



Boekenbranche

Kwantitatief onderzoek naar lees- en aankoopgedrag van boeken

April 2009
Stefan Peters
Ewout Witte
(20686)



INTOMART GfK

Inhoudsopgave

1 Conclusies

2 Resultaten

- A Boekenweek
- B Effect recessie op de boekenbranche
- C Genres
- D Aankoopplaatsen
- E Motieven
- F Trends

Bijlage I: Inleiding en onderzoeksverantwoording

Bijlage II: Onderzoeksopzet



INTOMART GfK

1 Conclusies



INTOMART GfK

Conclusies Boekenweek

Consumenten hebben minder geld aan boeken uitgegeven tijdens de Boekenweek in vergelijking met vorig jaar. Toch lijkt er verbetering zichtbaar te zijn in het bestedingspatroon van de consument: ze geven aan dat de invloed van de crisis minder is dan in januari en de intentie om in het komende half jaar boeken te kopen - zowel onder kopers als niet-kopers - is ten opzichte van januari verbeterd.

Boekenweekgeschenk het bekendste element van de Boekenweek

Het Boekenweekgeschenk en het gegeven dat het Boekenweekgeschenk gratis gegeven wordt bij een besteding van €11,50 of meer aan boeken, zijn de bekendste elementen van de Boekenweek. Dat je op vertoon van het Boekenweekgeschenk gratis met de trein mag reizen is bij bijna de helft van de consumenten bekend. 37% van de consumenten is (zeer) goed bekend met het Boekenbal en 28% is bekend met het thema van de Boekenweek (*TJIELP, TJIELP – De literaire zoo*).

Boekenweekessay, Boekenweekmagazine en Boekenweek-cv minder bekende thema's bij consumenten

Minder bekende thema's van de Boekenweek zijn het Boekenweekessay, het Boekenweek-cv en het Boekenweekmagazine. Dat je 25% korting krijgt bij dierenparken wanneer je tijdens de Boekenweek een boek leent is ook slechts bij een klein deel van de consumenten bekend. Over het algemeen zijn jongeren en lager opgeleiden minder bekend met de verschillende thema's van de Boekenweek dan ouderen en hoger opgeleiden.



INTOMART GfK

Conclusies de boekenbranche en de recessie

Minder uitgaven tijdens de Boekenweek dan in 2008...

Van alle consumenten die tijdens de Boekenweek geld hebben uitgegeven aan boeken, geeft 13% aan meer geld te hebben uitgegeven dan vorig jaar. De groep die aangeeft minder te hebben uitgegeven is groter: 29%(!). Het overige deel heeft ongeveer even veel geld uitgegeven of weet het niet meer.

...toch lijkt er verbetering zichtbaar te zijn in het bestedingspatroon van consumenten...

De groep consumenten die in het komende half jaar meer geld aan boeken verwacht te besteden in vergelijking met het afgelopen half jaar is bijna net zo groot als de groep consumenten die minder geld aan boeken verwacht te besteden in het komende half jaar. Een flinke verbetering ten opzichte van januari alhoewel er toen naar de afgelopen (en komende) maand werd gevraagd. Toch was het nadelige verschil veel groter dan dat het nu is en vallen de decembermaand én de Boekenweek - twee belangrijke piekmomenten in de boekenverkoop - in het afgelopen half jaar. Er lijkt dus verbetering zichtbaar te zijn en dat is ook terug te zien in de invloed van de economische situatie op de besteding aan boeken.

...en neemt de invloed van de economische situatie op de besteding aan boeken af

Waar in januari nog 15% van de boekenkopers aangaf dat de economische situatie aanleiding was minder aan boeken te besteden, ligt dat percentage nu op 11%. De invloed van de huidige economische situatie op bestedingen in het algemeen daalde daarnaast van 17% naar 14%. Er zijn dus twee positieve ontwikkelingen zichtbaar:

1. het verschil in bezuinigingen op boeken en bezuinigingen in het algemeen neemt toe ten gunste van het boek
2. de huidige economische situatie is minder van invloed op de bestedingen aan boeken dan in januari



INTOMART GfK

Conclusies (trends)

De lokale boekhandel heeft het zwaar tijdens de Boekenweek

De Boekenweek leidt niet tot zeer grote verschuivingen in de retailaandelen; alleen het aandeel van de lokale boekhandel neemt sterk af. Onder lokale boekhandels kunnen zich ook winkels bevinden die wel bij een keten horen maar bij consumenten niet als zodanig bekend zijn. Een mogelijke verklaring is dat deze ketens zich tijdens de Boekenweek beter profileren. Bol.com heeft een licht stijgend aandeel over de laatste vier metingen. Bruna is het sterkst gestegen als favoriete aankoopplaats. Ook hier is de lokale boekhandel de sterkste daler. Selexyz is ten opzichte van de vorige meting opmerkelijk veel vaker genoemd als secundaire aankoopplaats ("waar koopt u nog wel eens meer uw boeken?"). Dit lijkt iets ten koste te gaan van het aandeel van Selexyz op de totale boekenverkoop: deze daalt licht. Bruna en de lokale boekhandel stijgen als secundaire aankoopplaats ten opzichte van de vorige meting; V&D daalt.

Lezen en kopen van fictie neemt toe tijdens de Boekenweek

Fictie wordt tijdens en rond de Boekenweek vaker gelezen en gekocht dan tijdens de vorige meting. Dit gaat vooral ten koste van non-fictie. De twee grootste genres - spanning en literatuur - zijn zowel meer gelezen als gekocht in vergelijking met januari. Kennelijk wakkert de Boekenweek de koopintentie onder niet-kopers aan: de 42% niet-kopers die aangeven tijdens het komende half jaar een boek te kopen is fors hoger dan de 26% van januari. Een andere mogelijke verklaring is dat er deze meting veel niet-kopers zijn die normaalgesproken wel boeken kopen. De koopintentie onder niet-kopers is immers nog nooit zo hoog geweest. Dit kan een effect van de recessie zijn waarin veel consumenten aankoopbeslissingen uitstellen.



INTOMART GfK

2 Resultaten



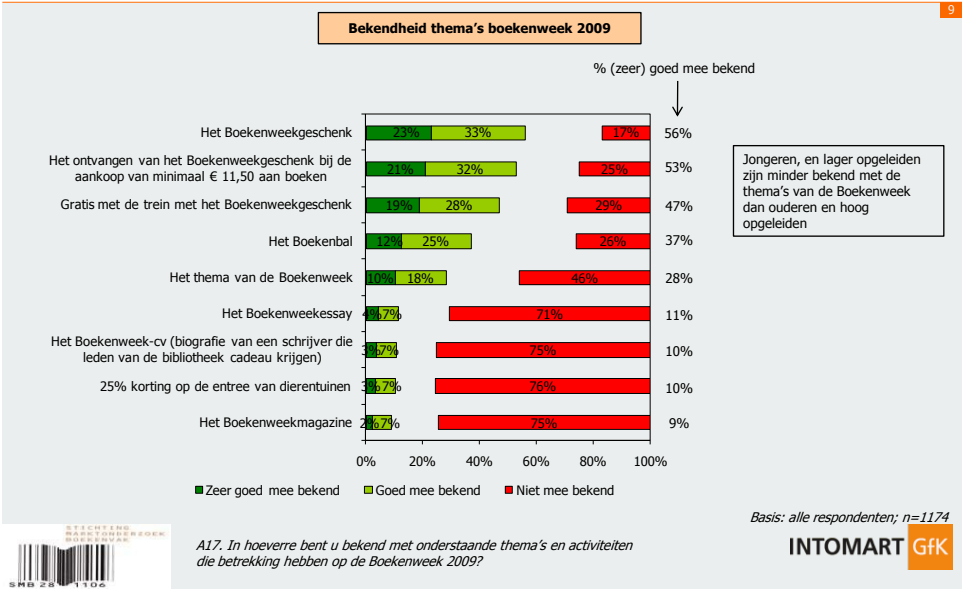
INTOMART **GfK**

A Boekenweek



INTOMART **GfK**

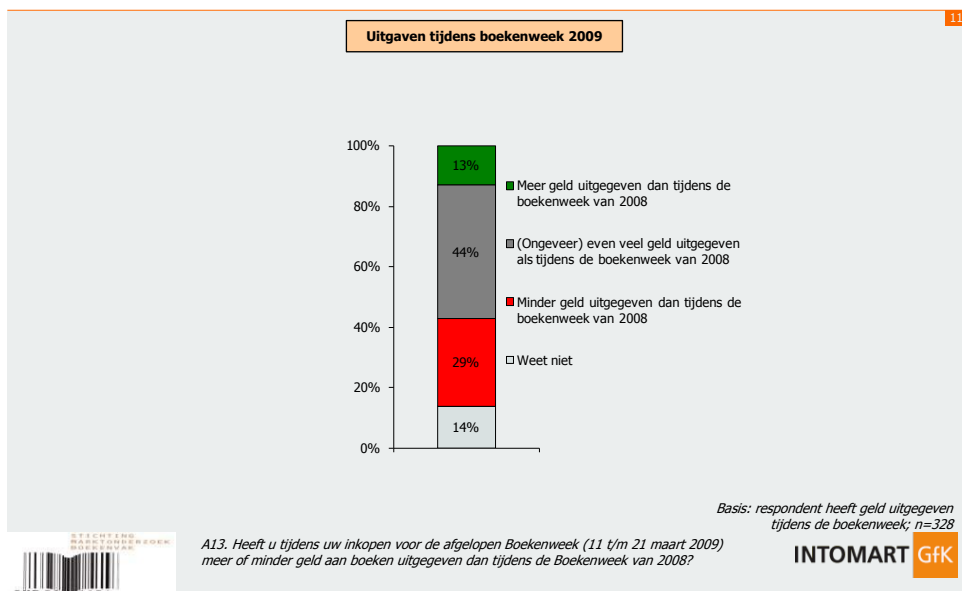
Boekenweekgeschenk het bekendste thema van de Boekenweek
Het Boekenweekmagazine, korting op entree van dierentuinen en het Boekenweek-CV zijn de minst bekende thema's van de Boekenweek



B Effect recessie op de boekenbranche

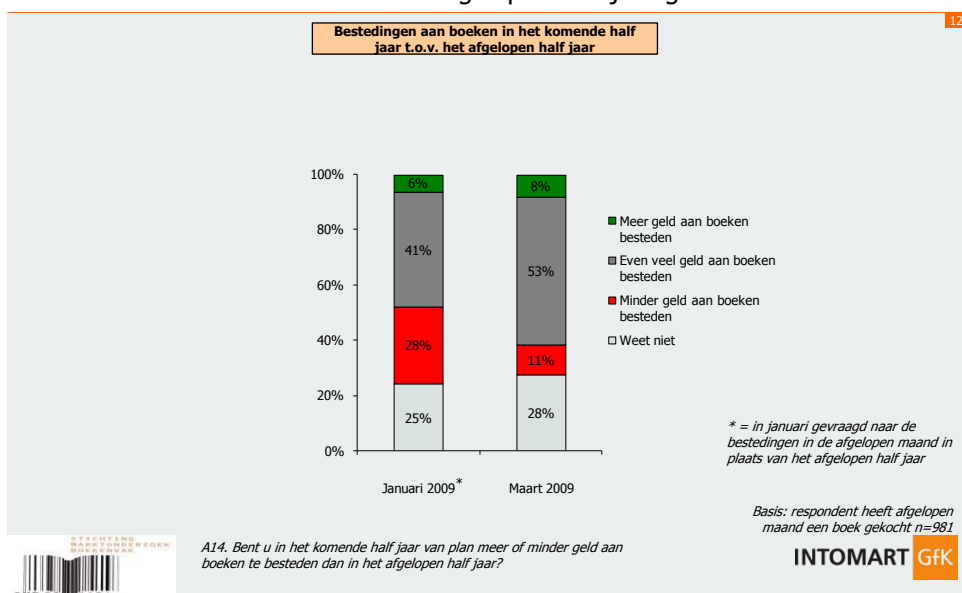
Bestedingen tijdens Boekenweek afgenomen t.o.v. vorig jaar

Bijna eenderde van de mensen die geld tijdens de Boekenweek heeft uitgegeven, heeft minder geld uitgegeven dan in 2008



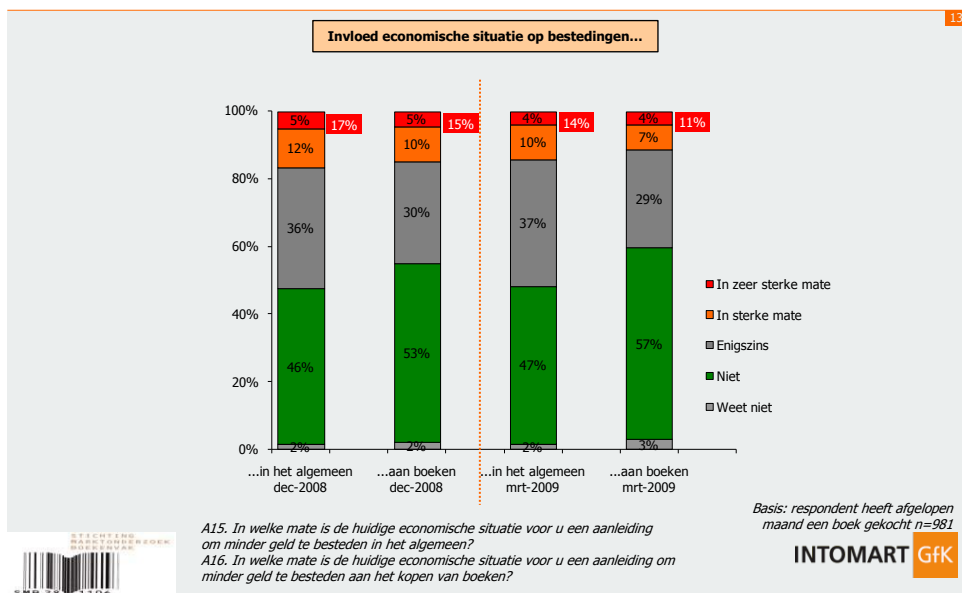
Verbetering zichtbaar in besteding van consumenten aan boeken

Consument verwacht in het komende half jaar ongeveer even veel aan boeken te besteden dan ze in het afgelopen half jaar gedaan hebben



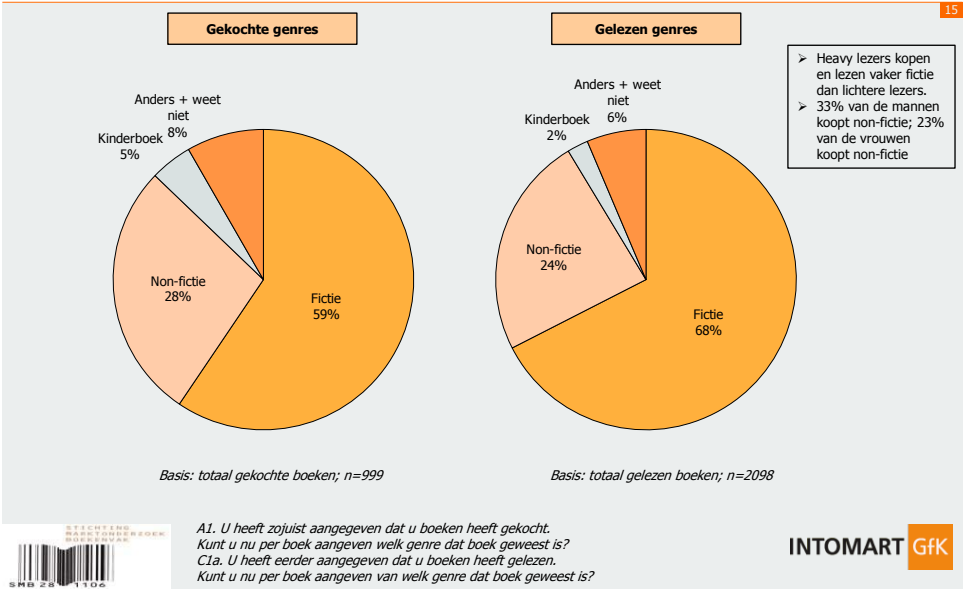
Invloed economische situatie op besteding aan boeken neemt af

Boekenkopers bezuinigen nog steeds minder op boeken dan op aankopen in het algemeen



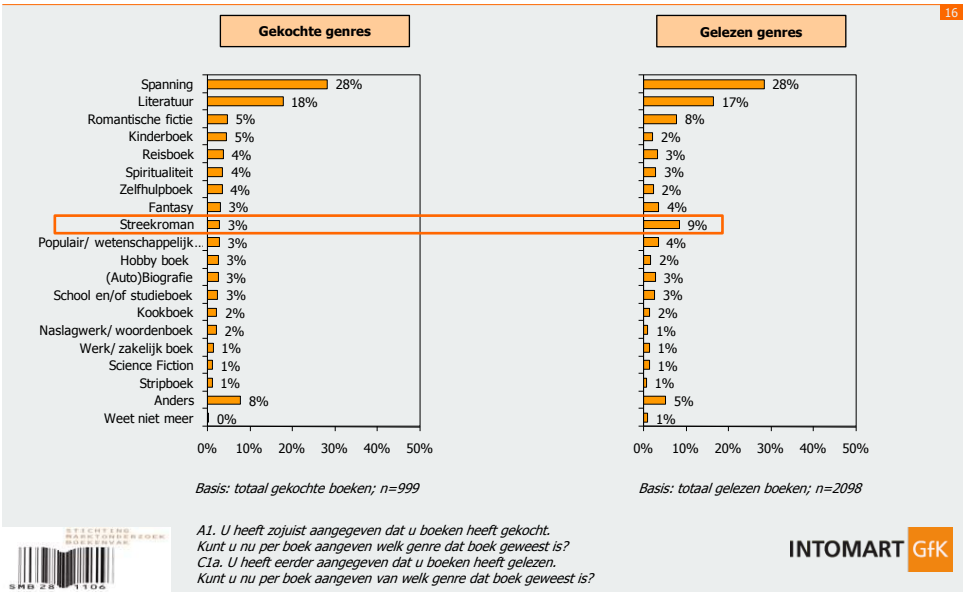
Ruim tweederde van de gelezen boeken is fictie

Eenderde van de gekochte genres door mannen is non-fictie; bij vrouwen is dit minder dan een kwart van de gekochte boeken



Streekroman wordt vaker gelezen (3x zo vaak) dan gekocht

Zelfhulpboeken en kinderboeken worden juist weer relatief vaak gekocht



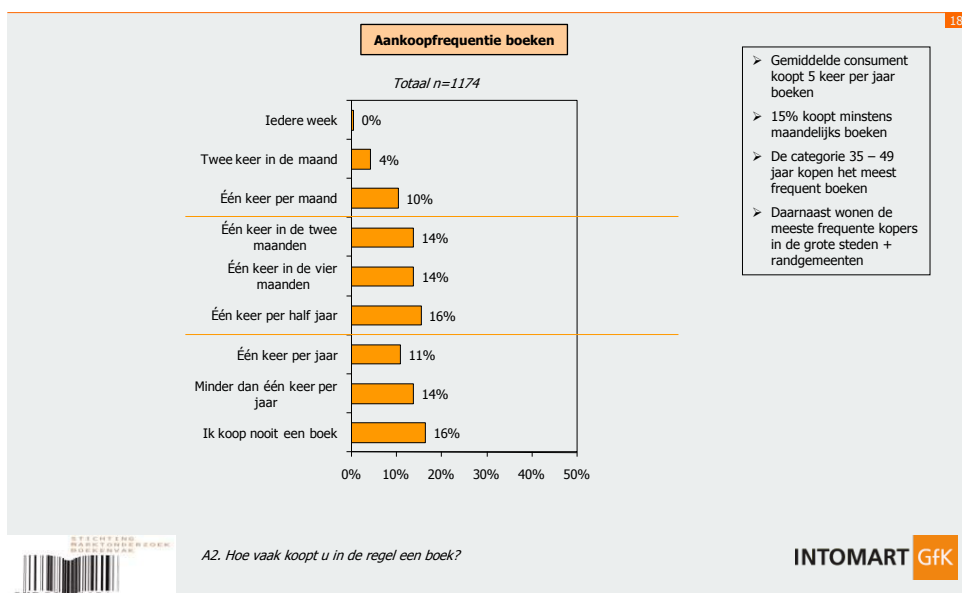
D Aankoopplaatsen



INTOMART GfK

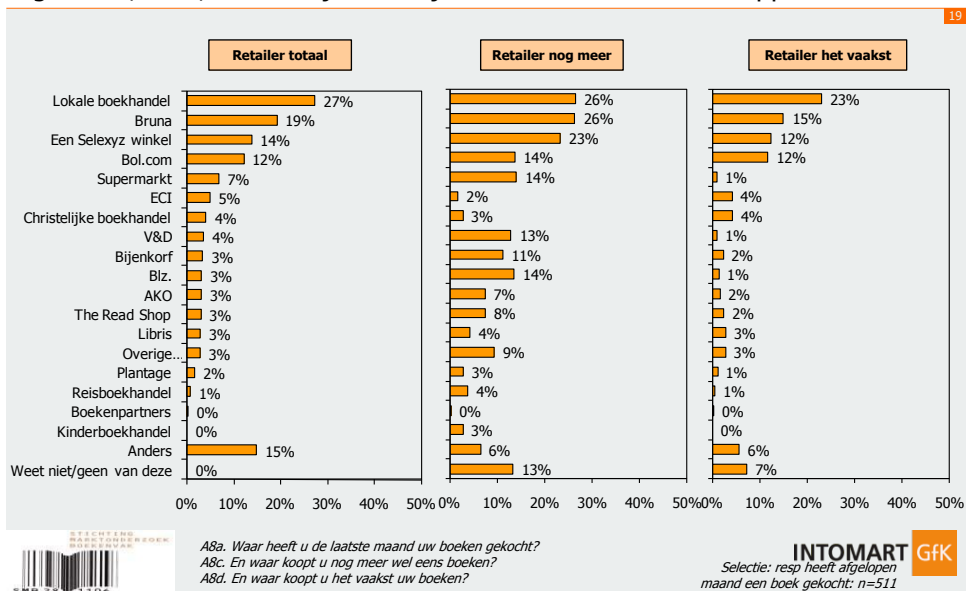
De gemiddelde consument koopt 5 keer per jaar boeken

Mensen in de leeftijdscategorie 35 - 49 jaar kopen het meest frequent boeken



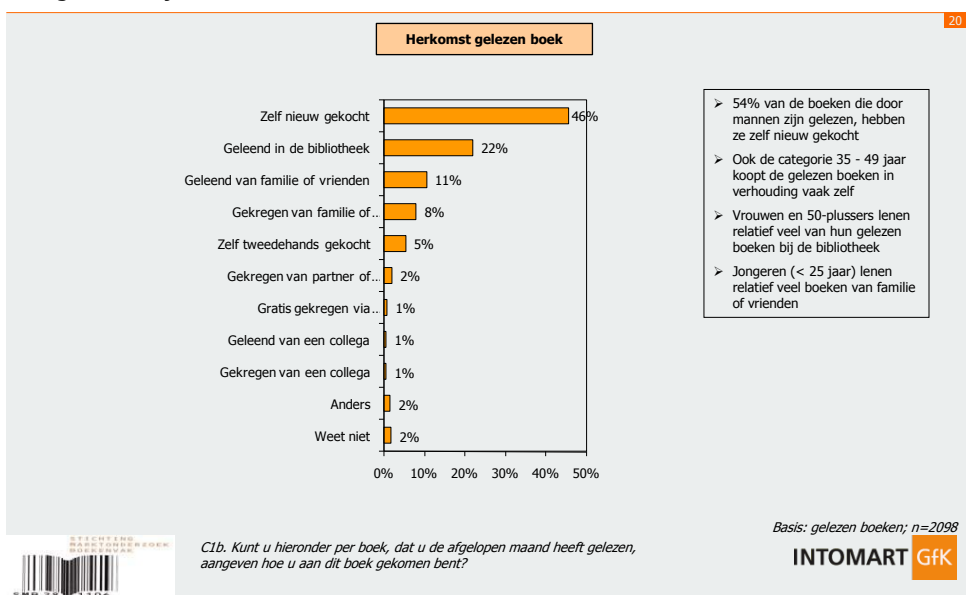
Meeste boeken gekocht bij de lokale boekhandel; Bruna 2^e

ECI en Christelijke boekhandel relatief weinig als secundaire aankoopplaats gebruikt; V&D, Blz. en Bijenkorf zijn vaker secundaire aankoopplaats



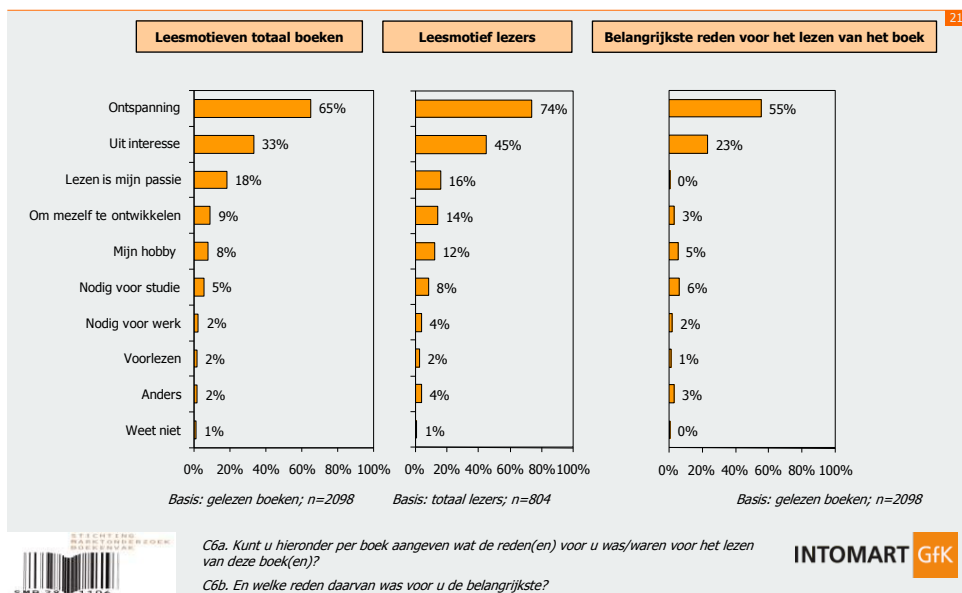
Bijna de helft van de gelezen boeken is zelf nieuw gekocht

5% van de gelezen boeken is tweedehands gekocht; 22% van de gelezen boeken is geleend bij de bibliotheek



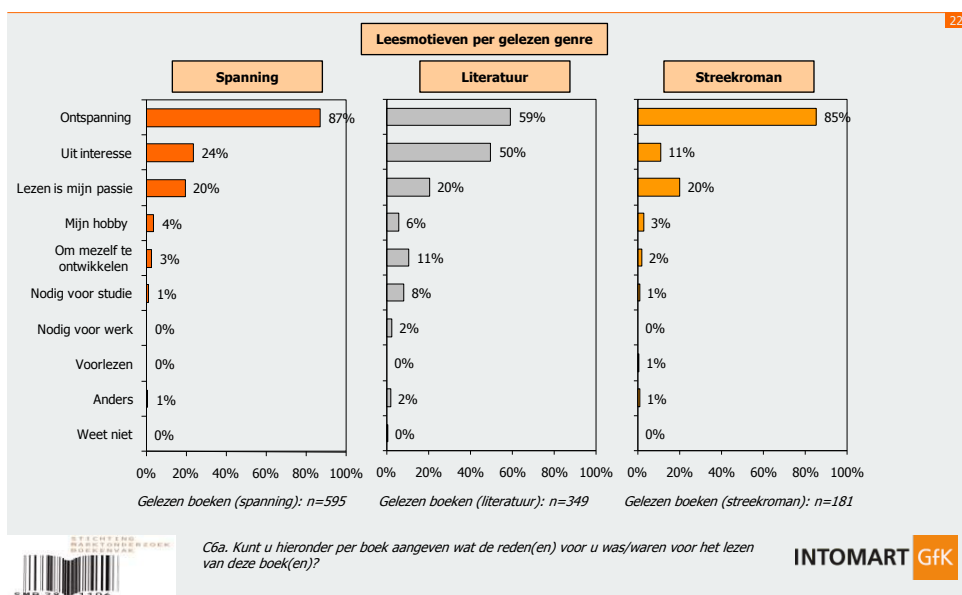
Bijna driekwart van de lezers leest ter ontspanning

45% van de lezers leest uit interesse, voor 16% van de lezers is lezen een passie



Motieven voor het lezen van literatuur zijn het meest divers

Helft van de literatuurboeken wordt gelezen uit interesse; 11% om mezelf te ontwikkelen



E Motieven



INTOMART GfK

Helft van de kopers koopt bij Bol.com vanwege bereikbaarheid

Ruim 80% van de kopers koopt bij Selexyz vanwege grootte keuzeaanbod; bediening vaak een koopmotief voor het kopen bij de lokale boekhandel

Redenen voor het kopen van een boek per aankoopplaats

24

Basis:
respondent heeft afgelopen maand een boek gekocht bij ... n=104 n=80 n=41 n=122 n=111

Redenen	Bruna	ECI	Een Selexyz winkel	Bol.com	Lokale boekhandel
Dicht bij mij in de buurt	52%	1%	18%	3%	57%
Veelal grote en ruime keuze	35%	31%	82%	65%	32%
Kom ik langs als ik aan het winkelen ben	30%	2%	32%	1%	38%
Vaak leuke aanbiedingen	31%	39%	18%	32%	14%
Makkelijk te bereiken	38%	14%	29%	53%	38%
Verkopen ook andere zaken dan alleen boeken	16%	3%	2%	9%	8%
Persoonlijke bediening	17%	1%	22%	0%	37%
Goede adviezen van het personeel	7%	0%	23%	0%	24%
Is ook een postkantoor in gevestigd	14%	0%	0%	0%	0%
Ligt op route van mijn woon-werk verkeer	14%	2%	9%	0%	7%
Verplicht lidmaatschap van een boekencлуб	0%	58%	2%	3%	1%
Anders	2%	4%	8%	18%	4%
Weet niet / kan niet zeggen	1%	1%	0%	0%	0%

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

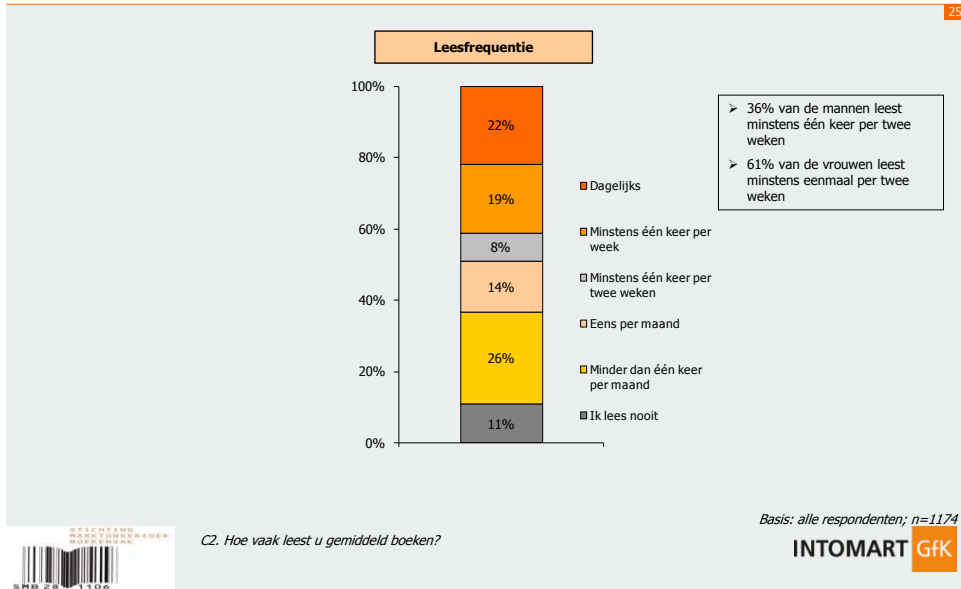


A8b. Wat zijn voor u redenen om een boek te kopen bij...

INTOMART GfK

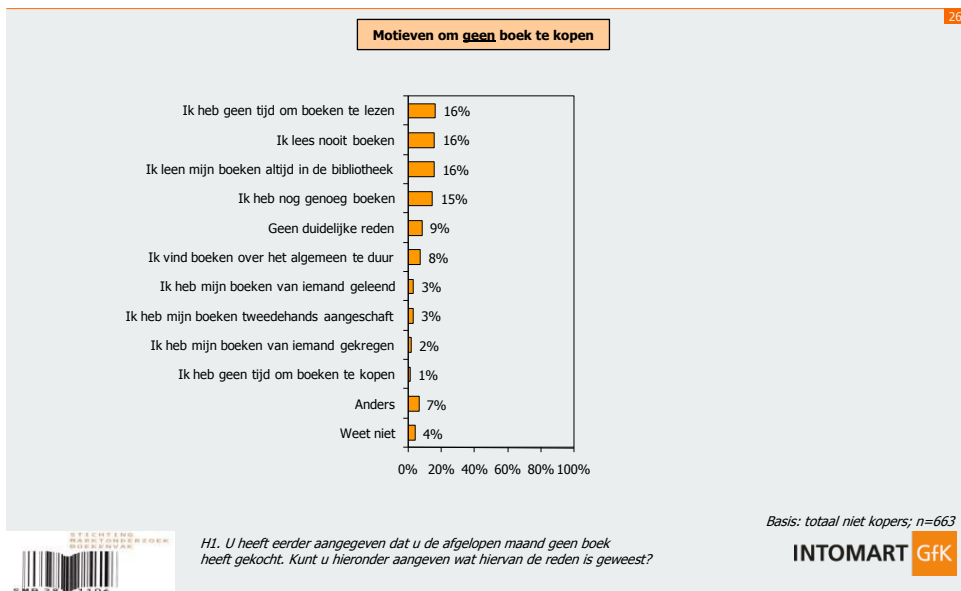
Helpt van de consumenten leest minstens eens per twee weken

Vrouwen lezen frequenter dan mannen



Niet-kopers hebben uiteenlopende motieven om geen boek te kopen

"Geen tijd", "ik lees nooit boeken", "ik leen mijn boeken altijd in de bibliotheek" en "ik heb nog genoeg boeken" zijn de meest genoemde motieven



F Trends



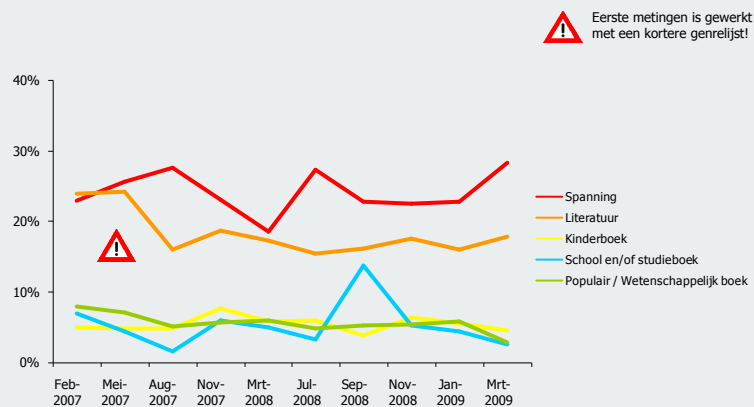
INTOMART GfK

Spanning vaker gekocht dan in januari

Populair-wetenschappelijke boeken zijn iets minder vaak gekocht in vergelijking met januari; spanning opvallend toegenomen ten opzichte van maart 2008

Trend gekochte genres (top 5) over 10 metingen

28



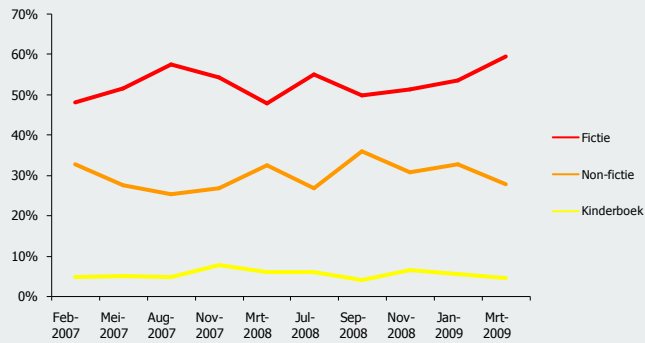
A1. U heeft zojuist aangegeven dat u boeken heeft gekocht.
Kunt u nu per boek aangeven welk genre dat boek geweest is?

INTOMART GfK

Aandeel fictie neemt toe

Non-fictie minder gekocht tijdens en rondom de Boekenweek

Trend gekochte genres (top 5) over 10 metingen



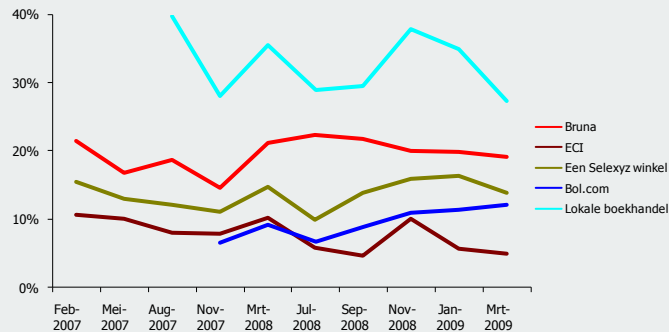
A1. U heeft zojuist aangegeven dat u boeken heeft gekocht.
Kunt u nu per boek aangeven welk genre dat boek geweest is?

INTOMART GfK

Aandeel lokale boekhandel neemt sterk af

Bol.com trekt licht stijgende lijn door; aandeel ECI neemt af ten opzichte van een jaar geleden

Trend boeken gekocht (top 5) over 10 metingen



A8a. Waar heeft u de laatste maand uw boeken gekocht?

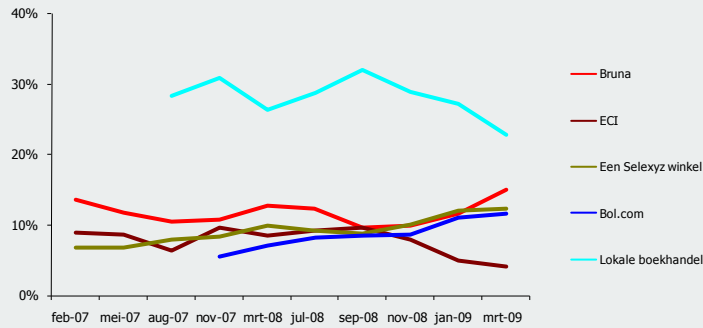
INTOMART GfK

Bruna stijgt het sterkst als favoriete aankoopplaats

Lokale boekhandel daalt en zit iets onder het niveau van maart 2008; ook ECI is minder vaak favoriete aankoopplaats ten opzichte van maart 2008

Trend retailer "de meeste boeken gekocht"(top 7) over 10 metingen

31



A8d. En waar koopt u het vaakst boeken?

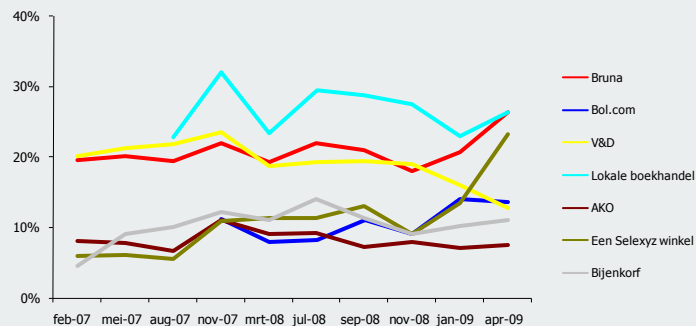
INTOMART GfK

Selexyz opvallend vaker secundaire aankoopplaats dan in januari

Ook voorkeur voor Bruna en de lokale boekhandel als secundaire aankoopplaats stijgt

Trend overige retailers (top 5) over 10 metingen

32

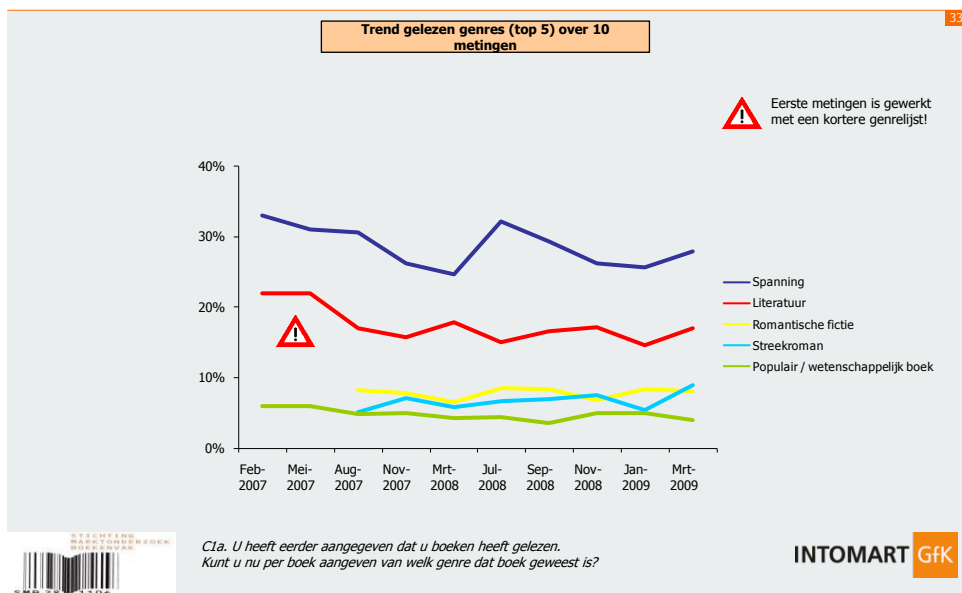


A8c. En waar koopt u nog meer wel eens boeken?

INTOMART GfK

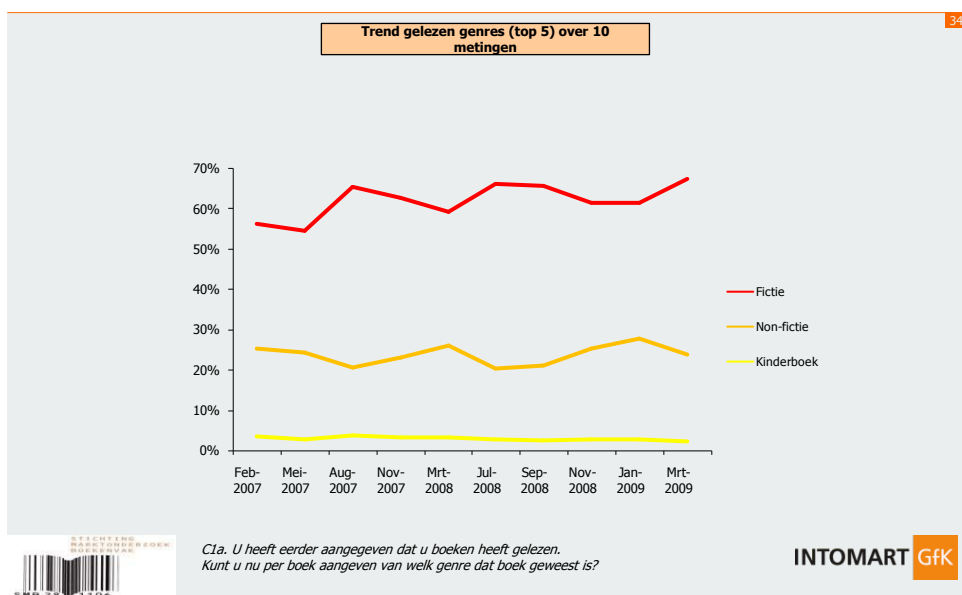
Spanning, literatuur en streekroman vaker gelezen dan in januari

Spanning en streekroman iets vaker gelezen ten opzichte van maart 2008



Fictie vaker gelezen dan in januari

Aandeel non-fictie is licht afgenomen; fictie ook gestegen ten opzichte van maart 2008

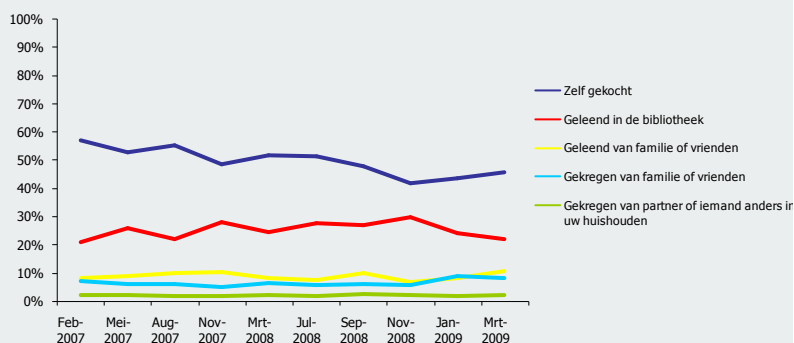


Hoger percentage gelezen boeken is zelf gekocht i.v.m. januari

Weinig opvallende verschuivingen ten opzichte van de vorige meting en ten opzichte van een jaar geleden

Trend herkomst gelezen boeken (top 5) over 10 metingen

35



C1b. Kunt u hieronder per boek, dat u de afgelopen maand heeft gelezen, aangegeven hoe u aan dit boek gekomen bent?

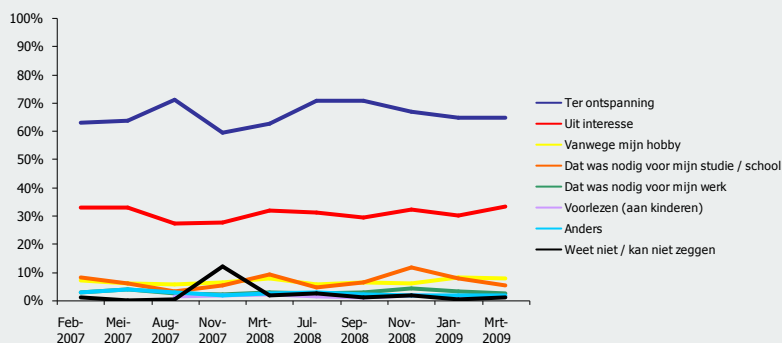
INTOMART GfK

Leesmotieven blijven stabiel

Er wordt iets vaker gelezen uit interesse en iets minder vaak is het nodig voor de studie of school; over het algemeen zijn de verschillen zeer gering

Trend leesmotief lezers over 10 metingen

36



C6a. Kunt u hieronder per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren voor het lezen van deze boek(en)?

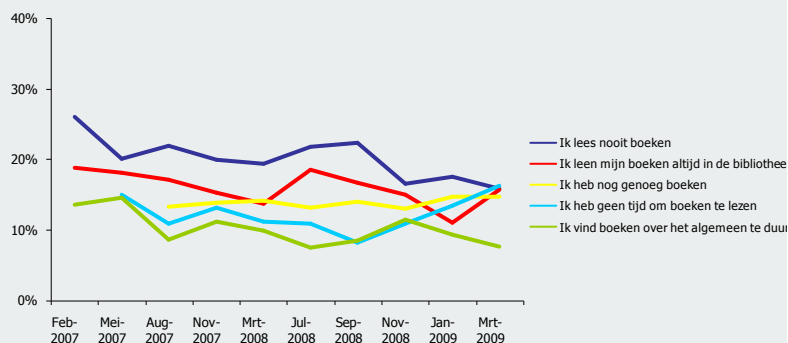
INTOMART GfK

Motieven voor het niet kopen van een boek wisselen sterk

"Geen tijd" en lenen bij de bibliotheek in plaats van kopen zijn belangrijkere argumenten om geen boek te kopen dan in januari

Trend redenen voor niet-aanschaffen boeken (top 5) over 10 metingen

37



H1. U heeft eerder aangegeven dat u de afgelopen maand geen boek heeft gekocht. Kunt u hieronder aangeven wat hiervan de reden is geweest?

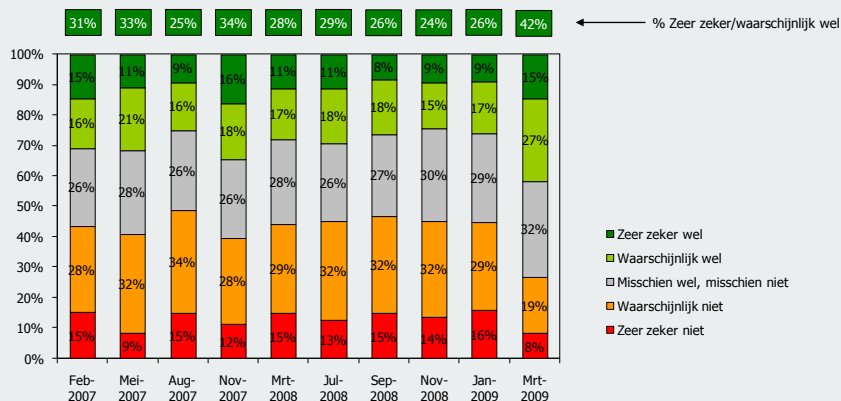
INTOMART GfK

Kooppintentie niet-kopers neemt fors toe

Waarschijnlijk zijn er relatief veel incidentele niet-kopers; intentie om een boek aan te schaffen onder niet-kopers is hoger dan ooit tevoren

Motivatie niet-kopers om het komend half jaar een boek te kopen

38

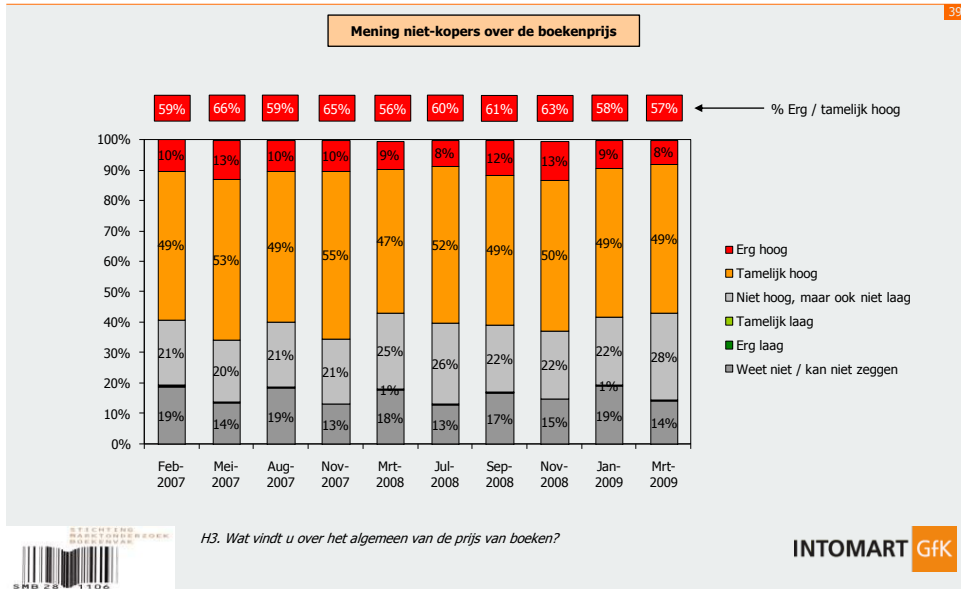


H2. In hoeverre bent u van plan om de komende tijd, zeg het komende half jaar, een boek aan te schaffen?

INTOMART GfK

Perceptie boekenprijs onder niet-kopers blijft onveranderd

Nog altijd vindt circa 60% van de niet-kopers de prijs van boeken tamelijk / erg hoog



Bijlage I: Inleiding en onderzoeksdoel

Inleiding en onderzoeksdoel

41

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 boekenkopers 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 maart 2009. Centraal in dit onderzoek staan twee thema's:

- De Boekenweek
- Het effect van de huidige economische situatie op het aankoopgedrag van consumenten (net als bij de vorige meting)



INTOMART GfK

Bijlage II: Onderzoeksopzet en -verantwoording



INTOMART GfK

Onderzoeksopzet en -verantwoording

43

Vragenlijst en methode

De vraagpunten werden in nauw overleg met de opdrachtgever 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 6 april 2009. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 7 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 geen boek gelezen / gekocht hebben
- De cellen kunnen niet exact afgestopt worden aangezien er een overlap is in lezers en kopers.



INTOMART GfK

Onderzoeksopzet en -verantwoording

44

Behaalde aantallen van de eerdere metingen zijn als volgt:

	Lange meting Feb '07	Korte meting Mei '07	Lange meting Aug '07	Korte meting Nov '07	Lange meting Mrt '08	Korte meting Juli '08	Korte meting Sep '08	Lange meting Nov '08	Lange meting Jan '09	Korte meting April '09
Consumenten die de afgelopen maand een boek gelezen hebben	707	696	702	722	873	869	865	873	862	804
Consumenten die de afgelopen maand een boek gekocht hebben	496	501	503	472	601	617	541	533	574	511
Consumenten die de afgelopen maand een boek geleend hebben	*	*	*	*	323	*	*	323	269	*
Consumenten die de afgelopen maand geen boek gelezen/gekocht hebben	564	583	529	663	710	682	710	717	706	902

* = leenblok maakte geen onderdeel uit van het onderzoek

Responsverantwoording meting 10 (april 2009):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen: 1999
 Vragenlijst niet afgemaakt: 65
 Afgevallen: 0
 Quotafail: 56
 Vragenlijst niet geopend: 704

Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1174



INTOMART GfK

Onderzoeksopzet en -verantwoording

45

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