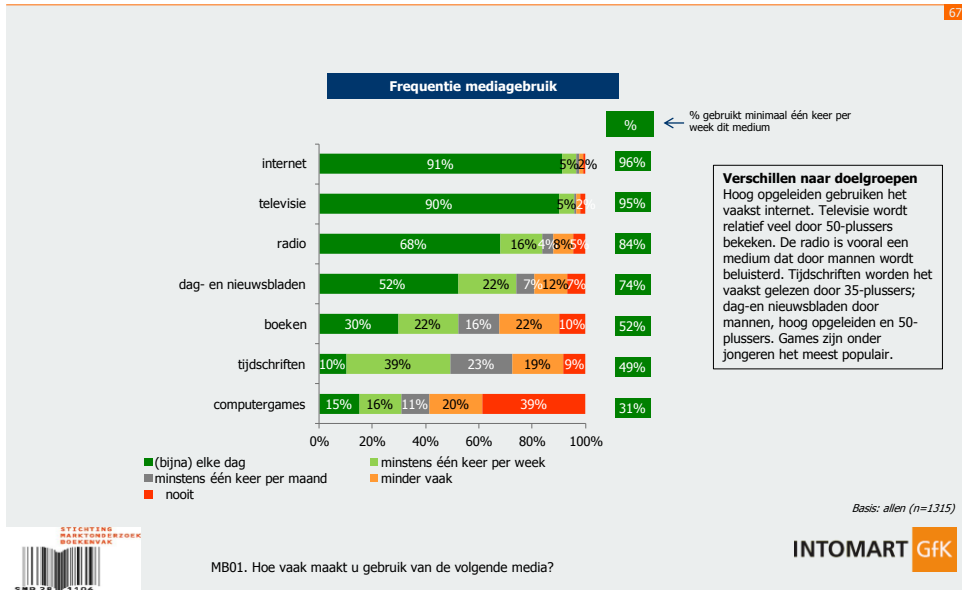
Hoewel een half jaar geleden de meeste mensen e-books via de e-reader verwachtten te lezen, wordt de tablet het vaakst gebruikt voor het lezen van e-books.



I Mediagebruik



Internet en televisie zijn veruit de meest gebruikte media: circa 90% van de Nederland gebruikt deze dagelijks.



B Bijlage: inleiding, onderzoeksdoel, -opzet en -verantwoording



Inleiding en onderzoeksdoel

Inleiding

69

In opdracht van GfK Benelux en de Stichting Marktonderzoek Boekenvak, heeft Intomart GfK een onderzoek uitgevoerd onder consumenten naar het lees-, leen- en koopgedrag van boeken. Het onderzoek had ondermeer ten doel, inzicht te verkrijgen in het gedrag van consumenten ten aanzien van het lezen en/of kopen van boeken. Hiertoe zijn onder andere de volgende aspecten in het onderzoek betrokken:

- Hoe ziet het aankoopgedrag van boekenkopers eruit?
- Hoe ziet het leesgedrag van boekenlezers eruit?
- Hoe ziet het leengedrag van boekenleners eruit?
- Hoe denkt de Nederlander in het algemeen over het kopen / lezen / lenen van boeken?

Deze rapportage betreft de meting over januari 2012. Thema's die we in deze meting verder behandelen, zijn:

- Leesplekken en leestijden
- Mediagebruik
- E-books, e-readers en tablets
- De crisis en de boekenbranche
- Bekendheid CPNB-acties
- Wat te doen als een boek is uitverkocht?



INTOMART GfK

Onderzoeksopzet en -verantwoording

Vragenlijst en methode

70

De vraagpunten werden in nauw overleg met de Stichting Marktonderzoek Boekenvak geoperationaliseerd in een vragenlijst die is uitgevoerd in het Intomart GfK Online panel, door middel van een online vragenlijst (CAWI). De respondent krijgt via e-mail een uitnodiging voor het onderzoek, in de e-mail is een link opgenomen naar de vragenlijst. Door op de link te klikken opent het onderzoek automatisch en kan de respondent zelf via de computer de vragenlijst invullen.

Veldwerk

Het veldwerk voor dit onderzoek werd uitgevoerd in de periode 30 januari t/m 3 februari 2012. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 16 minuten.

Steekproef

De steekproef is getrokken uit het Intomart GfK Online panel. Er is een landelijk representatieve steekproef getrokken voor wat betreft geslacht (vanaf 13 jaar), leeftijd en opleiding.

Rapportage

De rapportage bestaat uit een grafische weergave van alle gestelde vragen. Hieraan vooraf gaat een beknopte samenvatting van de resultaten. Daar waar de som van de resultaten niet precies op 100% uitkomt, wordt dit veroorzaakt door afrondingsverschillen of was meer dan één antwoord toegestaan.



INTOMART GfK

Onderzoeksopzet en -verantwoording

71

Responsverantwoording meting 19 (januari 2012):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen:	2.000
Vragenlijst niet afgemaakt:	25
Afgevallen:	
Quotafail:	173
Vragenlijst niet geopend:	487

Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1.315

Responspercentage (ingevulde vragenlijsten + quotafail / verstuurde uitnodigingen): **74%**



INTOMART GfK

Onderzoeksopzet en -verantwoording

72

Certificering

Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het kwaliteitssysteem van Intomart GfK dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362. Intomart GfK onderschrijft de gedragsregels van E.S.O.M.A.R. (European Society for Opinion and Market Research) en is lid van de brancheorganisatie MOA (zie <http://www.moaweb.nl>).

Het is toegestaan de uitkomsten van onderzoek extern te publiceren. Wel dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "Intomart GfK <opleveringsmaand en jaar onderzoek>" te worden vermeld.

Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 9 (zie <http://www.moaweb.nl>).



INTOMART GfK