



Boekenbranche

Kwantitatief onderzoek naar lees- en aankoopgedrag van boeken

juli 2010
Stefan Peters
Ewout Witte
(24487)



INTOMART GfK

Inhoudsopgave

1 Conclusies

2 Resultaten

- A. Maand van het Spannende Boek 2010
- B. Lezers tijdens de vakantie
- C. E-readers
- D. Leesgedrag
- E. Boeken lenen bij de bibliotheek
- F. De Dwarsligger

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



INTOMART GfK

1 Conclusies



INTOMART GfK

Conclusies: de Maand van het Spannende Boek 2010 en lezen tijdens de vakantie

4

Toename bekendheid van het thema van de Maand van het Spannende Boek

De thema's en activiteiten rondom de Maand van het Spannende Boek zijn niet bij alle mensen even bekend. Het bekendste thema is het gratis geschenkboek dat men krijgt bij de aanschaf van minstens € 12,50 aan Nederlandstalige boeken. Net als in 2009 is 30% van de mensen daar (zeer) goed mee bekend. De korting op een eerste klas treinkaart op vertoon van het geschenkboek is daarna de bekendste "activiteit". Het thema van de Maand van het Spannende Boek ("Scandinavische Thriller") is in bekendheid toegenomen ten opzichte van 2009, toen het thema "wraak" was.

9% heeft geschenkboek *Onmacht* van Charles den Tex gekregen bij de aankoop van boeken

9% van de mensen heeft het geschenkboek (*Onmacht* van Charles den Tex) gekregen bij de aankoop van boeken. Dat aandeel is 4% lager dan het aandeel mensen dat dit jaar het Boekenweekgeschenk heeft gekregen bij de aankoop van boeken. 2% van de mensen heeft het geschenkboek van iemand cadeau gekregen en bij 3% ligt het wel in het huishouden, maar heeft iemand anders het cadeau gekregen bij de aankoop van boeken. Onder de mensen die het geschenkboek cadeau hebben gekregen, bevinden zich relatief veel vrouwen en hoog opgeleiden.

Slechts 20% leest niet of nauwelijks tijdens de vakantie

Ruim een derde van de Nederlanders koopt speciaal voor de vakantie boeken. Bijna 30% koopt voor de vakantie een actuele reisgids en 23% van de Nederlanders geeft aan pas tijdens de vakantie aan het lezen van boeken toe te komen. Dat ruimte in de bagage een probleem is voor het voldoende kunnen meenemen van boeken, wordt door 22% van de Nederlanders onderkend. 20% leest niet of nauwelijks tijdens de vakantie. Deze niet-lezers zijn vaak man of laag opgeleid. Actuele reisgidsen worden vaker door mannen gekocht dan door vrouwen.



INTOMART GfK

Conclusies: e-readers en e-boeken

5

Bekendheid e-boek en e-reader is stabiel, aantrekkelijkheid is toegenomen

De bekendheid met het e-boek en de e-reader ligt net als bij de vorige meting rond de 30%. Een kwart van de mensen vindt het aantrekkelijk om een boek als e-boek te lezen. Dat aandeel is gestegen en weer net zo hoog als in november 2009. De koopintentie van het e-boek (8%) en van de e-reader (7%) zijn gelijk aan die van de aprilmeting. Ook de leenintentie van het e-boek (9%) is niet significant gewijzigd ten opzichte van de vorige meting.

E-readers: profiel is hoger opgeleid, jonger dan 35 jaar of ouder dan 50 jaar

Van alle mensen die inmiddels een e-reader bezitten, is op basis van twee metingen een ruw profiel te maken. Het bezit onder hoog opgeleiden is hoger dan onder middelbaar opgeleiden. De leeftijdscategorie waarin het bezit van de e-reader het laagst is, is de categorie 35-49 jaar. Bij alle overige categorieën is het aandeel dat een e-reader bezit hoger. Ook regionaal is er een significant verschil waar te nemen: in de regio Noord heeft nog geen 1% een e-reader in bezit terwijl dat in de overige regio's op of boven de 2% ligt.



INTOMART GfK

Conclusies: het profiel van de boekenkoper

6

Vrouwen kopen vaak literatuur, romantische fictie, kinderboeken en streekroman

Spanning is in de Maand van het Spannende Boek veruit het meest gekochte genre. Literatuur, romantische fictie, kinderboeken en de streekroman zijn genres die vooral door vrouwen worden gekocht. Populair wetenschappelijke boeken, hobbyboeken, stripboeken en naslagwerken zijn "typische mannenboeken".

Zowel voor de internetboekhandel als voor de reguliere boekhandel ligt de gemiddelde bezoekfrequentie iets hoger dan eenmaal per maand

Vrouwen komen vaker in de reguliere boekhandel dan mannen. Mannen bezoeken vaker de internetboekhandel; zowel om te oriënteren als om te kopen. Gemiddeld brengen Nederlanders 15 x per jaar een bezoek aan de reguliere boekhandel en bezoeken ze 14 x per jaar een internetboekhandel.

Profiel boekenkopers: omslag zeer belangrijk

Voordat een boek gekocht wordt, leest 83% van de Nederlanders eerst de tekst op de achterkant. Dit wordt relatief vaak gedaan door vrouwen en hoog opgeleiden. De aantrekkelijkheid van de omslag van een boek is voor 38% van de mensen belangrijk. Voor vrouwen en personen in de categorie 35-49 jaar is de aantrekkelijkheid van de omslag belangrijker dan voor mannen en de overige leeftijdscategorieën. Laag opgeleiden en mensen die jonger dan 25 of ouder dan 50 jaar zijn, weten vaker vooraf welk boek (titel en auteur) of van welke auteur ze een boek gaan kopen. Het belang van milieuvriendelijk papier wordt het sterkst onderkend door jongeren (<25 jaar).



INTOMART GfK

Conclusies: gemiddelde leesduur, imago Openbare Bibliotheek en de Dwarsligger

7

Vrouwen lezen in vergelijking met mannen tweemaal zo lang

Gemiddeld lezen Nederlanders ruim een uur per dag (op de dagen dat ze überhaupt lezen). Als we dat vergelijken met het gemiddeld aantal dagen dat ze per week lezen, kunnen we dat vertalen naar week- en daggemiddelden. Opvallend is het dan dat mannen gemiddeld een klein kwartier per dag boeken lezen en vrouwen bijna een half uur gemiddeld (!) De groep 50+ en de groep hoog opgeleiden leest ook gemiddeld bijna een half uur. Bij de overige leeftijdscategorieën en opleidingsniveaus ligt het gemiddelde rond de 20 minuten per dag.

Overall imago van de Openbare Bibliotheek is vergelijkbaar met het imago bij bezoekers

Het imago van de Openbare Bibliotheek is onder Nederlanders vooral nuttig en uitgebreid. Het sociale aspect van de Openbare Bibliotheek wordt nauwelijks herkend. De Openbare Bibliotheek heeft bij vrouwen een sterker imago dan bij mannen. Onder (recente) bezoekers van de bibliotheek is het imago veel sterker dan bij Nederlanders in het algemeen. De volgorde en verhouding tussen de diverse imagokenmerken zijn wel vergelijkbaar. Ten opzichte van april is het imago van de Openbare Bibliotheek onder mensen die de afgelopen maand de bibliotheek hebben bezocht niet veranderd.

Bekendheid Dwarsligger is 11%, maar na doorvragen blijkt circa 7% te weten wat de Dwarsligger is

De bekendheid van de Dwarsliggers ligt op 11%. De Dwarsligger is het best bekend onder hoog opgeleiden (17%) en vrouwen (14%). Van de 11% die heeft aangegeven wel eens iets gezien, gehoord of gelezen te hebben over Dwarsliggers denkt 80% te kunnen uitleggen wat een Dwarsligger daadwerkelijk is. Als we mensen dit laten invullen blijkt een ruime meerderheid het inderdaad te weten en een klein deel geeft een verkeerde beschrijving.



INTOMART GfK

2 Resultaten



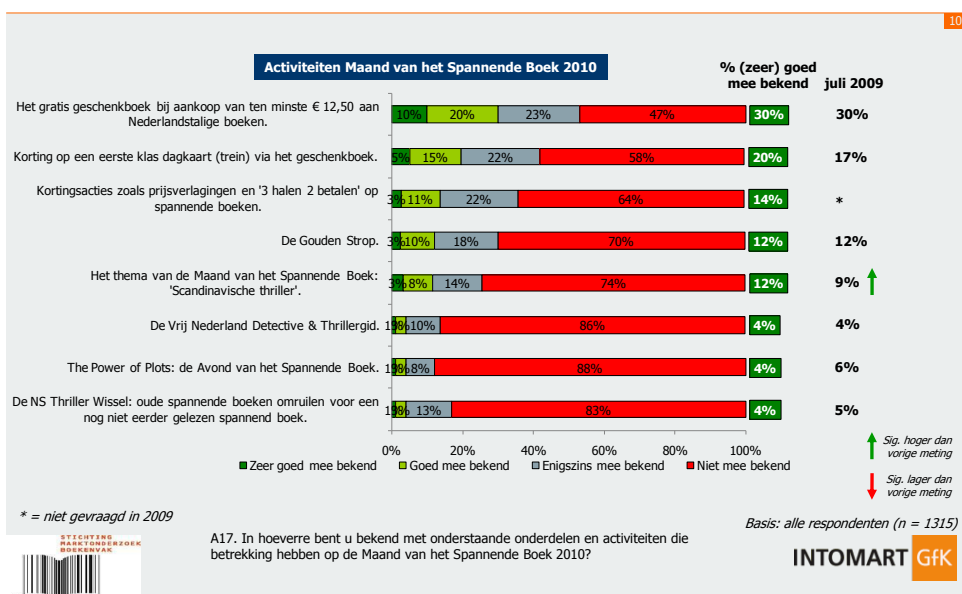
INTOMART GfK

A Maand van het Spannende Boek

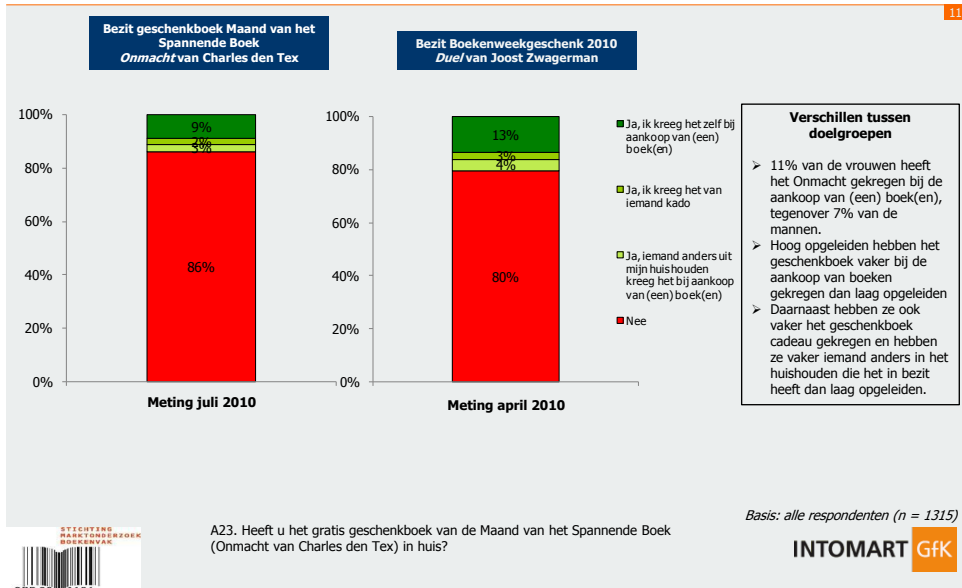


INTOMART GfK

Het thema van de maand van het Spannende boek is bij meer mensen bekend dan in 2009; het gratis geschenboek is en blijft het bekendste onderdeel van de Maand van het Spannende Boek



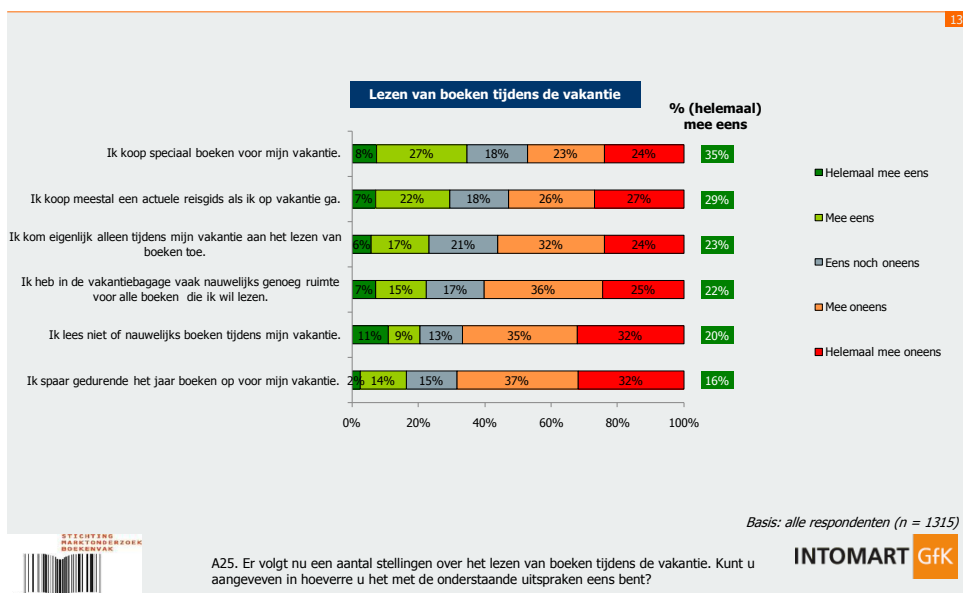
9% van de mensen heeft het geschenkbok (Onmacht van Charles den Tex) gekregen bij de aankoop van boeken; dat is in vergelijking met het Boekenweekgeschenk een iets lager percentage



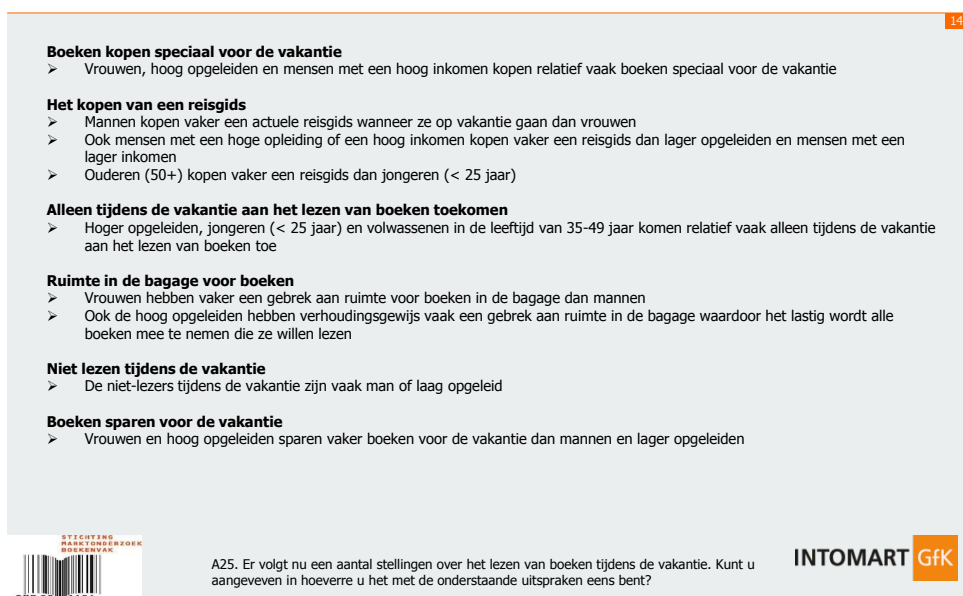
B Lezers tijdens de vakantie



Ruim een derde van de Nederlanders koopt boeken speciaal voor de vakantie



Lezen van boeken tijdens de vakantie: verschillen naar doelgroepen



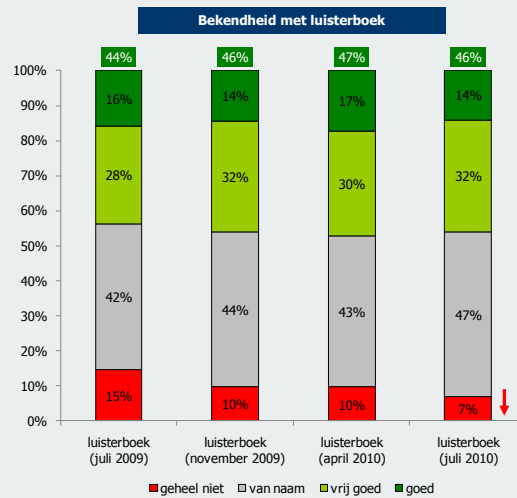
C E-readers



INTOMART GfK

Ongeveer de helft van de consumenten is (vrij) goed bekend met het luisterboek; onbekendheid afgenomen ten opzichte van april 2010

16



Vergelijking met vorige meting

Doordat er deze meting niet is gequoteerd, zijn de resultaten niet volledig te vergelijken met de resultaten van de vorige meting. Omdat de verhouding binnen de afzonderlijke groepen nagenoeg gelijk zijn, is het effect van het niet quoteren echter nihil en rapporteren we ook de voorgaande metingen om ontwikkelingen over tijd zichtbaar te maken.

↑ Sig. hoger dan vorige meting
↓ Sig. lager dan vorige meting

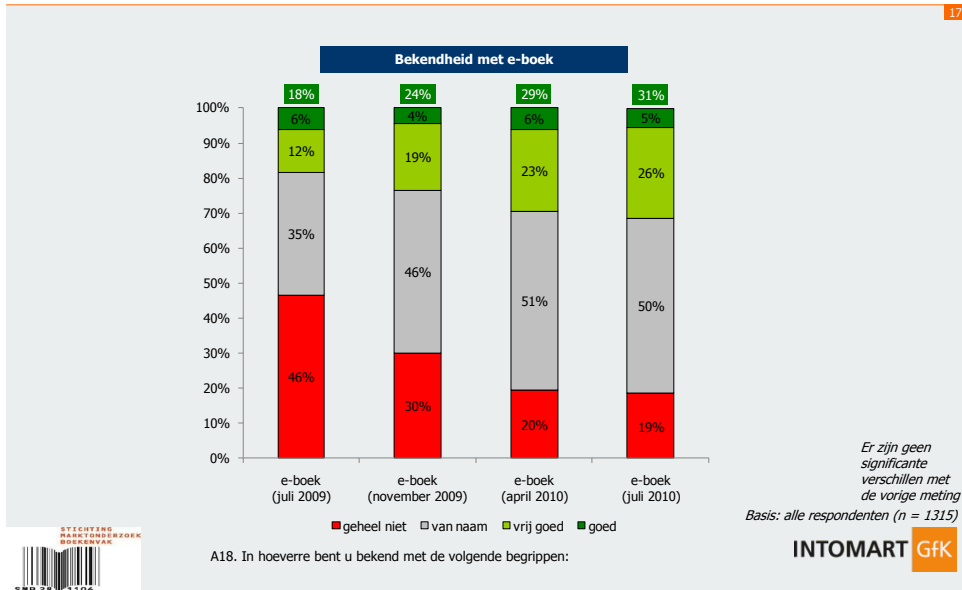
Basis: alle respondenten (n = 1.315)

INTOMART GfK

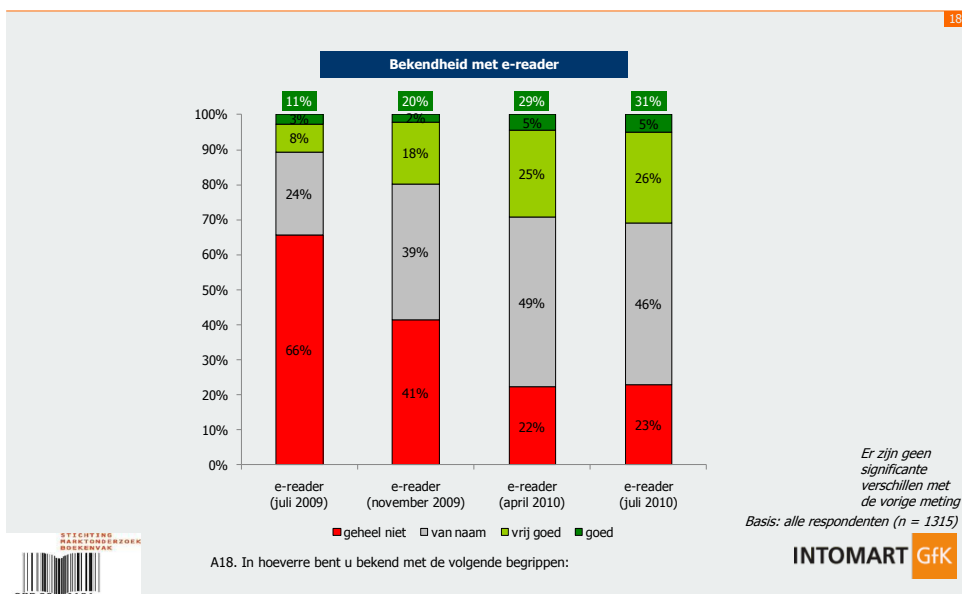


A18. In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen:

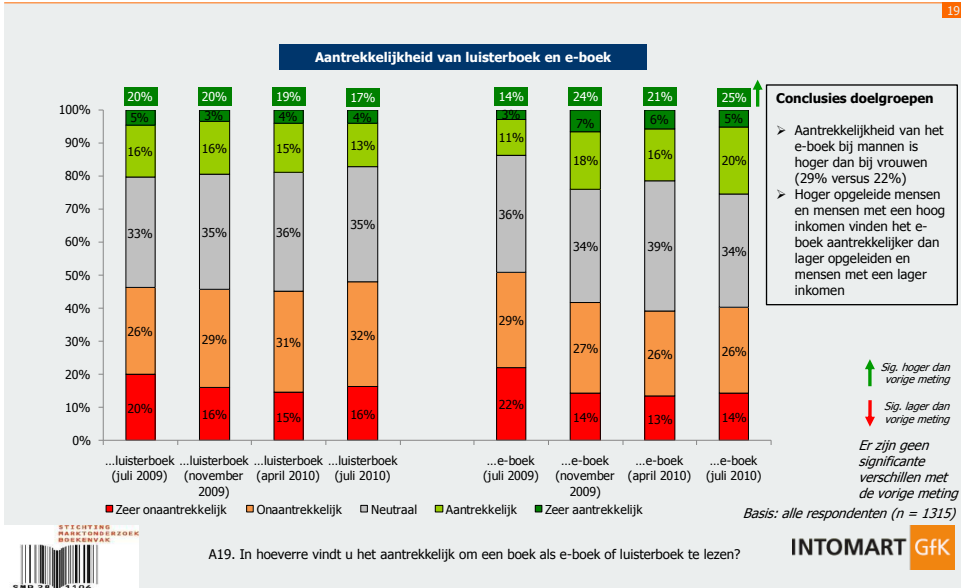
Bekendheid van het e-boek niet significant toegenomen ten opzichte van april 2010; op de langere termijn is er wel een duidelijke toename in bekendheid zichtbaar



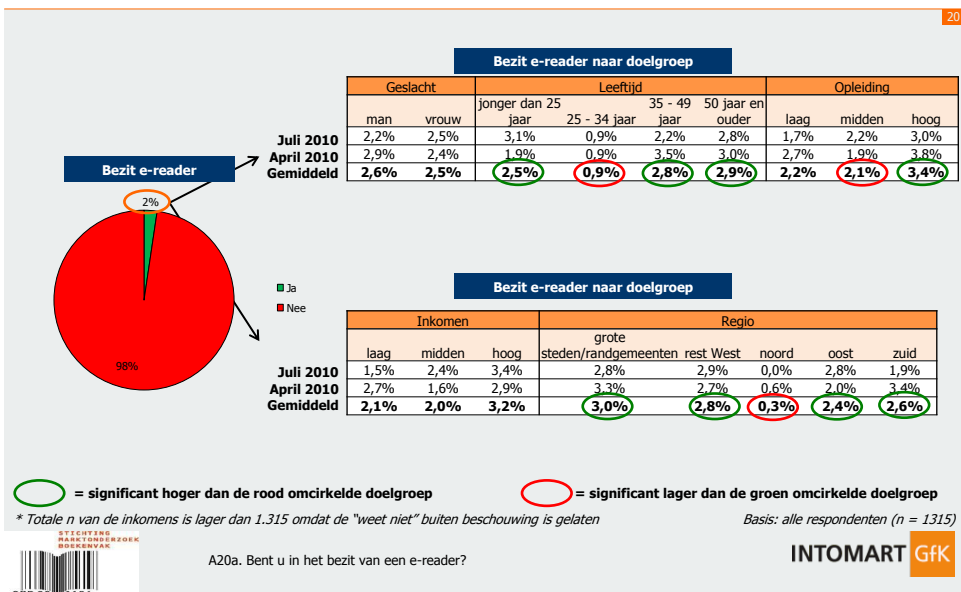
Bekendheid van de e-reader gelijk aan april 2010



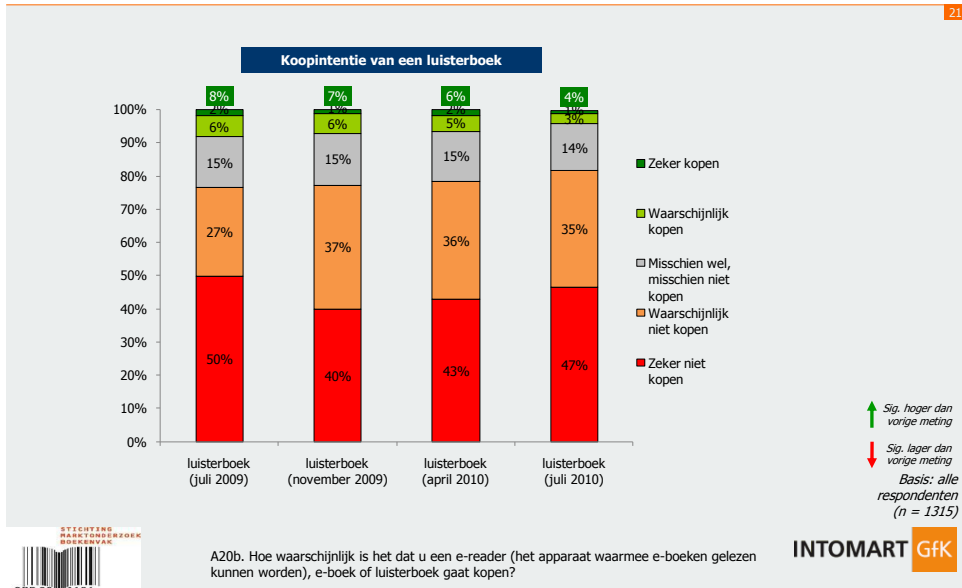
Een kwart van de Nederlanders vindt het (zeer) aantrekkelijk een boek als e-boek te lezen



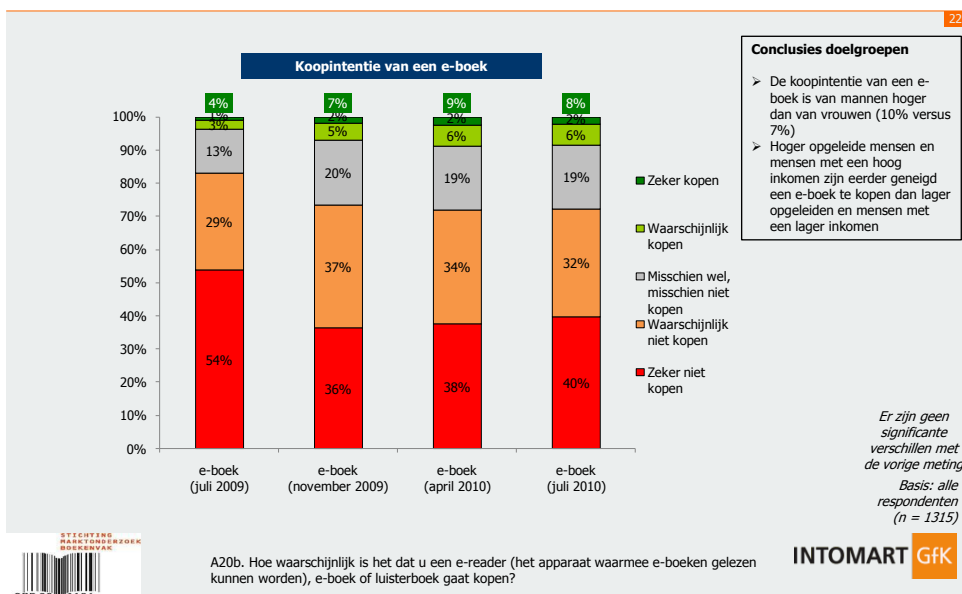
Circa 2% van de Nederlanders is inmiddels in het bezit van een e-reader; hoog opgeleiden en mensen met een hoog inkomen bezitten relatief vaak een e-reader; bezit e-reader in categorie 25-34 jaar het laagst



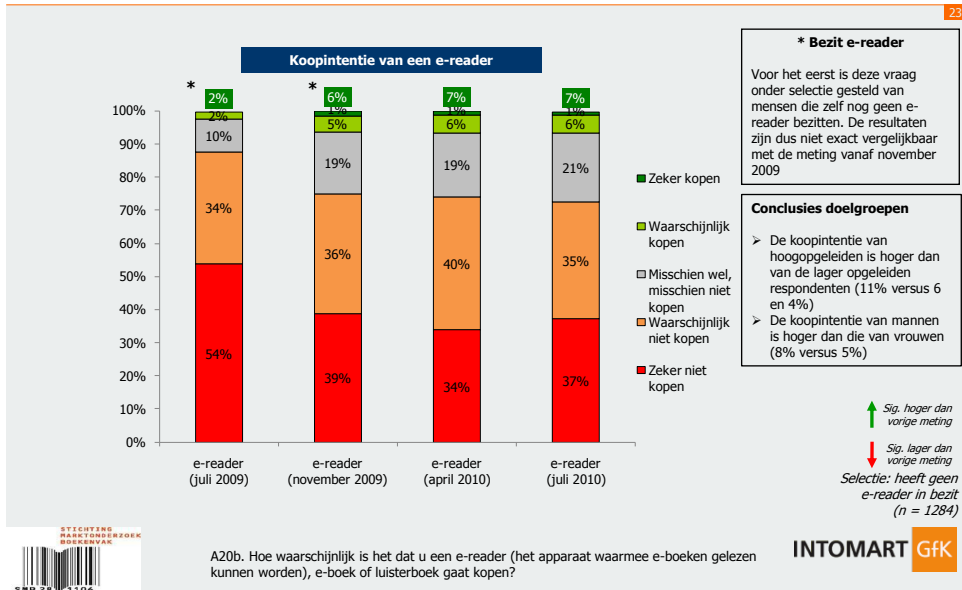
Koopintentie van het luisterboek is 4%



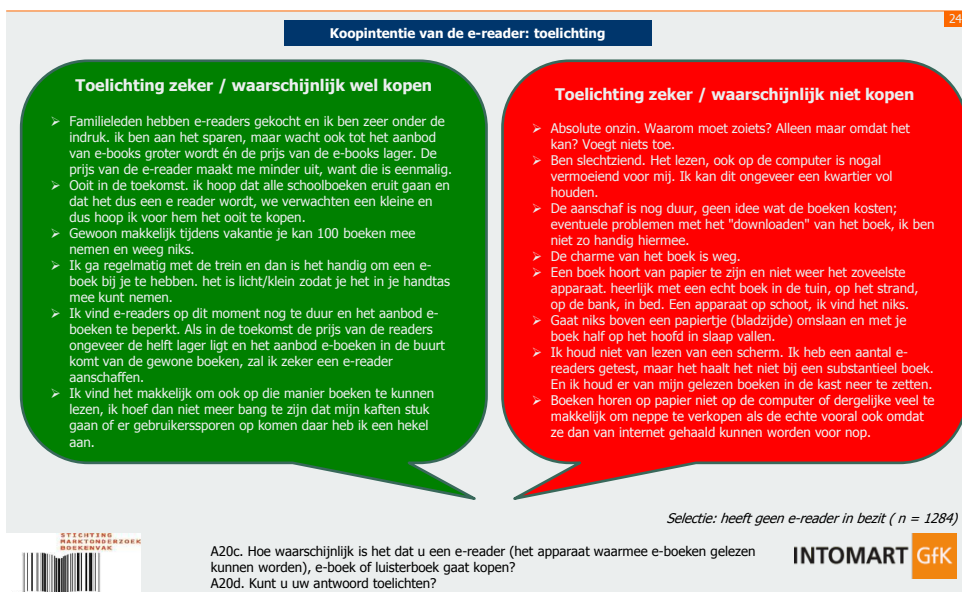
Koopintentie van het e-boek is ten opzichte van de vorige meting niet veranderd en ligt op 8%



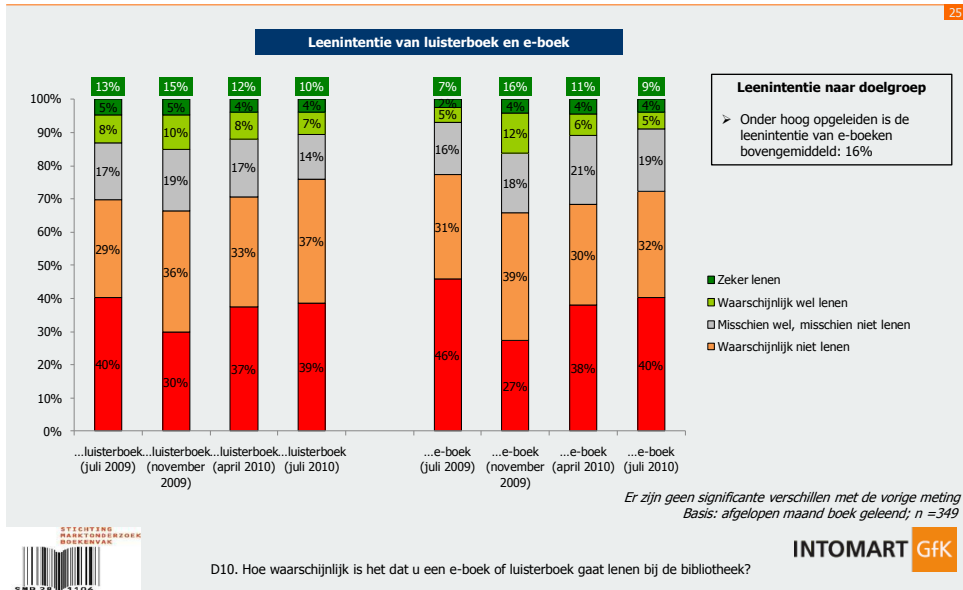
Koopintentie van de e-reader is net als bij de vorige meting 7%



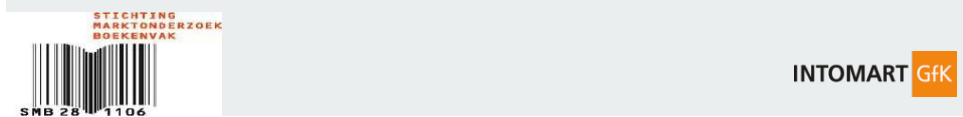
E-reader vooral handig voor op reis of om schoolboeken mee te lezen; de afwijzers vinden het lezen vanaf een scherm niet prettig en houden vast aan de charme van het lezen vanaf papier



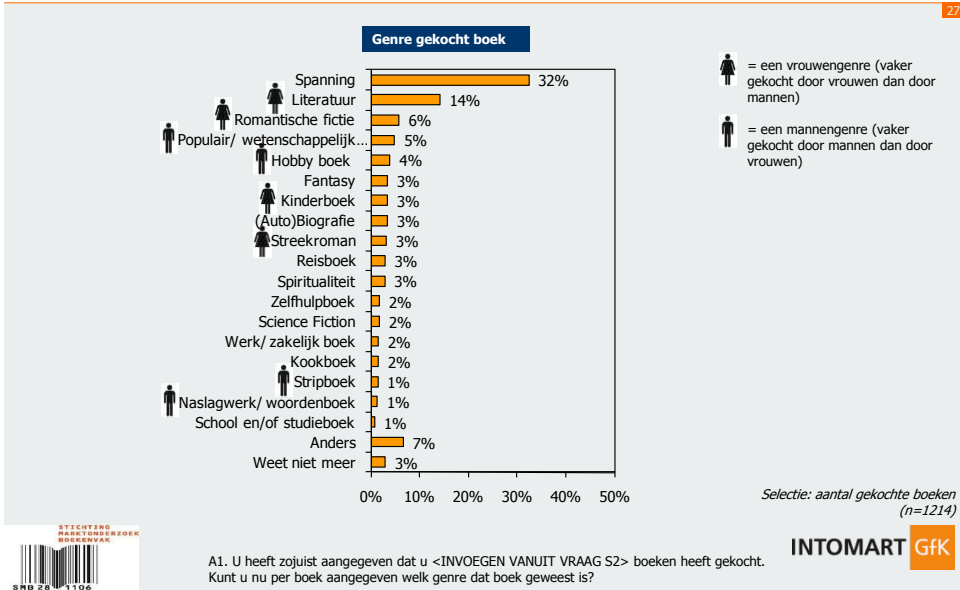
Ongeveer één op de tien "leners" denkt waarschijnlijk of zeker een e-boek te gaan lenen bij de bibliotheek



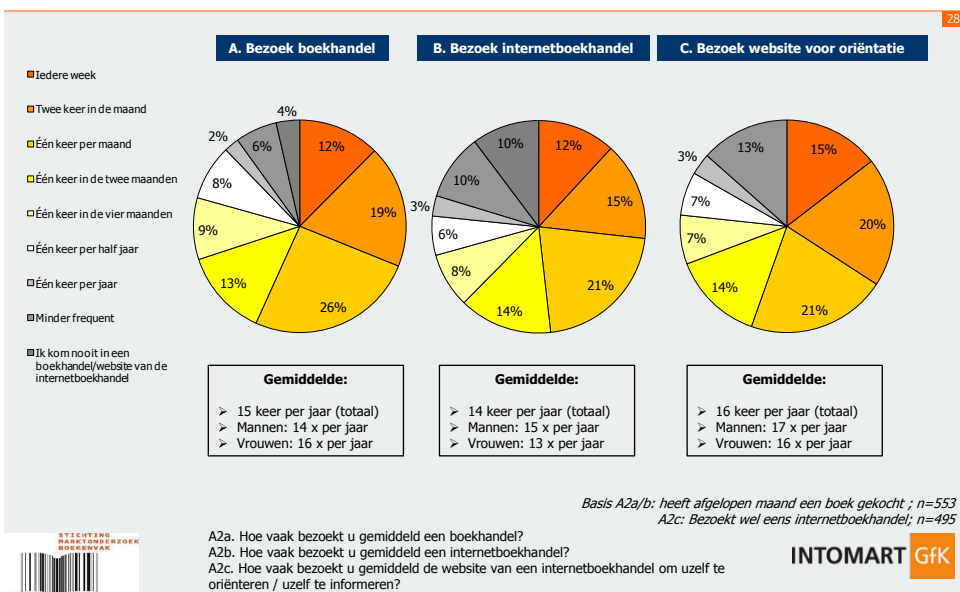
C De boekenkoper



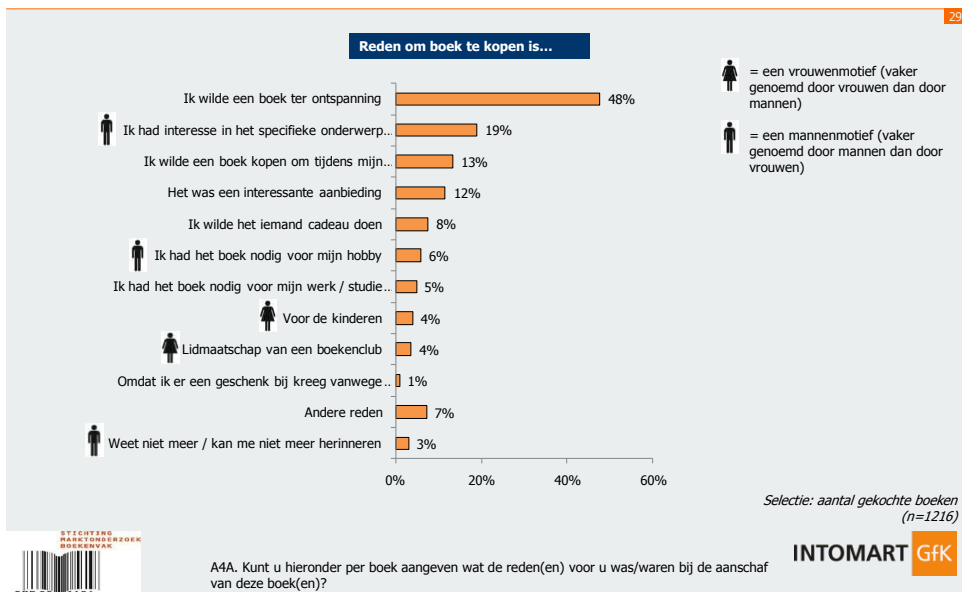
Spanning het meest gekochte genre; literatuur en romantische fictie vooral vaak gekocht door vrouwen



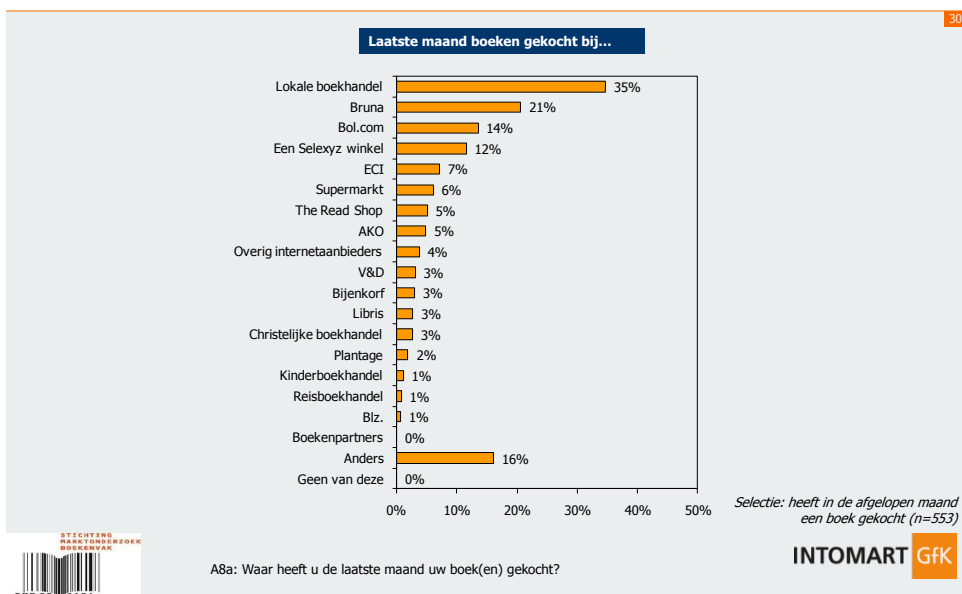
Ruim de helft van de boekenkopers bezoekt minimaal maandelijks de boekhandel; bijna de helft van de boekenkopers bezoekt minimaal maandelijks de internetboekhandel



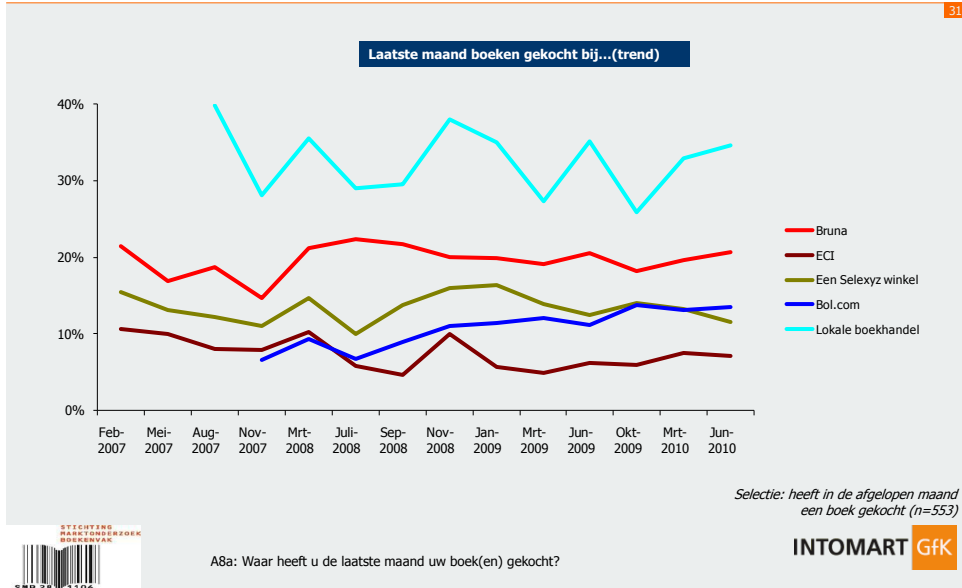
Mannen lezen vaker uit interesse in een specifiek onderwerp en wanneer ze een boek nodig hebben voor een hobby



Ruim een derde van de mensen die de afgelopen maand een boek hebben gekocht, hebben dat gedaan bij de lokale boekhandel



Marktaandelen wijzigen weinig; Bruna stijgt licht, Selexyz daalt; ten opzichte van juni 2009 zijn Bol.com en ECI gestegen



De persoonlijke bediening, goede adviezen van het personeel en de ligging ("dicht bij mij in de buurt") zijn belangrijke motieven om boeken bij de lokale boekhandel te kopen

32

Redenen om boeken te kopen

Basis: n=122 n=118 n=68 n=155 n=25

Redenen	Lokale boekhandel	Bruna	Een Selexyz winkel	Bol.com	Supermarkt
Veelal grote en ruime keuze	33%	22%	75%	60%	7%
Persoonlijke bediening	43%	4%	8%	0%	0%
Goede adviezen van het personeel	28%	6%	22%	0%	0%
Vaak leuke aanbiedingen	14%	22%	19%	27%	59%
Makkelijk te bereiken	33%	21%	29%	35%	20%
Dicht bij mij in de buurt	46%	50%	25%	0%	20%
Kom ik langs als ik aan het winkelen ben	32%	30%	13%	0%	36%
Ligt op route van mijn woon-werk verkeer	3%	6%	6%	0%	9%
Verkopen ook andere zaken, die ik vaak nodig heb, dan alleen boeken	9%	12%	6%	6%	33%
Verplicht lidmaatschap van een boekendub	0%	2%	0%	1%	0%
Boekenwinkel waarin ook postkantoor is gevestigd	2%	10%	0%	0%	0%
De boeken zijn er goedkoper	3%	2%	1%	19%	29%
Vanwege de snelle bezorging	2%	1%	4%	48%	0%
Anders	8%	2%	10%	10%	5%
Weet niet / kan niet zeggen	1%	3%	0%	1%	0%

○ = Hoogste percentage per aankoopplaats,
○ = Hoogste percentage per reden,
○ = Hoogste percentage aankoopplaats en reden.

Basis: heeft afgelopen maand een boek gekocht bij desbetreffende winkel

INTOMART GfK

A8b. Wat zijn de belangrijkste redenen om een boek te kopen bij...



Uitleg iconen die op de volgende sheets worden getoond

Leeswijzer



33



= Uitspraak die vooral bij vrouwen past



= Uitspraak die vooral bij mannen past

35-49

= Uitspraak die vooral bij de betreffende leeftijdscategorie past



= Uitspraak die vooral bij hoog opgeleide mensen past



= Uitspraak die vooral bij laag opgeleide mensen past

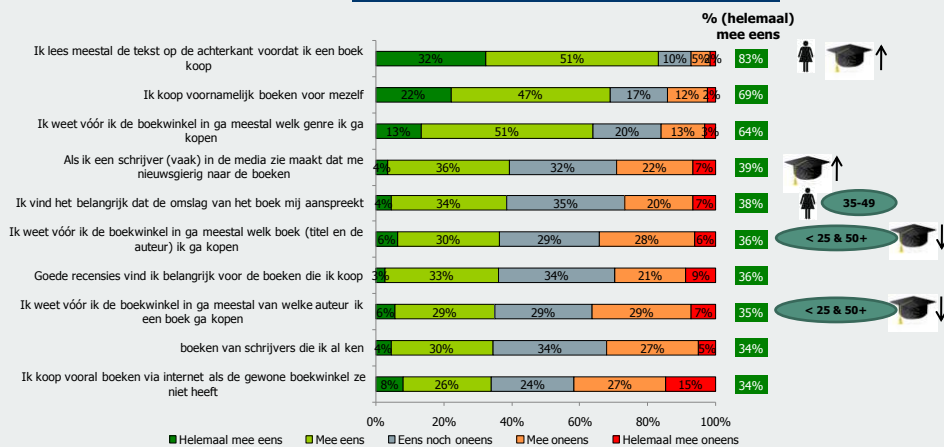


INTOMART GfK

Ruime meerderheid leest meestal de tekst op de achterkant van het boek; voor vrouwen is de tekst en een aansprekende omslag relatief belangrijk

De 10 meest kenmerkende uitspraken over boekenkopers

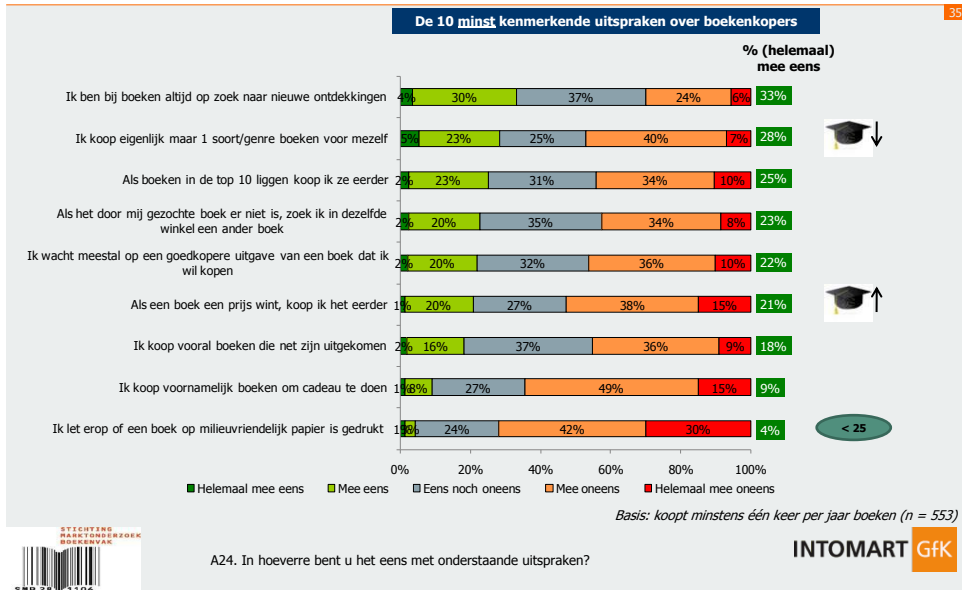
34



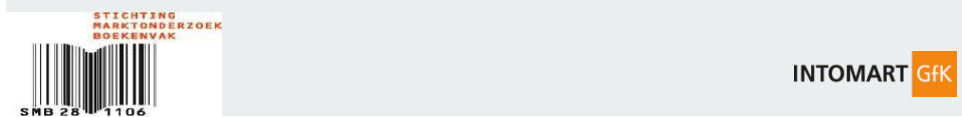
A24. In hoeverre bent u het eens met onderstaande uitspraken?

INTOMART GfK

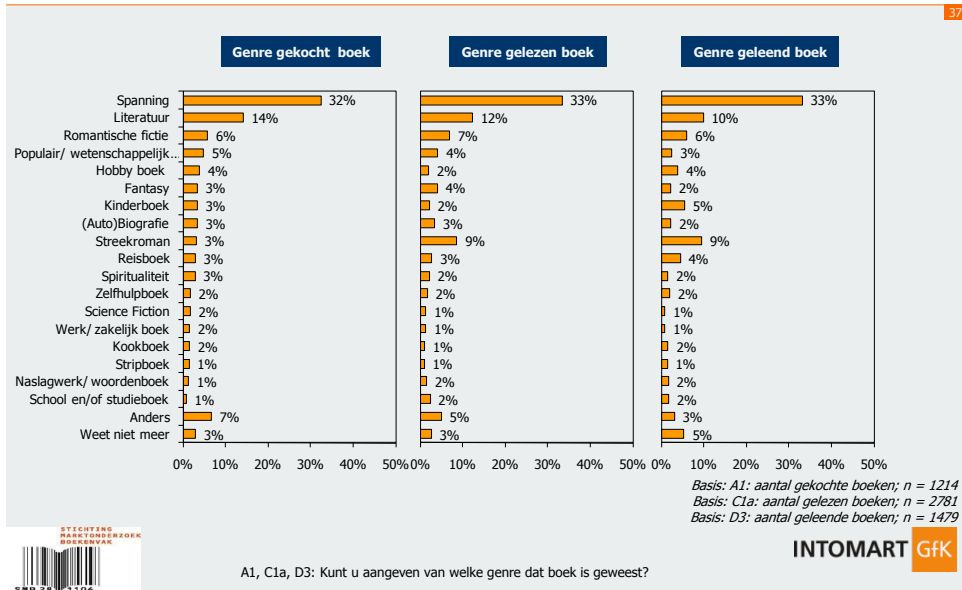
Milieuvriendelijkheid voor jongeren (< 25 jaar) relatief belangrijk; lager opgeleiden kopen meestal één soort of genre boeken voor zichzelf



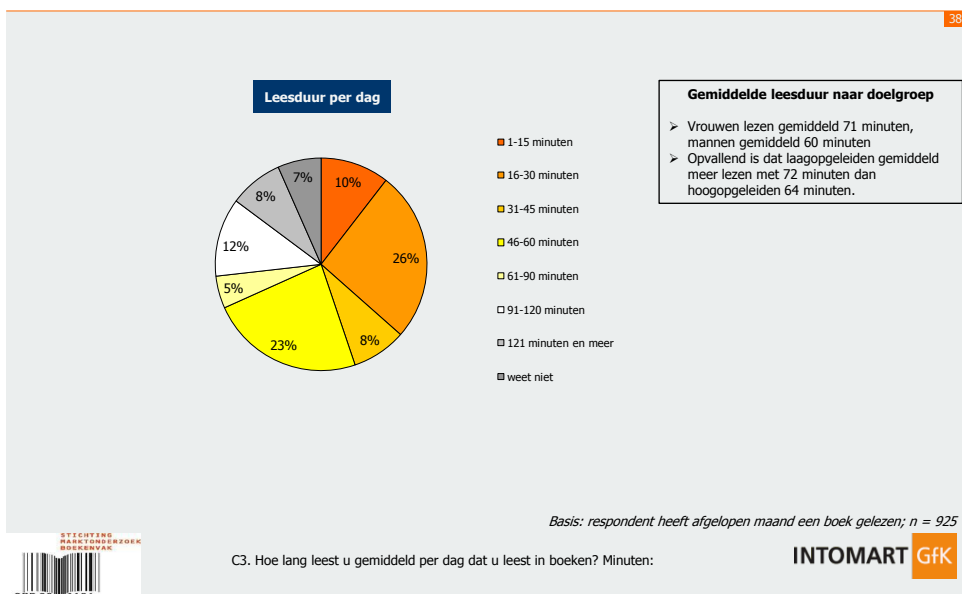
D Leesgedrag



Spanning is het meest gekochte en gelezen genre; literatuur wordt relatief vaak gekocht; de streekroman wordt minder gekocht dan gelezen



De mensen die in de afgelopen maand een boek gelezen hebben, lezen gemiddeld 66 minuten per dag dat ze lezen; ruim de helft van hen leest langer dan een half uur per leesdag



De gemiddelde boekenleestijd per week is 2,5 uur; vrouwen lezen in vergelijking met mannen meer dan tweemaal zo lang

39

Tabel gemiddelde leesduur verdeeld naar socio-demografische achtergrondkenmerken

Basis: Totaal	Totaal	Geslacht		Leeftijd				Opleiding		
		man	vrouw	< 25	25-34	35-49	50+	Laag	midden	Hoog
Gemiddelde boekenleestijd per week	2:31	1:40	3:25	2:16	1:58	2:11	3:15	2:24	2:16	3:12
Gemiddelde boekenleestijd per dag	0:21	0:14	0:29	0:19	0:16	0:18	0:27	0:20	0:19	0:27
Gemiddelde boekenleestijd per leesdag	1:06	0:59	1:11	1:05	0:54	0:57	1:18	1:12	1:05	1:04
Gemiddeld aantal leesdagen per week	2,3	1,7	2,9	2,1	2,2	2,3	2,5	2,0	2,1	3,0

Basis C2: totaal aantal respondenten n = 1315

Basis C3: heeft in de afgelopen maand een boek gelezen n = 925

C2. Hoe vaak leest u gemiddeld boeken?

C3. Hoe lang leest u gemiddeld per dag dat u leest in boeken? Minuten:

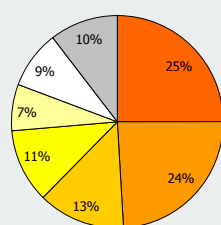
INTOMART GfK



Gemiddeld worden er 17 boeken per jaar gelezen waarvan er 7 nieuw (recent) gekocht of gekregen zijn; bij mannen is de helft van de boeken die ze gemiddeld lezen recent nieuw gekocht of gekregen, bij vrouwen is dat minder dan 40%

40

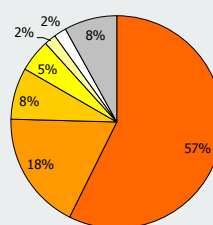
Lezen boeken per jaar



Gemiddelde:

- 17 boeken per jaar (totaal)
- Mannen: 14 boeken per jaar
- Vrouwen: 18 boeken per jaar

Waarvan nieuw recent gekocht of gekregen



Gemiddelde:

- 7 boeken per jaar (totaal)
- Mannen: 7 boeken per jaar
- Vrouwen: 7 boeken per jaar

Basis: heeft afgelopen maand een boek gelezen; n = 925

C4A. Hoeveel boeken leest u gemiddeld per jaar?

C4B. Hoeveel van deze boeken zijn nieuw (recent) gekocht of gekregen?

INTOMART GfK



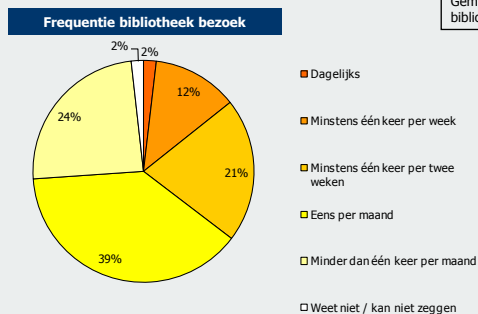
E Boeken lenen bij de bibliotheek



INTOMART GfK

Leners brengen gemiddeld 1,9 keer per maand een bezoek aan de bibliotheek; 12% van de leners komt minstens eenmaal per week in de bibliotheek

42



Gemiddelde: 1,9 bezoeken aan de bibliotheek per maand

Basis: allen die afgelopen maand bij de bibliotheek hebben geleend; n = 349

D1. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld de bibliotheek?

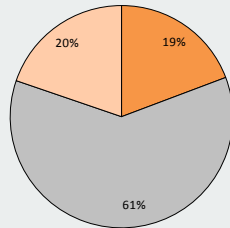


INTOMART GfK

Ruim 60% van de leners beslist pas in de bibliotheek welke boeken ze gaan lenen; mannen weten vaker van tevoren welk boek ze gaan lenen dan vrouwen

43

Keuze voor boek in bibliotheek



- Ik weet van te voren meestal al welk boek ik ga lenen
- Ik beslis meestal in de bibliotheek welk boek ik ga lenen
- Dat wisselt sterk / kan niet zeggen

Vooraf beslist over keuze boek naar doelgroep

- Mannen weten vaker vooraf welk boek ze gaan lenen bij de bibliotheek in vergelijking met vrouwen (24% versus 16%)

Basis: allen die afgelopen maand bij de bibliotheek hebben geleend; n = 349

D4. Weet u meestal van te voren welk boek u wilt lenen als u naar de bibliotheek gaat of maakt u die keuze meestal in de bibliotheek?

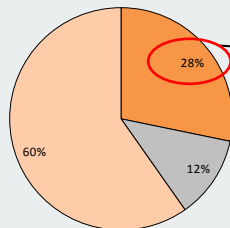
INTOMART GfK



Een kwart van de Nederlanders leent wel eens boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap; 12% leent wel eens boeken bij de bibliotheek via het lidmaatschap van iemand anders

44

Lenen bij bibliotheek



- Ja, via een eigen lidmaatschap
- Ja, via het lidmaatschap van iemand anders
- Nee

Lenen bij de bibliotheek via het eigen lidmaatschap naar doelgroep

- 21% van de mannen en 35% van de vrouwen leent boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap
- 42% van de jongeren (<25 jaar) leent boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap
- Binnen de leeftijdscategorie 25-34 jaar is het kleinste aandeel lid van de bibliotheek: 20% leent wel eens boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap

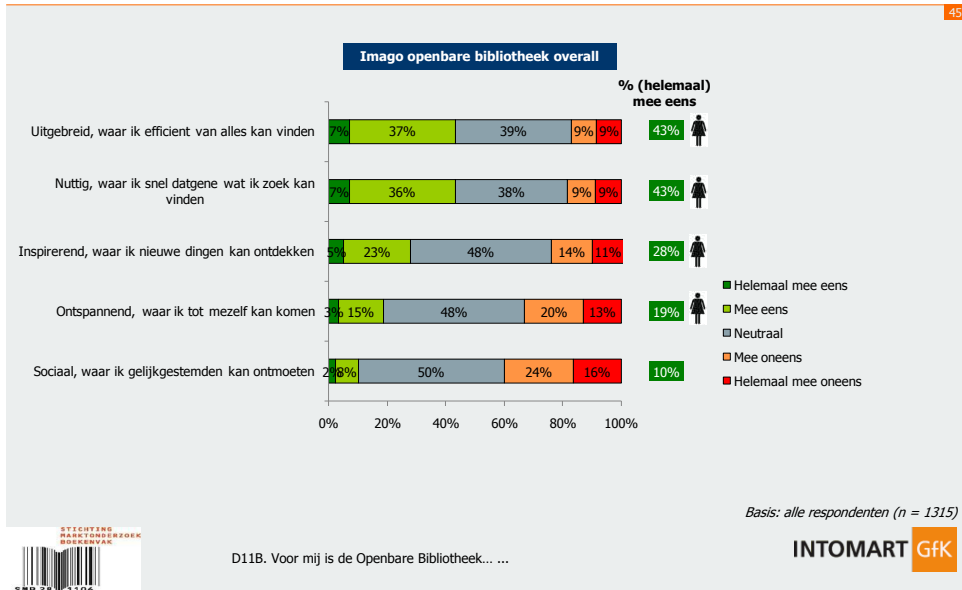
Basis: alle respondenten (n = 1315)

S6. Leent u wel eens boeken bij de bibliotheek?

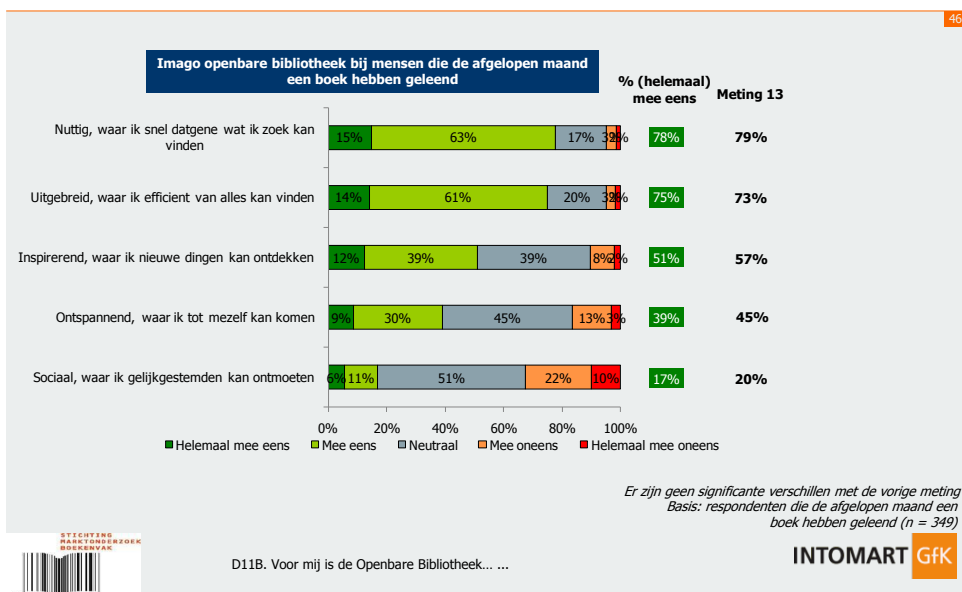
INTOMART GfK



Het overall imago van de openbare bibliotheek onder de Nederlanders is vooral nuttig en uitgebreid; sterker imago bij vrouwen dan bij mannen



Ook bij leners van de bibliotheek is het imago vooral nuttig en uitgebreid; ook vindt een meerderheid de openbare bibliotheek inspirerend

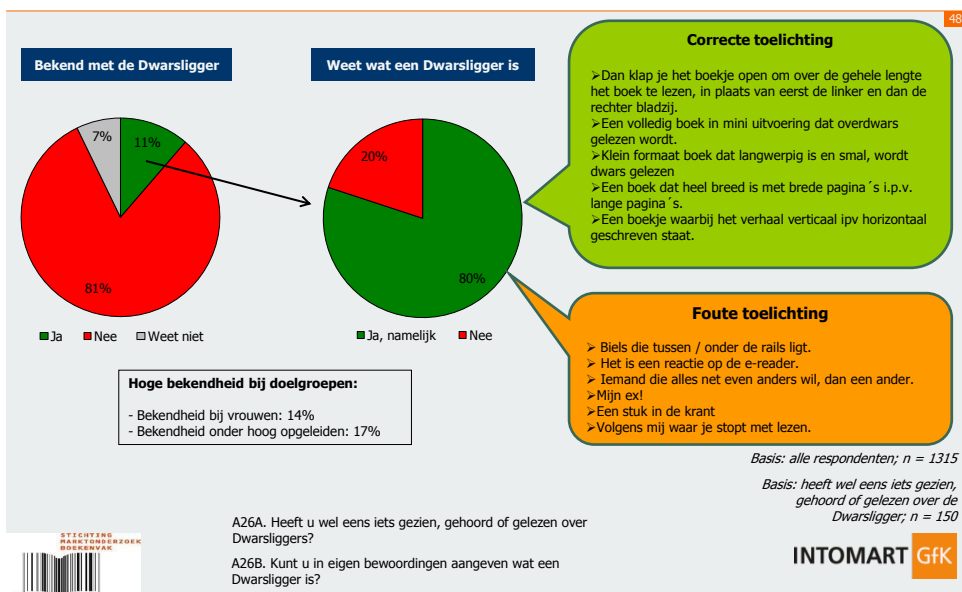


F De Dwarsligger



INTOMART GfK

11% heeft wel eens iets gehoord, gezien of gelezen over Dwarsliggers en van deze groep kan 80% ook uitleggen wat een Dwarsligger is, zij het niet allemaal correct...



Bijlage: Inleiding, onderzoeksdoel, -opzet en -verantwoording



Inleiding en onderzoeksdoel

Inleiding

In opdracht van GfK Benelux en de Stichting Marktonderzoek Boekenvak heeft Intomart GfK een onderzoek uitgevoerd onder consumenten naar het lees- en aankoopgedrag 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 boekkopers eruit?
- hoe ziet het leesgedrag van boekenlezers eruit?
- waarom kopen niet-kopers geen boeken?
- waarom lezen niet-lezers geen boeken?

Deze rapportage betreft de meting over juli 2010. Nieuw in dit onderzoek zijn de volgende thema's:

- Maand van het Spannende Boek 2010 (wel al eerder uitgevraagd in de meting van vorig jaar)
- Lezen tijdens de vakantie (vorig jaar in een andere vorm uitgevraagd)
- Profielen van de boekkoper aan de hand van stellingen
- Het imago van de bibliotheek binnen heel Nederland (de vorige meting alleen aan een selectie van respondenten gesteld)
- De Dwarsligger



Onderzoeksopzet en -verantwoording

51

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 1 juli t/m 5 juli 2010. 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

52

Responsverantwoording meting 14 (juli 2010):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen:	1999
Vragenlijst niet afgemaakt:	90
Afgevallen:	
Quotafail:	68
Vragenlijst niet geopend:	526

Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1315



INTOMART GfK

Onderzoeksopzet en -verantwoording

53

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