



## Boekenbranche, Consumentenonderzoek 16-2

Themameting e-books en e-readers

April 2011  
Ewout Witte

26828



INTOMART GfK

### Inhoudsopgave

- 1 Inleiding
- 2 Conclusies
- 3 Resultaten
  - 3.1 Het lezen van e-books
  - 3.2 Het kopen van e-books
  - 3.3 Perceptie van e-books en achtergrond
- 4 Opzet en onderzoeksverantwoording



INTOMART GfK

## 1 Inleiding



INTOMART GfK

## Inleiding en onderzoeksdoel

4

### Inleiding

In opdracht van de Stichting Marktonderzoek Boekenvak voert Intomart GfK onderzoek uit onder consumenten naar het lees- en aankoopgedrag van boeken. Na enkele jaren van reguliere metingen is nu voor de tweede keer gekozen voor een thematische meting. Dit onderzoek is tegelijkertijd uitgevoerd met de reguliere boekenmeting over (onder meer) de Boekenweek 2011 (onderzoek 16, deel 1).

Centraal in dit thema-onderzoek staan (net als in november 2010) e-books en e-readers. Het onderzoek heeft ondermeer ten doel inzicht te verkrijgen in het gedrag van consumenten ten aanzien van het lezen en/of kopen van e-boeken. Hiertoe zijn onder andere de volgende aspecten in het onderzoek betrokken:

- hoe ziet het leesgedrag van e-book lezers eruit?
- waarom leest men überhaupt e-books?
- wat vinden de lezers van e-books?
- hoe ziet het koopgedrag van e-book kopers eruit?

Waar mogelijk zijn de resultaten van deze meting vergeleken met de meting van november 2010.



INTOMART GfK



## 2 Conclusies



INTOMART GfK

## Conclusies (1)

6

### Meeste lezers lezen e-books via de e-reader, het lezen via een tablet is sterk gestegen

De meeste lezers van e-books lezen nog altijd via de e-reader. De computer volgt als 2<sup>e</sup> medium. In deze meting hebben we (in tegenstelling tot november 2010) voor het eerst specifiek gevraagd naar gebruik van desktop en laptop computers. Het blijkt dat 30% van de lezers via een laptop leest en 21% via een desktop. Het aandeel mensen dat e-books op een tablet leest, is ten opzichte van november 2010 behoorlijk gestegen en ligt nu op 28%. Het tablet is een echt "mannenmedium", terwijl de e-reader relatief veel door vrouwen wordt gebruikt om e-books mee te lezen.

### Spanning blijft het meest gelezen genre voor e-books

De meeste mensen die e-books lezen, lezen – net als in november 2010 – het genre "spanning", gevolgd door literatuur. Vrouwen lezen vaker fictie en kinderboeken dan mannen, mannen lezen relatief veel non-fictie genres als e-book. Mensen die e-books op de e-reader lezen, lezen relatief veel e-books in de diverse fictie-genres, terwijl mensen die e-books via andere dragers lezen vaker non-fictie boeken lezen.

### Geen zware boeken meer meenemen is het belangrijkste argument om e-books te lezen in plaats van gewone boeken

De redenen om e-books te lezen zijn (en blijven) zeer divers, maar één argument springt er toch wel uit: mensen zijn blij dat ze geen zware boeken meer hoeven mee te nemen. Voor vrouwen is dit vaker een argument dan voor mannen. Als 2<sup>e</sup> argument wordt genoemd dat e-books prettiger lezen dan gewone boeken en voor een kwart is de prijs ("het e-book is goedkoper") een argument om e-books te lezen in plaats van gewone boeken.



INTOMART GfK

## Conclusies (2)

7

### Een kwart van de lezers heeft wel eens een e-book illegaal gedownload

De meeste mensen die wel eens een e-book hebben gelezen, komen aan hun e-books door deze te kopen bij een webwinkel of hebben deze gratis legaal gedownload. Een kwart van de mensen geeft aan wel eens aan e-books te komen door deze illegaal te downloaden. Dit zijn vaker mannen dan vrouwen en vaker laag opgeleiden dan hoog opgeleiden.

### Meeste lezers van e-books hebben deze ook wel eens zelf gekocht; Bol.com heeft een dominante positie

De meeste mensen die e-books lezen hebben ook wel e-books gekocht. Over de afgelopen 3 maanden kopen deze mensen gemiddeld 4 e-books. Ten opzichte van november zijn er minder mensen die 4 of meer e-books kopen, terwijl meer mensen 1 e-book hebben gekocht. Bol.com is zeer dominant op de markt voor e-books: 84% van de kopers heeft daar wel eens e-books aangeschaft. Bij de overige aanbieders liggen de percentages lager dan 20%. De "best of the rest" zijn Amazon ebook, E-books Selexyz, Bruna.nl (vooral gebruikt door jongeren tot 25 jaar) en E-book.nl.

### Jongeren (< 25 jaar) hebben sterke voorkeur voor het lezen in de vorm van een gewoon boek

Een driekwart meerderheid van de lezers van e-books vindt dat elk nieuw boek ook direct als e-book beschikbaar moet zijn. Tegelijkertijd vindt 55% dat er te weinig titels als e-book beschikbaar zijn. Ten opzichte van november 2010 is de perceptie ten aanzien van e-books nauwelijks veranderd. Het enige waar meer mensen het over eens zijn dan in november 2010 is dat de kwaliteit van e-books per titel verschilt. De voorkeur is nog steeds onveranderd: mensen die wel eens e-books lezen hebben gelijke voorkeur voor het e-book als voor het p-boek. De jongste doelgroep (lezers < 25 jaar) heeft echter een sterke voorkeur om boeken als gewoon boek te lezen.



INTOMART GfK



## 3 Resultaten

### 3.1 Het lezen van e-books

### 3.2 Het kopen van e-books

### 3.3 Perceptie van e-books en achtergrond








INTOMART GfK

## Uitleg iconen die op de volgende sheets worden getoond



9

-  = Uitspraak die vooral bij mannen past
-  = Uitspraak die vooral bij vrouwen past
-  = Uitspraak die vooral bij de betreffende leeftijdscategorie past
-  = Uitspraak die vooral bij hoog opgeleide mensen past
-  = Uitspraak die vooral bij laag opgeleide mensen past

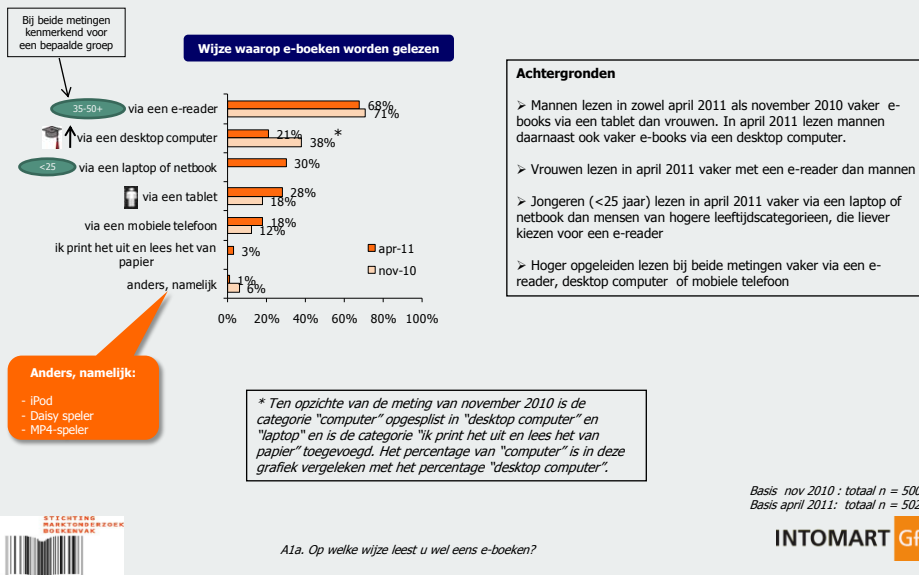


INTOMART GfK

## E-boeken worden het vaakst gelezen met een e-reader

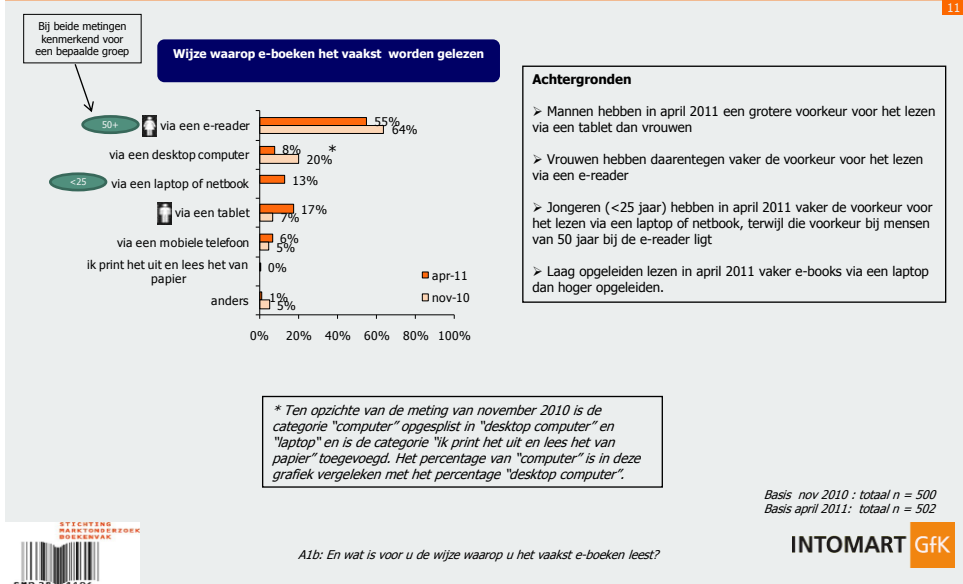
In vergelijking met vorig jaar worden e-boeken nu vaker gelezen met een tablet

10



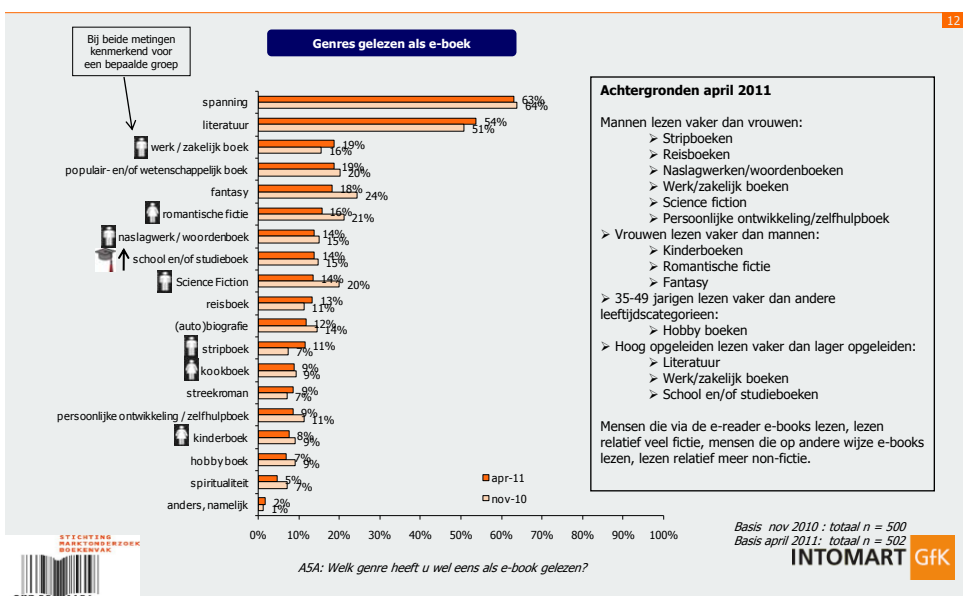
## De e-reader blijft voor de meeste lezers het favoriete medium

Maar het aandeel neemt af ten opzichte van 2010; het tablet is vaker het favoriete medium. De E-reader is meer het medium voor vrouwen, de tablet meer voor mannen.

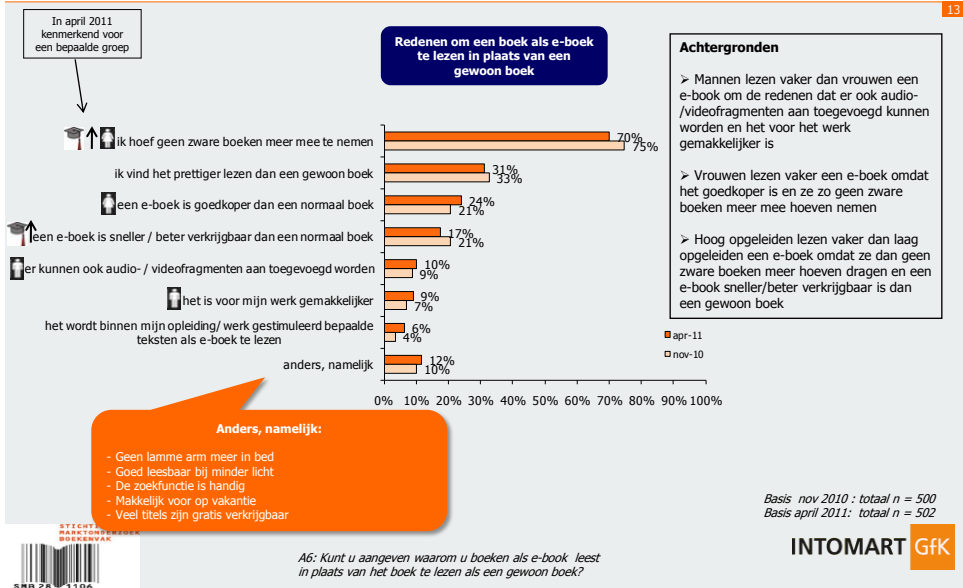


## Spanning is het meest gelezen genre voor e-books

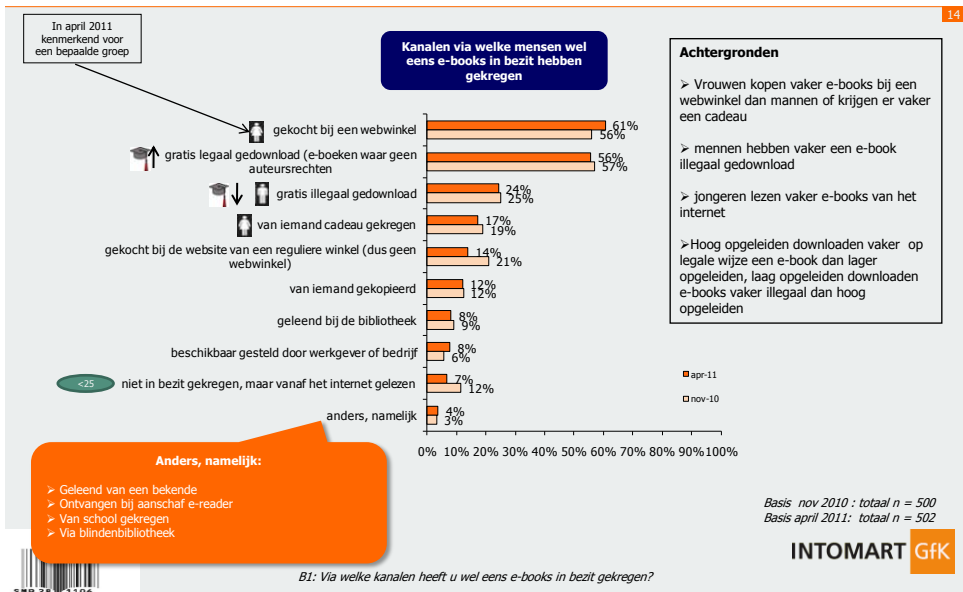
Mensen die e-books via de e-reader lezen, lezen relatief veel e-books binnen de fictie-genres



## Geen zware boeken meer meenemen is en blijft veruit de belangrijkste reden om een boek als e-book te lezen in plaats van als gewoon boek



## Meeste lezers van e-books hebben deze gekocht bij een webwinkel of gratis legaal gedownload. Een kwart is onder meer via illegaal downloaden aan zijn e-books gekomen.





### 3 Resultaten

3.1 Het lezen van e-books

3.2 Het kopen van e-books

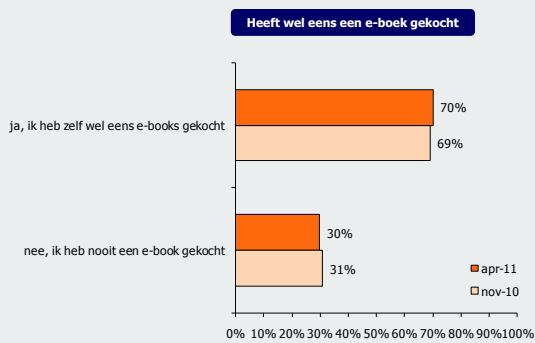
3.3 Perceptie van e-books en achtergrond



INTOMART GfK

## Ruime meerderheid van de mensen die wel eens e-books lezen, heeft zelf wel eens e-books gekocht

16



Basis november 2010 n = 500  
Basis april 2011 n = 502

INTOMART GfK



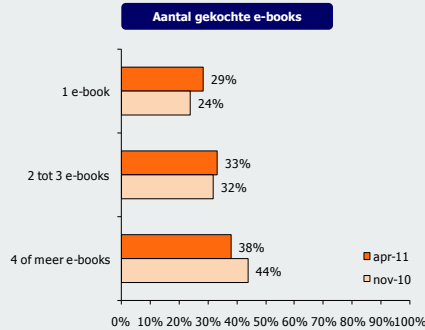
S2: Heeft u wel eens zelf e-books gekocht?



## Aandeel mensen dat 4 of meer e-books heeft gekocht in de afgelopen 3 maanden neemt iets af

Aandeel mensen dat 1 e-book heeft gekocht in de afgelopen 3 maanden stijgt t.o.v. nov '10

17



### Achtergronden

> In totaal kopen mensen die wel eens e-books hebben gekocht gemiddeld 4,0 e-books in de afgelopen 3 maanden

> Mannen kopen gemiddeld 4,3 e-books, vrouwen 3,7 e-books

Basis november 2010 n = 500 Heeft wel eens e-books gekocht n = 358

Basis april 2011 n = 502 Heeft wel eens e-books gekocht n = 356

B2: Hoeveel e-books heeft u in de afgelopen drie maanden gekocht?

INTOMART GfK

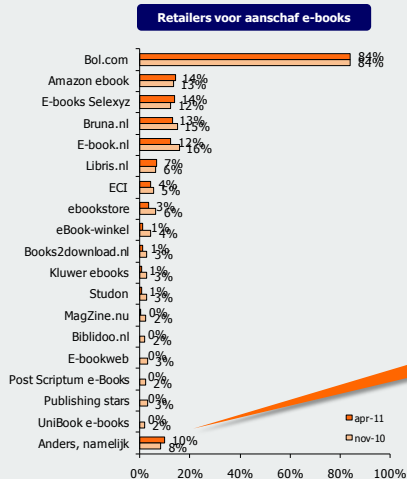


SRB 28 1106

## Net als in november 2010 een zeer hoog aandeel voor Bol.com

Amazon.com, E-books Selexyz en Bruna.nl volgen op ruime afstand

18



### Achtergronden

> In april 2011 schaffen jongeren (<25 jaar) vaker e-books bij Bruna.nl aan dan mensen in andere leeftijdscategorieën

### Anders, namelijk:

- Books on Board
- iTunes
- Kokobooks
- Paagman
- Waterstones

Basis november 2010: Heeft wel eens e-boeken gekocht n = 358

Basis april 2011: Heeft wel eens e-boeken gekocht n = 356

B3A: Waar heeft u wel eens e-books aangeschaft?

INTOMART GfK

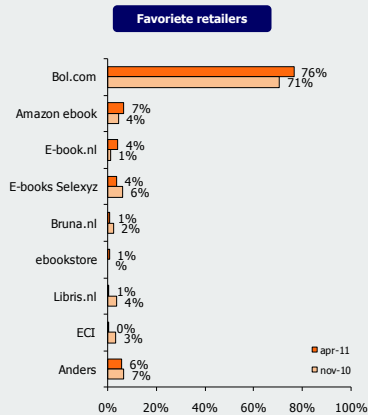


SRB 28 1106

## Bol.com is voor ¾ van de kopers van e-books het favoriete kanaal

Aandeel van Bol.com, Amazon.com en E-book.nl stijgt ook ten opzichte van november 2010

19



### Achtergronden

- > In april 2011 schaffen mannen liever dan vrouwen hun boeken aan bij Amazon ebook
- > Vrouwen doen dat in vergelijking tot mannen liever bij Bol.com
- > In november 2010 deden vrouwen dat nog liever bij E-book.nl

Basis november 2010: Heeft wel eens e-books gekocht n = 358  
Basis april 2011: Heeft wel eens e-books gekocht n = 356



B3B: Waar koopt u het vaakst uw e-books?

INTOMART GfK

## Ruim 40% koopt het e-book ter vervanging van het gewone boek

Een meerderheid van een kleine 60% blijft ook gewone boeken kopen

20



### Aankoop van het e-boek ter vervanging of ter aanvulling van het gewone boek

In april 2011 kenmerkend voor mannen



Ik koop e-books ter volledige vervanging van de gewone boeken die ik anders zou kopen

42%

43%

In april 2011 kenmerkend voor vrouwen



Ik koop e-books naast de gewone boeken die ik ook blijf kopen

58%

57%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Basis november 2010: Heeft wel eens e-books gekocht n = 358  
Basis april 2011: Heeft wel eens e-books gekocht n = 356



B6: Welke uitspraak is het meest op u van toepassing?

INTOMART GfK



### 3 Resultaten

#### 3.1 Het lezen van e-books

#### 3.2 Het kopen van e-books

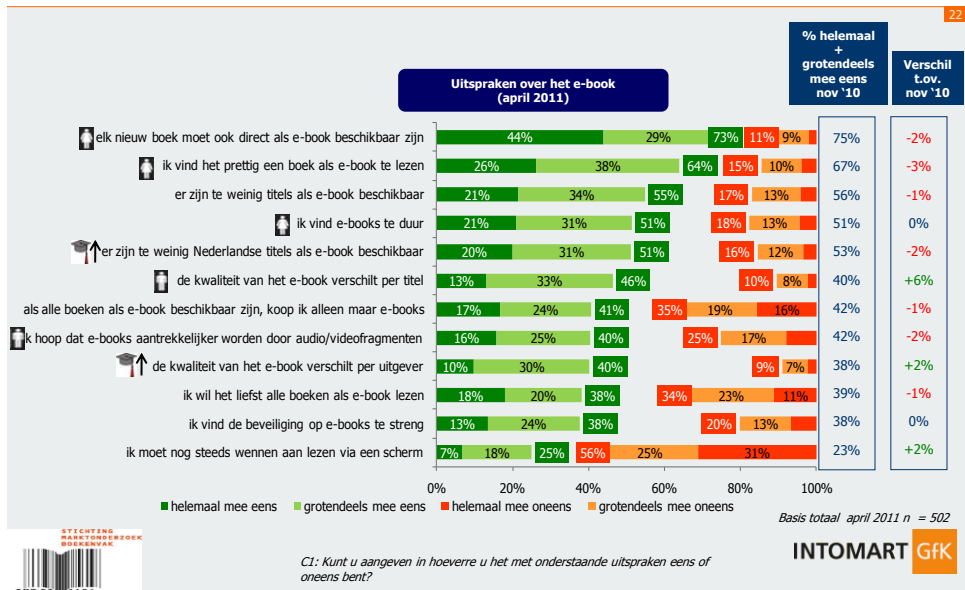
#### 3.3 Perceptie van e-books en achtergrond



INTOMART GfK

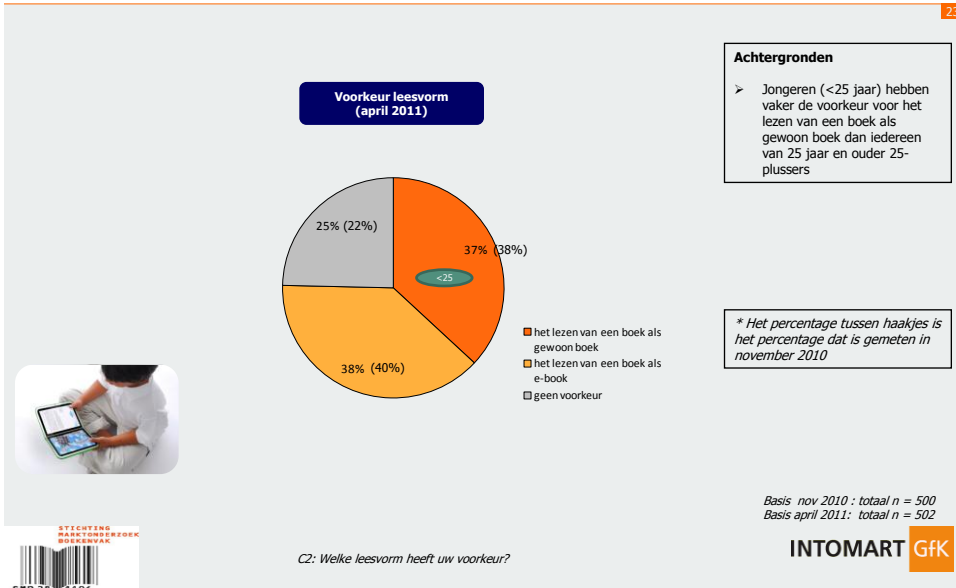
## De meeste lezers van e-books vinden dat elk nieuw boek ook direct als e-book beschikbaar moet zijn

In vergelijking met nov. '10 vinden meer mensen dat de kwaliteit van het e-book per titel verschilt



## Lezers van het e-boek hebben geen uitgesproken voorkeur voor de leesvorm: de voorkeur voor het e-boek en die voor het gewone boek zijn - net als in november 2010 - nagenoeg volledig in evenwicht

23



## 4 Opzet en onderzoeksverantwoording



## Onderzoeksopzet en -verantwoording

25

### 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.

Op basis van een screening van april 2010 (een aantal selectievragen aan ons voltallige panel dat we elke maand stellen) hebben we respondenten kunnen selecteren die e-boeken lezen. In de vragenlijst hebben we gevraagd of men wel eens e-boeken heeft gelezen en of men wel eens e-boeken heeft gekocht. Alleen respondenten die tenminste één e-boek hebben gelezen zijn doorgedaan in het onderzoek. Mensen die ook e-boeken hebben *gekocht*, hebben ook vragen over het kopen van e-boeken gekregen.

### Veldwerk

Het veldwerk voor dit onderzoek werd uitgevoerd in de periode 4 april t/m 13 april 2011. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 8 minuten.

### Steekproef

De steekproef is getrokken uit het Intomart GfK Online panel op basis van de eerder genoemde maandscreening. Er is geselecteerd op mensen die ten minste één e-boek hebben gelezen. In totaal is er gequoteerd op 500 respondenten.



## Onderzoeksopzet en -verantwoording

26

### Responsverantwoording meting 16 deel 2 (april 2011):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen:	2300
Vragenlijst niet afgemaakt:	5
Afgevallen:	1130
Quotafail:	106
Vragenlijst niet geopend:	557

Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 502

### 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.

