



## Boekenbranche

Kwantitatief onderzoek naar lees- en aankoopgedrag van boeken

April 2010  
Stefan Peters  
Ewout Witte  
(21547)



INTOMART GfK

## Inhoudsopgave

### 1 Conclusies

### 2 Resultaten

- A. De Boekenweek 2010
- B. E-boeken, luisterboeken en e-readers
- C. De boekhandel
- D. Genres
- E. Leesgedrag
- F. Boeken lenen bij de bibliotheek
- G. Kennis over het boekenaanbod

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



INTOMART GfK

## 1 Conclusies



INTOMART GfK

## Conclusies: de Boekenweek 2010

4

### **Boekenweekgeschenk blijft het bekendste onderdeel van de Boekenweek**

Niet alle onderdelen van de Boekenweek zijn even bekend bij het grote publiek. Het bekendst is – net als in 2009 – het Boekenweekgeschenk. Het gegeven dat je het geschenk ontvangt bij aankoop van minstens € 12,50 aan boeken is ook bij een meerderheid bekend. Dat je gratis met de trein mag reizen op vertoon van het Boekenweekgeschenk is bij bijna de helft van de mensen bekend. Deze resultaten zijn gelijk aan vorig jaar.

### **Bekendheid van het Boekenweek-cv neemt toe**

De bekendheid van het Boekenweek-cv is toegenomen ten opzichte van vorig jaar. Het thema van de Boekenweek (dit keer: "Titaantjes – opgroeien in de letteren") is minder bekend dan het thema van vorig jaar ("Tjelp, tjelp – de literaire Zoo").

### **Het Boekenweekgeschenk *Duel* ligt in 20% van de huishoudens**

Het Boekenweekgeschenk ("*Duel*" van Joost Zwagerman) ligt bij 20% van de mensen in huis. 13% heeft het zelf gekregen bij de aankoop van een boek, 3% heeft het cadeau gekregen en bij 4% ligt het in huis omdat iemand anders in het huishouden het heeft gekregen. Vrouwen hebben vaker het Boekenweekgeschenk gekregen bij de aankoop van een boek dan mannen.



INTOMART GfK

## Conclusies: e-boeken en e-readers

5

### Wederom toename bekendheid e-boek en e-reader

De bekendheid van het e-boek en de e-reader neemt nog steeds toe. Beide begrippen zijn inmiddels even bekend. De toename in bekendheid van de e-reader heeft zich sinds juli 2009 meer dan verdubbeld. Slechts 1 op de 5 mensen is niet bekend met de e-reader en het e-boek.

### Koopintentie e-boek neemt toe, leenintentie neemt iets af ten opzichte van november 2009

De aantrekkelijkheid om een boek als e-boek of luisterboek te lezen is ten opzichte van november 2009 niet toegenomen. Nog steeds vinden mannen en mensen met een hoge opleiding of hoog inkomen het e-boek het meest aantrekkelijk. De koopintentie van het e-boek is wel weer gestegen ten opzichte van november 2009. Dat lijkt ten koste te gaan van de koopintentie van het luisterboek die evenredig is gedaald. De leenintentie van een e-boek is afgenomen ten opzichte van november 2009. Binnen de groep 35-49 jarigen is de leenintentie het hoogst.

### Veel potentiële kopers wachten nog even met de aanschaf van een e-reader

Inmiddels heeft 3% een e-reader in bezit. Op basis van deze 3% kunnen nog geen onderscheidende doelgroepen worden gemaakt. Mensen die waarschijnlijk een e-reader gaan kopen maar dat nog niet gedaan hebben, wachten het liefst nog even tot de techniek zich wat verder heeft ontwikkeld en tot het apparaat goedkoper wordt. Als belangrijkste voordelen zien ze de compactheid van het apparaat en het hebben van een leuke gadget. Mensen die het apparaat niet verwachten aan te schaffen, missen vooral het vasthouden van en het bladeren door een boek wanneer ze via een e-reader boeken lezen.



INTOMART GfK

## Conclusies: boeken kopen (1)

6

### Internetboekhandels worden gemiddeld 16 keer per jaar bezocht

Gemiddeld kopen consumenten 5 keer per jaar een boek. Ze bezoeken de boekhandel gemiddeld 14 keer per jaar. Internetboekhandels worden nog vaker bezocht: gemiddeld 16 keer per jaar. De mensen die wel eens een internetboekhandel bezoeken, komen er gemiddeld 18 keer per jaar om zichzelf te oriënteren.

### Goedkopere boeken vaak een motief om bij ECI boeken te kopen

Een derde van de mensen die in maart een boek hebben gekocht, heeft dat onder meer gedaan bij de lokale boekhandel. 20% heeft boeken gekocht bij Bruna, 13% bij Selexyz en ook 13% bij Bol.com. In vergelijking met november 2009 zijn het Bruna en ECI die licht stijgen. De trend van de lokale boekhandel blijft grillig. Dat de boeken er goedkoper zijn, is voor 43% van de mensen die een boek bij ECI hebben gekocht, reden om daar een boek te kopen. Bij Bol.com is dat voor 22% van de kopers een koopmotief. Ruim de helft van de kopers, koopt bij Bol.com vanwege de snelle bezorging.

### 46% van de mensen verwacht bij een lagere boekenprijs meer boeken te gaan kopen

Bij een lagere boekenprijs verwacht 46% van de consumenten meer boeken te kopen dan ze nu al doen. Dit effect is bij vrouwen sterker dan bij mannen. Jongere mensen (<34 jaar) zijn in sterkere mate bereid meer boeken te kopen bij een verlaging van de boekenprijs dan oudere mensen.



INTOMART GfK

## Conclusies: boeken kopen (2)

7

### Bijna 40% heeft wel eens een Engelstalig boek gekocht; relatief veel mannen en jongeren

38% van de mensen die in de afgelopen maand een boek hebben gekocht, hebben wel eens een Engelstalig boek gekocht, 2% wel eens een Franstalig boek, 3% wel eens een Duitstalig boek en 3% een boek dat in een andere taal geschreven is. Onder de mensen die wel eens een Engelstalig boek hebben gekocht, bevinden zich relatief veel mannen, jongeren en mensen die in de grote steden woonachtig zijn.

### 5% van de gekochte boeken in de afgelopen maand is mede gekocht vanwege het Boekenweekgeschenk

Voor 47% van de gekochte boeken is een boek lezen ter ontspanning, reden om het boek te kopen. Voor 5% van de gekochte boeken in de afgelopen maand geldt dat deze (mede) is gekocht omdat er een gratis Boekenweekgeschenk bij gegeven werd.



INTOMART GfK

## Conclusies: de openbare bibliotheek & informatiebronnen

8

### Ruim 60% van de mensen bepaalt in de bibliotheek welke boeken ze gaan lenen

Een kwart van de mensen leent wel eens boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap. Meer vrouwen lenen boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap dan mannen. Ook jongeren (< 25 jaar) lenen relatief vaak via een eigen lidmaatschap. De meeste mensen die in de afgelopen maand (een) boek(en) hebben geleend bij de bibliotheek, komen er maandelijks. Het gemiddelde bibliotheekbezoek bedraagt 1,7 keer per maand. Ruim 60% van de mensen die in de afgelopen maand een boek bij de bibliotheek geleend hebben, beslist meestal pas in de bibliotheek welk boek ze gaan lenen.

### Openbare bibliotheek is vooral nuttig en uitgebreid

Bibliotheekbezoekers vinden de openbare bibliotheek vooral nuttig omdat ze snel vinden wat ze zoeken. Tevens vindt men het aanbod uitgebreid omdat ze er efficiënt van alles kunnen vinden. Ook vindt een meerderheid van de mensen die de afgelopen maand de bibliotheek hebben bezocht dat de openbare bibliotheek inspirerend is. De termen ontspannend en sociaal zijn volgens minder dan de helft van de bibliotheekbezoekers in verband te brengen met de openbare bibliotheek. Voor vrouwen is de bibliotheek vaker ontspannend dan voor mannen.

### Advertentie in een tijdschrift speelt het vaakst een rol bij de aankoop van boeken

Voor de boekhandel speelt de folder in de meeste gevallen een rol bij de kennis over het boekenaanbod. In zijn algemeenheid zijn vrienden, collega's, familie en kennissen nog steeds de belangrijkste informatiebron over het boekenaanbod. Van alle advertentievormen speelt een advertentie in een tijdschrift het vaakst (27%) een rol bij mensen die wel eens een boek hebben gekocht. Winkelletalages en advertenties in het krantje van de boekenwinkel spelen daarnaast voor veel boekkopers een rol (beide 21%).



INTOMART GfK

## 2 Resultaten



INTOMART GfK

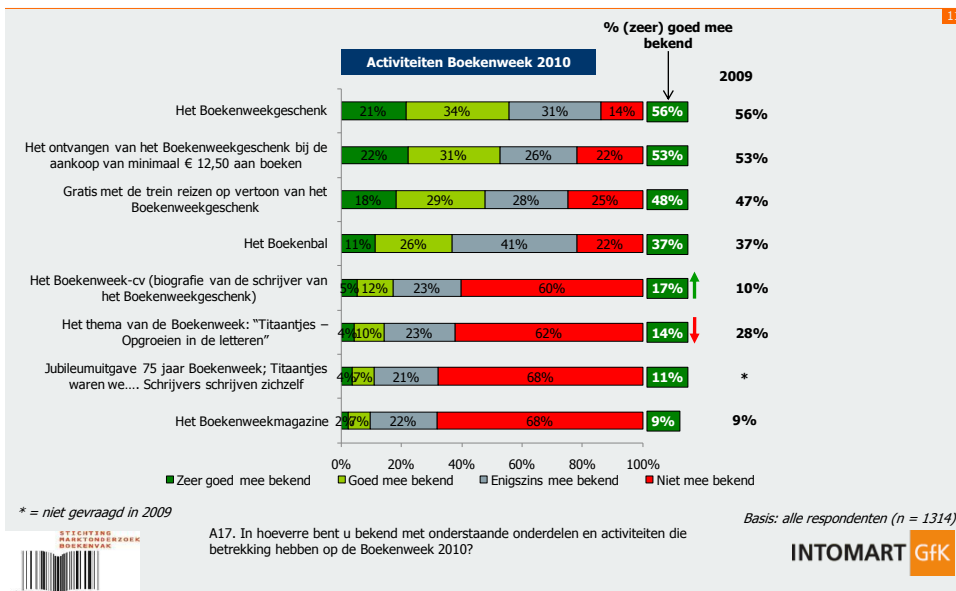
## A De Boekenweek 2010



INTOMART GfK

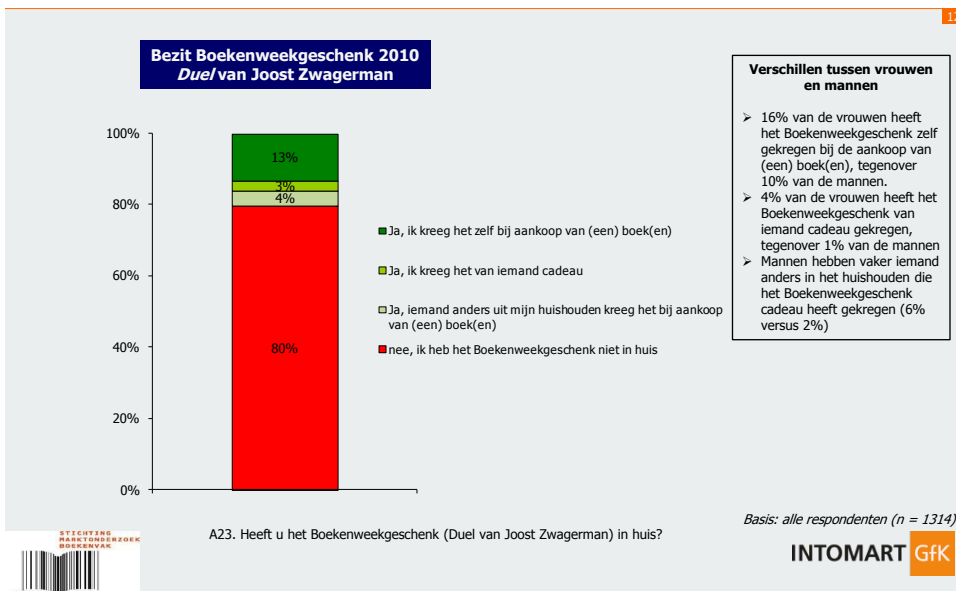
## Boekenweekgeschenk bij meerderheid bekend

Het Boekenweek-cv heeft meer bekendheid dan in 2009; het thema van de Boekenweek is bij minder mensen bekend in vergelijking met 2009



## 20% van de mensen heeft het Boekenweekgeschenk in huis

Vrouwen hebben het Boekenweekgeschenk vaker gekregen bij de aankoop van (een) boek(en) en hebben het ook vaker cadeau gekregen dan mannen



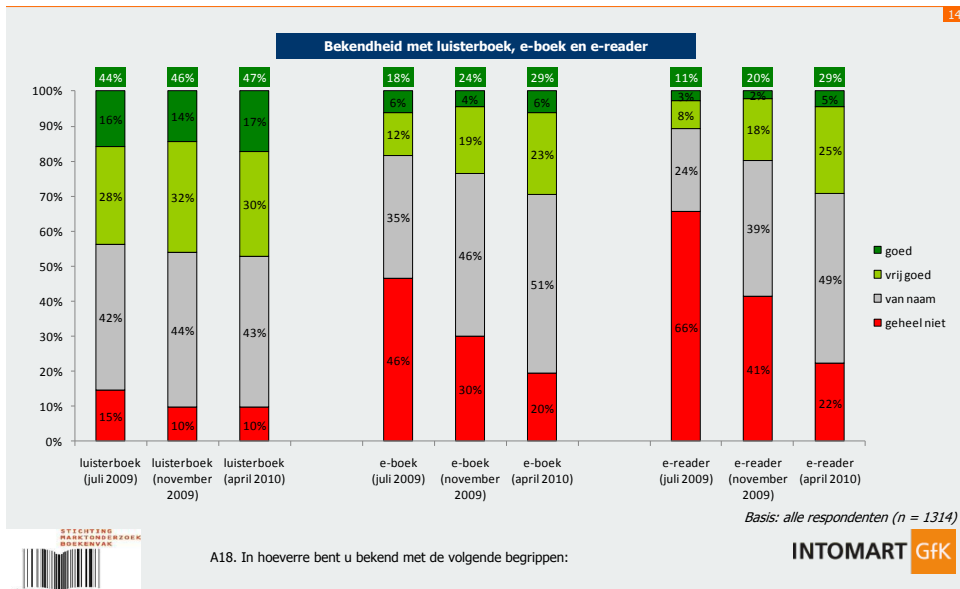
## B E-boeken, luisterboeken en e-readers



INTOMART GfK

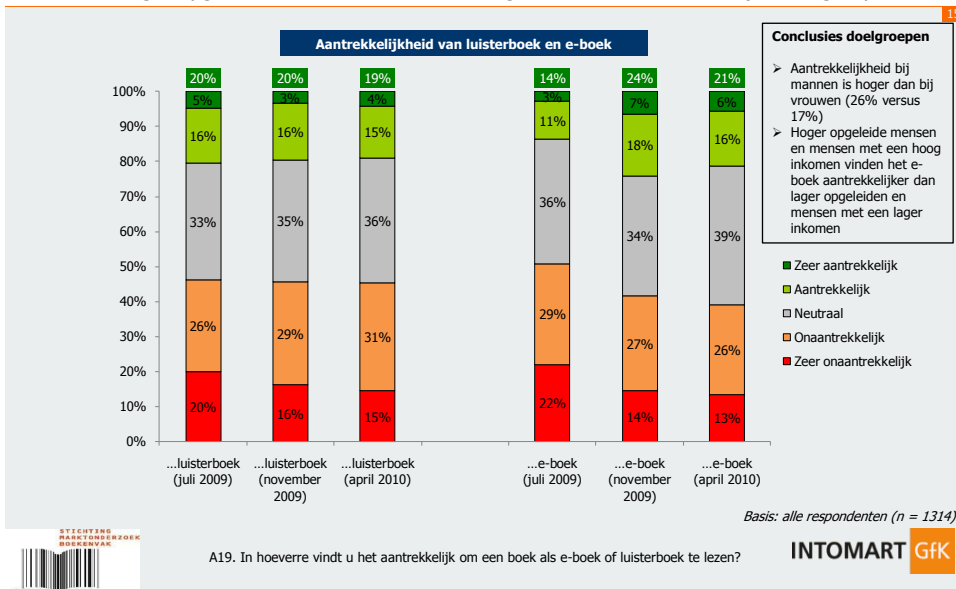
## Bekendheid van de e-reader neemt nog steeds sterk toe

De bekendheid van de e-reader is inmiddels gelijk aan de bekendheid van het e-boek; ook de bekendheid van het e-boek neemt toe, zij het iets minder sterk



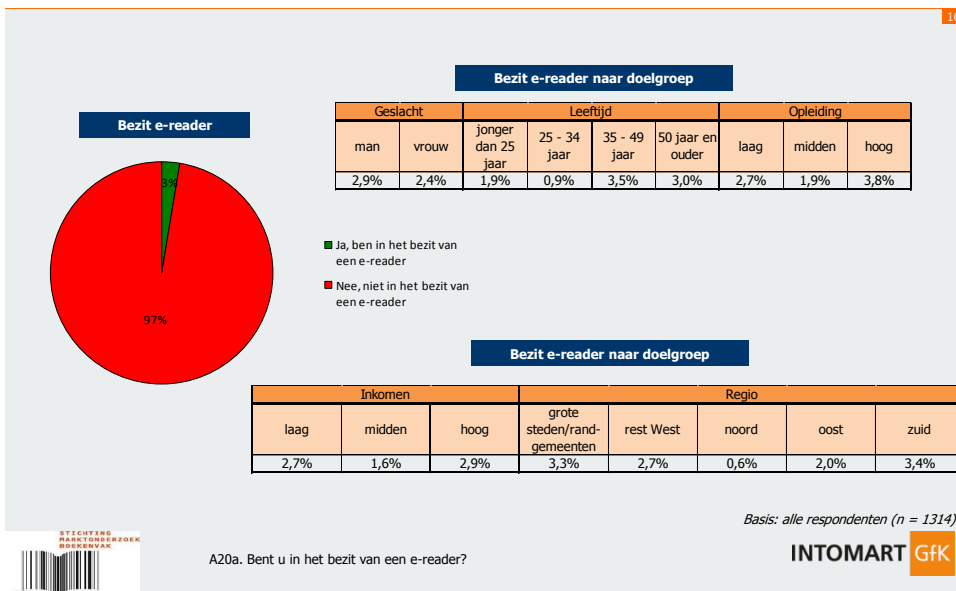
## Aantrekkelijkheid om boek als e-boek te lezen is niet toegenomen

De toegenomen aantrekkelijkheid in de metingen van juli en november kregen geen vervolg; mannen, hoger opgeleiden en mensen met een hoger inkomen meest kansrijke doelgroepen



## 3% bezit inmiddels een e-reader

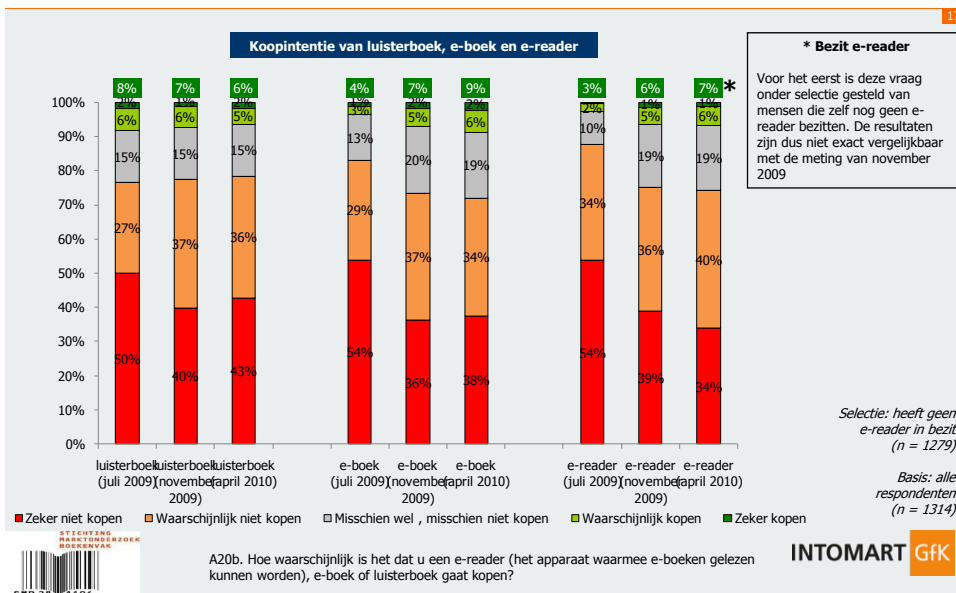
Gevonden verschillen tussen doelgroepen zijn niet significant





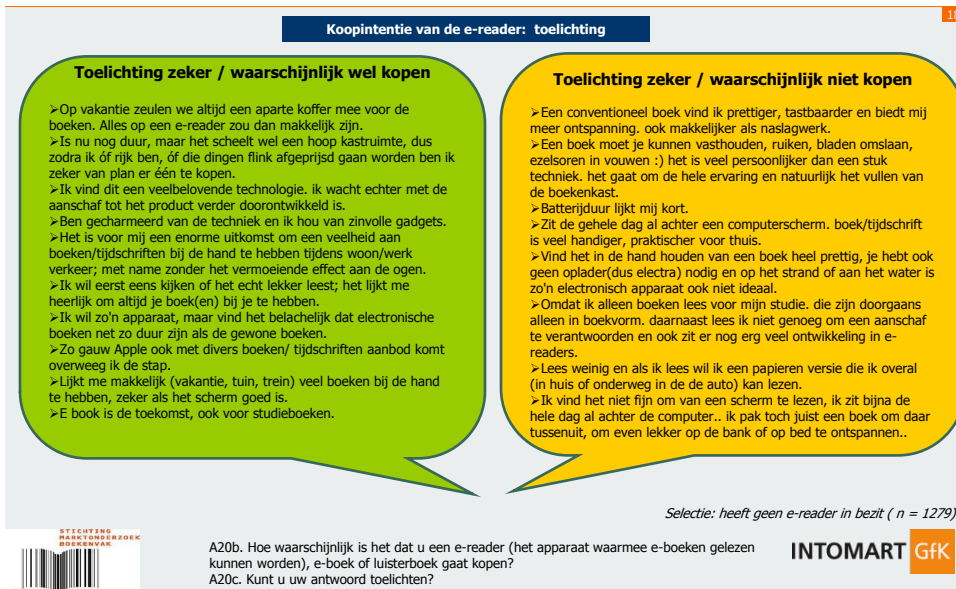
## Koopintentie van het e-boek is iets hoger dan in november

Bijna 10% is waarschijnlijk of zeker van plan een e-boek te kopen

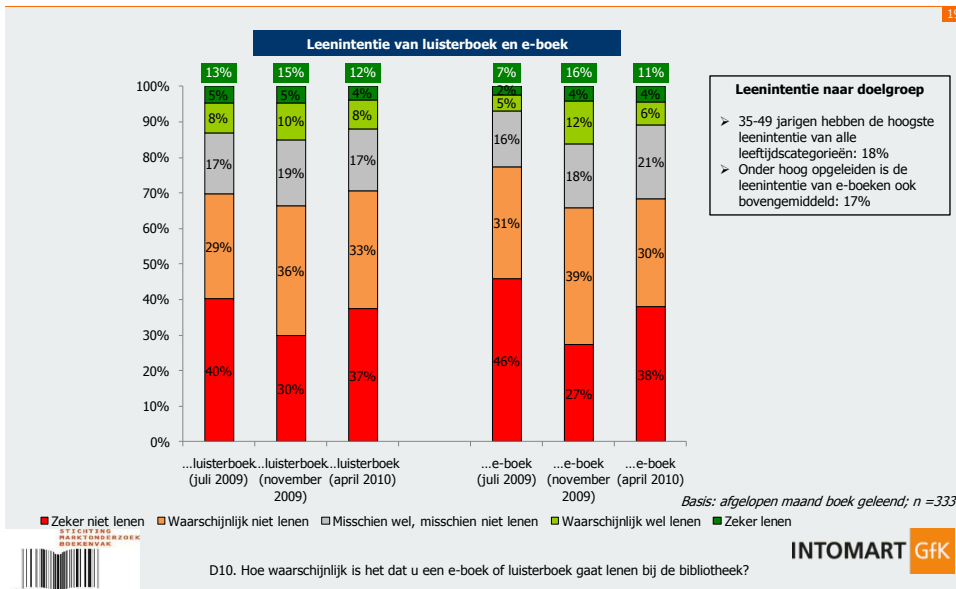


## Potentiele kopers wachten het liefst nog even

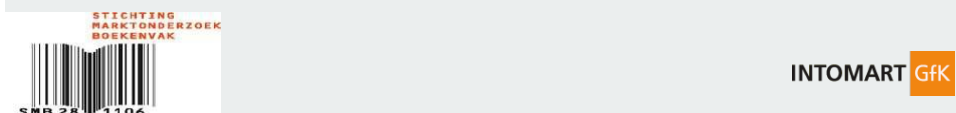
Het missen van het echte "leesgevoel" vaak genoemd als reden om geen e-reader te kopen



## Leenintentie e-boek is iets afgenomen ten opzichte van november 09



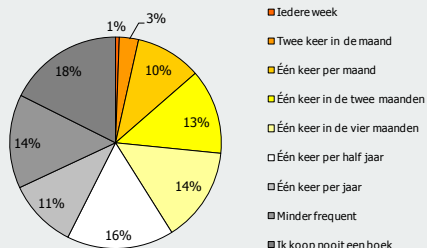
## **C** De boekhandel



## Gemiddelde consument koopt bijna 5x per jaar een boek

21

### Frequentie aanschaf boeken



### Aanschaffrequentie naar doelgroep

- Gemiddeld kopen consumenten 4,8 keer per jaar een boek
- Mannen kopen gemiddeld 4,6 keer per jaar een boek, vrouwen gemiddeld 4,9 keer per jaar
- Mensen die in de grote steden / randgemeenten wonen, kopen gemiddeld 6,5 keer per jaar een boek
- In de regio's Noord en Oost ligt het gemiddelde op respectievelijk 4,1 en 4,2

Basis: alle respondenten (n = 1314)

INTOMART GfK

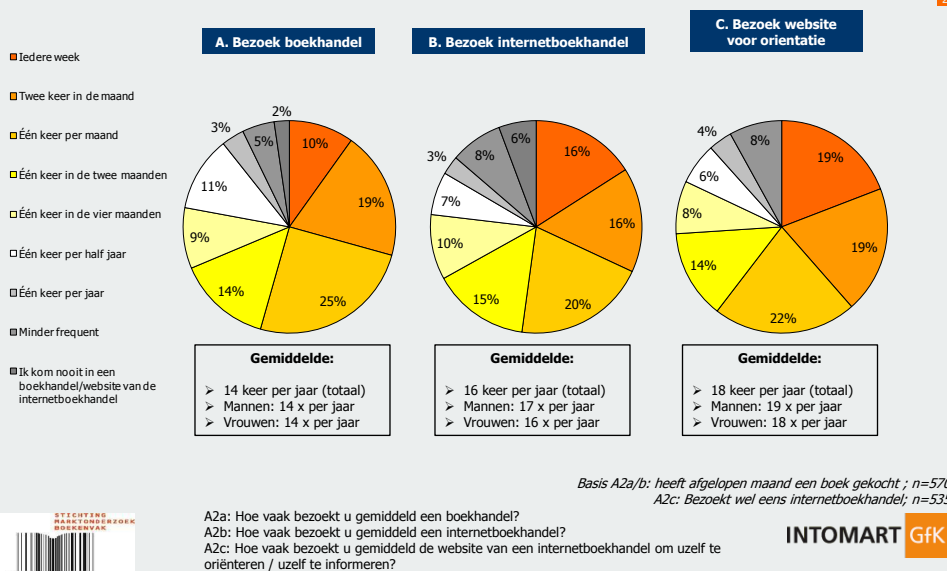
A2. Hoe vaak koopt u in de regel een boek?



## Internetboekhandel wordt vaker bezocht dan reguliere boekhandel

Grootste groep komt eenmaal per maand in de boekhandel of internetboekhandel

22

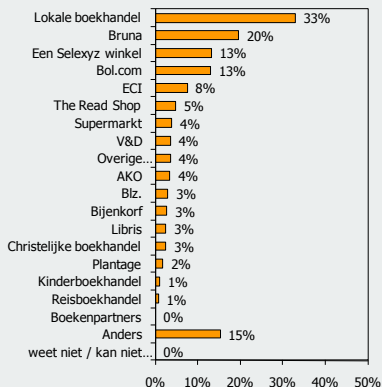


## 33% heeft in maart boeken bij de lokale boekhandel gekocht

Daarna hebben de meeste mensen boeken bij Bruna, Selexyz en Bol.com gekocht

23

Laatste maand boeken gekocht bij...



Selectie: heeft in de afgelopen maand een boek gekocht (n=570)

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

INTOMART GfK

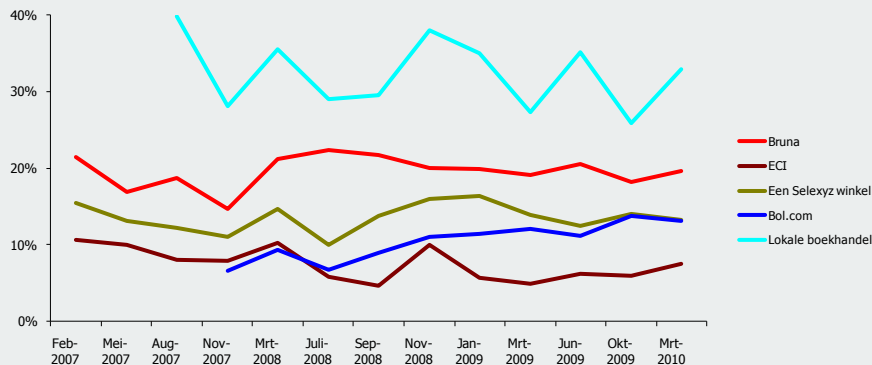


## Grillige trend voor de lokale boekhandel

ECI stijgt geleidelijk, aandeel Bruna is ook licht verbeterd ten opzichte van oktober 2009

24

Laatste maand boeken gekocht bij...(trend)



Selectie: heeft in de afgelopen maand een boek gekocht (n=570)

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

INTOMART GfK



## Bij de ECI zijn koopt 43% omdat boeken er goedkoper zijn

Circa de helft koopt bij Bol.com vanwege de snelle bezorging

25

### Redenen om boeken te kopen

Redenen	Basis: n=120 n=72 n=60 n=153 n=146				
	Bruna	ECI	Een Selexyz winkel	Bol.com	Lokale boekhandel
Veelal grote en ruime keuze	21%	30%	82%	55%	42%
Persoonlijke bediening	19%	3%	13%	2%	38%
Goede adviezen van het personeel	11%	3%	11%	1%	30%
Vaak leuke aanbiedingen	27%	51%	11%	22%	8%
Makkelijk te bereiken	34%	14%	27%	36%	34%
Dicht bij mij in de buurt	58%	7%	30%	3%	47%
Kom ik langs als ik aan het winkelen ben	31%	3%	29%	0%	28%
Ligt op route van mijn woon-werk verkeer	13%	0%	5%	0%	2%
Verkopen ook andere zaken, die ik vaak nodig heb, dan	17%	5%	8%	8%	8%
Verplicht lidmaatschap van een boekenclub	0%	53%	0%	1%	0%
Boekenwinkel waarin ook postkantoor is gevestigd	10%	0%	0%	1%	1%
De boeken zijn er goedkoper	0%	43%	2%	22%	4%
Vanwege de snelle bezorging	0%	27%	2%	52%	3%
Anders	4%	4%	7%	12%	7%
Weet niet / kan niet zeggen	1%	0%	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



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

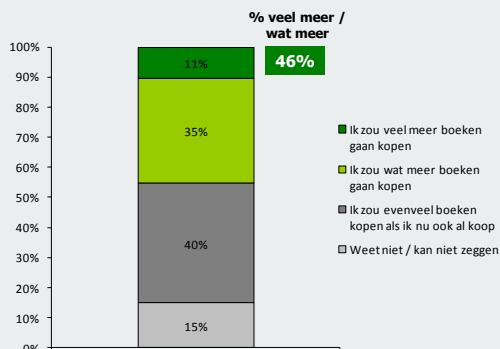
INTOMART GfK

## 46% zal meer boeken kopen als de boekenprijs wordt verlaagd

Prijsverlaging heeft vooral effect op de boekenverkoop bij vrouwen en jongeren

26

### Reactie op verlaging van boekenprijs



### Reactie op verlaging boekenprijs naar doelgroep

- Bij vrouwen heeft een verlaging van de boekenprijs een sterker effect dan bij mannen
- Meer dan de helft van de mannen zou even veel boeken blijven kopen
- Een meerderheid van de vrouwen (51%) zal veel of wat meer boeken gaan kopen
- Jongeren (<34 jaar) zullen in vergelijking met ouderen eerder meer boeken gaan kopen

Basis: alle respondenten (n = 1314)



B4A. Stel dat de prijs van de boeken in z'n algemeenheid verlaagd zou worden, in hoeverre zou u dan meer, minder of evenveel boeken kopen als u nu ook al doet?

INTOMART GfK

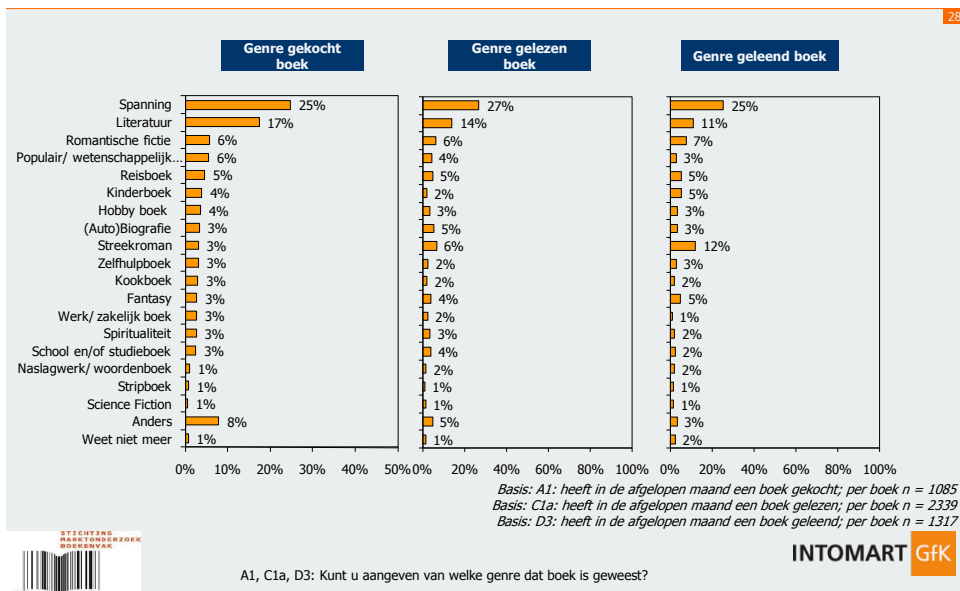
## D Genres



INTOMART GfK

## De streekroman wordt relatief vaak geleend bij de bibliotheek

Het populair wetenschappelijk boek is een genre dat relatief veel gekocht wordt

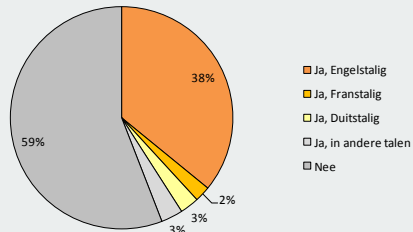


## Ruim eenderde van de kopers koopt wel eens Engelstalige boeken

Engelstalige boeken relatief vaak gekocht door mannen, jongeren en mensen die in de grote steden wonen

29

### Boeken in andere talen



### Boeken in andere talen naar doelgroep

- Mannen kopen vaker Engelstalige boeken dan vrouwen (43% versus 34%)
- 59% van de jongeren (< 25 jaar) koopt Engelstalige boeken, bij 50+ is dat 28%
- Boekenkopers in de grote steden kopen vaker Engelstalige boeken dan boekenkopers in andere delen van Nederland

Basis: Heeft afgelopen maand een boek gekocht; n = 570

A1B. Koopt u wel eens boeken in andere talen dan Nederlands?

INTOMART GfK



## E Leesgedrag

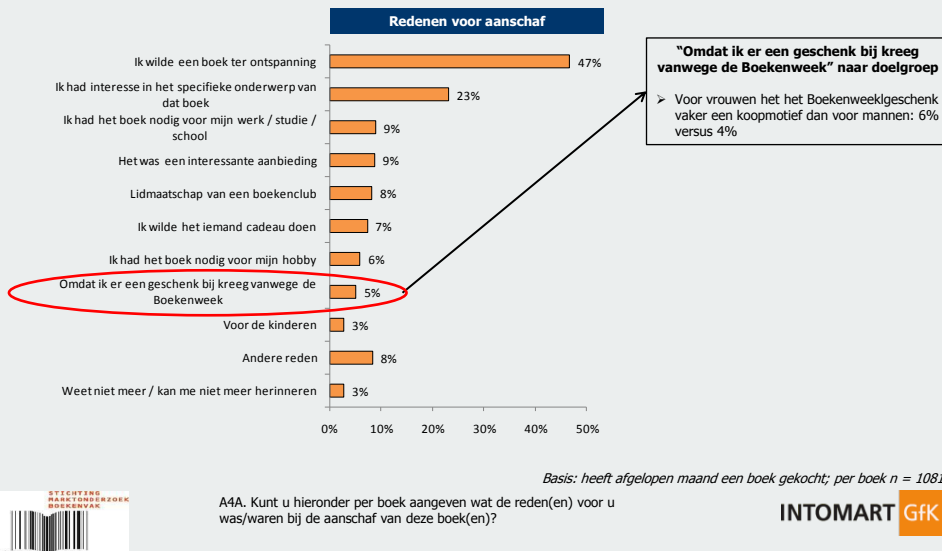


INTOMART GfK

## Boekenweekgeschenk voor 5% van de gekochte boeken een koopmotief

Voor vrouwen is het Boekenweekgeschenk vaker koopmotief dan voor mannen

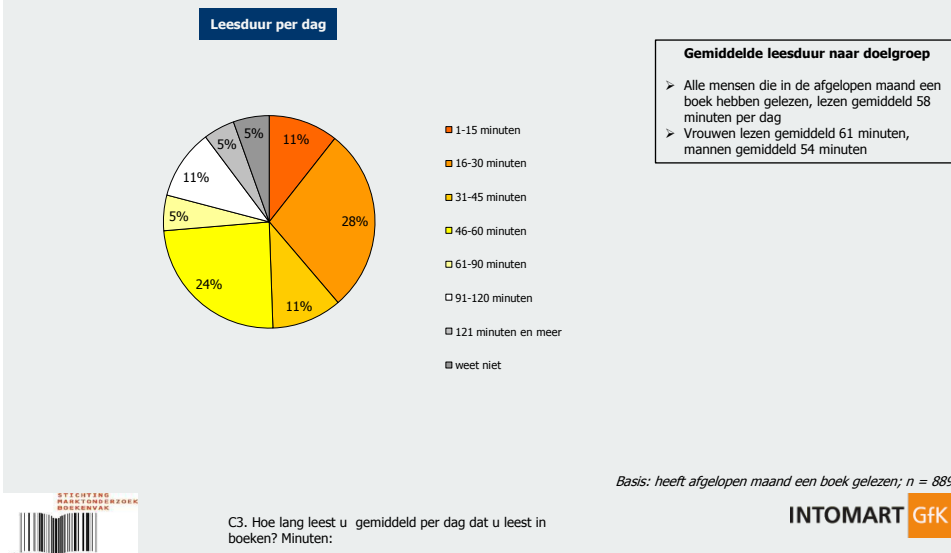
31



## 16-30 minuten lezen per dag komt het vaakst voor

Gemiddeld lezen de mensen die in de afgelopen maand een boek hebben gelezen 58 minuten per dag

32



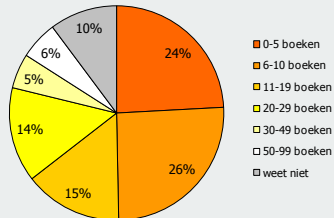


## Gemiddeld worden er 15 boeken per jaar gelezen...

...waarvan er 6 nieuw (recent) gekocht of gekregen zijn

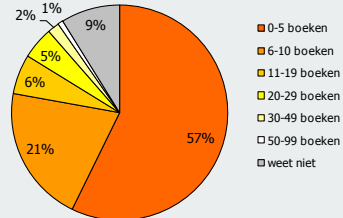
33

Lezen boeken per jaar

**Gemiddelde:**

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

Waarvan nieuw recent gekocht of gekregen

**Gemiddelde:**

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

Basis: heeft afgelopen maand een boek gelezen; n = 889



C4A. Hoeveel boeken leest u gemiddeld per jaar?  
C4B. Hoeveel van deze boeken zijn nieuw (recent) gekocht of gekregen?

INTOMART GfK

## F Boeken lenen bij de bibliotheek

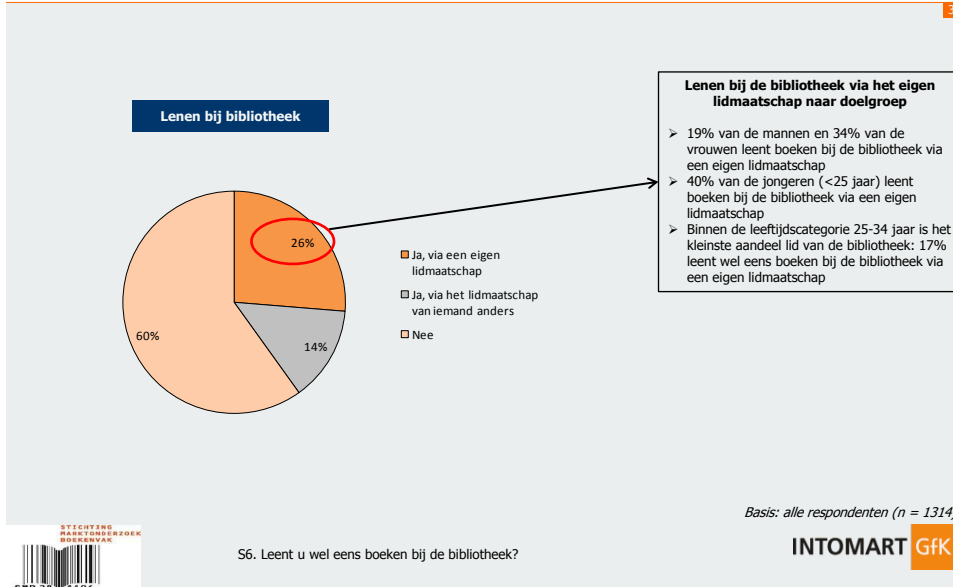


INTOMART GfK

## Een kwart leent wel eens boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap

14% leent wel een boeken bij de bibliotheek via het lidmaatschap van iemand anders

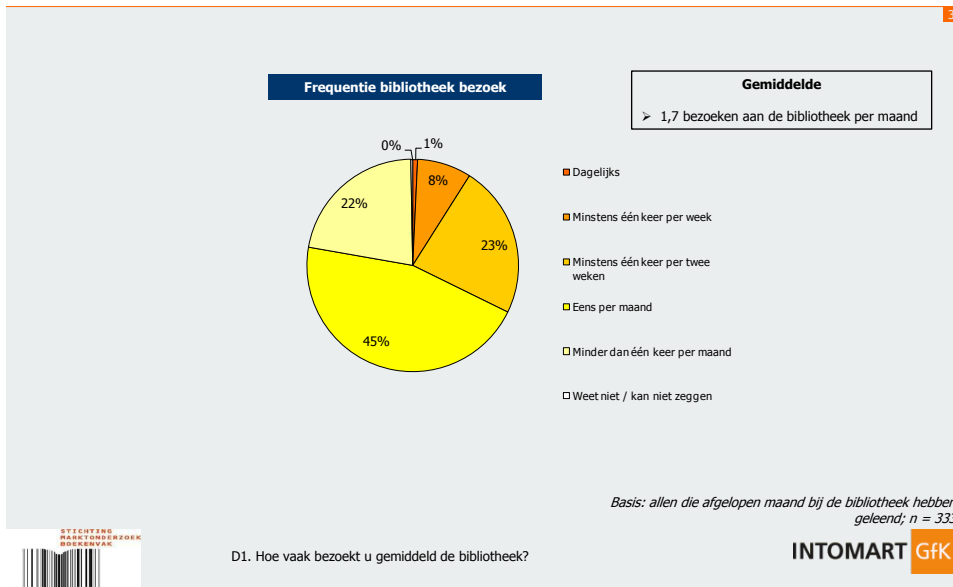
35



## Gemiddeld bezoekt men de bibliotheek 1,7 keer per maand

Bijna de helft van de bezoekers komt er eenmaal per maand, eenderde bezoekt de bibliotheek frequenter

36

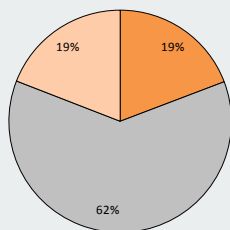


## Ruim 60% beslist pas in de bibliotheek welke boeken ze gaan lenen

Mannen weten vaker van tevoren welk boek ze gaan lenen

37

### 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 beslissen over keuze boek naar doelgroep

- Mannen weten vaker vooraf welk boek ze gaan lenen bij de bibliotheek in vergelijking met vrouwen (27% versus 14%)

Basis: allen die afgelopen maand bij de bibliotheek hebben geleend; n = 333

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



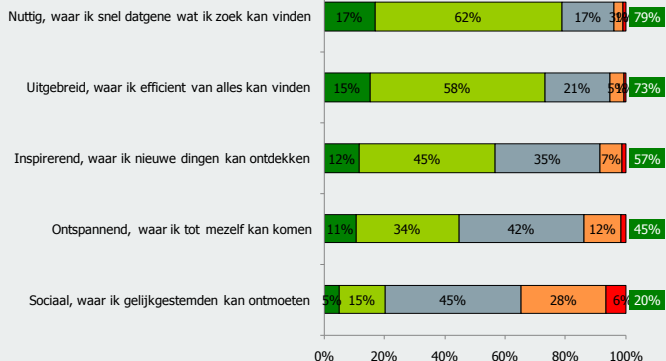
## Openbare bibliotheek is vooral nuttig en uitgebreid

Het sociale aspect van de openbare bibliotheek wordt minder herkend; voor vrouwen is het vaker ontspannend dan voor mannen (50% versus 35%)

38

### Imago openbare bibliotheek

% (helemaal mee eens)



### Imago openbare bibliotheek naar doelgroep

- Voor vrouwen is de bibliotheek vaker ontspannend dan voor mannen (50% versus 35%)

- Mee eens
- Neutraal
- Mee eens
- Helemaal mee oneens

Basis: allen die afgelopen maand bij de bibliotheek hebben geleend; n = 333

D11B. Voor mij is de Openbare Bibliotheek... ..

INTOMART GfK



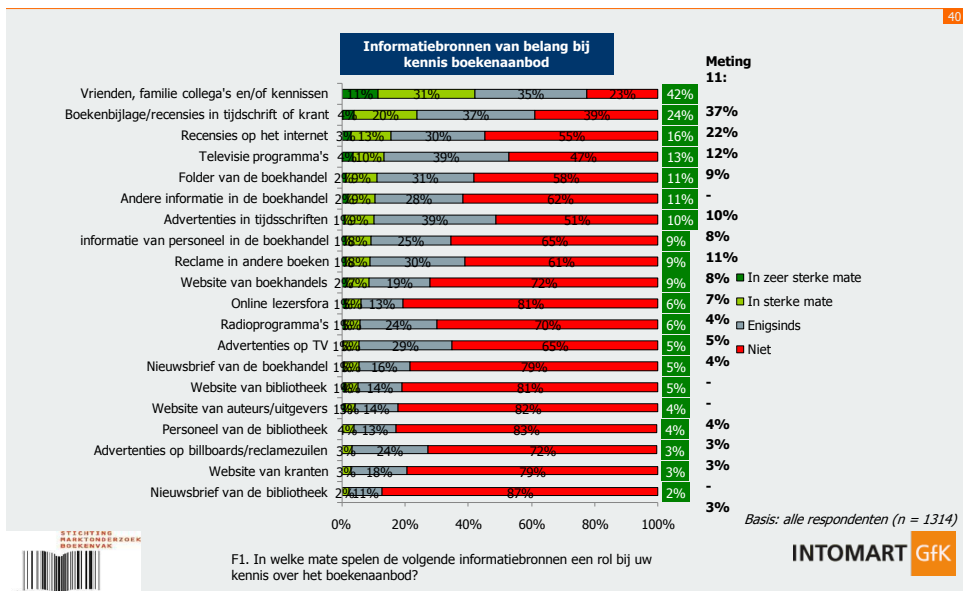
## G Kennis over het boekenaanbod



INTOMART GfK

## Folder is voor de boekhandel de belangrijkste informatiebron

Vrienden, familie, collega's & kennissen belangrijkste informatiebron



## Advertenties in tijdschriften spelen voor de meeste mensen een rol bij de aankoop van een boek

Winkelatalages en advertenties in het krantje van de winkel spelen daarnaast vaak een rol

41

### Rol van diverse reclamesoorten bij de aankoop van een boek



Basis: koopt wel eens een boek n = 1083

### Reclamesoorten naar doelgroep

- Mannen worden relatief goed bereikt met een advertentie in de krant, reclame op de radio en reclame op het internet
- Vrouwen worden relatief goed bereikt met een folder in een ander boek, een sticker op het boek en een advertentie in het magazine of krantje van de winkel
- Jongeren (<25 jaar) worden relatief goed bereikt door middel van buitenreclame



F2B. Wilt u aangeven welke van de onderstaande reclamesoorten wel eens een rol hebben gespeeld bij aankoop van een boek?

INTOMART GfK

42

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



INTOMART GfK

## Inleiding en onderzoeksdoel

43

### 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 boekencopers 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 april 2010. Nieuw in dit onderzoek zijn de volgende thema's:

- De Boekenweek
- E-boeken, luisterboeken en e-readers → effecten over tijd na 3 meetperiodes
- Imago van de openbare bibliotheek
- Aantal boeken lezen per jaar
- Bezoeken van (internet)boekhandels voor aankoop en oriëntatie
- Rol van reclamesoorten
- Effect van een lagere boekenprijs



INTOMART GfK

## Onderzoekopzet en -verantwoording

44

### 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 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 gequoteerd op:

- n = 500 consumenten die de afgelopen maand een boek gelezen hebben
- n = 500 consumenten die de afgelopen maand een boek gekocht hebben
- n = 500 consumenten die de afgelopen maand een boek geleend hebben bij de bibliotheek
- De cellen kunnen niet exact afgestopt worden aangezien er een overlap is in lezers en kopers.



INTOMART GfK

## Onderzoeksopzet en -verantwoording

45

### Responsverantwoording meting 13 (april 2010):

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

**Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1314**



INTOMART GfK

## Onderzoeksopzet en -verantwoording

46

### 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