

## Boekenbranche, Consumentenonderzoek 16-1

Onderzoek naar trends in lees-, leen- en aankoopgedrag van boeken  
Zie ook themameting 16-2 over e-boeken en e-readers

April 2011  
Stefan Peters  
Ewout Witte  
(26828)



INTOMART GfK

### Inhoudsopgave

#### 1 Conclusies

#### 2 Resultaten

- A. De Boekenweek 2011 & Nederland Leest
- B. De Boekenbon
- C. Trends in luisterboeken, e-boeken en e-readers
- D. De boekenkoper
- E. Het lezen van boeken
- F. De bibliotheek

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



INTOMART GfK

## 1 Conclusies



INTOMART GfK

## Conclusies 1: de Boekenweek 2011 en Nederland leest

### Bekendheid thema's Boekenweek licht gedaald ten opzichte van 2010

Het Boekenweekgeschenk en het ontvangen van het geschenk bij de aankoop van minimaal € 12,50 aan boeken zijn de bekendste thema's van de Boekenweek: de helft van de Nederlanders is hier goed tot zeer goed mee bekend. Daarnaast zijn het gratis reizen met de trein en het Boekenbal thema's bij circa 40% van de Nederlanders goed bekend. De bekendheid van het Boekenweekgeschenk is licht gedaald ten opzichte van 2010. het Boekenweekessay en het e-boekenweekgeschenk is goed tot zeer goed bekend onder 9% van de Nederlanders.

### 18% van de Nederlanders heeft het Boekenweekgeschenk in huis

Niet als in 2010 heeft 13% van de Nederlanders (13+) het Boekenweekgeschenk gekregen bij de aankoop van boeken. Het Boekenweekgeschenk is nog door weinig mensen gedownload via [www.boekenweek.nl](http://www.boekenweek.nl). Ten opzichte van 2010 zijn de percentages vrijwel gelijk gebleven, alleen geven minder mensen aan dat iemand anders in het huishouden het Boekenweekgeschenk heeft gekocht.

### Uitdelen van een boek door de bibliotheek aan haar leden, is het bekendste thema van Nederland Leest

9% van de Nederlanders is goed tot zeer goed bekend met Nederland Leest. Daarnaast kent 1/3 Nederland Leest enigszins (dus vooral van naam). Jongeren (< 34 jaar) en mannen en mensen die woonachtig zijn in Zuid-Nederland zijn de groepen die relatief weinig bekend zijn met Nederland Leest. Bij deze groepen valt dus nog veel winst – wat bekendheid betreft – te halen. Het uitdelen van een boek door de bibliotheek aan haar leden is het bekendste thema: iets meer dan een kwart van de Nederlanders is hier goed tot zeer goed mee bekend. Het gegeven dat één boek centraal staat en het gelijktijdig lezen van een boek en daarover in gesprek gaan zijn daarnaast de bekendste thema's. het minst bekend zijn "Nederland Leest, Nederland Ontwerpt" en de Theatertour.



INTOMART GfK

## Conclusies 2: de Boekenbon; e-boeken en e-readers

5

### De Boekenbon is het populairste alternatief wanneer een boek niet verkrijgbaar is

Als een boek niet verkrijgbaar is, kiezen veruit de meeste boekenkopers voor een Boekenbon als alternatief. Meer dan 75% van de boekenkopers heeft wel eens een Boekenbon gekocht. Vrouwen kopen vaker een Boekenbon dan mannen. Jongeren (<25 jaar) en mensen met een lage opleiding of inkomen kopen relatief minder vaak een Boekenbon. Na de Boekenbon is een VVV Cadeaubon of een ander boek het meest gekozen alternatief wanneer een Boekenbon niet meer verkrijgbaar is.

### Bekendheid e-boeken en e-readers blijft gestaag toenemen, koopintentie van het e-boek stijgt ook licht

De bekendheid van het e-boek en de e-reader blijft mooi constant toenemen. Ruim eenderde van de Nederlanders is inmiddels bekend met e-boeken en e-readers. Onder mannen, jongere mensen (<50) en mensen met een hoge opleiding of inkomen is deze bekendheid relatief het grootst. Door de toename van de bekendheid hebben meer mensen een uitgesproken mening over de aantrekkelijkheid van het e-boek. Ten opzichte van 2010 is deze aantrekkelijkheid ongeveer gelijk gebleven, er zijn echter minder mensen neutraal. Mannen, maar i.h.a. mensen met een hoge opleiding of inkomen hebben een grotere intentie om een e-boek te kopen dan vrouwen en mensen met een lagere opleiding of inkomen.

### Tablet is weliswaar iets minder bekend dan de e-reader, de koopintentie is hoger

Hoewel het tablet iets minder bekend is dan de e-reader, ligt de koopintentie hoger. Ongeveer 10% van de Nederlanders heeft de intentie om (zeer) waarschijnlijk een tablet kopen. 6% van de Nederlanders is al in het bezit van een tablet. Deze bezitters zijn relatief gezien vaak mannen, mensen met een hoog inkomen of opleiding en mensen in de leeftijdscategorie 25-34 jaar. Vooral dit laatste is opmerkelijk, omdat 25-34 jarigen binnen de groep e-readerbezitters juist weinig vertegenwoordigd zijn. De 5% van de Nederlanders die wel een e-reader bezitten, zijn relatief vaak mensen met een hoge opleiding of een hoog inkomen. Een opvallend verschil op regionaal gebied is dat mensen die woonachtig zijn in het noorden van Nederland vaker geen e-reader bezitten dan mensen in de overige delen van Nederland.



INTOMART GfK

## Conclusies (3): e-boeken en de boekenkoper

6

### E-boeken zijn vooral handig; de niet-kopers hebben er gewoon geen behoefte aan of vinden dat een boek van papier hoort te zijn

Meer dan 50% van de mensen die (zeer) waarschijnlijk een e-boek gaat kopen, is van mening dat e-boeken vooral handig zijn voor op vakantie of voor onderweg, mede omdat er dat er dan geen zware boeken meer gesjouwd hoeven te worden. Een kwart van de mensen (vaak mannen) schaft een e-boek aan, omdat ze verwachten dat het de standaard van lezen gaat worden. De belangrijkste reden dat mensen (zeer) waarschijnlijk geen e-boek gaan kopen, is dat ze er gewoon geen behoefte aan hebben. Andere redenen zijn dat ze vinden dat een boek van papier behoort te zijn of ze vinden het minder prettig lezen dan een gewoon boek.

### De Nederlandse consument koopt gemiddeld vijf keer per jaar boeken

Nederlandse consumenten kopen gemiddeld vijf keer per jaar boeken. Er is daarbij vrijwel geen verschil tussen het koopgedrag van mannen en vrouwen. Hoogopgeleide mensen kopen gemiddeld wel twee keer zoveel boeken als laagopgeleiden. Spanning is het meest gekochte genre (23%), gevolgd door literatuur met 16%. Romantische fictie wordt relatief vaak door vrouwen en laag opgeleiden gekocht, populair- en/of wetenschappelijke boeken vooral door mannen en hoog opgeleiden

### De tekst op de achterkant is voor de boekenkoper zeer belangrijk en het genre ligt meestal vooraf al vast

Dat de tekst op de kaft van een boek belangrijk is, wordt door een driekwart meerderheid van de boekenkopers erkend. Ook weet een ruime meerderheid vooraf welk genre ze gaan kopen voordat ze een boekenwinkel bezoeken. De meeste kopers kopen boeken vooral voor zichzelf. De milieuvriendelijkheid van het boek is nauwelijks een koopargument.



INTOMART GfK

## Conclusies (4): lenen anno nu en in 2016

7

### **Het lenen van boeken, gericht zoeken naar informatie en kinderen begeleiden / stimuleren tot lezen worden gezien als de belangrijkste redenen voor een bezoek aan de bibliotheek anno 2011**

Het lenen van boeken is volgens Nederlanders de belangrijkste reden om op dit moment naar een bibliotheek te gaan. Andere veel genoemde redenen zijn het gericht zoeken naar informatie en het begeleiden en stimuleren tot lezen van kinderen. Ook brengen veel Nederlanders een bezoekje aan de bibliotheek om lekker rond te snuffelen en inspiratie op te doen, gebruik te maken van computer- en internetfaciliteiten of om gebruik te maken van werk- of studieplekken.

### **Het lenen van boeken in de bibliotheek blijft naar verwachting ook in 2016 de belangrijkste reden om de bibliotheek te bezoeken**

Nederlanders verwachten dat over 5 jaar de bibliotheek vooral gebruikt zal worden om gewone boeken, maar ook e-boeken te lenen. Daarnaast denkt meer dan de helft van de Nederlanders dat mensen nog steeds naar de bibliotheek zullen gaan om kinderen te begeleiden of stimuleren tot lezen, gericht te zoeken naar informatie en rond te snuffelen en inspiratie op te doen.

### **Nederlanders verwachten dat e-boeken lenen en hulp krijgen in de omgang met nieuwe media in de komende 5 jaar sterk zal toenemen bij de bibliotheken**

Een groot verschil tussen nu en 2016 is dat mensen verwachten dat je in de bibliotheek niet alleen gewone boeken, maar ook e-boeken zal gaan lenen. Daarnaast is de verwachting dat het gebruik van computer- en internetfaciliteiten in de bibliotheek af zal nemen, net als het belang om in de bibliotheek gericht te zoeken naar informatie. Mensen verwachten daarentegen wel dat ze vaker naar de bibliotheek zullen gaan om hulp te krijgen in de omgang met sociale media.



INTOMART GfK

## 2 Resultaten



INTOMART GfK

## A De Boekenweek 2011 & Nederland Leest

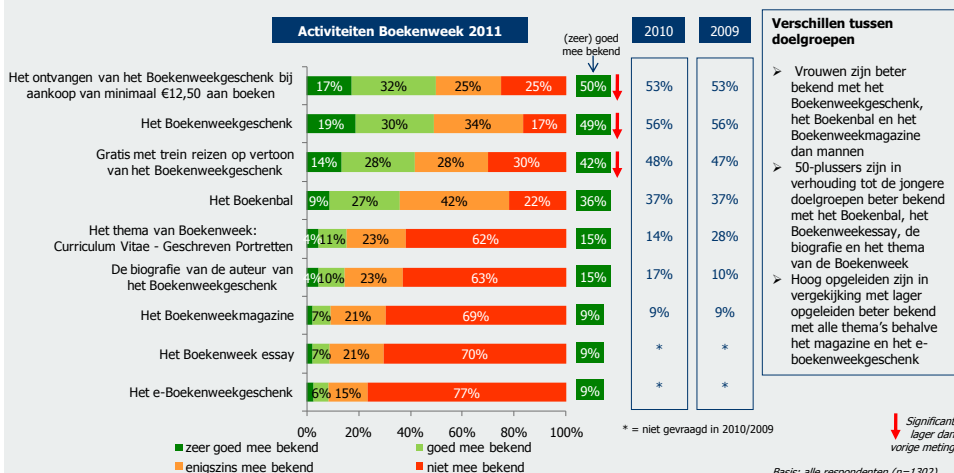


INTOMART GfK

## De bekendheid van het Boekenweekgeschenk is licht afgenomen

Het ontvangen van het Boekenweekgeschenk bij aankoop van minimaal €12,50 aan boeken is dit jaar het bekendste onderdeel

10

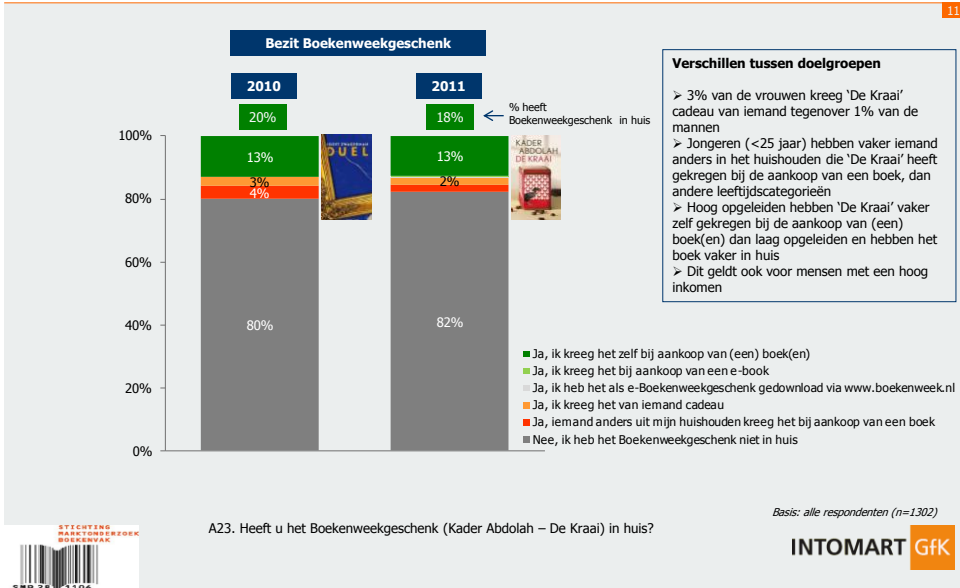


A17. In hoeverre bent u bekend met onderstaande onderdelen en activiteiten die betrekking hebben op de Boekenweek 2011?

INTOMART GfK

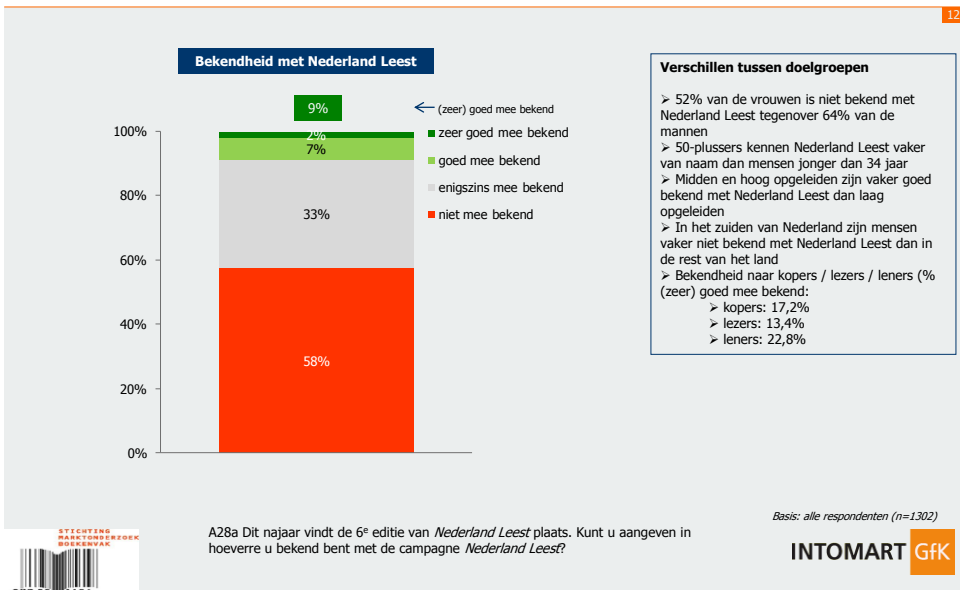
## 18% van de mensen heeft het Boekenweekgeschenk in huis

De percentages liggen ongeveer gelijk aan vorig jaar; e-Boekenweekgeschenk is nog door weinig mensen gedownload via [www.boekenweek.nl](http://www.boekenweek.nl)



## 9% van de mensen is (zeer) goed bekend met Nederland Leest

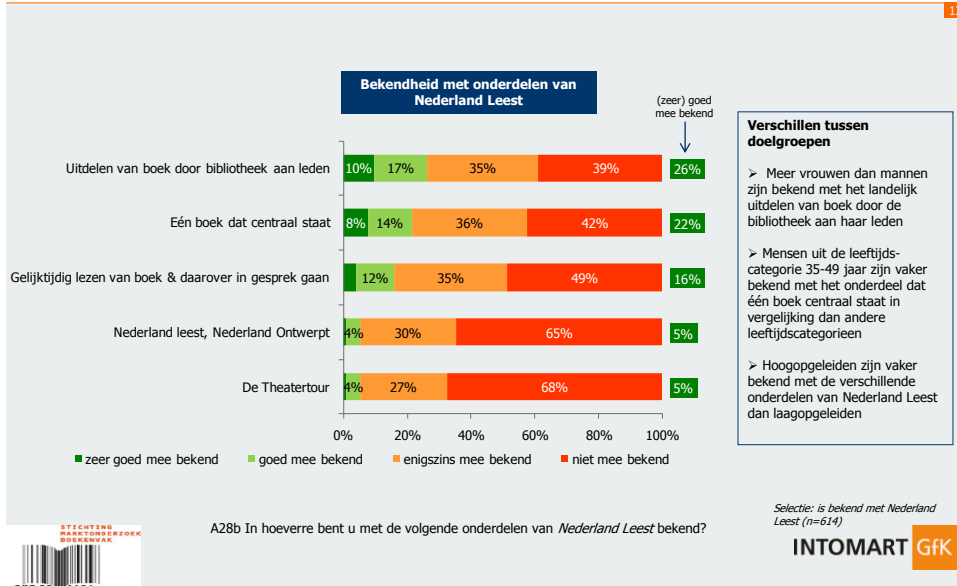
Daarnaast kent ruim 1/3 van de mensen Nederland Leest van naam; onder mannen, mensen <34 jaar, laagopgeleiden en mensen in zuiden van Nederland is de bekendheid het laagst



## Het uitdelen van een boek door de bibliotheek aan haar leden is het meest bekende onderdeel van Nederland Leest

Vrouwen zijn er beter bekend mee dan mannen

13



## B De Boekenbon

Leeswijzer



## Uitleg iconen die op de volgende sheet worden getoond



= een genre dat vaker wordt gekocht door vrouwen dan door mannen



= een genre dat vaker wordt gekocht door mannen dan door vrouwen



= een genre dat vooral bij laag opgeleide mensen past



= een genre dat vooral bij hoog opgeleide mensen past

<25

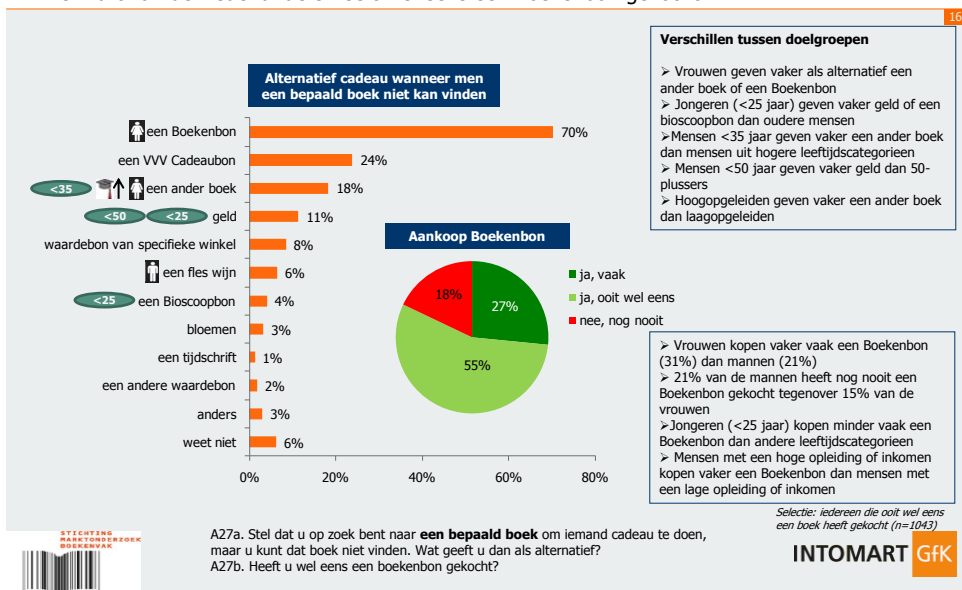
= een genre dat vooral bij de aangegeven leeftijdscategorie past



INTOMART GfK

## Wanneer men een boek cadeau wil geven maar het niet kan vinden, dan is het populairste alternatief een Boekenbon

Driekwart van de Nederlanders heeft wel eens een Boekenbon gekocht

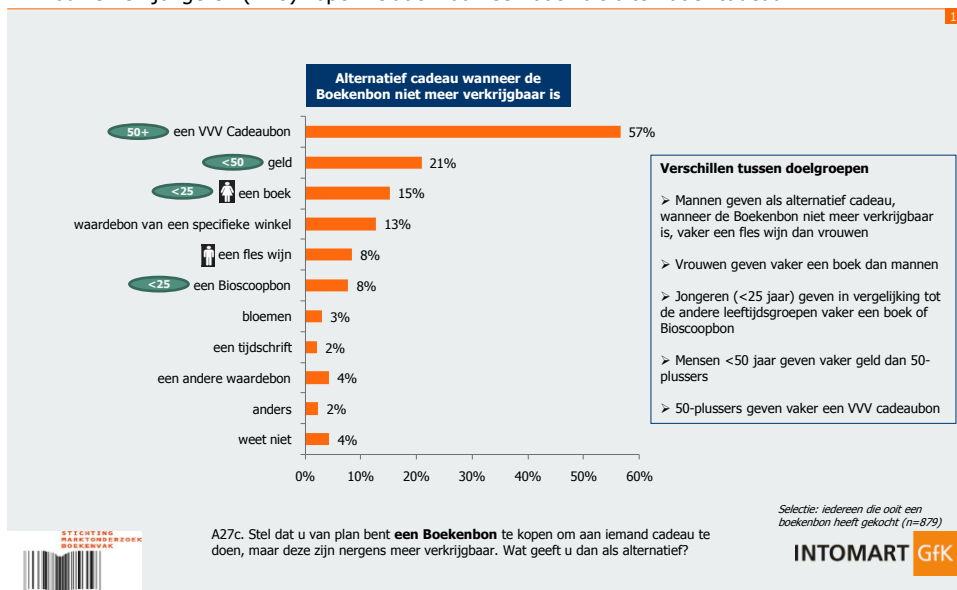




## Wanneer een Boekenbon niet verkrijgbaar is, dan is een VVV Cadeaubon het meest gekozen alternatief

Vrouwen en jongeren (<25) kopen relatief vaak een boek als alternatief cadeau

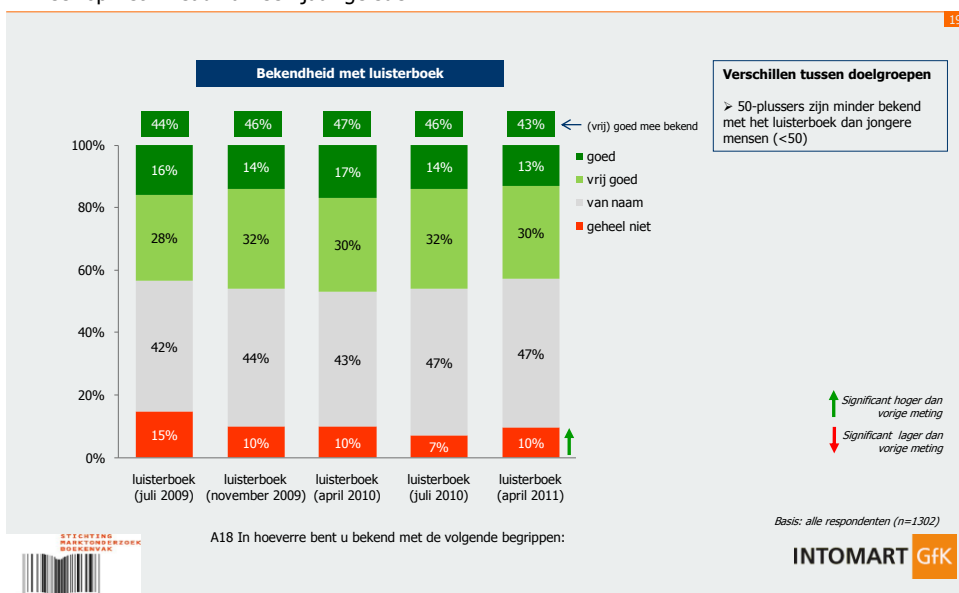
17



## C Trends in luisterboeken, e-boeken en e-readers

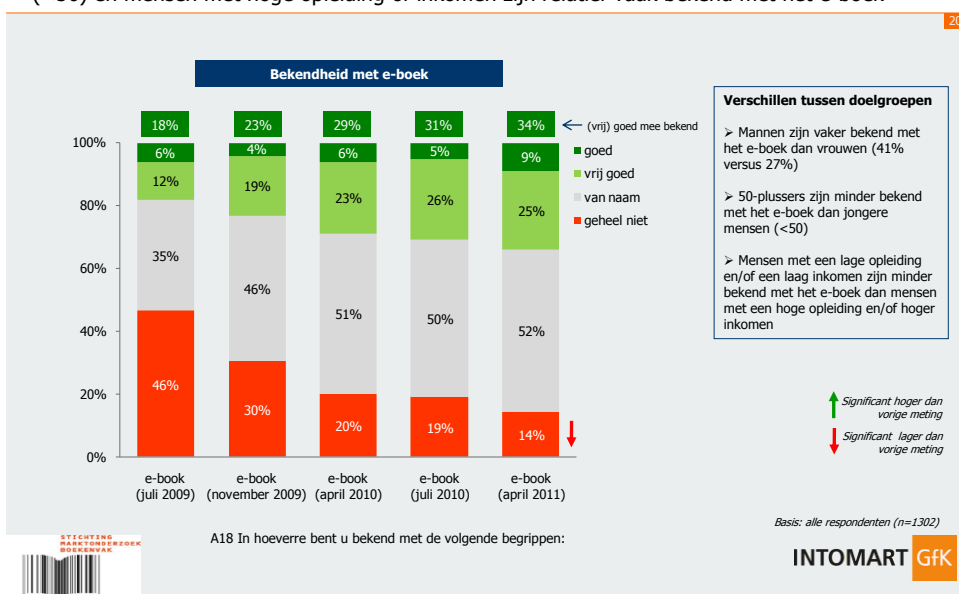
## De bekendheid met het luisterboek is licht gedaald

Ten opzichte van juli 2010 is de onbekendheid met het luisterboek toegenomen en ligt nu weer op het niveau van een jaar geleden



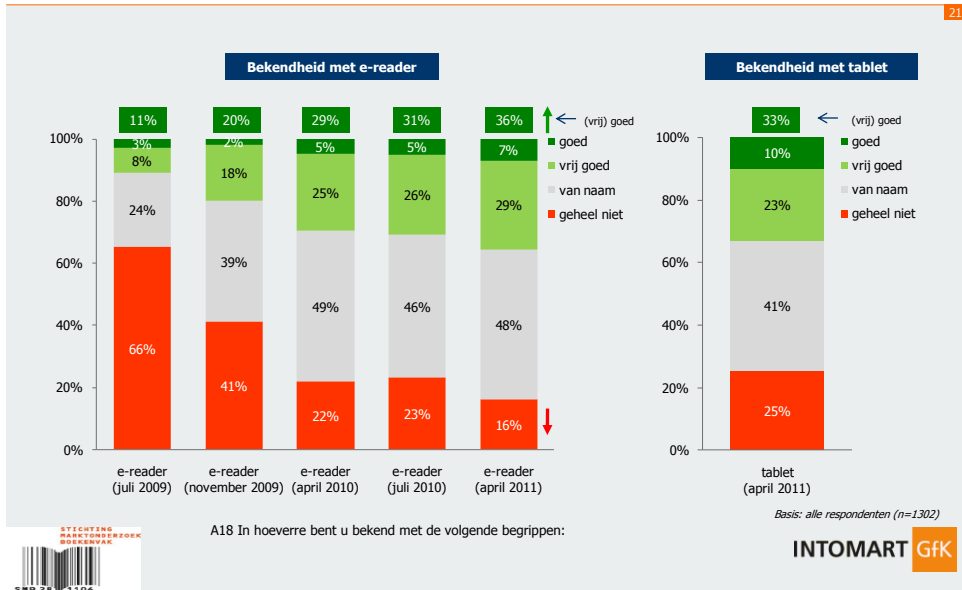
## De bekendheid met het e-boek blijft toenemen

De onbekendheid met het e-boek is de laatste jaren afgenomen; mannen, jongere mensen (<50) en mensen met hoge opleiding of inkomen zijn relatief vaak bekend met het e-boek



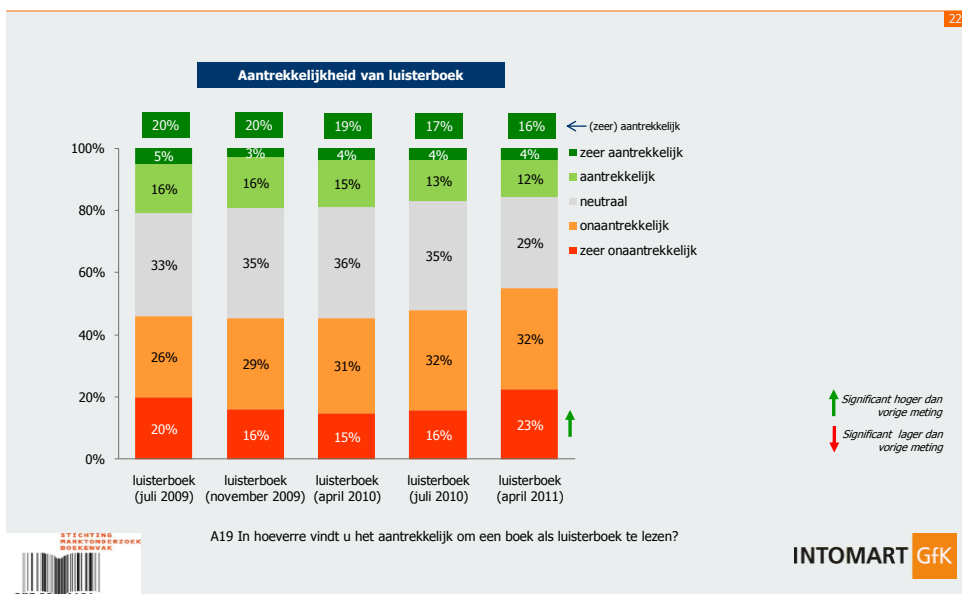
## De bekendheid met de e-reader blijft ook stijgen

De e-reader is iets bekender dan de tablet



## Aantrekkelijkheid luisterboek gelijk aan juli 2010

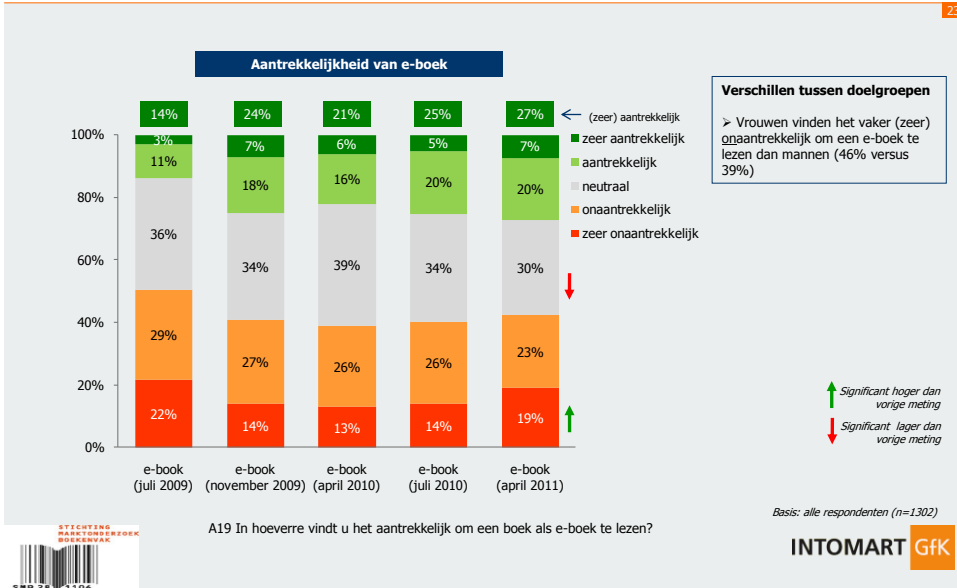
De onantrekkelijk van het luisterboek is echter iets toegenomen



### Aantrekkelijkheid e-boek gelijk ten opzichte van juli 2010

De categorie neutraal is kleiner geworden ten opzichte van vorig jaar; de onaantrekkelijkheid van het e-boek is toegenomen: toename van de bekendheid → meer mensen een mening!

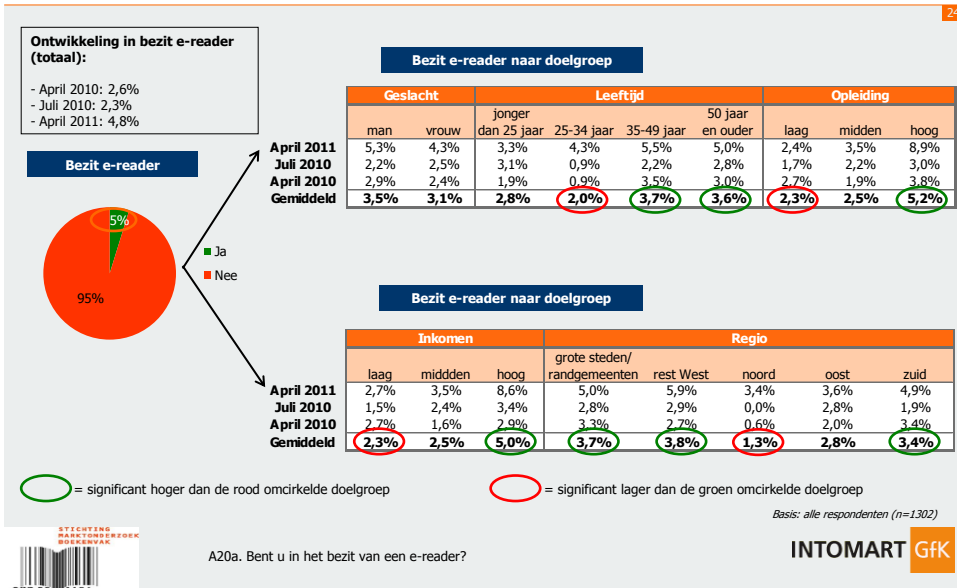
23



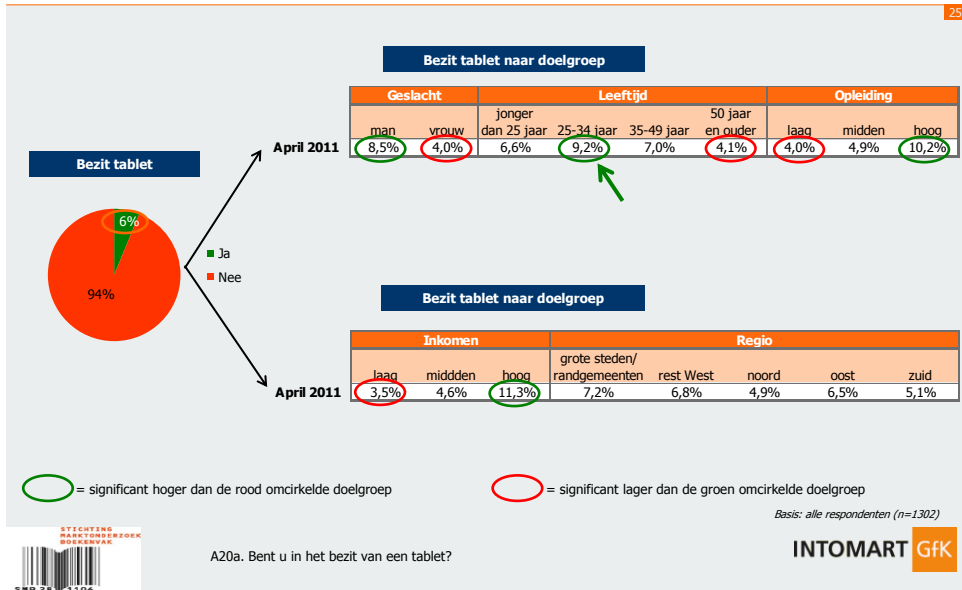
### 5% van de Nederlanders is in het bezit van een e-reader

Hoog opgeleiden en mensen met een hoog inkomen bezitten relatief vaak een e-reader; bezit e-reader is in leeftijdscategorie 25-34 het laagst

24

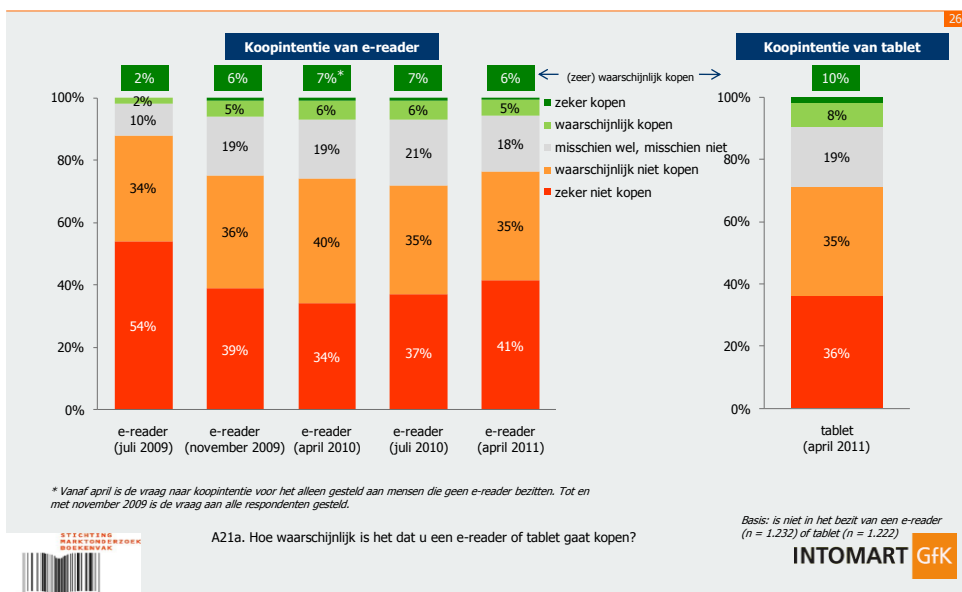


## In de leeftijdscategorie 25-34 jaar is het bezit van de tablet - in tegenstelling tot het bezit van de e-reader - het grootst



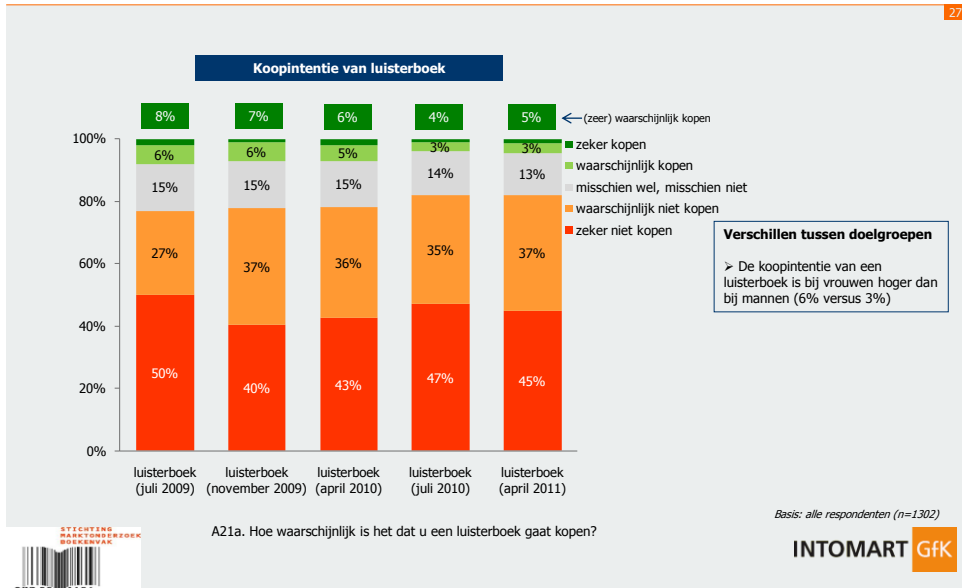
## Koopintentie van een tablet ligt iets hoger dan die van de e-reader

De koopintentie van een e-reader is ten opzichte van juli 2010 niet veranderd en ligt op 6%



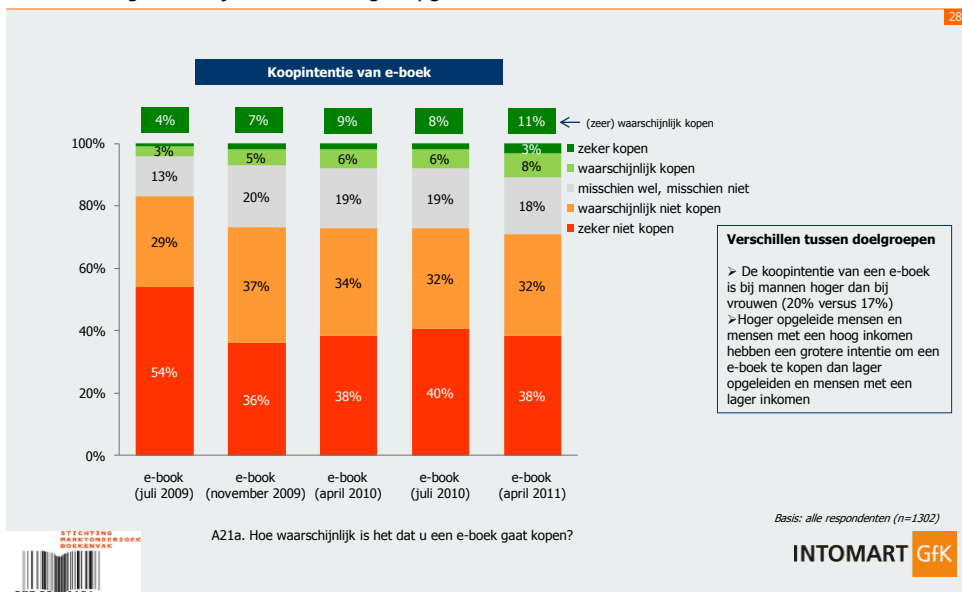
## Koopintentie van een luisterboek ligt op 5%

De koopintentie van een luisterboek is ten opzichte van juli 2010 niet veranderd; bij vrouwen is de koopintentie iets hoger dan bij mannen



## De koopintentie van een e-boek is iets gestegen

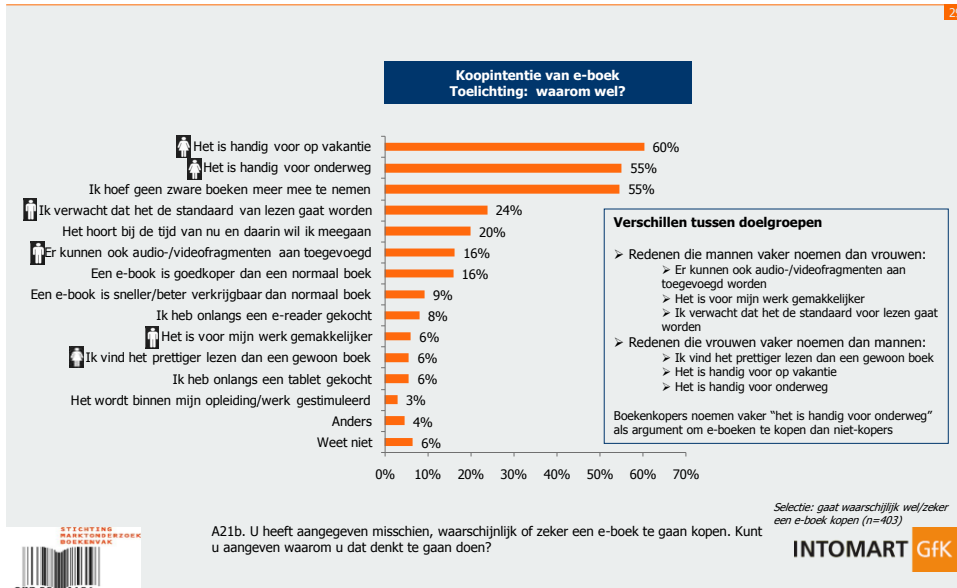
De koopintentie van een e-boek is bij mannen en mensen met een hoge opleiding of inkomen relatief hoger dan bij vrouwen en lager opgeleiden



## Belangrijkste reden om e-boek te kopen: handig voor op vakantie

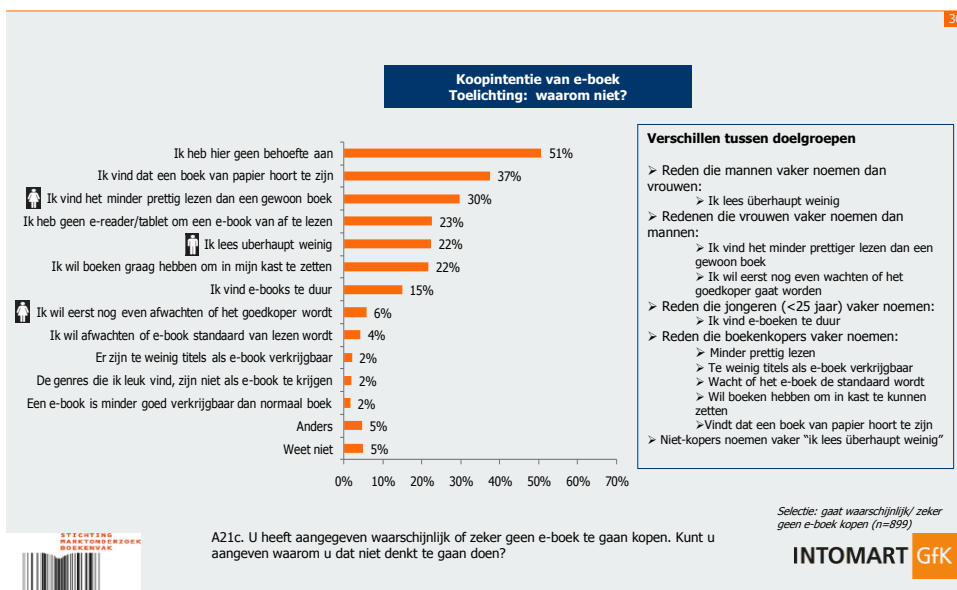
Ook de handigheid voor onderweg en het niet meer mee hoeven nemen van zware boeken worden als belangrijke redenen genoemd

29



## De belangrijkste reden dat mensen geen e-boek willen gaan kopen is dat ze geen behoefte aan een e-boek hebben

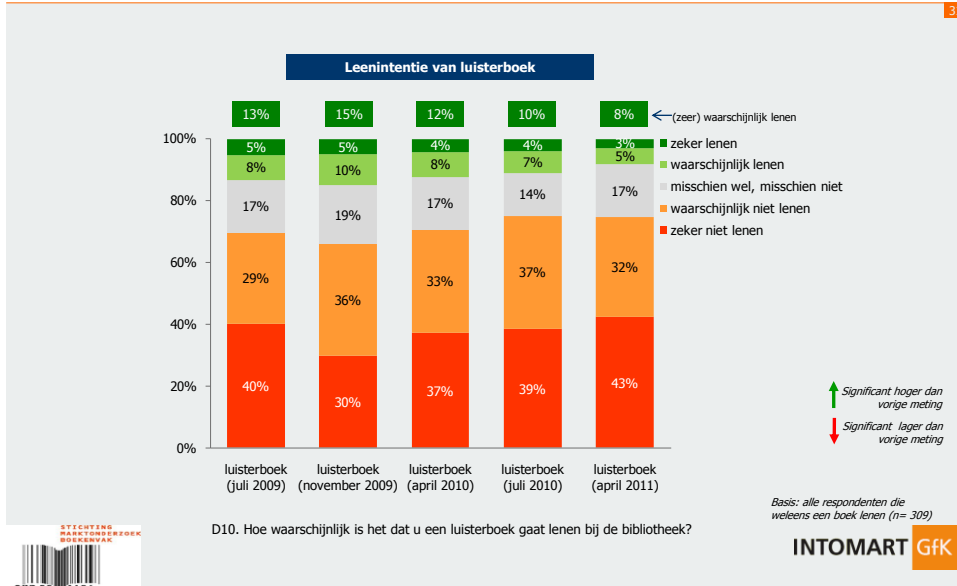
30



## De leenintentie van het luisterboek volgt de licht dalende tendens van de afgelopen jaren

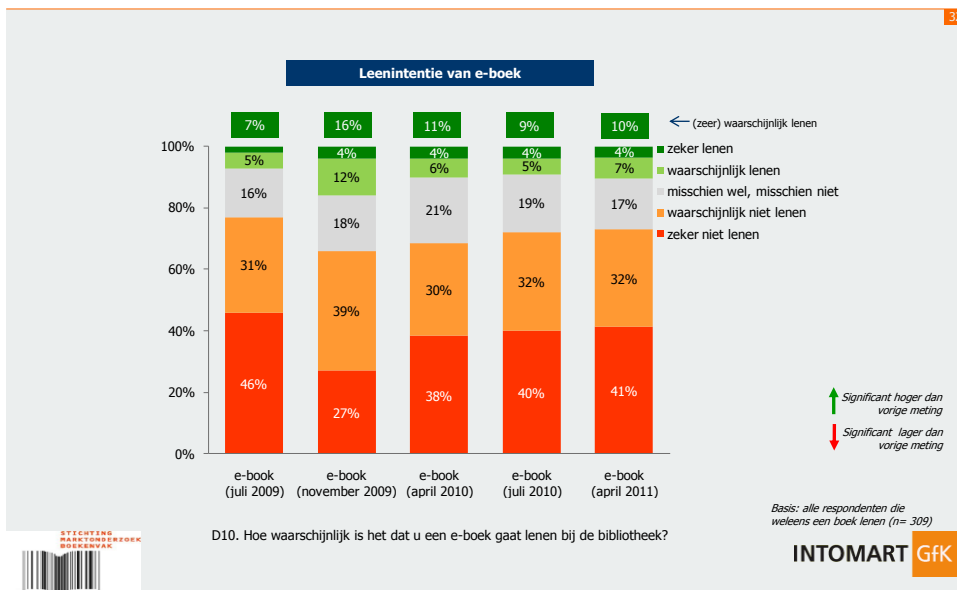
Het aantal mensen dat (zeer) waarschijnlijk niet wil lenen blijft stabiel

31



## De leenintentie van het e-boek is gelijk aan die van juli 2010

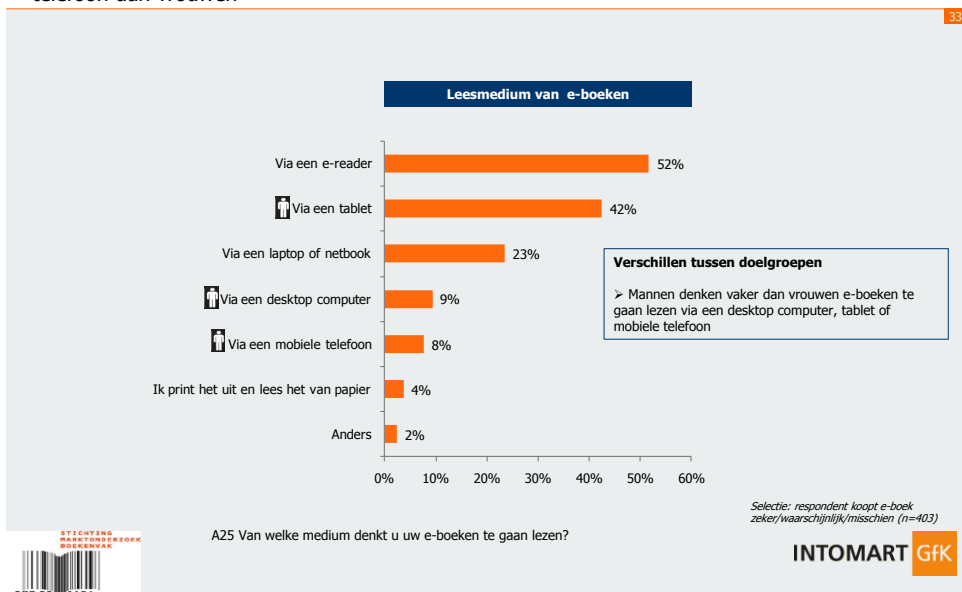
32





## E-reader het meest favoriete medium voor het lezen van e-boeken

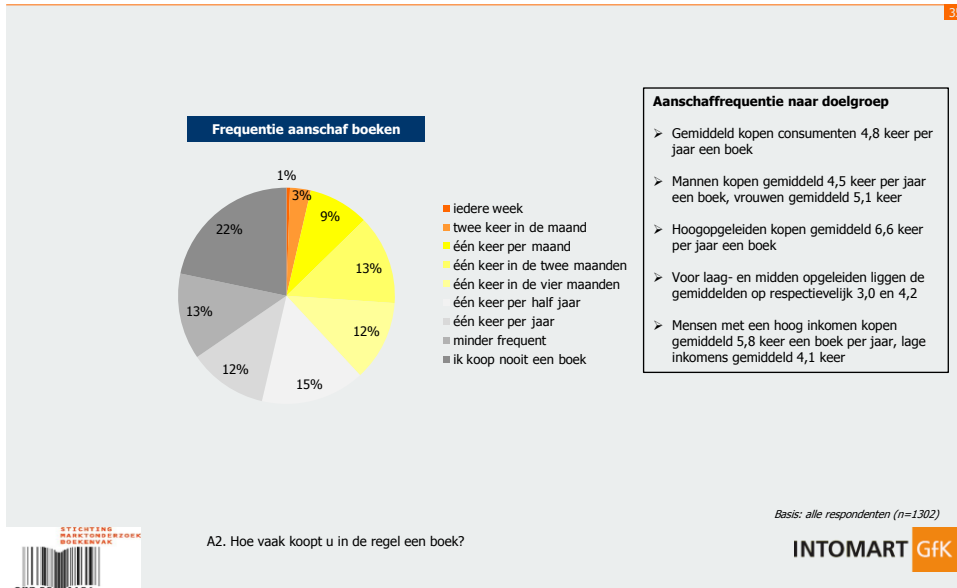
Mannen denken vaker e-boeken te gaan lezen via een tablet, desktop computer of mobiele telefoon dan vrouwen



## D De boekenkoper

## Gemiddeld kopen consumenten bijna 5 keer per jaar een boek

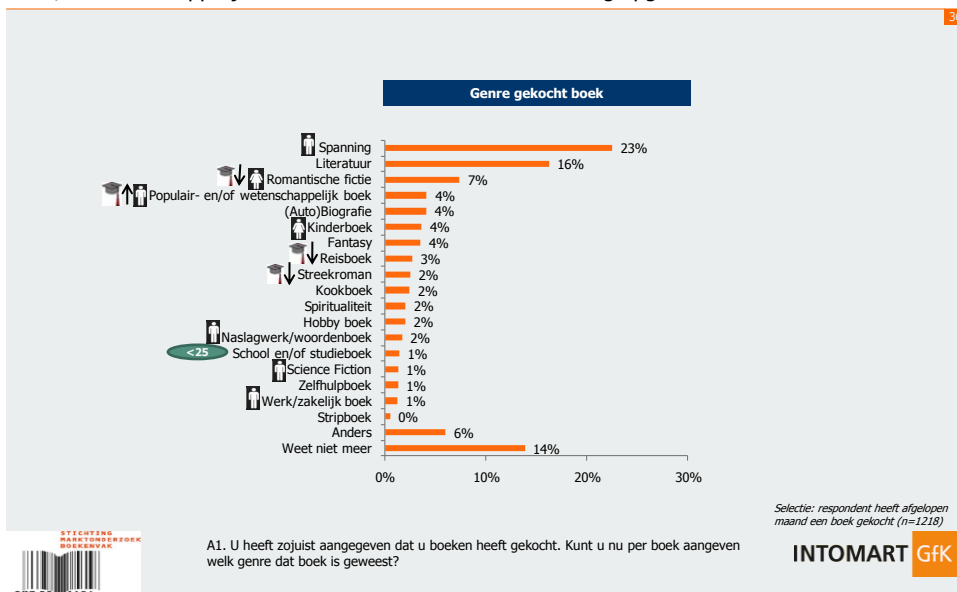
35



## Spanning is het meest gekochte genre

Romantische fictie wordt vooral vaak door vrouwen en laag opgeleiden gekocht; populair- en/of wetenschappelijke boeken vooral door mannen en hoog opgeleiden

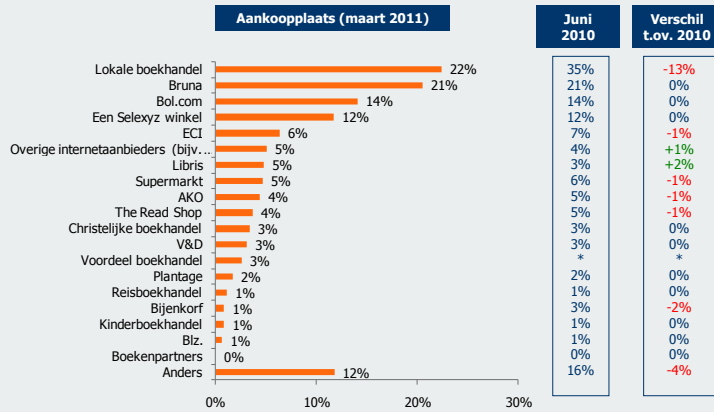
36



## Lokale boekhandel is de plaats waar de laatste maand de meeste boeken zijn gekocht, maar aanzienlijk minder dan in juni 2010.

Aandeel Bruna is in deze meting nagenoeg gelijk

37



\* Deze meting is voor het eerst de voordeel boekhandel als aparte categorie uitgevraagd. Een deel van het gedaalde aandeel van de lokale boekhandel is hier mogelijk mee te verklaren.

Selectie: respondent heeft afgelopen maand een boek gekocht (n=1218)



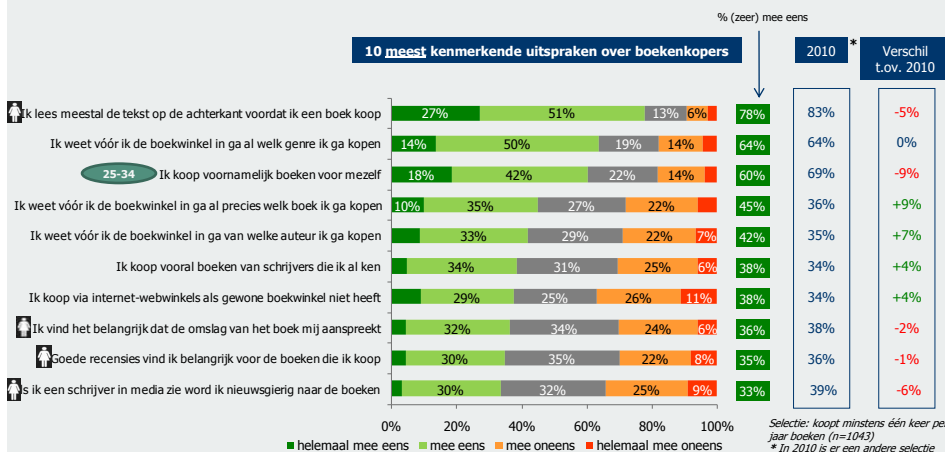
A8a. Waar heeft u de laatste maand uw boek(en) gekocht?

INTOMART GfK

## Driekwart leest meestal eerst de tekst op de achterkant van het boek

Ruim 60% van de consumenten weet vóór het binnengaan van de boekenwinkel al welk genre hij/zij gaat kopen en koopt voornamelijk boeken voor zichzelf

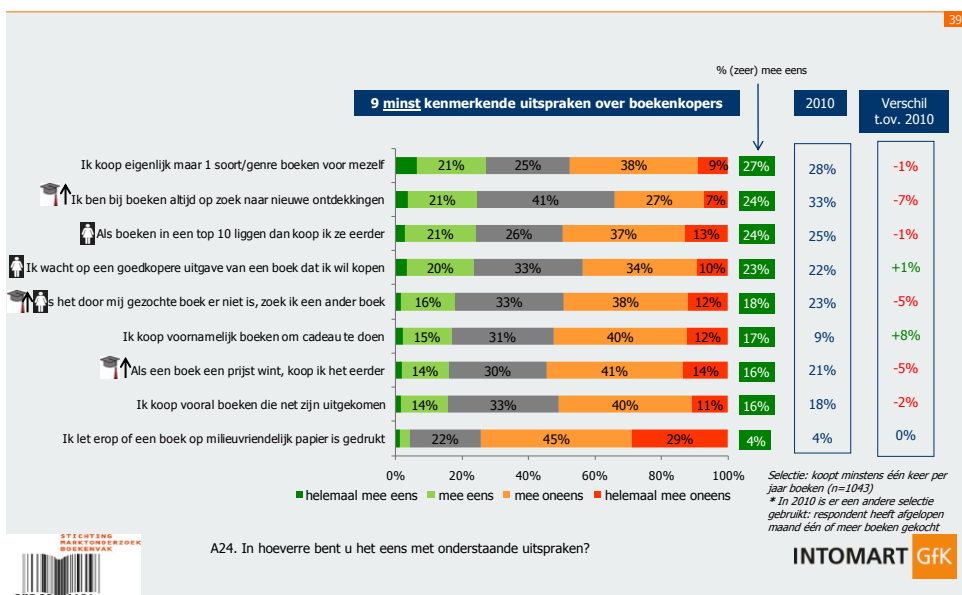
38



A24. In hoeverre bent u het eens met onderstaande uitspraken?

INTOMART GfK

## Boekenkopers letten weinig op milieuvriendelijkheid van boeken



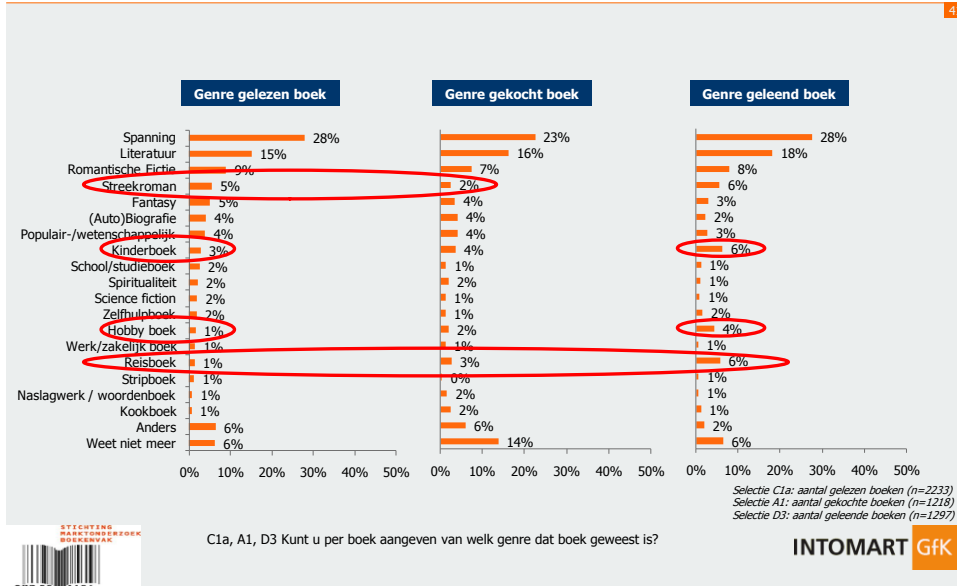
## E Het lezen van boeken



## Spanning is het meest gelezen, gekochte en geleende genre

De streekroman wordt minder gekocht dan gelezen; reisboeken worden meer gekocht of geleend dan gelezen; kinderboeken en hobbyboeken worden meer geleend dan gelezen

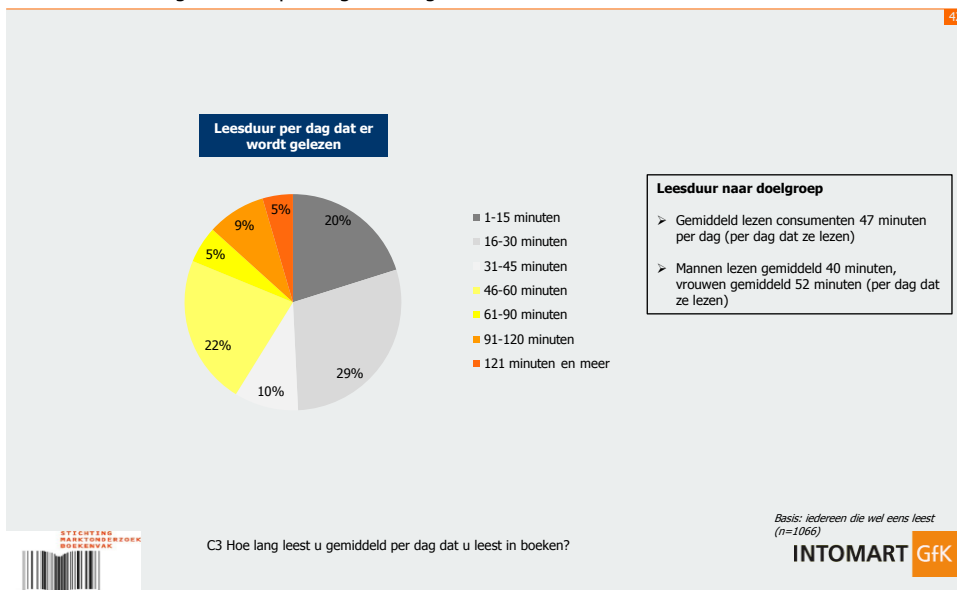
41



## Gemiddeld lezen consumenten circa 3 kwartier per dag

Bijna de helft van de mensen leest tussen de 1 en 30 minuten per dag (per dag dat ze lezen); vrouwen lezen gemiddeld per dag iets langer dan mannen.

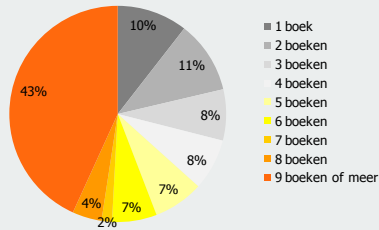
42



## Gemiddeld worden er 17 boeken per jaar gelezen waarvan er 6 nieuw (recent) gekocht of gekregen zijn

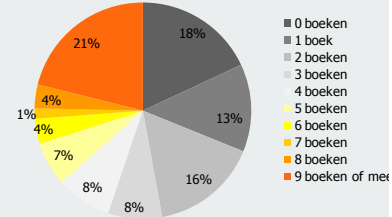
43

Lezen boeken per jaar

**Gemiddelde:**

- > 17 boeken per jaar (totaal)
- > Mannen: 13 boeken per jaar
- > Vrouwen: 20 boeken per jaar

Waarvan nieuw gekocht of gekregen

**Gemiddelde:**

- > 6 boeken per jaar (totaal)
- > Mannen: 5 boeken per jaar
- > Vrouwen: 7 boeken per jaar

Basis: iedereen die wel eens leest  
(n=1162)

C4a Hoeveel boeken leest u gemiddeld per jaar?

C4b. Hoeveel van deze boeken zijn 'nieuw' (recent) gekocht of gekregen?



INTOMART GfK

## F De bibliotheek



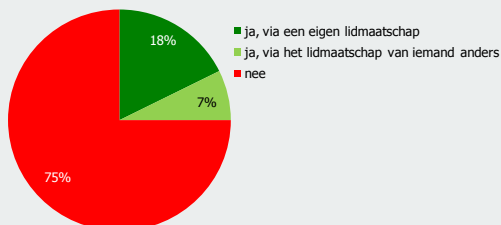
INTOMART GfK

## Een kwart van de mensen leent wel eens een boek bij bibliotheek

Daarvan leent ruim 2/3 via een eigen lidmaatschap; vrouwen en jongeren (<25 jaar) lenen relatief vaker via een eigen lidmaatschap

45

### Lenen bij bibliotheek



### Lenen bij bibliotheek, verschillen tussen doelgroep

- > Vrouwen lenen vaker een boek via een eigen lidmaatschap: 23% tegenover 12% van de mannen
- > Mannen hebben vaker geen lidmaatschap, 80% tegenover 70% van de vrouwen
- > Jongeren (<25 jaar) hebben vaker een lidmaatschap bij een bibliotheek dan andere leeftijdscategorieën

Basis: alle respondenten (n=1302)



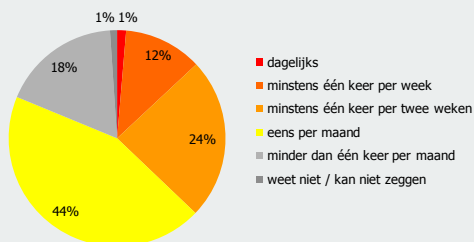
S6 Leent u wel eens boeken bij de bibliotheek?

INTOMART GfK

## De meeste leners bezoeken eens per maand de bibliotheek

46

### Frequentie bibliotheek bezoek



Selectie: alle respondenten die afgelopen maand 1 of meerdere boeken bij de bibliotheek geleend hebben (n=309)



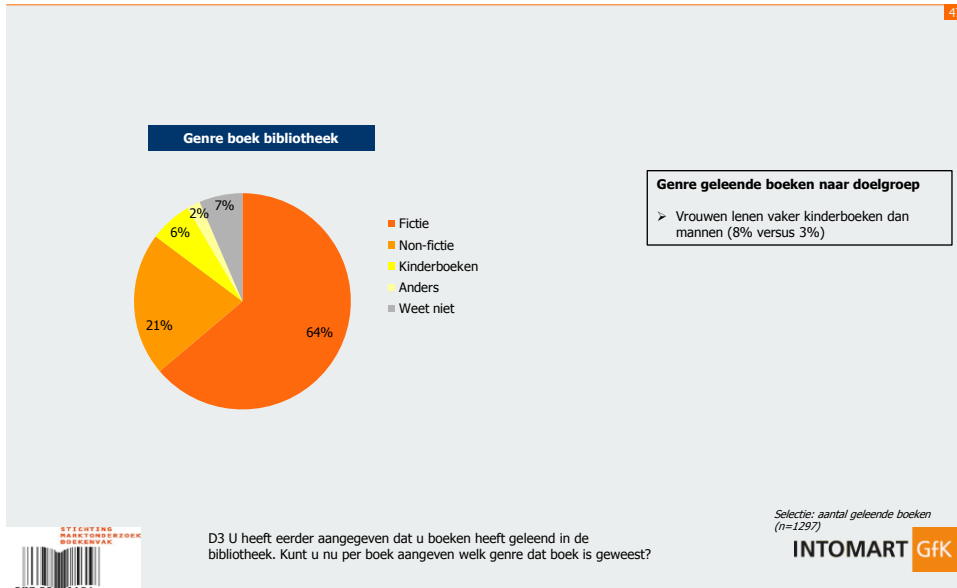
D1 Hoe vaak bezoekt u gemiddeld de bibliotheek?

INTOMART GfK

## Fictie is het meest geleende genre in bibliotheken

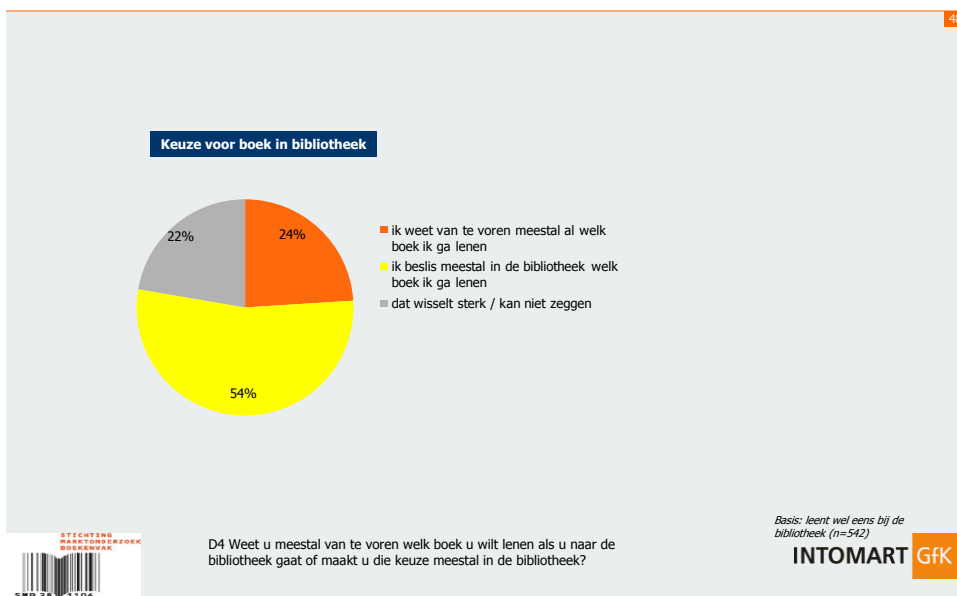
Vrouwen lenen vaker kinderboeken dan mannen

47



## Meer dan de helft van de leners beslist meestal in de bibliotheek pas welk boek ze gaat lenen

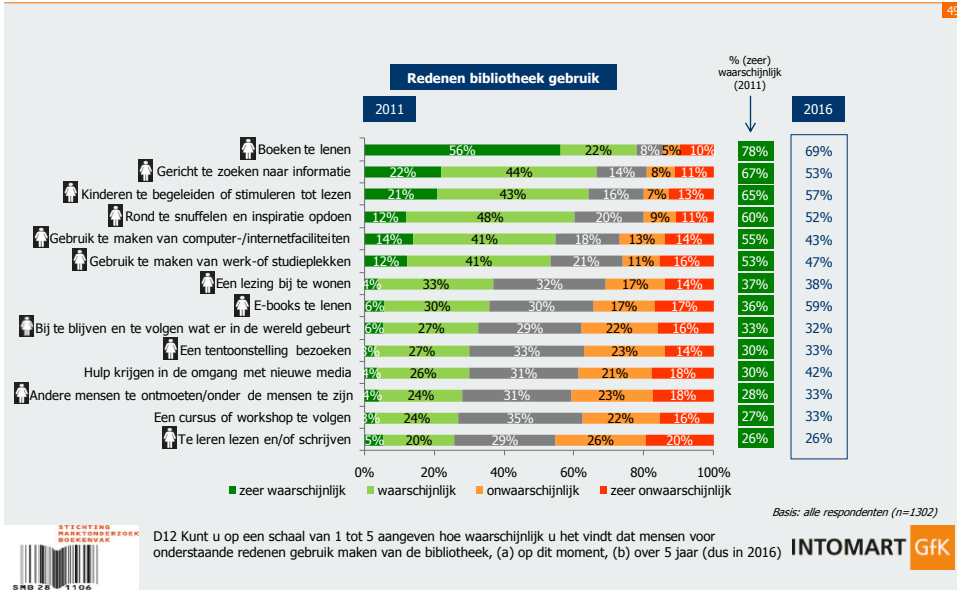
48





**De belangrijkste redenen om op dit moment naar de bibliotheek te gaan, is om boeken te lenen, om gericht te zoeken naar informatie en om kinderen te begeleiden of stimuleren tot lezen**

49

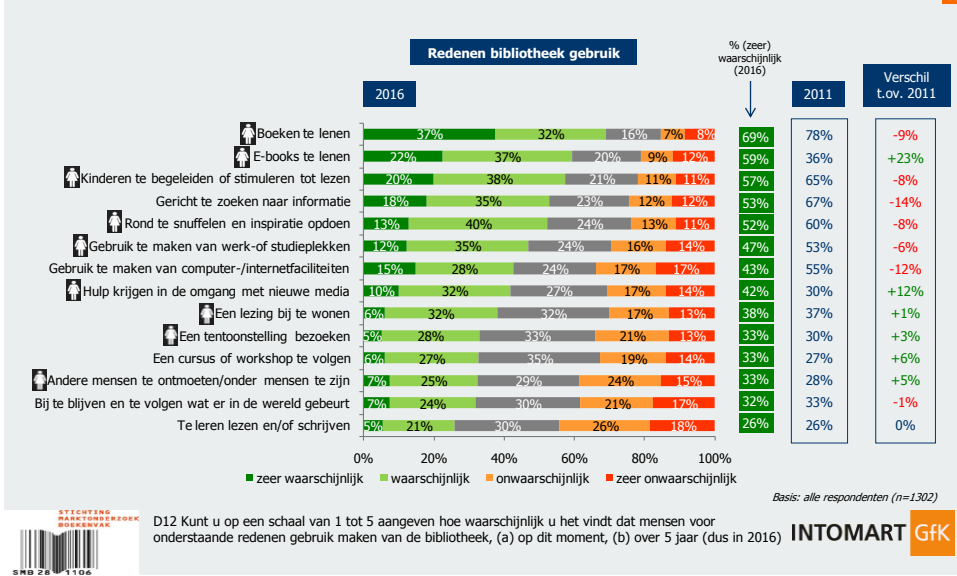


D12 Kunt u op een schaal van 1 tot 5 aangeven hoe waarschijnlijk u het vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek, (a) op dit moment, (b) over 5 jaar (dus in 2016)

INTOMART GfK

**Over 5 jaar zal de bibliotheek vooral gebruikt worden om zowel gewone boeken als e-boeken te lenen; het gebruik van computer-/internetfaciliteiten zal afnemen, net als de plek om gericht te zoeken naar informatie; mensen zullen wel vaker naar de bibliotheek gaan om hulp te krijgen in de omgang met sociale media**

50



D12 Kunt u op een schaal van 1 tot 5 aangeven hoe waarschijnlijk u het vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek, (a) op dit moment, (b) over 5 jaar (dus in 2016)

INTOMART GfK

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



## Inleiding en onderzoeksdoel

52

### Inleiding

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

- hoe ziet het aankoopgedrag van boekkopers 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 april 2011. Nieuw in dit onderzoek zijn de volgende thema's:

- De boekenweek en Nederland Leest
- De Boekenbon
- De e-reader versus het tablet
- De bibliotheek nu (2011) en in 2016

NB Gelijktijdig aan dit onderzoek is een tweede thema-meting verricht over e-boeken en e-readers, gerapporteerd onder Consumentenonderzoek boekenbranche 16-2.



## Onderzoeksopzet en -verantwoording

### Vragenlijst en methode

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.

In de vragenlijst wordt allereerst aan de respondenten gevraagd of ze een boek gelezen of gekocht hebben. Een gekocht boek dient nieuw te zijn en dit wordt als volgt beschreven: *nieuwe boeken, dus geen boeken die u bijvoorbeeld op een rommelmarkt, bij een tweedehands winkel of bij Bol.com tweedehands aangeschaft heeft*. Het begrip "boek" wordt niet verder afgebakend, zodoende worden alle categorieën in de vragenlijst verwerkt.

### Veldwerk

Het veldwerk voor dit onderzoek werd uitgevoerd in de periode 31 maart t/m 7 april 2011. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 12 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.

Er is niet gequoteerd



INTOMART GfK

## Onderzoeksopzet en -verantwoording

### Responsverantwoording meting 16 (april 2011):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen:	1999
Vragenlijst niet afgemaakt:	81
Afgevallen:	
Quotafail:	18
Vragenlijst niet geopend:	586

Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1314

### 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.

### Tenslotte

Het onderzoek is uitgevoerd door Intomart GfK, dat behoort tot de internationale GfK-groep. Intomart GfK is gecertificeerd door Lloyd's Register Quality Assurance volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001. Tevens worden de richtlijnen van de MOA (MarktOnderzoekAssociatie) en ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) in acht genomen. Deze richtlijnen zijn bij Intomart GfK op te vragen.

Intomart GfK behoort tot de eerste groep Nederlandse marktonderzoeksbureaus die het nieuwe ISO 20252 certificaat heeft ontvangen, dat internationaal speciaal voor markt- en opinieonderzoek in het leven geroepen is. Intomart GfK is ook actief lid van de MOA en behoort tot de Research Keurmerkgroep van de MOA.



INTOMART GfK