

A woman with short dark hair is sitting cross-legged on a light-colored sofa, reading an open book. She is wearing a light-colored cable-knit sweater over a white collared shirt and dark blue jeans. The background is a bright, modern interior with large windows, a wooden side table with a glass vase and driftwood, and tall dried grasses in a vase.

RAPPORTAGE BOEKENBRANCHE METING 29

2^e reguliere meting van 2014, naar het kopen, lezen en lenen van boeken



Inhoud

1. Inleiding

2. Conclusies

3. Resultaten

- Lezen tijdens de vakantie
- e-books
- De Maand van het Spannende Boek
- Genres en spannende boeken
- Kopen, lezen en lenen van papieren en digitale boeken
- Leesopvoeding
- Trends

4. Bijlagen



Inleiding



Inleiding

In opdracht van KVB-SMB, CPNB, SIOB en Stichting Lezen doet GfK jaarlijks vier metingen naar het koop-, lees- en leengedrag van Nederlandse consumenten. Deze metingen worden onderverdeeld in twee reguliere en twee themametingen. Deze tweede reguliere meting van 2014 behandelt onder meer aankoopmotieven, de leesopvoeding, redenen om boeken te lezen, de Maand van het Spannende Boek en het lezen tijdens de vakantie.

Doel

Het doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het leesgedrag (papier en digitaal) van mensen en trends/veranderingen in kaart te brengen. Daarnaast worden er elke meting nieuwe onderwerpen behandeld om de kennis over de Nederlandse (boeken)consument zo breed mogelijk te krijgen.

Thema's

De resultaten in dit rapport zijn onderverdeeld in de volgende thema's:

- Lezen tijdens de vakantie
- e-books
- De Maand van het Spannende Boek
- Genres en spannende boeken
- Kopen, lezen en lenen van papieren en digitale boeken
- Leesopvoeding
- Trends

Conclusies



Conclusies (lezen tijdens de vakantie)

Aantal e-books dat men op vakantie meeneemt is toegenomen...

Zowel papieren (non) fictie als reisboeken zijn ten opzichte van twee jaar geleden afgenomen. E-books daarentegen zijn toegenomen. Het aandeel consumenten dat geen boeken mee op vakantie neemt, blijft gelijk (20%).

... en ook het e-reader gebruik tijdens de vakantie stijgt significant

Twee jaar geleden nam 16% van de consumenten, die wel eens boeken meenemen op vakantie, een e-reader mee. Dit jaar neemt 25% van de consumenten een e-reader mee. Het aandeel dat (ook) papieren boeken meeneemt, neemt af van 87% naar 81%.

Consumenten die boeken meenemen op vakantie, nemen gemiddeld zes boeken mee, e-books lijken de aanleiding te zijn van deze stijging

Twee jaar geleden nam men gemiddeld vijf boeken mee op vakantie. Ten opzichte van twee jaar geleden nemen meer mensen meer dan zes boeken mee (28%). Twee jaar geleden was dit nog 22%. Ruim een derde neemt 1-2 of 2-5 boeken mee op vakantie.

Voor de meerderheid van de consument is de vakantie hét moment om boeken te lezen

42% van de consumenten leest op vakantie meer boeken dan normaal. Het aandeel consumenten dat boeken meeneemt met een handig formaat, daalt van 26% naar 23%. Ook het aandeel consumenten dat speciaal boeken koopt voor de vakantie daalt, van 29% naar 21%. Hier staat tegenover dat er meer boeken opgespaard worden gedurende het jaar (van 13% naar 17%).

9% van de consumenten is bekend met de mogelijkheid om e-books te lezen via de VakantieBieb-app

Een derde van de consumenten die de app kennen, heeft er ook daadwerkelijk gebruik van gemaakt. Als redenen om de app niet te gebruiken worden onder andere genoemd het huidige aanbod, moeilijkheden in gebruik of men heeft al een ruim aanbod in huis (door te downloaden).



Conclusies (De Maand van het Spannende boek)

De bekendheid van De Nationale Voorleesdagen en Voorleeswedstrijd neemt toe

Net als vorig jaar zijn De Boekenweek (65%) en De Kinderboekenweek (64%) veruit het bekendst. De Maand van het Spannende Boek is bekend onder 27% van de consumenten. Dit is een lichte afname (niet significant) in vergelijking met vorig jaar toen dit nog 30% was. De afname van de bekendheid van de Maand van het Spannende Boek is ook terug te zien in het aandeel consumenten dat hier iets over gehoord heeft.

10% van de consumenten werd door de Maand van het Spannende Boek beïnvloed tijdens hun aankoop

19% van de consumenten die de afgelopen maand een (e-)boek kochten, heeft het geschenkboek gekregen. Slechts 8% wilde het geschenkboek niet hebben.

De meeste lezers (73%) lezen graag spannende boeken..

Wat betreft het soort spannende boeken, gaat de voorkeur het vaakst uit naar thrillers (71%) en detectives (51%). Daarnaast heeft men vaak voorkeur voor een Nederlandse (44%) of Amerikaanse (43%) schrijver.

...en spannende fictie werd dan ook door het grootste aandeel kopers gekocht (49%)

Ook werden er vaak literaire romans (32%), waargebeurde verhalen (28%), reisboeken (22%) en kookboeken gekocht (20%).



Conclusies (aankoopkanalen en informatiebronnen)

Steeds meer consumenten verkrijgen boeken via twee kanalen, online en fysiek

Sinds januari 2013 neemt het aandeel consumenten, dat doorgaans boeken zowel online als fysiek koopt, gestaag toe (van 19% naar 30%). Een derde van de consumenten koopt via beide kanalen ongeveer even vaak. Dit is het hoogste aandeel tot nu toe. De verkoop in uitsluitend de fysieke boekwinkel blijft langzaam afnemen, maar de daling lijkt wel te stagneren.

De meeste boekenkopers kochten de afgelopen maand één boek of meerdere boeken voor zichzelf...

81% van de boekenkopers heeft in de afgelopen maand een boek gekocht voor zichzelf. Daarnaast werden er (ook) boeken gekocht voor partners, zoons/dochters, vrienden/vriendinnen en vaders/moeders.

...daarbij werden de boeken het vaakst (23%) gekocht in de lokale boekhandel

19% kocht de afgelopen maand boeken bij bol.com en Bruna. De voornaamste reden om bij de lokale boekhandel een boek te kopen was vanwege de prettige sfeer (59%). Voor de Bruna telde vooral mee dat de winkel dicht in de buurt was (51%) en bij bol.com was het prettig vanuit huis te kunnen winkelen (59%).

45% van de consumenten heeft in de afgelopen 12 maanden een tweedehands boek gekocht

Met name vrouwen kochten vaker dan mannen tweedehands boeken. De tweedehands boeken werden voornamelijk verkregen door te lenen, ruilen of te kopiëren van familie of vrienden. 25% kreeg een tweedehands boek cadeau en heeft 24% heeft het online of fysiek gekocht.

Belang van de verschillende informatiebronnen neemt over de gehele linie af

Vrienden, collega's, familie en/of kennissen (37%) blijven, net als vorig jaar, de belangrijkste bron van informatie over het boekenaanbod, maar het aandeel daalde wel. Een vijfde haalt deze informatie uit boekenbijlagen / recensies in tijdschriften of kranten.



Conclusies (bibliotheeken en lenen)

44% van de consumenten is al bekend met de mogelijkheid om e-books te lenen bij de bibliotheek

Met name 50 plussers zijn vaker op de hoogte van deze mogelijkheid dan consumenten onder de 50 jaar. Van de consumenten die bekend waren met deze mogelijkheid, heeft 9% ook daadwerkelijk e-books geleend. Redenen om geen e-books te lenen zijn onder andere de voorkeur voor de papieren versie of een niet passend aanbod.

Als de bibliotheek zou verdwijnen, zou dit voor 57% van de leden gevolgen hebben voor het leesgedrag

21% van de leden verwacht daadwerkelijk minder te gaan lezen en 18% zou dan niet (goed) meer aan boeken kunnen komen. Naast een direct effect op het leesgedrag, zou 23% naar een andere bibliotheek gaan en 13% zou meer boeken gaan kopen.

De centrale vestiging van de openbare bibliotheek wordt het meest bezocht...

In de afgelopen 12 maanden bezocht 20% van de consumenten de centrale vestiging van de bibliotheek. De wijkvestiging van de openbare bibliotheek werd door 11% van de consumenten bezocht.

...en 65% van de bibliotheekbezoekers maakt gebruik van één van de mogelijkheden die de bibliotheek biedt

De bibliotheekbezoekers bekijken of lezen vaak ter plekke de boeken (26%), gebruiken de computer om de catalogus te raadplegen (23%), gaan naar de kinder / jeugdafdeling (20%) en kijken/lezen ter plekke in kranten of tijdschriften (18%). Lezingen worden relatief vaak door hoog opgeleiden bijgewoond.



Conclusies (leesopvoeding)

Tv kijken als activiteit met kinderen wordt het vaakst gedaan door zowel de consument als ouder

34% van de consumenten kijkt minstens een keer per week tv met kinderen. Daarnaast gaat 23% minstens eens per week met kinderen buiten spelen of sporten en gaat 21% met speelgoed spelen of lezen/voorlezen.

Ondanks dat men het vaakst met kinderen tv kijkt, wordt buiten spelen / sporten en lezen / voorlezen het belangrijkste gevonden voor de ontwikkeling van kinderen

66% van de consumenten vindt dat buiten spelen / sporten zeer belangrijk is voor de ontwikkeling van kinderen. Gevolgd door lezen / voorlezen (55%). De activiteit die men het vaakst doet met kinderen, tv kijken, staat met 2% belang onderaan van het belang van activiteiten ter bevordering van het kind. Wat betreft het relatieve belang van de verschillende activiteiten, ligt het in lijn met wat ouders met kinderen tussen de 0 en 18 jaar vinden.

Ouders, school en de grootouders zijn de belangrijkste partijen voor de leesopvoeding van kinderen

Een grote meerderheid vindt dat zowel ouders (91%) als de school (90%) (zeer) belangrijk zijn voor de leesopvoeding van een kind. Daarnaast worden ook de grootouders (66%) en de kinderopvang (62%) als belangrijk benoemd.

Lezen onder kinderen kan volgens de meerderheid van de consumenten gestimuleerd worden door specifieke leesactiviteiten

Met name hoog opgeleiden en vrouwen vinden dat kinderen gestimuleerd kunnen worden met lezen door middel van leesactiviteiten.



Conclusies (trends kopen, lenen en lezen)

De leesfrequentie onder consumenten blijft stabiel

Overall leest ongeveer een derde van de consumenten minstens drie keer per week een boek. Dit percentage is vergelijkbaar met voorgaande meetmomenten. Vrouwen en hoog opgeleiden lezen over het algemeen vaker dan mannen en lager opgeleiden.

Het aandeel mensen dat uitsluitend van papier leest, stabiliseert na langdurige daling

Sinds januari 2013 neemt het aandeel lezers, dat uitsluitend papieren boeken leest, langzaam af, van 64% naar 54%. Deze trend lijkt nu doorbroken. Het aandeel dat aangeeft uitsluitend papieren boeken te lezen, is 56%. Daarnaast blijft er een stijgende trend onder het aandeel lezers dat zowel van papier als digitaal leest.

De leesfrequentie in e-books blijft stabiel

Een kwart van de mensen die wel eens in een e-book lezen, doet dit bijna elke dag. Vrouwen lezen over het algemeen vaker e-books dan mannen. Het meest gebruikte apparaat om e-books te lezen is de e-reader (53%), gevolgd door de tablet (44%).

De bezoek- en koopfrequentie van de fysieke boekwinkels blijft stabiel...

11% van de consumenten komt minstens eens per maand in de boekwinkel om één of meerdere boeken te kopen. Dit zijn met name hoog opgeleide en vrouwelijke consumenten. Naast de bezoekfrequentie, blijft ook de koopfrequentie stabiel. In de afgelopen jaren kocht ongeveer 7% van de consumenten minstens eens per maand nieuwe boeken. Gemiddeld kochten consumenten die wel eens boeken kopen in de afgelopen maand twee nieuwe boeken.

...dit in tegenstelling tot de bezoekfrequentie van de bibliotheken, waarbij een dalende trend is te zien

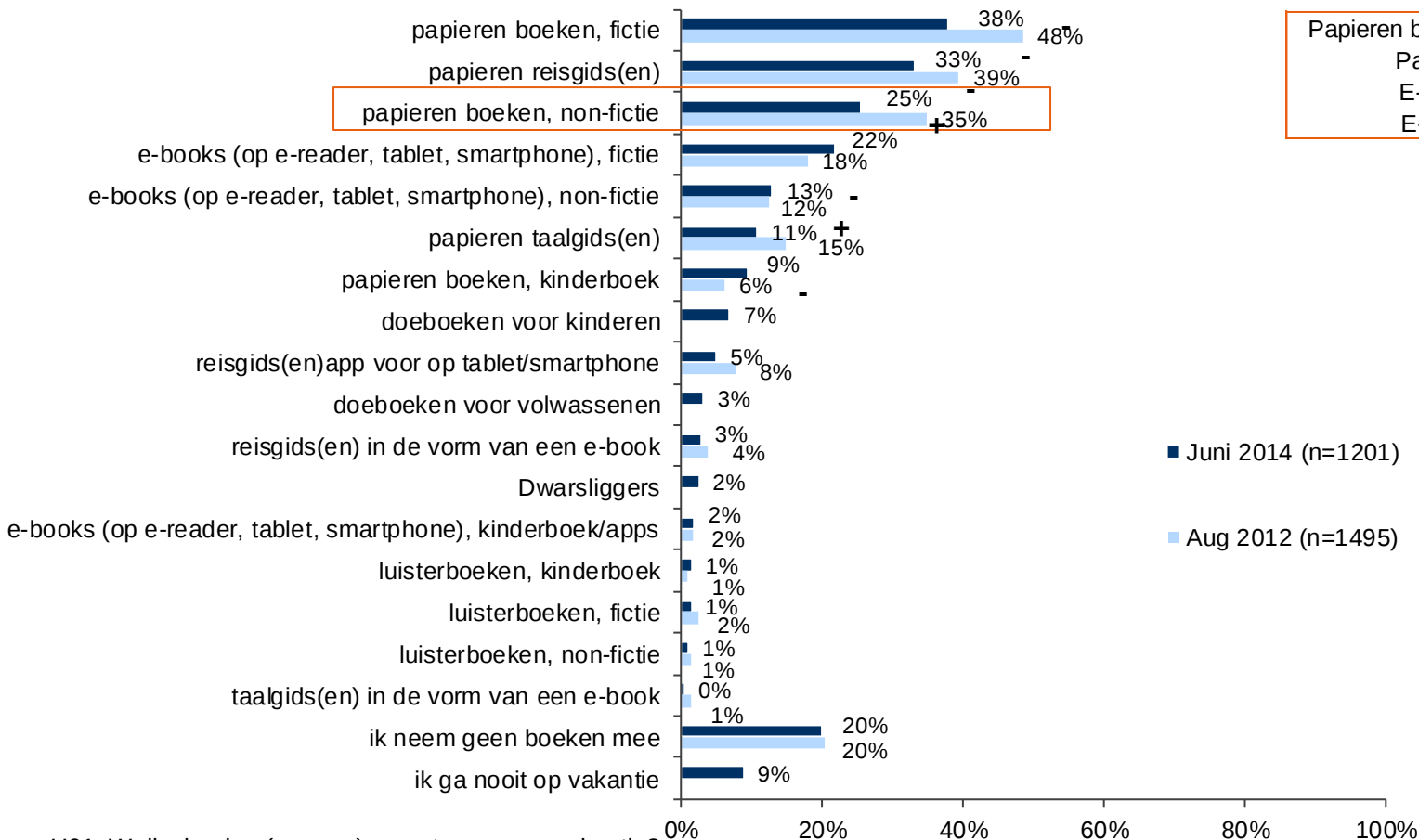
Sinds juni 2013 neemt de bezoekfrequentie van de bibliotheek langzaam af. Waar het in juni 2013 nog 20% was, gaat nu 16% van de consumenten minstens eens per maand naar de bibliotheek.

Vakantie

Overall worden er, in vergelijking met twee jaar geleden, minder papieren boeken en reisgidsen meegenomen. Het aantal e-books dat meegenomen wordt, stijgt van 18% naar 22%



Boekvormen mee op vakantie



Papieren boeken (non) fictie	63%
Papieren reisgidsen	33%
E-books (non) fictie	35%
E-books reisgidsen	3%

Achtergrond:

Laag opgeleiden en mannen nemen vaker geen boeken mee op vakantie dan midden en hoog opgeleiden en vrouwen.

Significante:

daling –
stijging +

H01. Welke boeken(vormen) neemt u mee op vakantie?

Selectie: allen

Gemiddeld nemen mensen, die boeken meenemen op vakantie, zes boeken mee. Twee jaar geleden waren dit vijf boeken

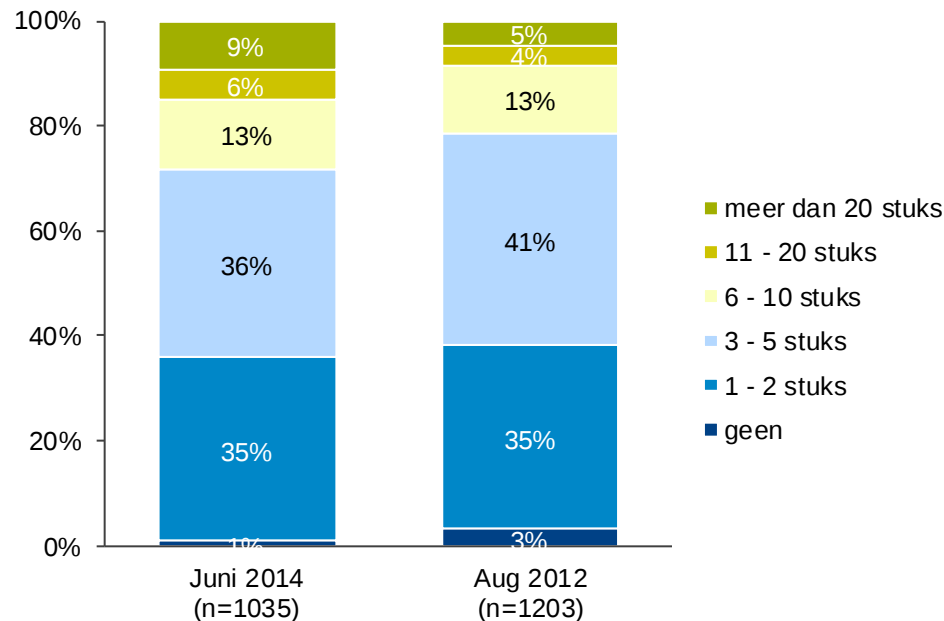


Achtergrond:

Vrouwen nemen de meeste boeken mee op vakantie.

Hoeveelheid boeken mee op vakantie

Gemiddelde
op basis van
klassenmidden



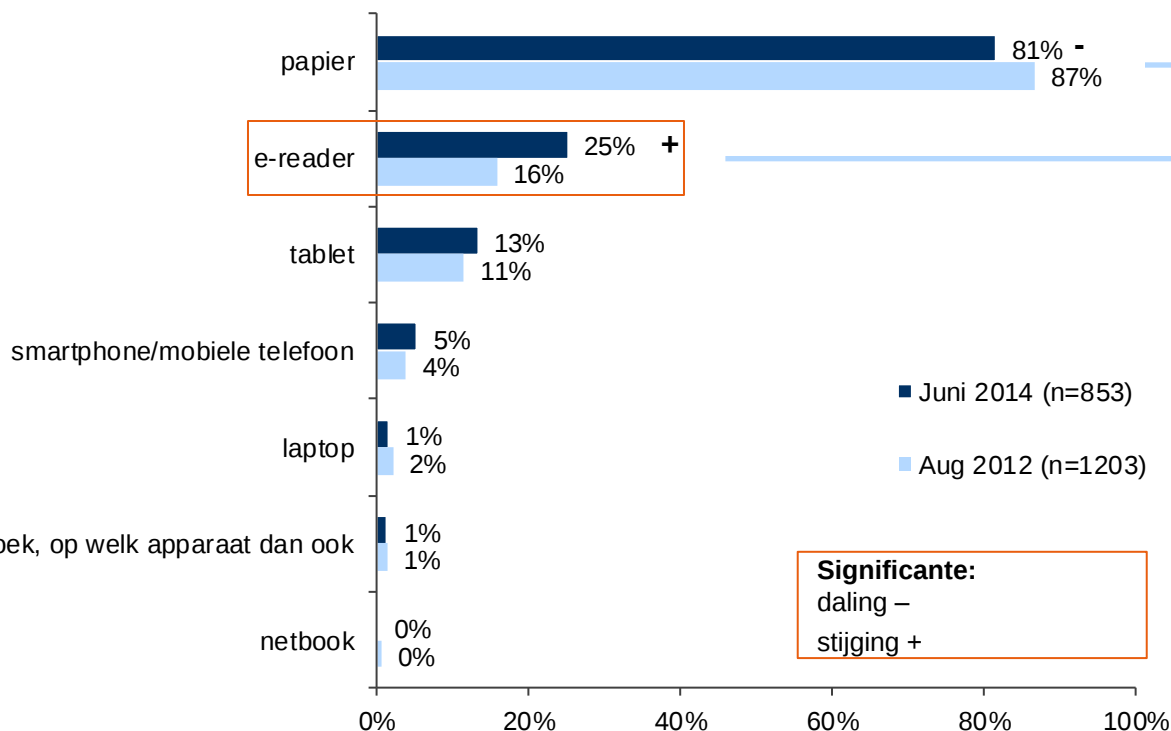
H02. Hoeveel boeken gaan er ongeveer mee op vakantie (zowel e-books als fysiek)?

Selectie: neemt boeken mee op vakantie

Het gebruik van de e-reader op vakantie neemt sterk toe. Papieren boeken krijgen nog steeds de meeste voorkeur, hoewel dat aandeel wel iets afneemt.



Papieren boeken vs. e-books op vakantie



	Papier	E-reader
geen	1%	0%
1 - 2 stuks	38%	14%
3 - 5 stuks	41%	27%
6 - 10 stuks	12%	22%
11 - 20 stuks	5%	10%
meer dan 20 stuks	4%	27%
	N=697	N=214

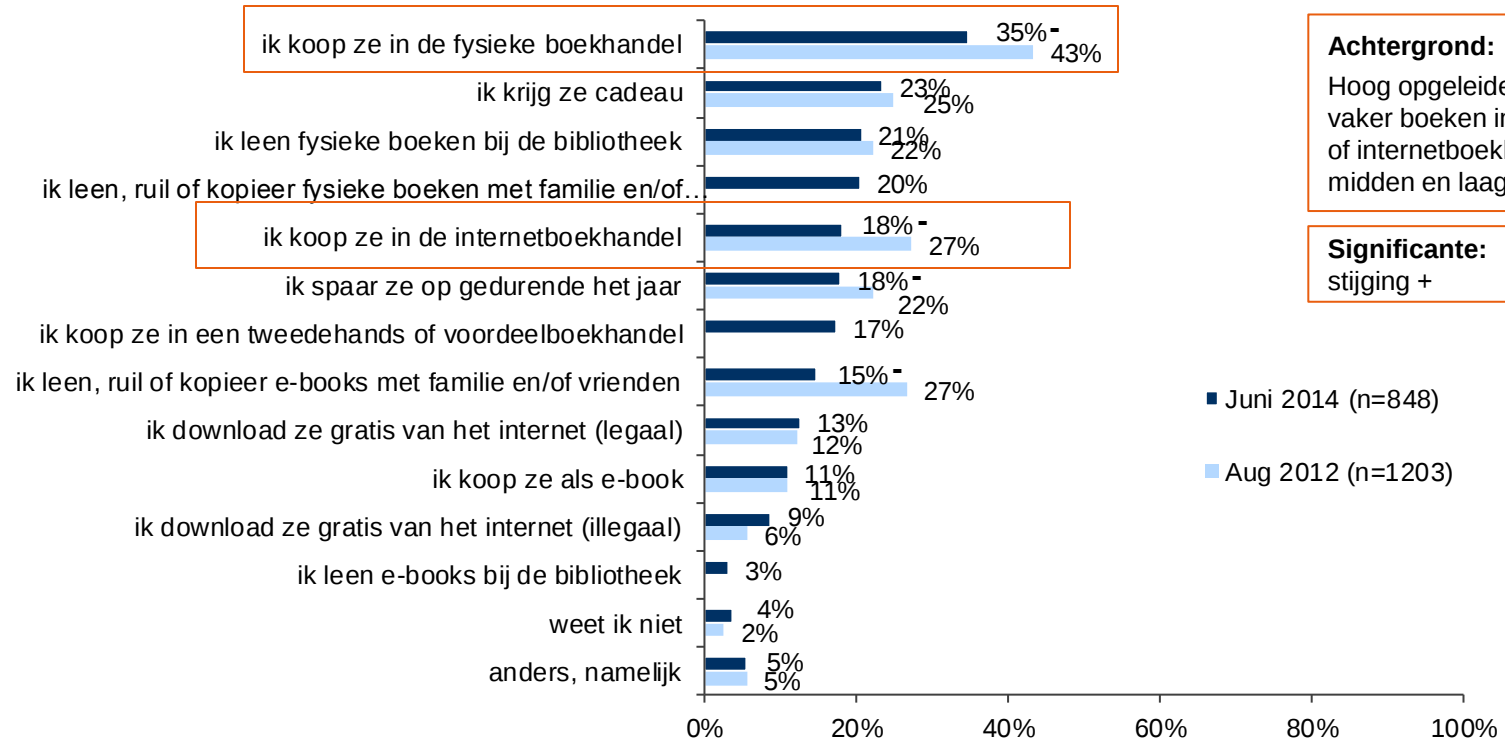
H03. Leest u uw vakantieboeken van...

Selectie: neemt boeken mee op vakantie

Steeds minder consumenten kopen hun vakantieboeken in de fysieke en internet boekhandel.



Verkrijgen vakantieboeken



Achtergrond:

Hoog opgeleiden kopen vaker boeken in een fysieke of internetboekhandel dan midden en laag opgeleiden.

Significante:

stijging +

■ Juni 2014 (n=848)

■ Aug 2012 (n=1203)

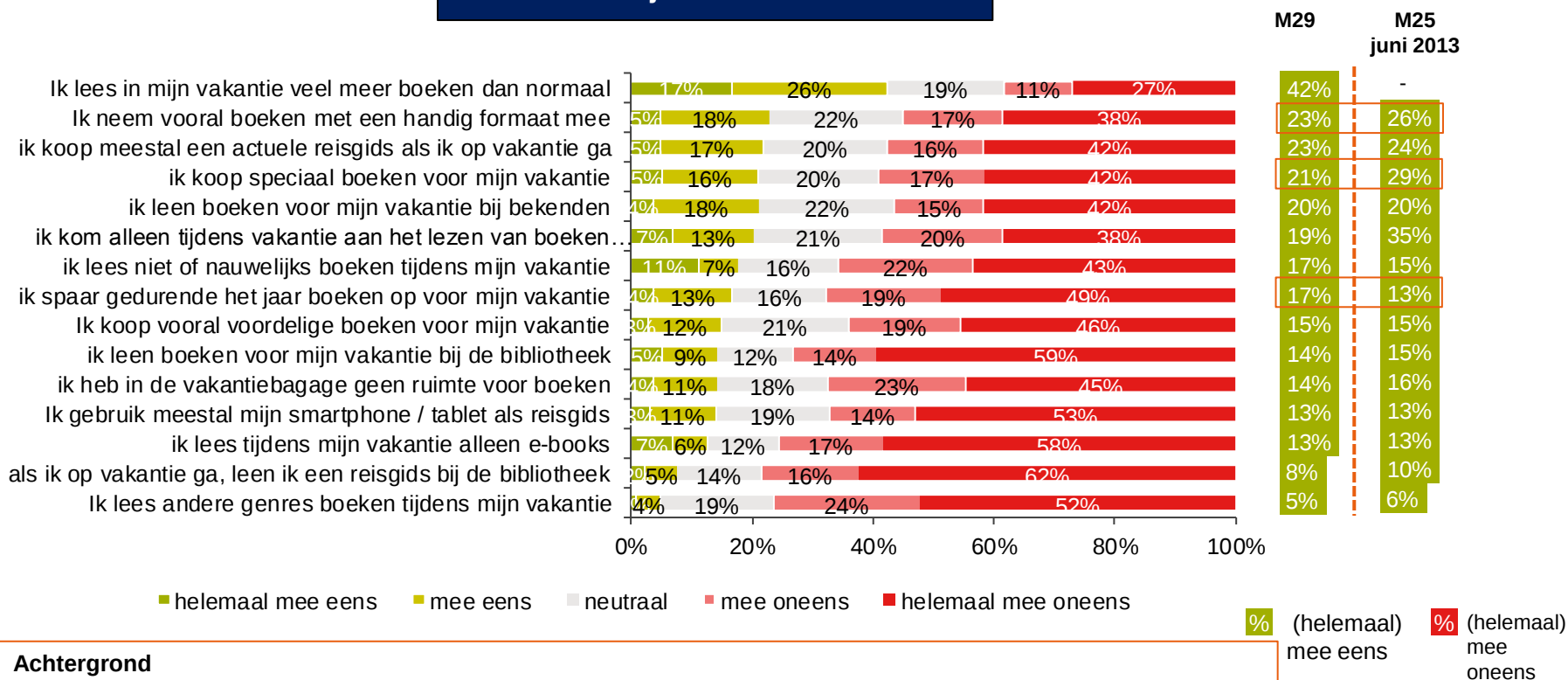
H04. Hoe verkrijgt u de boeken die u in uw komende vakantie gaat lezen?

Selectie: neemt boeken mee op vakantie

De vakantie is voor 42% van de consumenten hét moment om veel te kunnen lezen



Lezen tijdens de vakantie



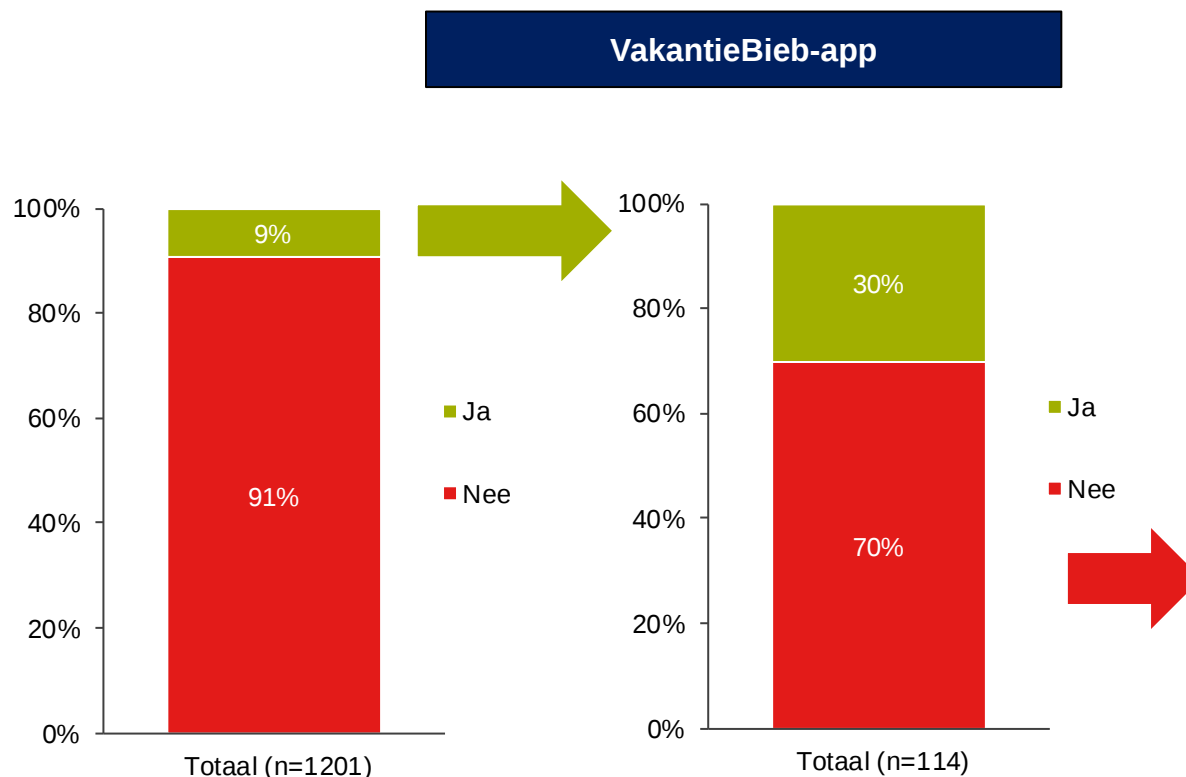
Achtergrond

Vrouwen sparen vaker gedurende het jaar boeken, hebben weinig ruimte voor boeken, lenen extra boeken bij de bibliotheek en/of bekenden, kiezen voor een handig formaat, voordelige boeken en lezen op vakantie meer dan normaal.

H05. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

Selectie: allen
n=1203

9% van de consumenten heeft gehoord van de VakantieBieb-app. Een derde van deze consumenten heeft de app ook daadwerkelijk gebruikt



- Aanbod inhoudelijk sprak me niet aan & het lezen vanaf scherm van smartphone of tablet kost me moeite.
- Ik heb dit 2 jaar geleden geprobeerd maar downloaden lukt niet en in de bibliotheek kon niemand mij daar goed mee helpen. Ik heb dit daarom opgegeven en download nu al mijn boeken via internet.
- Omdat ik zoveel e-boeken heb gedownload, dat ik daar de eerste jaren niet voor naar de bibliotheek hoef.

H06. Sinds 2013 biedt de openbare bibliotheek tijdens de schoolvakanties de mogelijkheid aan om gratis een selectie e-books te lezen via de VakantieBieb-app. Was u - voordat u deze tekst las - bekend met deze mogelijkheid?

H07. Heeft u gebruik gemaakt van deze mogelijkheid?

VAK08. Zo nee, waarom niet?

Selectie: allen
n=1203

e-books

Een kwart van de mensen die wel eens een e-book lezen, doet dit dagelijks. Er is nagenoeg geen verschil in de leesfrequentie in vergelijking met de eerdere metingen

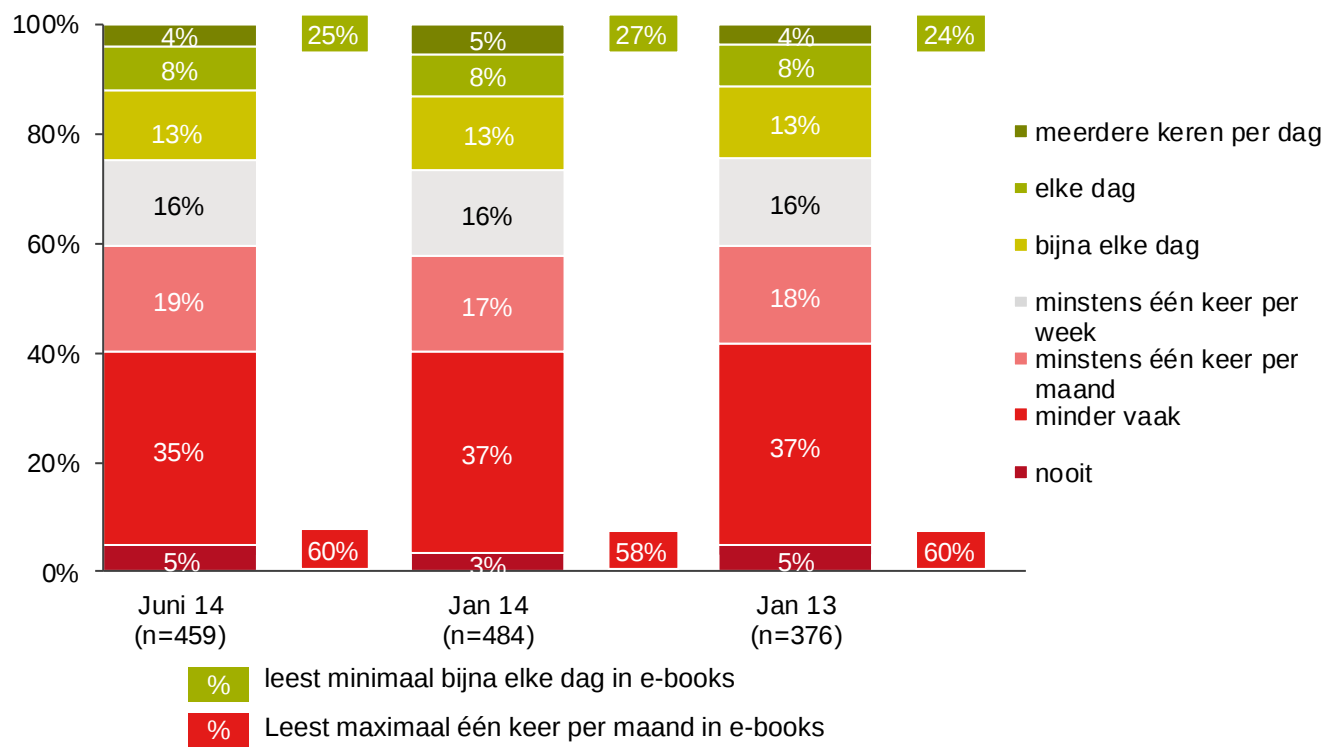


Achtergrond:

Vrouwen lezen vaker e-books dan mannen.

Met name lezers van 25 jaar en ouder lezen vaker e-books dan lezers onder de 25 jaar.

Frequentie lezen e-books



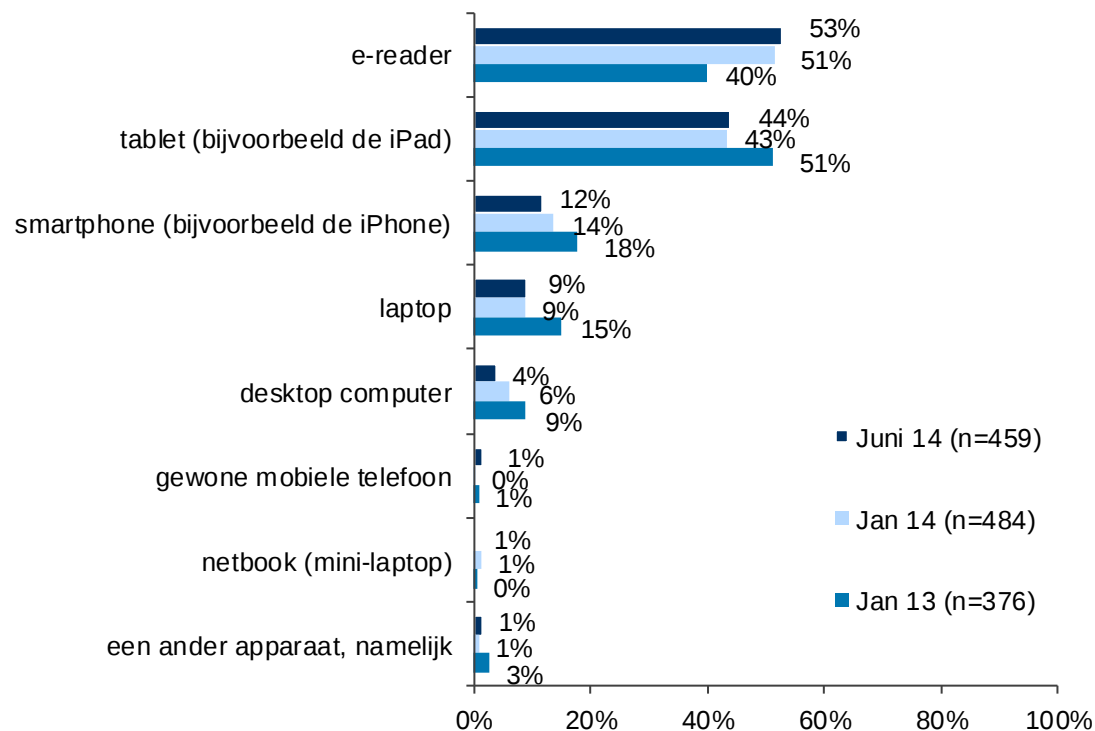
F01. Hoe vaak leest u in e-books?

Selectie: leest ten minste soms wel eens e-books

Het gebruik van de e-reader stijgt wederom licht en het gebruik van de tablet blijft nagenoeg stabiel



Gebruikt apparaat bij het lezen van een e-book



F02. Welke apparaten gebruikt u wel eens om e-books op te lezen?

Selectie: leest ten minste soms
wel eens e-books

CPNB-Campagnes: Maand van het Spannende Boek

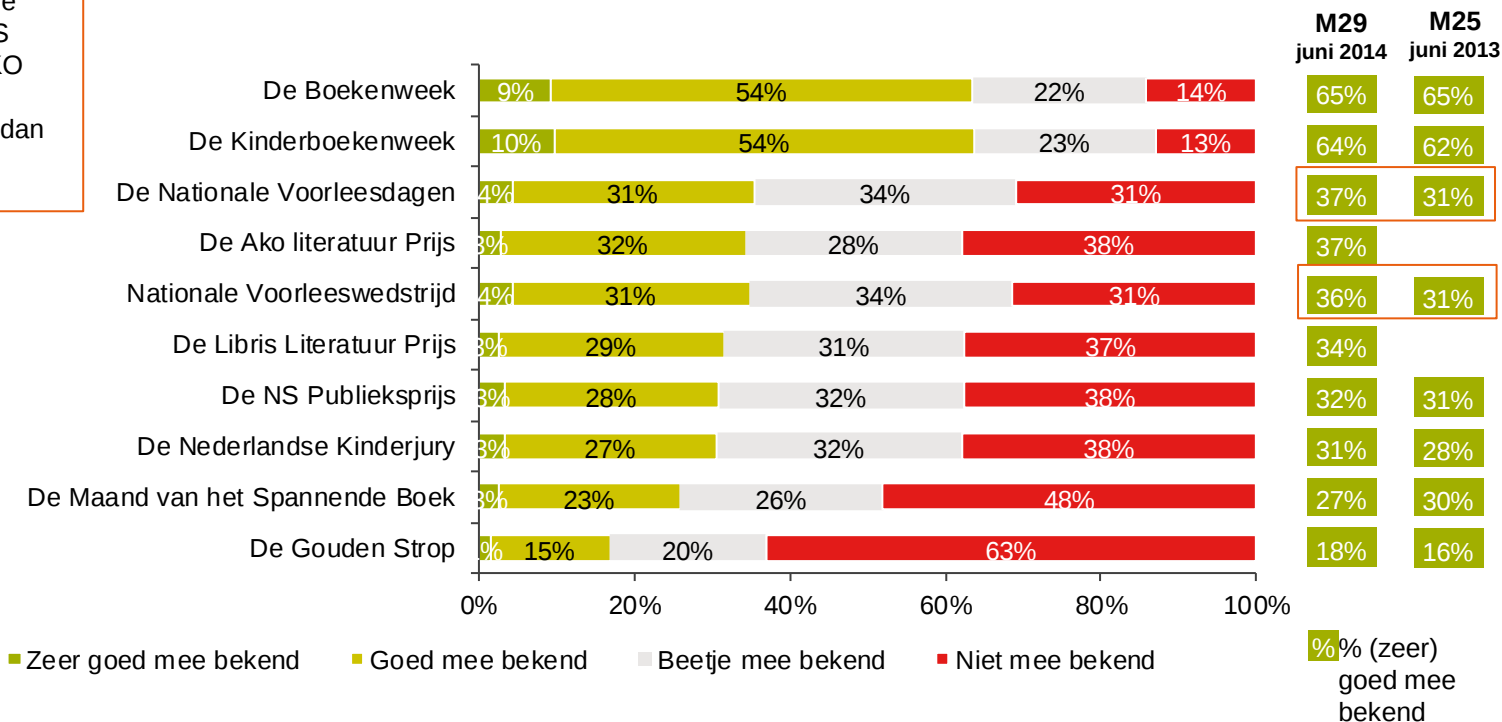
De Nationale Voorleesdagen en Voorleeswedstrijd zijn in het afgelopen jaar in bekendheid gestegen



Achtergrond:

Hoog opgeleiden zijn vaker bekend met de Maand van het Spannende Boek, de Boekenweek, de NS publieksprijs, de AKO literatuurprijs en de Libris literatuurprijs dan midden en laag opgeleiden.

Bekendheid lees/boekencampagnes



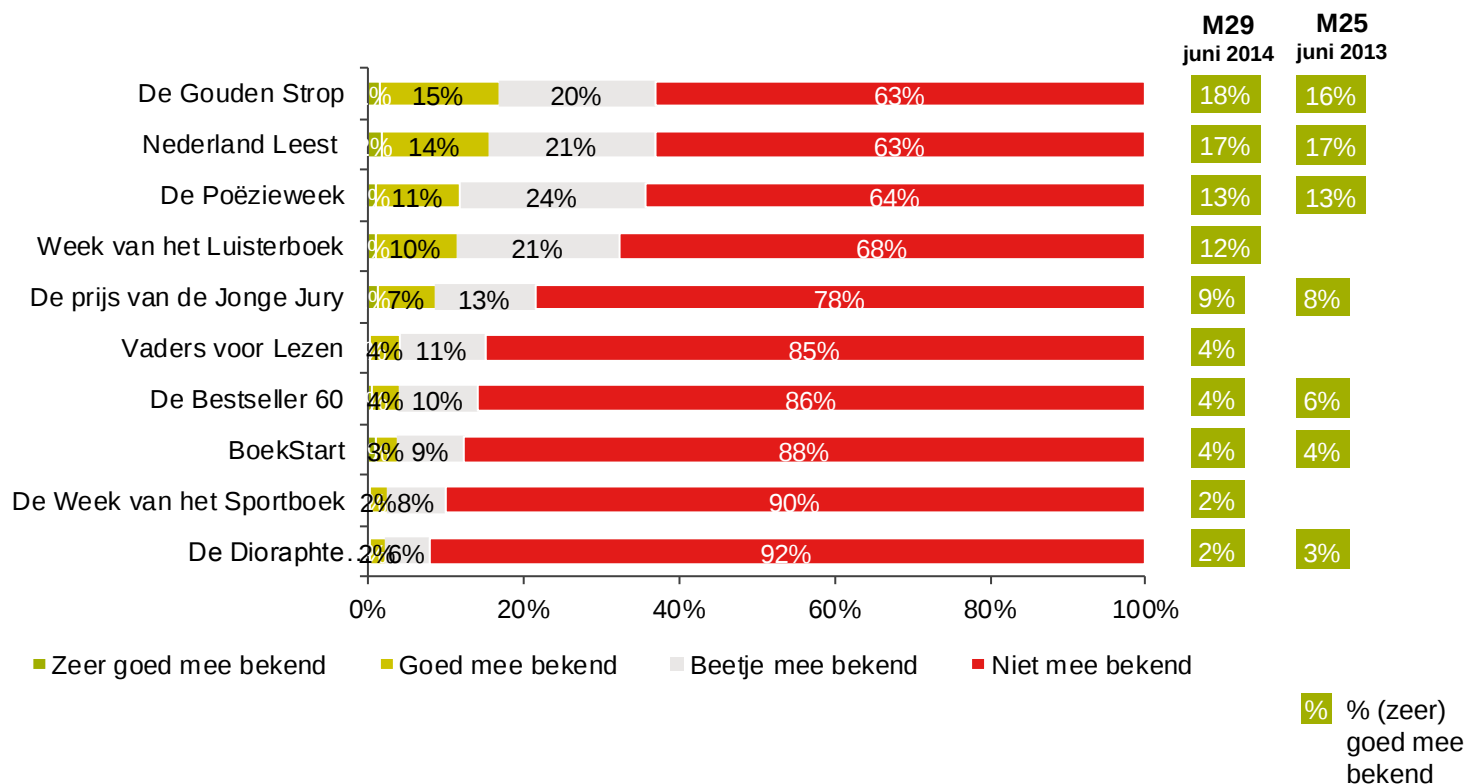
G01. Kunt u aangeven in hoeverre u bekend bent met de volgende lees/boekencampagnes en prijzen?

Selectie: allen

Boekstart, De Week van het Sportboek en De Dioraphte Jongerenliteratuur Prijs zijn de minst bekende lees/boekencampagnes



Bekendheid lees/boekencampagnes



G01. Kunt u aangeven in hoeverre u bekend bent met de volgende lees/boekencampagnes en prijzen?

Selectie: allen

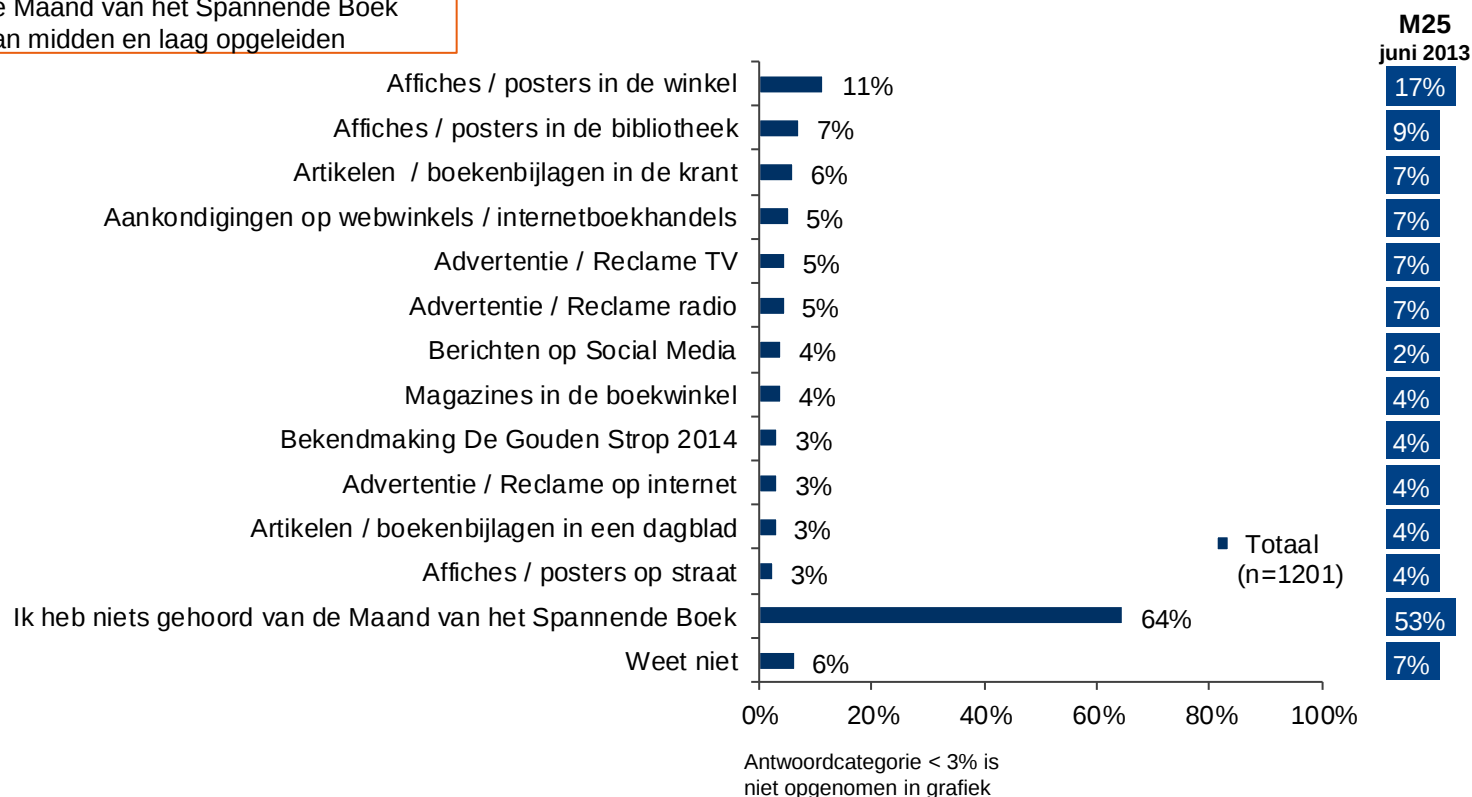
Het aandeel consumenten dat niets gezien, gehoord of gelezen heeft over de Maand van het Spannende Boek, is toegenomen



Achtergrond:

Hoog opgeleiden hebben vaker een affiche of een advertentie gezien van de Maand van het Spannende Boek dan midden en laag opgeleiden

Gezien, gehoord of gelezen over de Maand van het Spannende Boek



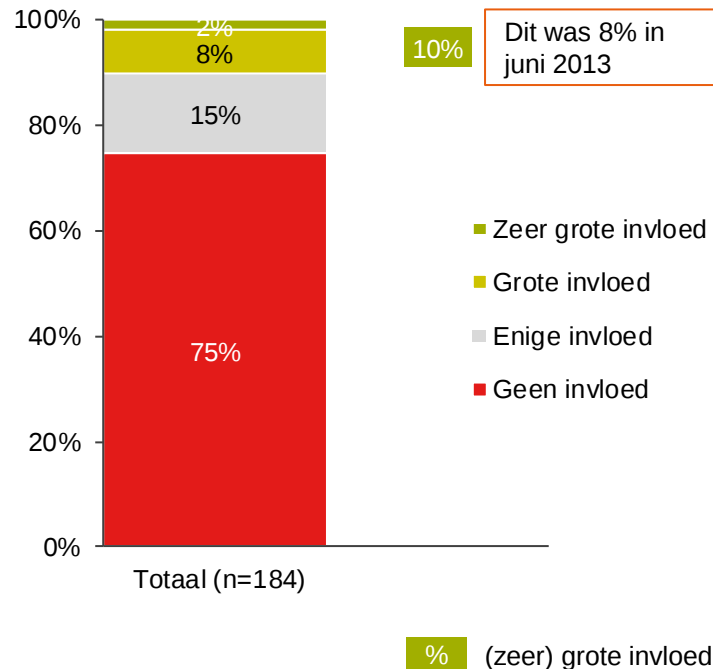
G02. Afgelopen maand (juni) was de Maand van het Spannende Boek. Kunt u aangeven wat u heeft gezien, gehoord of gelezen over de Maand van het Spannende Boek?

Selectie: allen

Bij één tiende van de kopers was de Maand van het Spannende boek van invloed op de aankoop. Dit gaat om 2% van de Nederlandse consumenten



**Maand van het Spannende Boek
invloed gehad op uw aankoop**



G03. In hoeverre heeft de Maand van het Spannende Boek invloed gehad op uw aankoop?

Selectie: heeft boek gekocht
afgelopen maand en iets
gezien/gehoord/gelezen

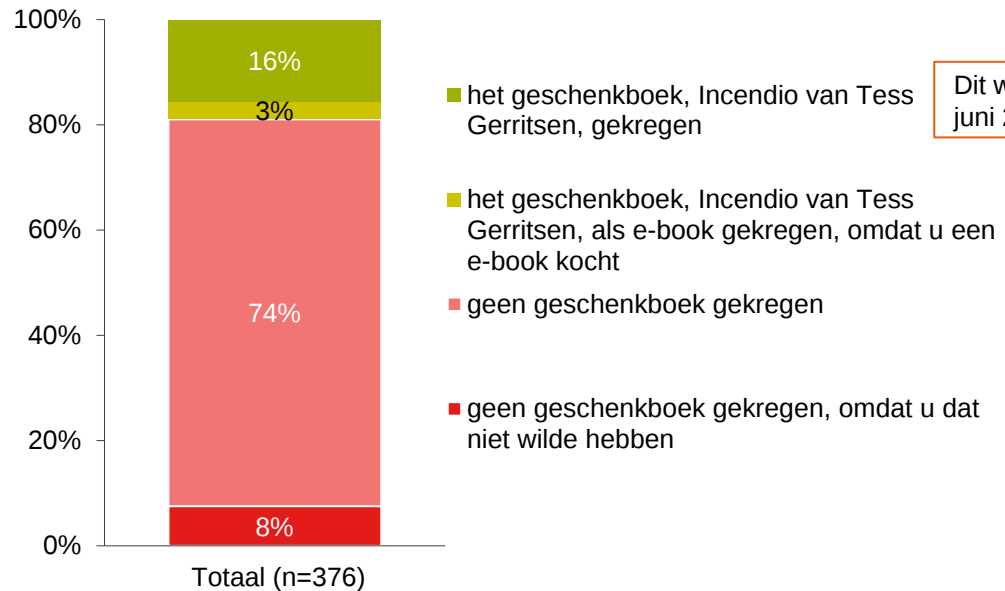
16% van de consumenten die in de afgelopen maand een boek kochten, heeft het geschenkboek ontvangen



Geschenkboek ontvangen bij aankoop

Achtergrond:

Mannen hebben vaker geen geschenk gekregen omdat ze dat niet wilden hebben dan vrouwen, terwijl vrouwen vaker geen geschenk hebben gekregen.



Dit was 19% in juni 2013

G04. U heeft eerder aangegeven in de afgelopen maand één of meerdere boeken te hebben gekocht. Heeft u bij uw aankoop...?

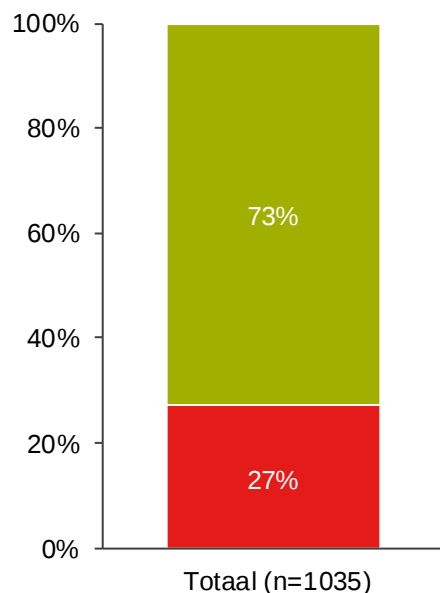
Selectie: heeft in de afgelopen maand boeken gekocht

Genres en spannende boeken

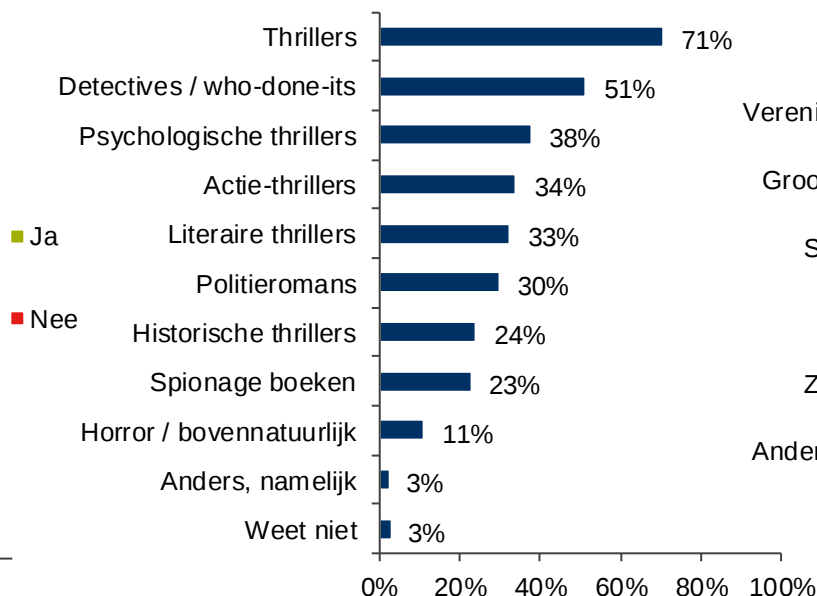
73% van de mensen die wel eens lezen, leest graag spannende boeken. Het liefst lezen zij thrillers van Nederlandse of Amerikaanse schrijvers.



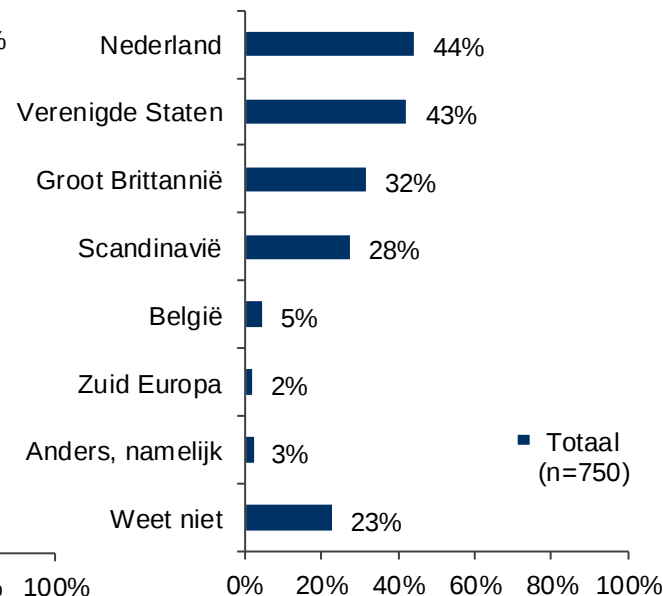
Leest graag spannende boeken



Soorten spannende boeken



Voorkeur land schrijver



		Thrillers	Detectives
Uit welk land is / zijn de schrijvers van uw favoriete spannende boek(en) afkomstig?	Verenigde Staten	49%	46%
	Nederland	44%	43%
	Groot Brittannië	37%	39%
	Scandinavië	33%	36%
	België	6%	6%
	Zuid Europa	3%	2%
	Anders, namelijk	3%	3%
	Weet niet	20%	20%

G05. Leest u graag spannende boeken?

G06. Welke soorten spannende boeken leest u graag?

G07. Uit welk land is / zijn de schrijvers van uw favoriete spannende boek(en) afkomstig?

Selectie: leest wel eens boeken

Wat genrevoorkeuren betreft is er geen verschuiving opgetreden ten opzichte van de vorige meting. Spannende fictie blijft nog steeds het meest gelezen genre. (1)

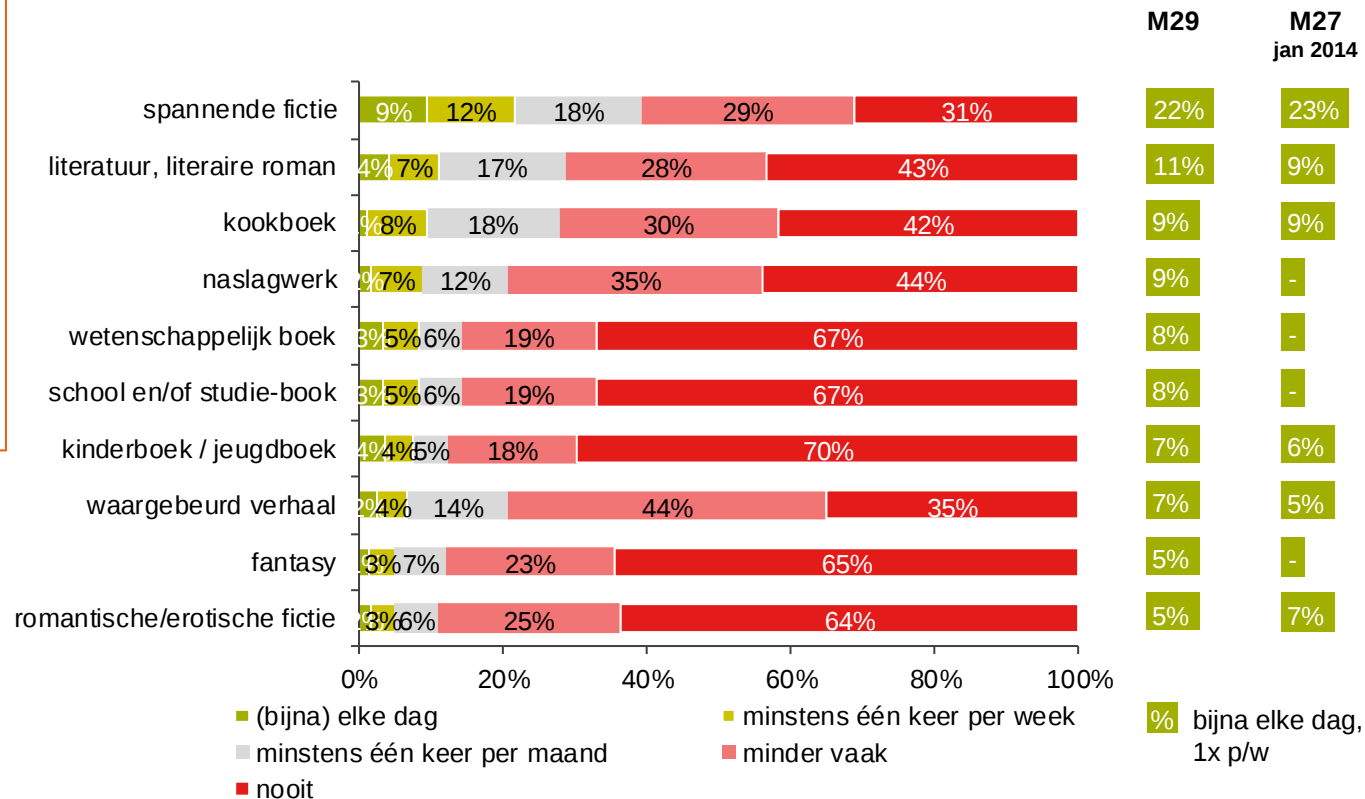


Achtergrond:

Hoog opgeleiden lezen vaker literatuur, kinderboeken, zakelijke boeken en wetenschappelijke boeken dan midden en laag opgeleiden

Mannen lezen vaker science fiction, stripboeken, naslagwerken, zakelijke boeken en wetenschappelijke boeken dan vrouwen

Frequentie lezen genres (1/2)



C01. Hoe vaak leest u boeken (papier dan wel elektronisch) in de volgende genres? U kunt kiezen tussen:

Selectie: leest wel eens boeken
n=1034

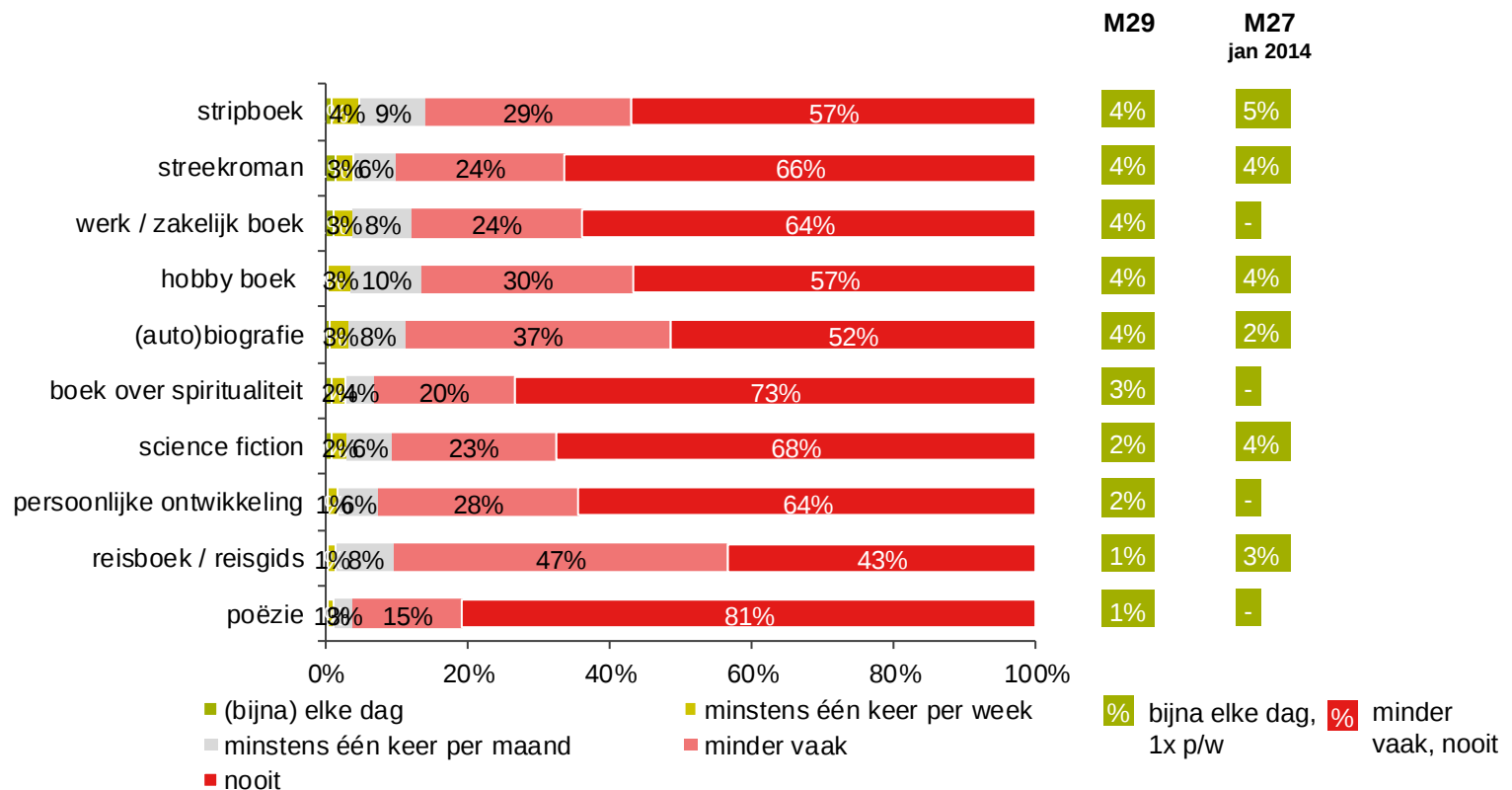
Wat genrevoorkeuren betreft is er geen verschuiving opgetreden ten opzichte van de vorige meting. (2)



Achtergrond:

Vrouwen lezen vaker literatuur, spannende fictie, romantische fictie, streekromans, waargebeurde verhalen, kinderboeken, kookboeken en hobbyboeken dan mannen.

Frequentie lezen genres (2/2)



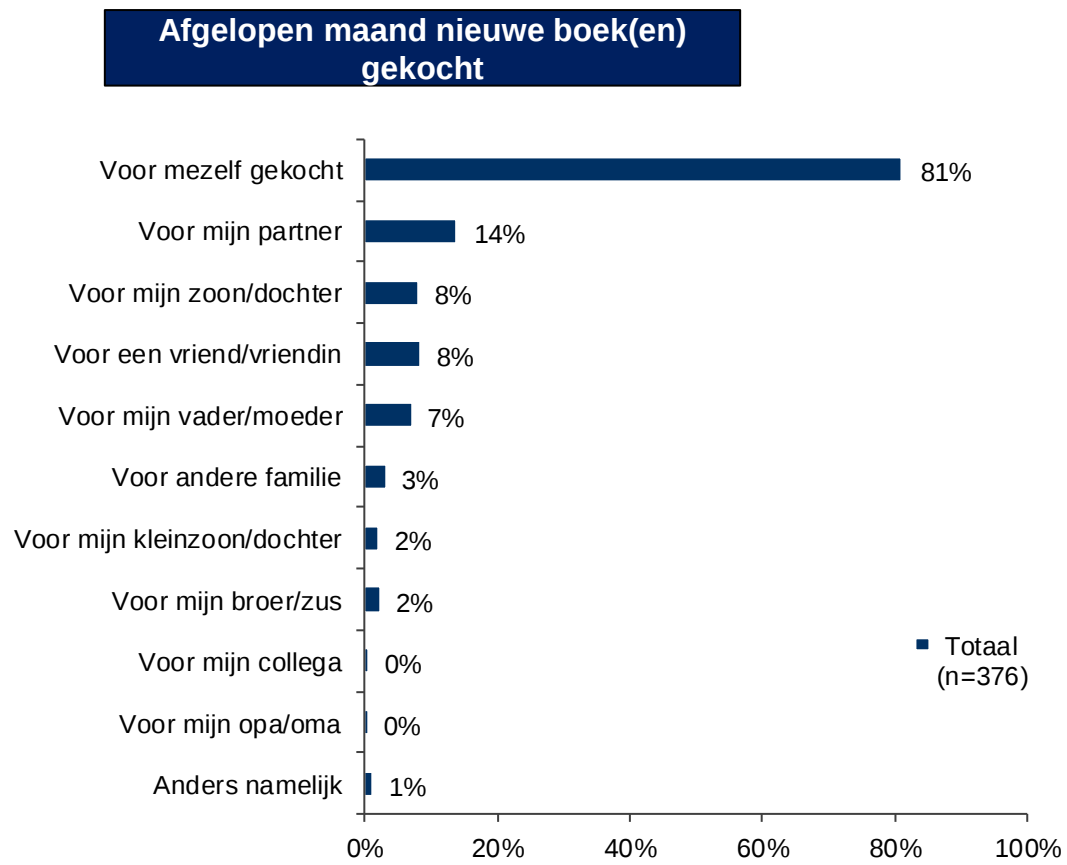
C01. Hoe vaak leest u boeken (papier dan wel elektronisch) in de volgende genres? U kunt kiezen tussen:

Selectie: leest wel eens boeken
n=1034

Kopen



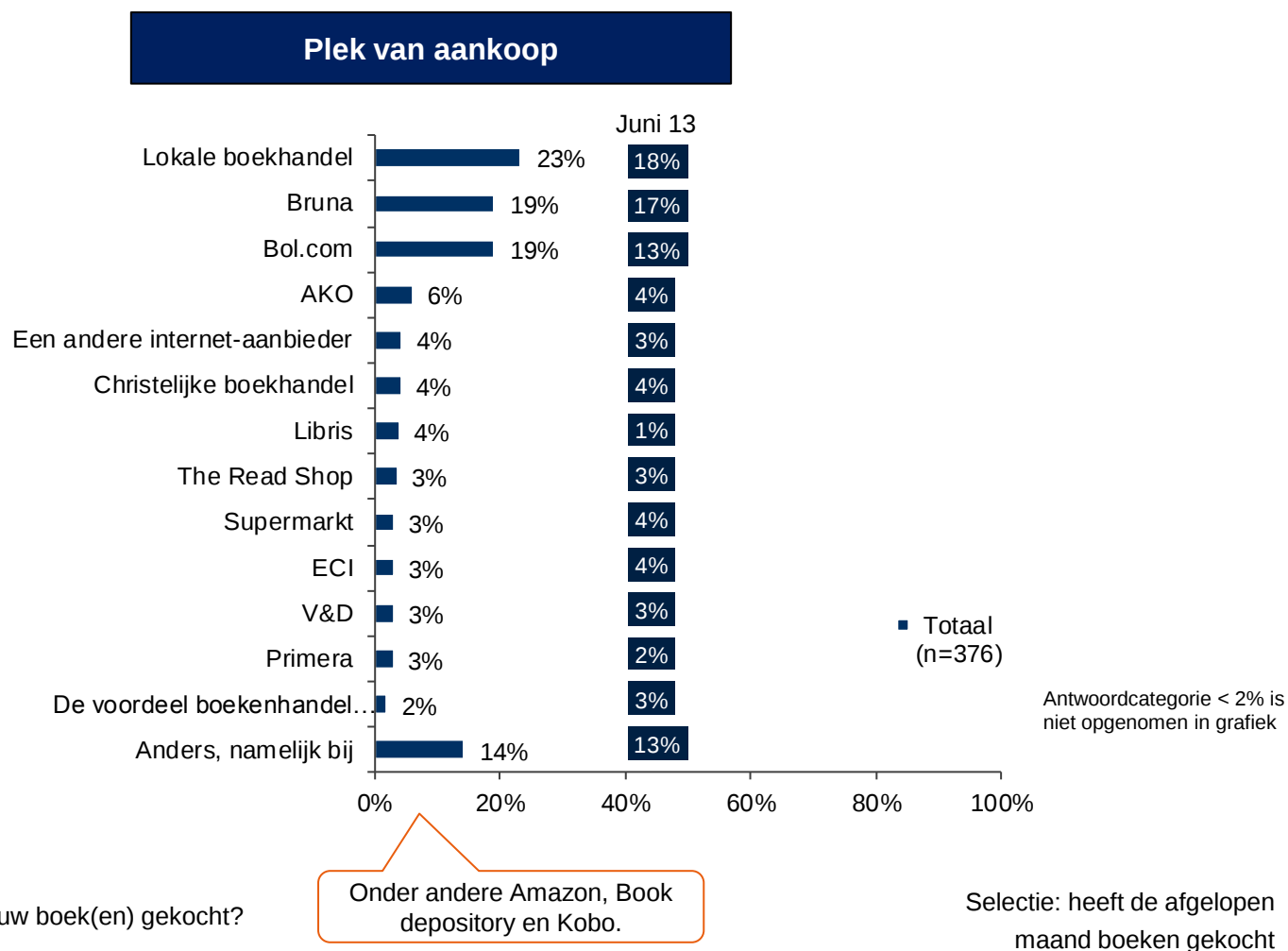
De meerderheid van de consumenten die de afgelopen maand nieuwe boek(en) kocht, kocht het boek voor zichzelf. 14% van de consumenten kocht (ook) een boek voor zijn of haar partner



A01. U heeft eerder aangegeven dat u de afgelopen maand nieuw(e) boek(en) heeft gekocht. Kunt u hieronder aangeven of u dat voor uzelf of voor iemand anders heeft gekocht?

Selectie: heeft de afgelopen maand boeken gekocht

23% van de consumenten heeft in de afgelopen maand zijn of haar boek(en) gekocht bij de lokale boekhandel, gevolgd door bol.com en Bruna (19%)



A02. Waar heeft u de laatste maand uw boek(en) gekocht?

Met name bij de lokale boekhandels komen consumenten vanwege de prettige en inspirerende omgeving



Reden om een boek te kopen bij:				
Bedrijven alleen opgenomen bij 50 of meer waarnemingen				
Reden	Bruna	Bol.com	Lokale boekhandel	Anders
dicht bij mij in de buurt	51%	2%	39%	22%
kom ik langs als ik aan het winkelen ben	45%	2%	33%	6%
makkelijk te bereiken	33%	29%	38%	20%
persoonlijke bediening	27%	0%	40%	20%
is een prettige en inspirerende omgeving om rond te lopen, te zoeken, etc.	25%	6%	59%	14%
veelal grote en ruime keuze	24%	53%	44%	33%
ik kan me laten verrassen en inspiratie op doen bijv. voor een leuk boek en/of cadeau	21%	11%	32%	14%
boekenwinkel waar ook een postkantoor is gevestigd	20%	1%	12%	0%
vaak leuke aanbiedingen	17%	26%	10%	24%
ik kan makkelijk een boek omruilen	16%	14%	21%	6%
verkopen ook andere zaken, die ik vaak nodig heb, dan alleen boeken	15%	12%	13%	8%
goede adviezen van het personeel	12%	0%	37%	4%
ligt op route van mijn woon-werk verkeer	12%	1%	12%	8%
vanwege de prijs	8%	28%	4%	41%
anders	5%	8%	5%	31%
verplicht lidmaatschap van een boekenclub	4%	2%	2%	0%
internet: prettig om thuis te kunnen winkelen	3%	59%	1%	6%
internet: vanwege de openingstijden (24 uur per dag open)	3%	60%	2%	8%
internet: makkelijk om verschillende internet winkels te vergelijken	3%	20%	0%	6%
weet niet / kan niet zeggen	3%	0%	0%	4%
internet: het is anoniem	1%	11%	0%	0%
internet: reviews en tips van klanten	1%	17%	1%	0%
internet: de veelheid aan informatie over boeken	0%	34%	4%	0%

A03. Wat zijn voor u redenen om een boek te kopen bij]?

Selectie: heeft de afgelopen maand boeken gekocht

De variatie in genres die men koopt (lichte afname bij alle genres), is vergeleken met twee jaar geleden afgenomen

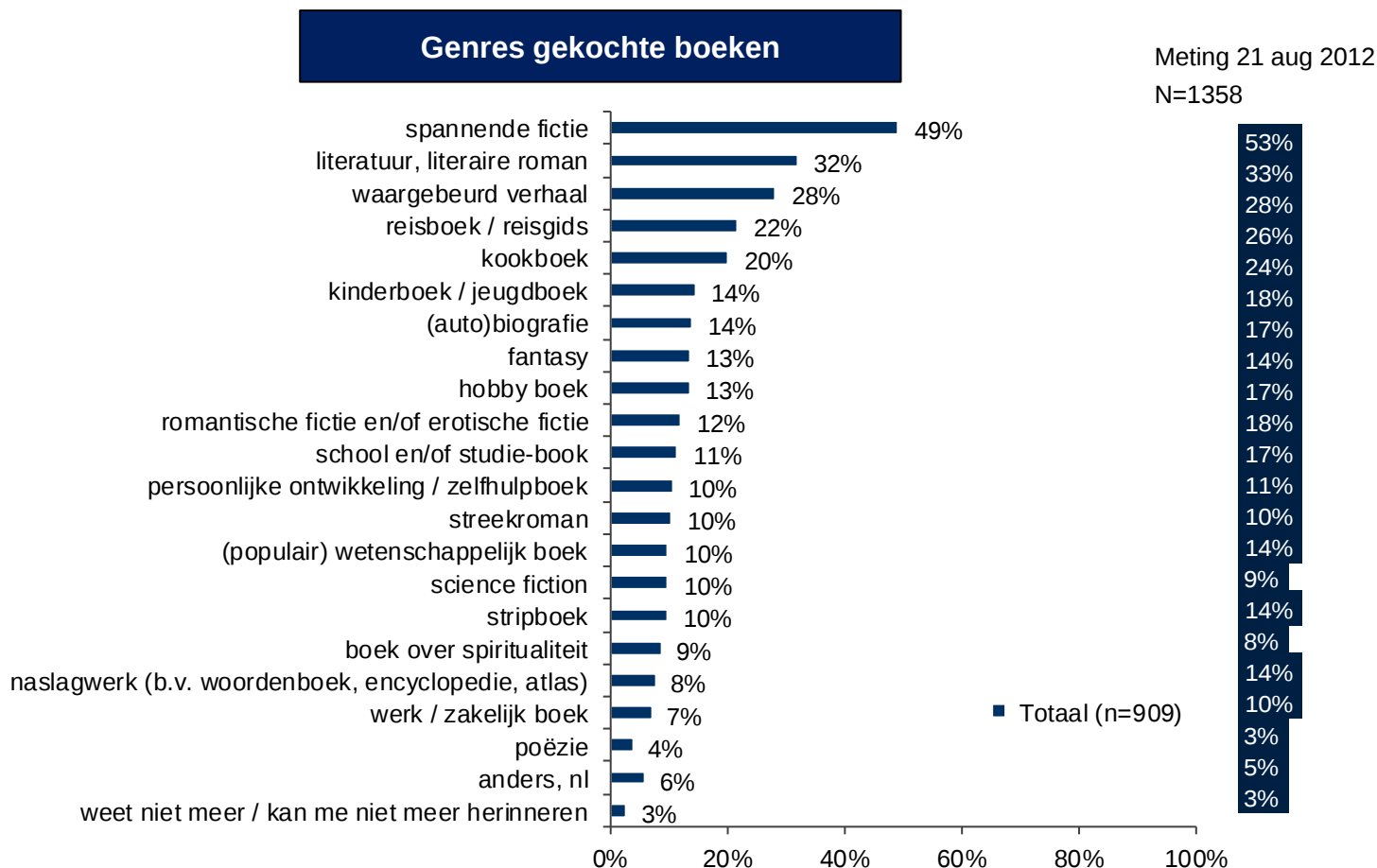


Achtergrond:

Hoog opgeleide consumenten kopen vaker reisboeken, zakelijke boeken, wetenschappelijke boeken, studieboeken en persoonlijke ontwikkeling boeken dan midden en laag opgeleiden.

Mannen kopen vaker science fiction boeken, stipboeken, zakelijke boeken, wetenschappelijke boeken dan vrouwen.

Vrouwen kopen vaker romantische boeken, streekromans, kookboeken, waargebeurde verhalen, kinderboeken, zelfhulp boeken en boeken over spiritualiteit dan mannen.



A04. Welke genres boeken koopt u wel eens?

Selectie: koopt wel eens
een nieuw boek

45% van de consumenten heeft in de afgelopen 12 maanden tweedehands boeken in bezit gekregen. Dit gebeurde veelal door te lenen, ruilen of te kopiëren van bekenden (35%) en als cadeau (25%).



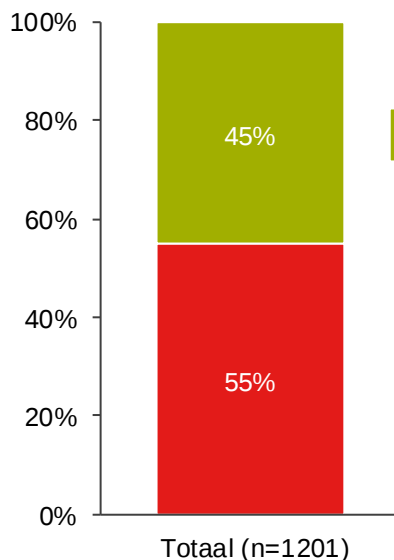
Achtergrond:

Mannen hebben gedurende de afgelopen 12 maanden minder vaak een tweedehands boek in bezit gekregen dan vrouwen.

Hoog opgeleiden en mannen kopen vaker tweedehands boeken in een fysieke boekhandel dan midden en laag opgeleiden en vrouwen.

Vrouwen lenen of ruilen tweedehands boeken vaker met familie en vrienden dan mannen.

Tweedehands boeken in bezit gekregen in afgelopen 12 maanden



■ ja
■ nee

Manier van verkrijgen van tweedehands boeken



Onder andere de rommelmarkt en marktplaats.

Tweedehands boeken kopen

	ja	nee
Waar koopt u in de boekwinkel	41%	41%
doorgaans op het internet	31%	28%
het vaakst uw bij beide ongeveer	28%	32%
boeken even vaak		

A05a. Heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens tweedehands boeken in bezit gekregen?

A05b. Hoe verkrijgt u deze tweedehands boeken?

Selectie: allen
Selectie: heeft wel eens
tweedehands boeken in
bezit gekregen

Lenen

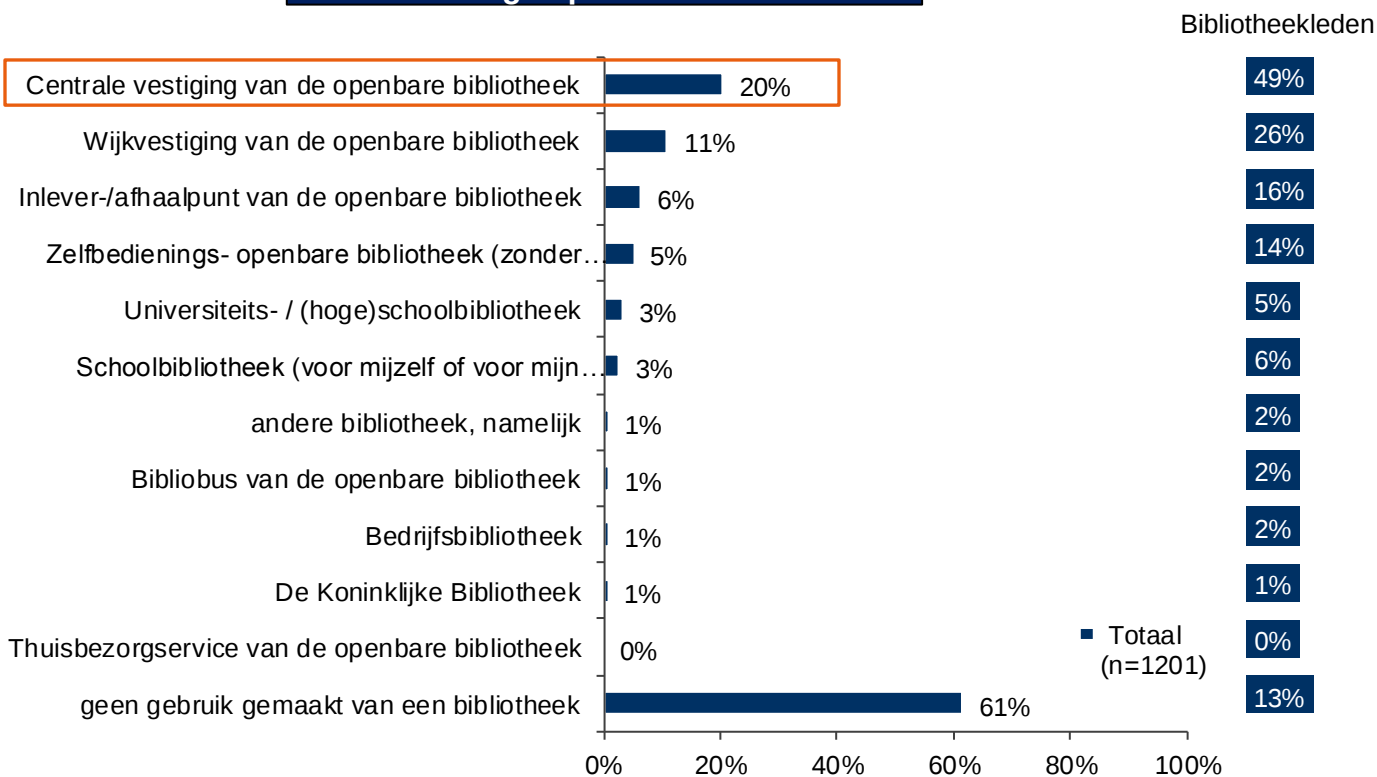
De centrale vestiging van de openbare bibliotheek is door een vijfde van de consumenten bezocht. 61% geeft aan geen gebruik te hebben gemaakt van de bibliotheek in de afgelopen 12 maanden



Achtergrond:

Hoog opgeleiden komen vaker in een universiteitsbibliotheek.

Gebruik varianten van de bibliotheek in de afgelopen 12 maanden



B01. Kunt u aangeven van welke van de onderstaande varianten van de bibliotheek u de afgelopen 12 maanden gebruik heeft gemaakt? Dit kan zowel fysiek als digitaal zijn.

Basis: allen

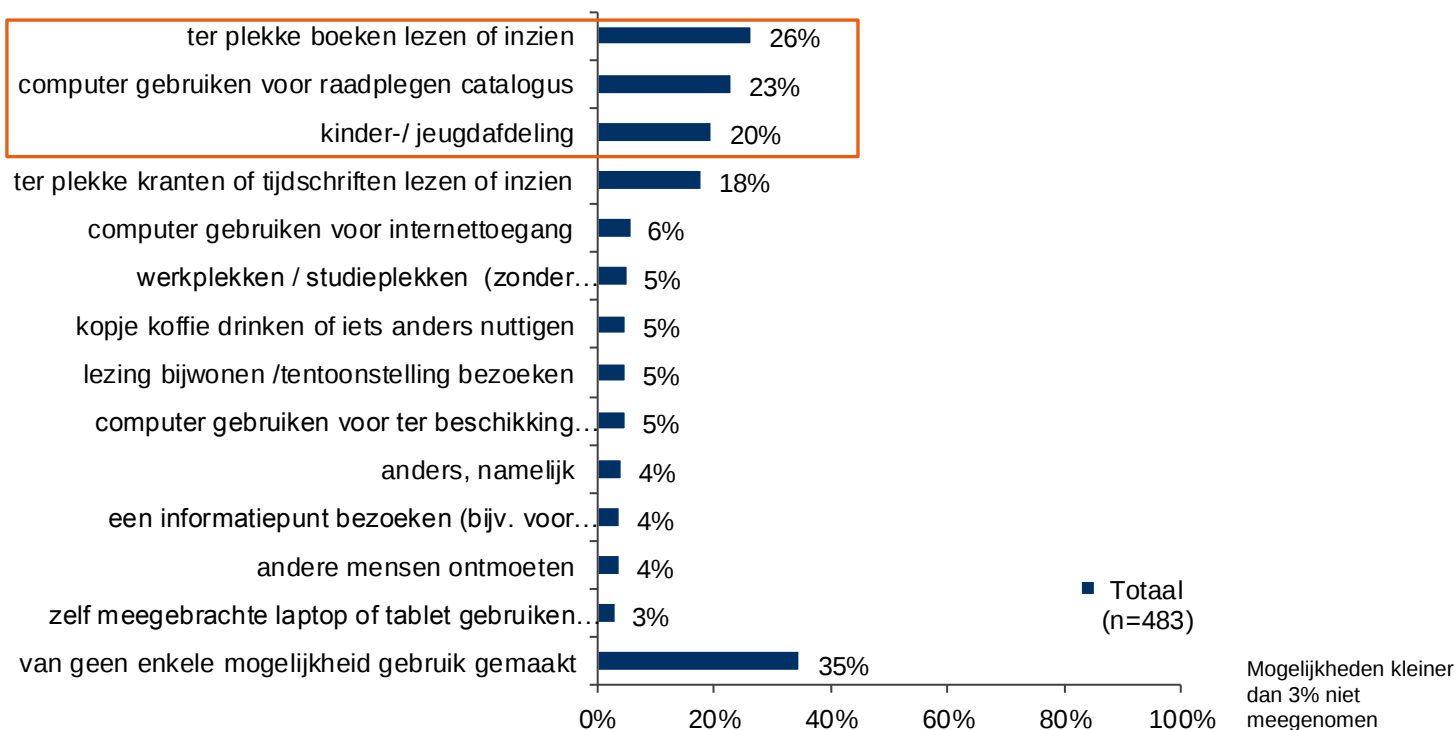
26% van de bibliotheekbezoekers kijkt ter plekke in boeken,
23% gebruikt de computer voor het raadplegen van de
catalogus en 20% bezoekt de kinder-/ jeugdafdeling



Achtergrond:

Hoog opgeleiden
volgen vaker
lezingen via de
openbare bibliotheek
dan midden en laag
opgeleiden.

Gebruik diensten bibliotheek in de afgelopen 12 maanden



B02. Van welke van de onderstaande mogelijkheden in de openbare bibliotheek heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens gebruik gemaakt?

Basis: komt wel eens
in de bibliotheek

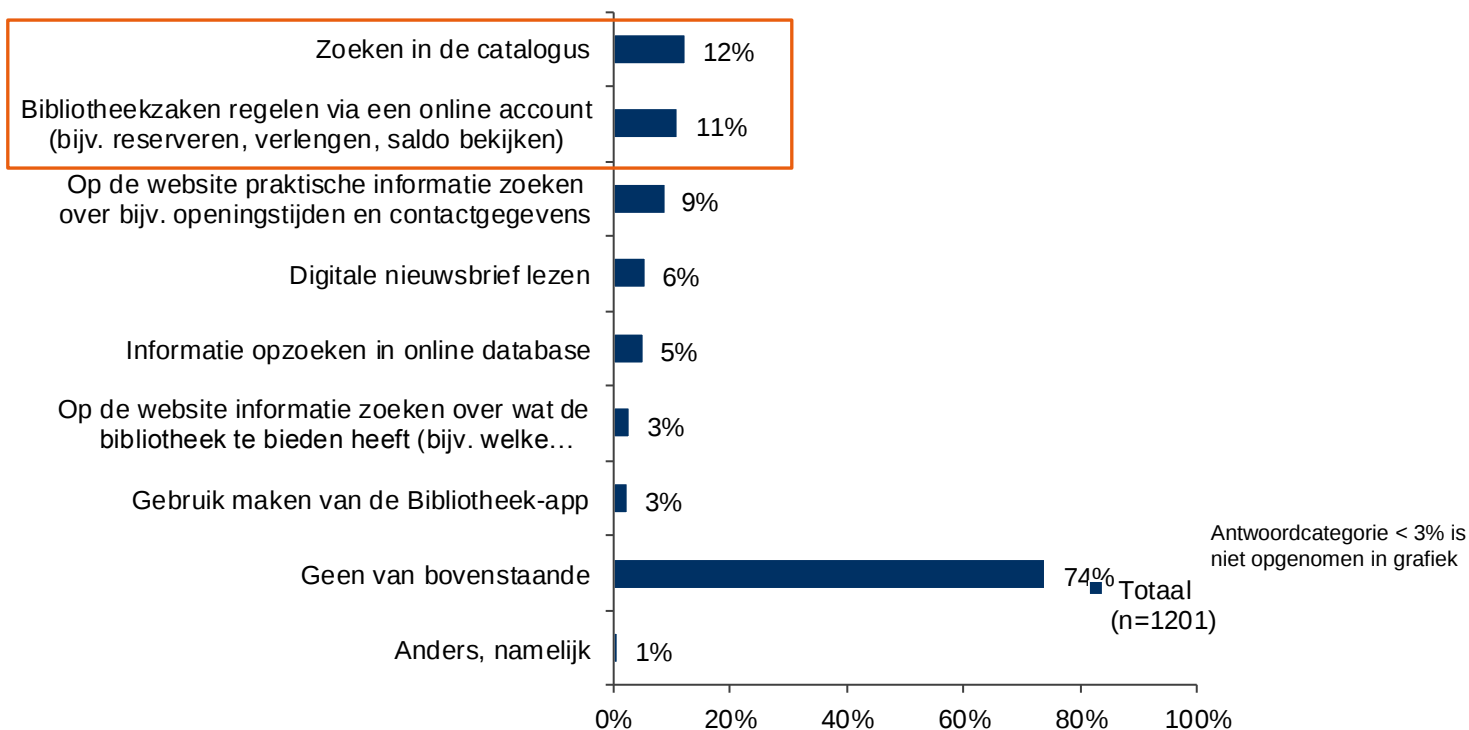
26% van de consumenten heeft in de afgelopen 12 maanden een digitale of online bibliotheekdienst gebruikt. Meest gebruikt was de catalogus (12%) en het bibliotheekaccount.



Achtergrond:

Hoog opgeleiden zoeken vaker online in de catalogus of zoeken vaker informatie op online dan midden en laag opgeleiden

Gebruik digitale en / of online bibliotheekdiensten in de afgelopen 12 maanden



B03. Welke digitale of online bibliotheekdiensten heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens gebruikt?

Basis: allen

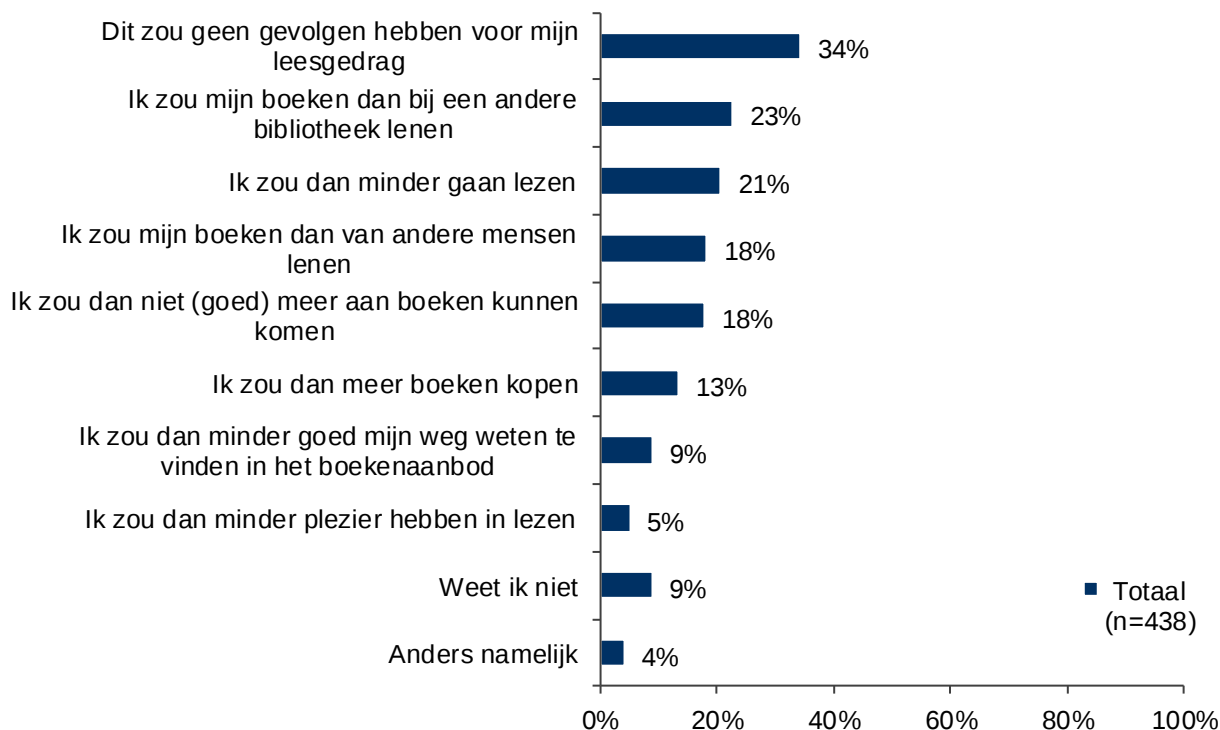
Voor 57% van de bibliotheekleden zou de afwezigheid van de bibliotheek invloed hebben op het leesgedrag. Een vijfde zou hierdoor minder gaan lezen



Invloed afwezigheid bibliotheek op het leesgedrag

Achtergrond:

50 plussers geven aan dat ze in het geval dat hun bibliotheek er niet meer zou zijn hun boeken vaker lenen bij een andere bibliotheek dan mensen onder de 50 jaar.



B04. Stel dat uw bibliotheek er niet meer zou zijn, wat zou dit voor gevolgen hebben op uw leesgedrag? Geef aan welke van onderstaande uitspraken in deze situatie voor u waarschijnlijk zou gelden.

Basis: is lid van de bibliotheek of leent wel eens boeken op de pas van iemand anders

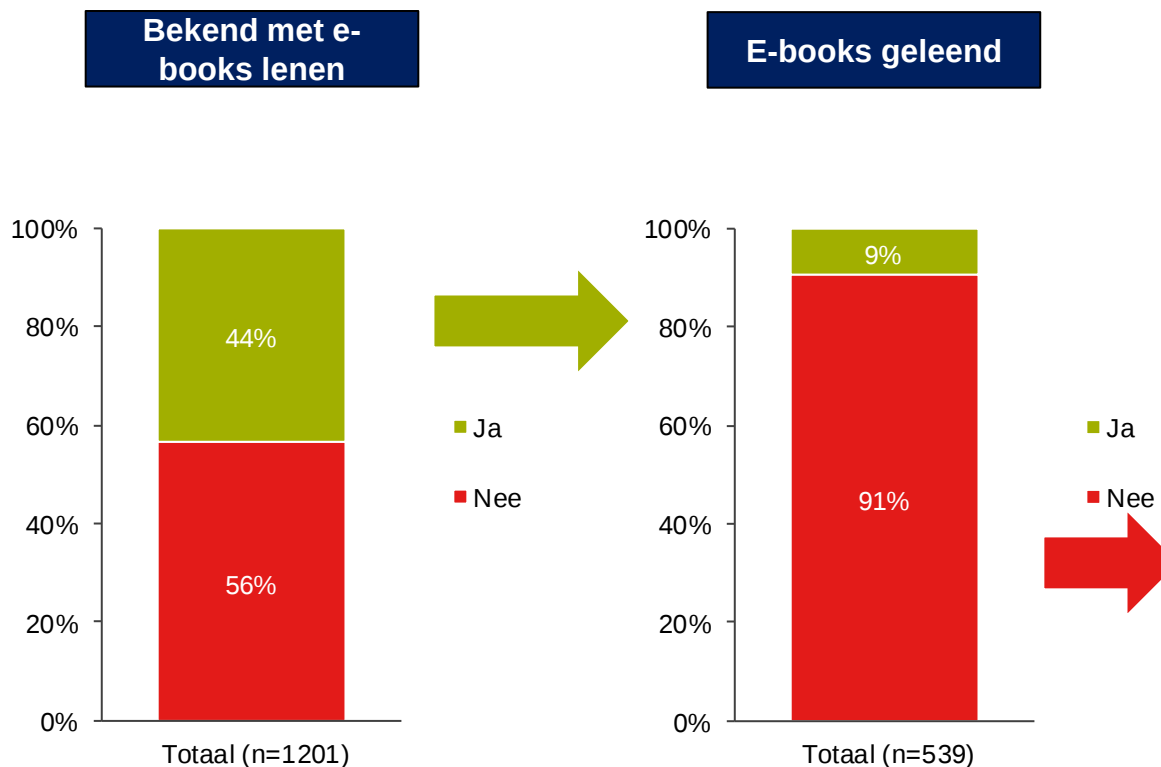
44% van de consumenten is bekend met de mogelijkheid om e-books te lenen bij de bibliotheek. Slechts 9% van de mensen die hiervan op de hoogte waren, heeft hier ook daadwerkelijk gebruik van gemaakt



Achtergrond:

50 plussers zijn vaker al op de hoogte van de mogelijkheid om e-books te lenen bij de bibliotheek dan consumenten tussen de 18 en 50 jaar.

Onder bibliotheekleden is 63% bekend met mogelijkheid om digitaal boeken te lenen en heeft 17% er gebruik van gemaakt.



- Ik vind papieren boeken veel gezelliger om te lezen en heb geen zin om steeds op een schermje te turen! Geef mij maar knisperende bladzijden....heerlijk rustgevend!!
- Ik vind een papierenboek prettiger lezen
- Ik wil graag zelf bepalen hoe lang ik over een boek doe, dus als zo'n e-book max. 3 weken beschikbaar is dan vind ik het niet interessant.
- Het aanbod sluit niet aan bij wat ik gemotiveerd ben te lezen, daarnaast bleek het technisch zo ingewikkeld, of was het niet op de e-reader mogelijk

B05. Sinds januari 2014 is het mogelijk om via de openbare bibliotheek e-books te lenen. Was u - voordat u dit las - bekend met deze mogelijkheid?

B07. Heeft u gebruik gemaakt van deze mogelijkheid?

Basis: allen

Attitude leesopvoeding Nederland vs. ouders

De activiteiten die consumenten het meest met kinderen ondernemen, zijn tv kijken en buitenspelen. Ouders gaven eerder hetzelfde aan. Lezen/voorlezen komt bij beide groepen op de derde plek.



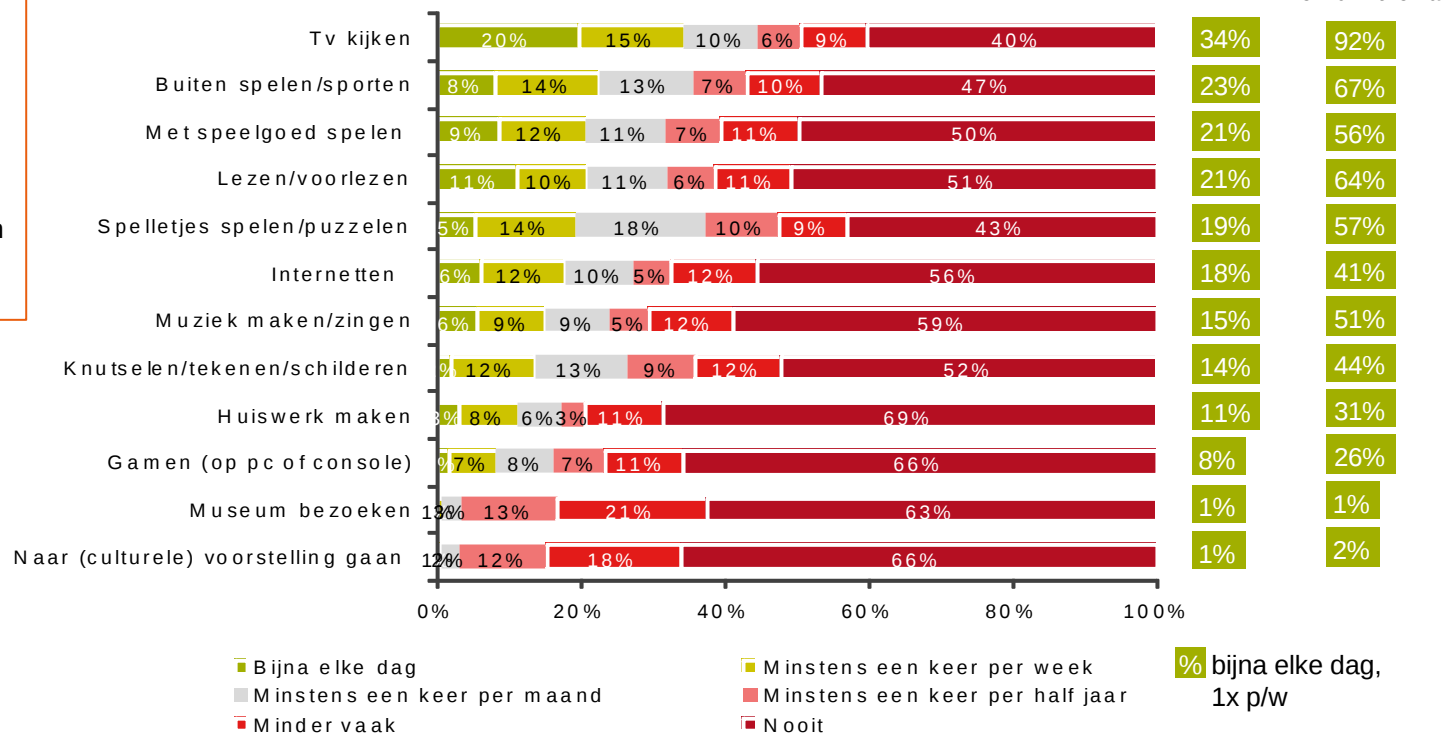
Achtergrond:

Vrouwen doen vaker activiteiten met kinderen dan mannen

35-49 jarigen kijken vaker tv met kinderen dan andere mensen.

50 plussers gamen minder met kinderen dan consumenten onder de 50 jaar.

Frequentie activiteiten met kinderen



D01. Kunt u van de onderstaande activiteiten aangeven hoe vaak u deze samen met kinderen doet? Let op: dit hoeft niet uw eigen kind te zijn!

Selectie: allen
n=1201

Het belangrijkste voor de ontwikkeling van kinderen vindt men buiten spelen/sporten en (voor)lezen. Ook dit wijkt niet af van de mening van ouders. Er is nagenoeg geen verschil tussen ouders ten opzichte van de gehele populatie.

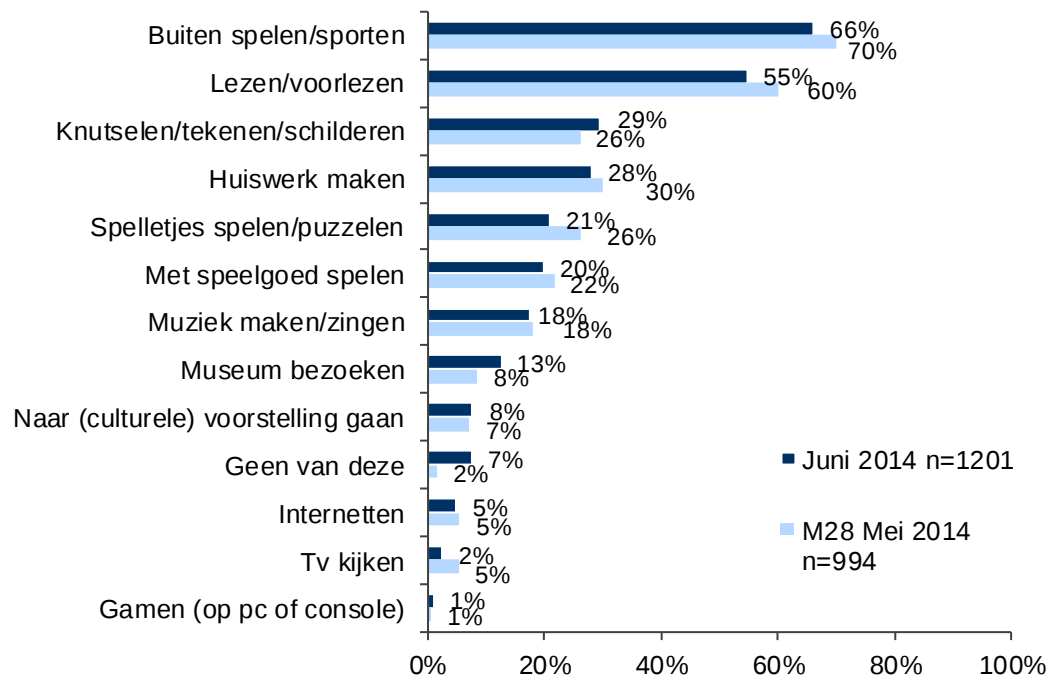


Achtergrond:

Mannen vinden gamen, huiswerk maken, tv kijken en internetten belangrijker voor de ontwikkeling van hun kinderen dan vrouwen.

Hoog opgeleiden vinden naar culturele voorstellingen gaan met hun kinderen belangrijker dan midden en laag opgeleiden.

Belangrijke activiteiten voor ontwikkeling kinderen



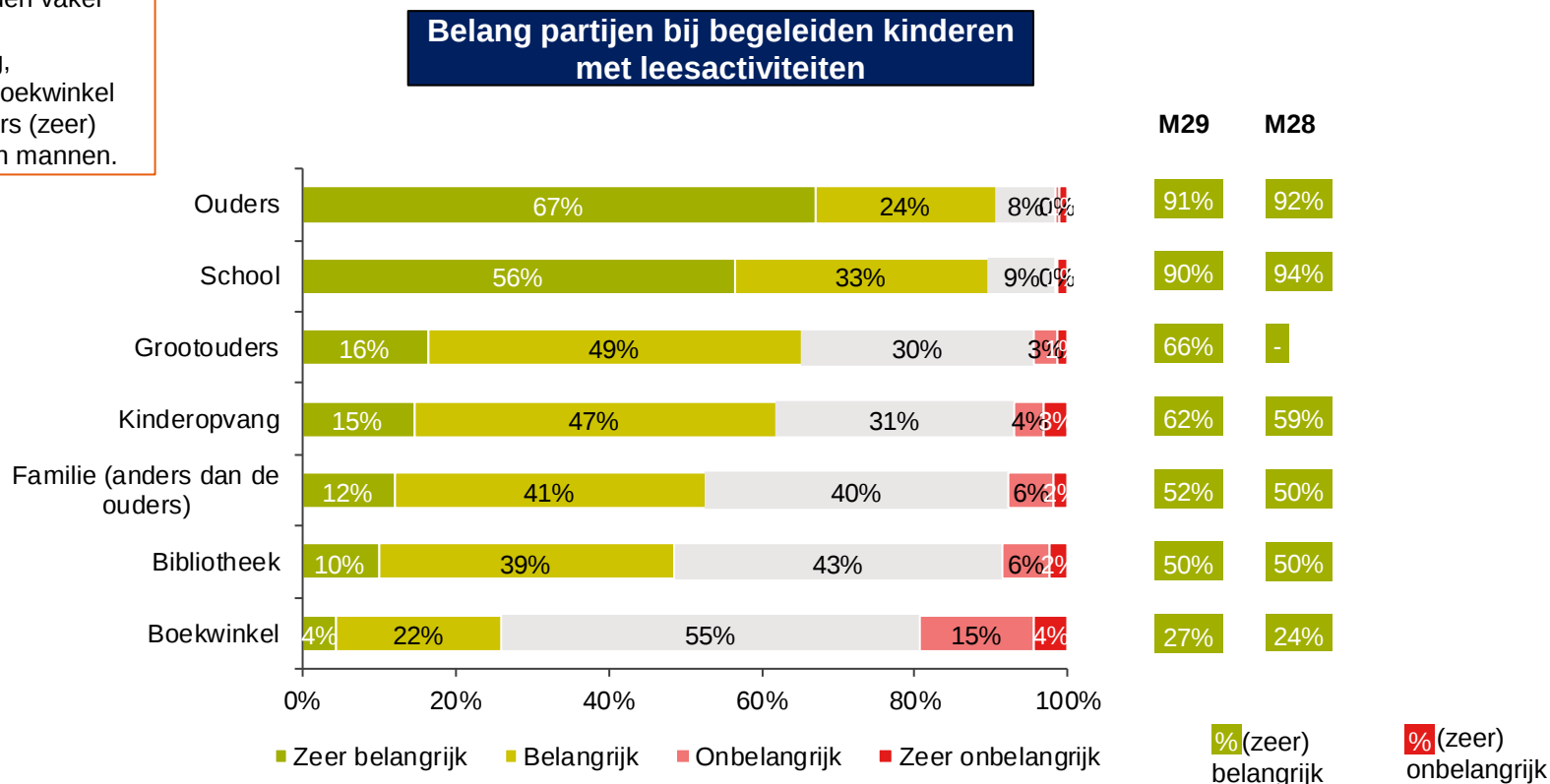
D02. Welke van onderstaande activiteiten vindt u het meest belangrijk voor de ontwikkeling van kinderen?

De meeste consumenten vinden ouders en school (zeer) belangrijk voor de begeleiding van leesactiviteiten. Daarnaast vindt men ook de grootouders (66%) en kinderopvang (62%) (zeer) belangrijk.



Achtergrond:

Vrouwen vinden vaker de ouders, kinderopvang, bibliotheek, boekwinkel en grootouders (zeer) belangrijk dan mannen.



D03. In hoeverre vindt u de volgende partijen belangrijk om kinderen te begeleiden met leesactiviteiten?

Selectie: allen
n=1201

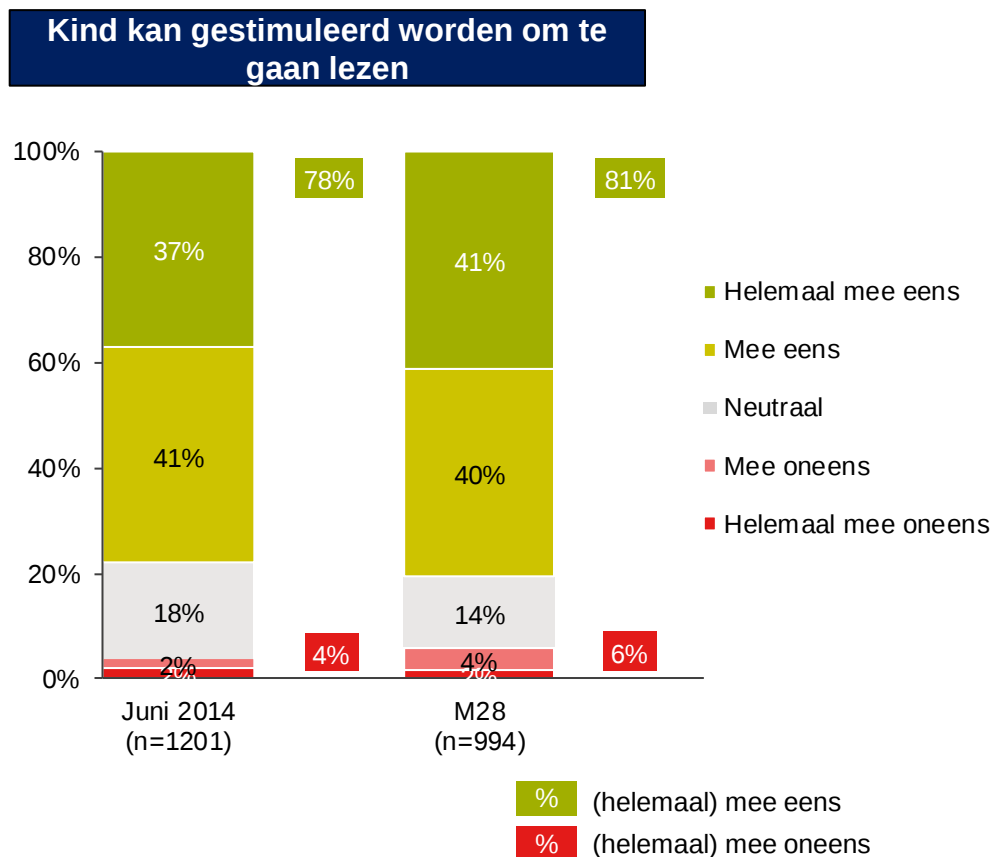
De meerderheid van de consumenten vindt dat kinderen gestimuleerd kunnen worden om te gaan lezen door verschillende leesactiviteiten te ondernemen



Achtergrond:

Meer hoog opgeleiden denken dan ze hun kind tot lezen kunnen stimuleren door leesactiviteiten dan midden en laag opgeleiden.

Ook vrouwen denken vaker dat ze hun kind tot lezen kunnen stimuleren door leesactiviteiten dan mannen.



D04: In hoeverre bent u het eens of oneens met onderstaande stelling? Ik kan een kind tot lezen stimuleren door leesactiviteiten te doen, zoals bijvoorbeeld voorlezen, naar de bibliotheek gaan of te praten over boeken

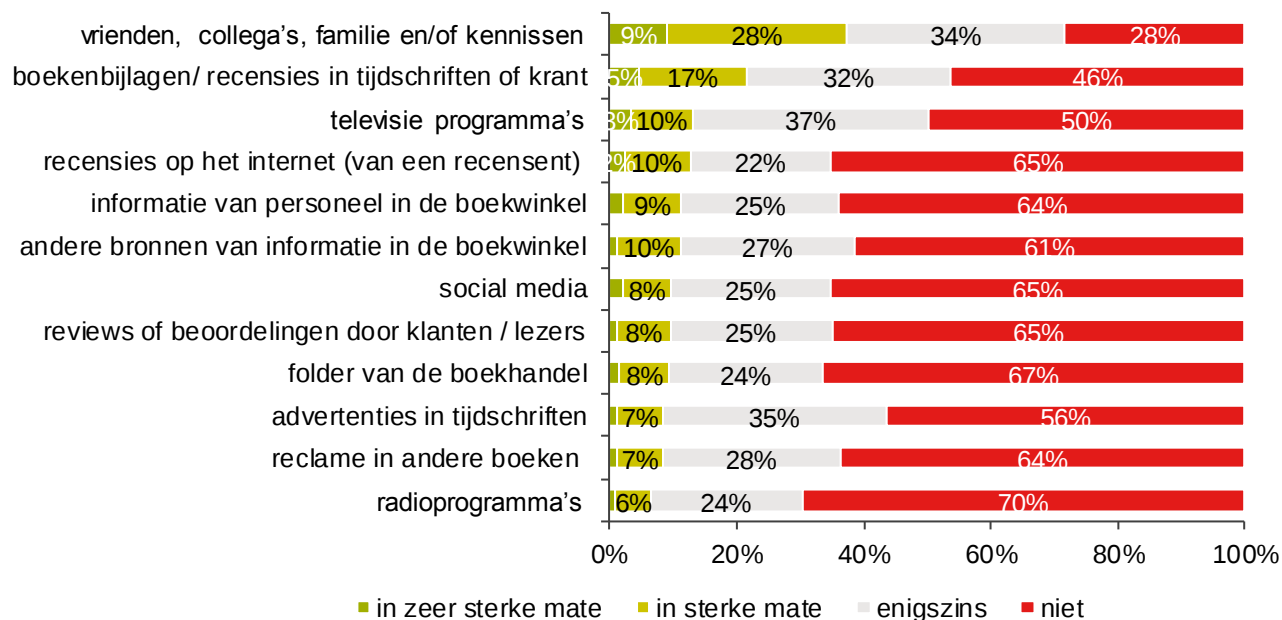
Selectie: allen

Informatiebronnen

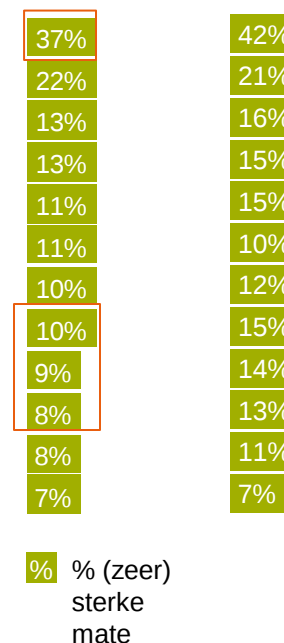
Vrienden, collega's, familie en/of kennissen zijn nog altijd de belangrijkste bron van informatie. Hoewel het aandeel wel licht daalt



Rol informatiebronnen kennis boekenaanbod (1/2)



M25
September 2013



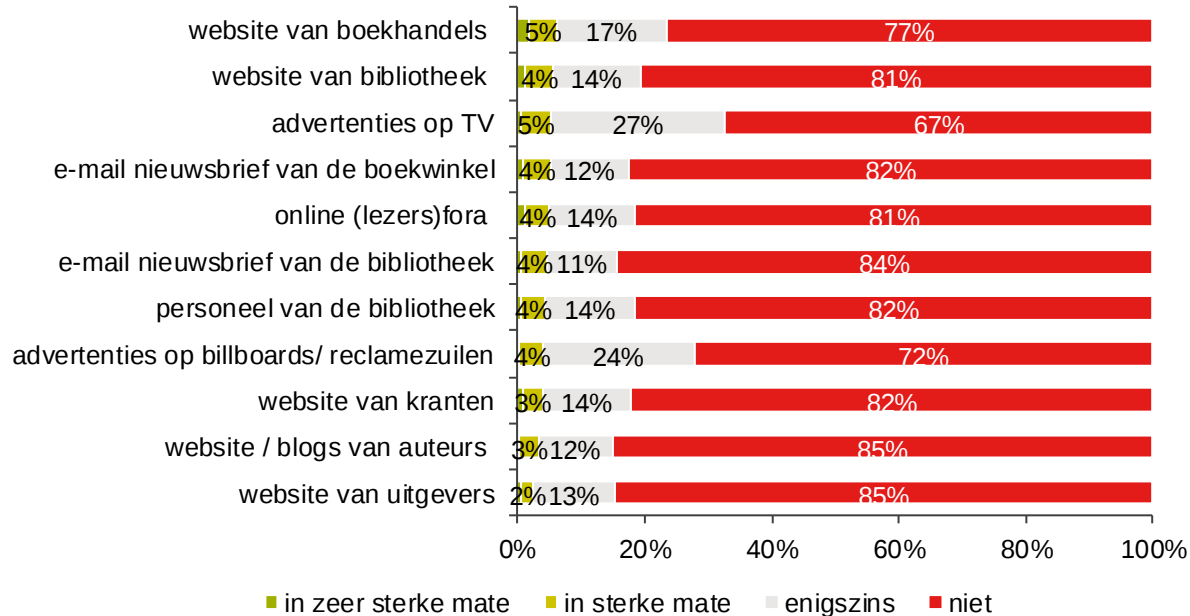
I1. In welke mate spelen de volgende informatiebronnen een rol bij uw kennis over het boekenaanbod?

Selectie: allen

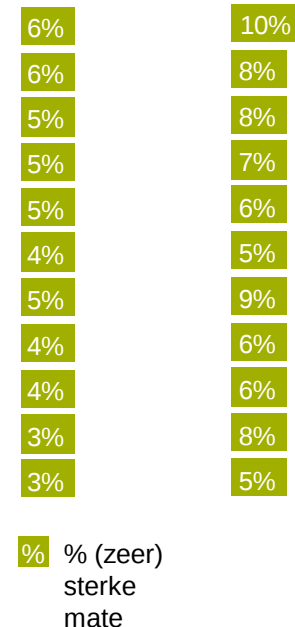
De websites van kranten, uitgevers en auteurs blijven de minste rol spelen bij de kennis over het boekenaanbod



Rol informatiebronnen kennis boekenaanbod (2/2)



M25



I1. In welke mate spelen de volgende informatiebronnen een rol bij uw kennis over het boekenaanbod?

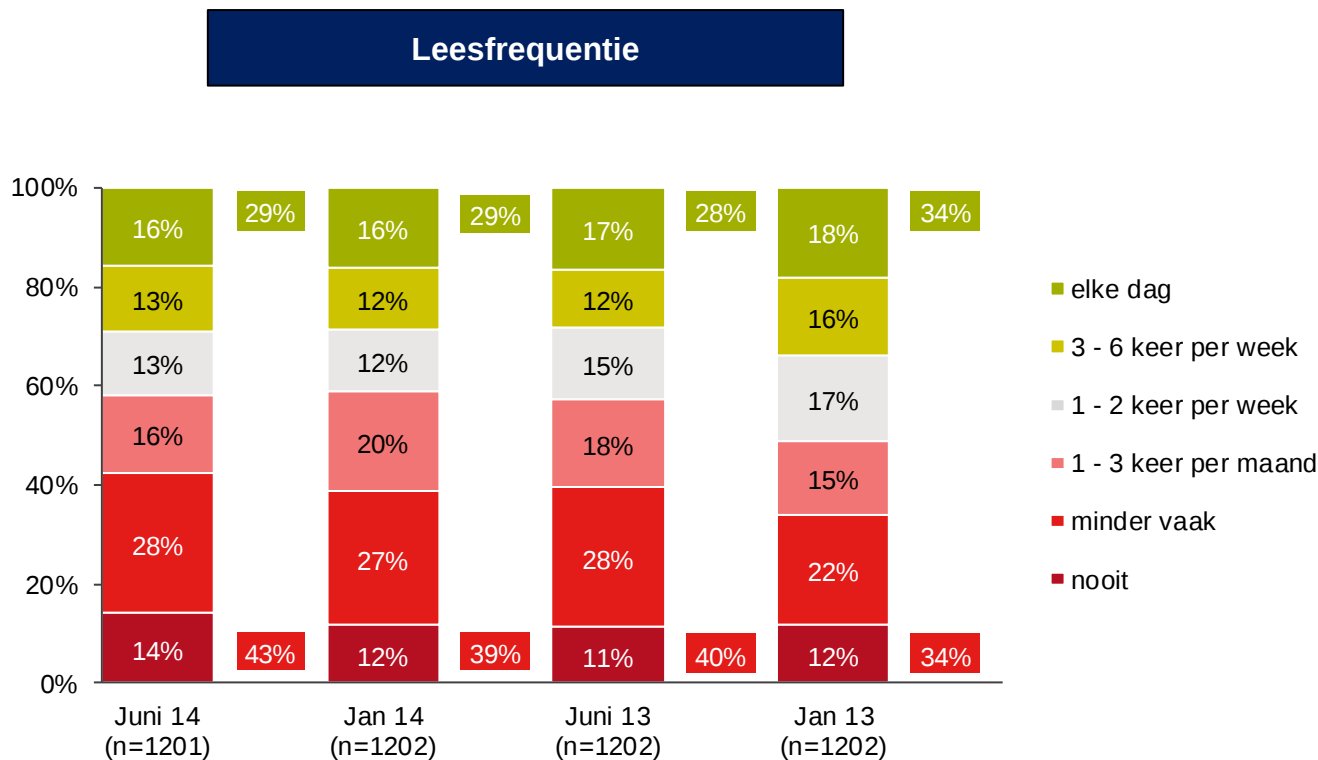
Selectie: allen

Trends

De leesfrequentie blijft ten opzichte van januari 2014 stabiel. Een derde van de consumenten leest minimaal drie keer per week een boek



Achtergrond:
Vrouwen en hoog opgeleiden lezen vaker boeken dan mannen en midden en laag opgeleiden.



S01. Hoe vaak leest u gemiddeld in boeken (papieren dan wel e-books)?

Basis: allen

De afname van het aandeel consumenten dat alleen papieren boeken leest, stagneert

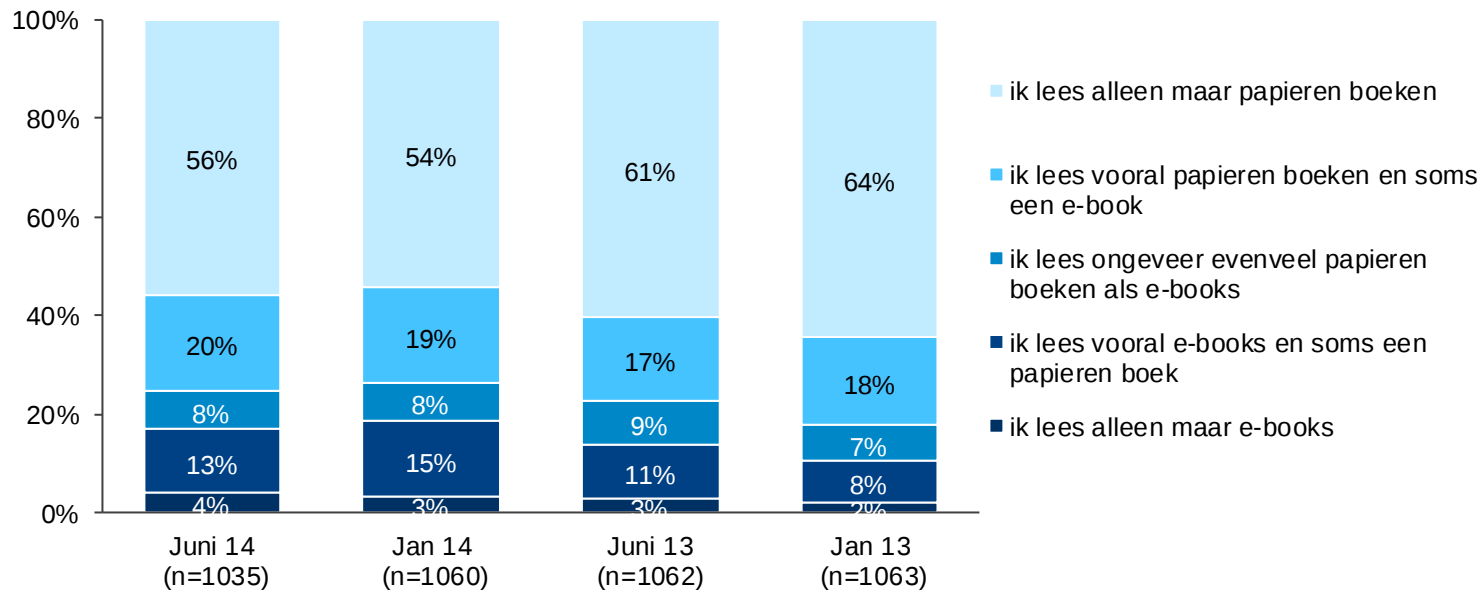


Papieren boeken vs. e-books

Achtergrond:

Mannen lezen vaker uitsluitend papieren boeken dan vrouwen.

Hoog opgeleiden lezen vaker uitsluitend papieren boeken dan midden en laag opgeleiden.



S02. Wanneer u leest, zijn dit dan papieren boeken of e-books?

Selectie: leest wel eens boeken

Een tiende van de consumenten bezoekt de boekwinkel minstens eens per maand en koopt daar ook een boek.

In vergelijking met de vorige meting is een langzame toename te zien in het aandeel consumenten dat nooit naar de fysieke boekwinkel gaat om een boek te kopen

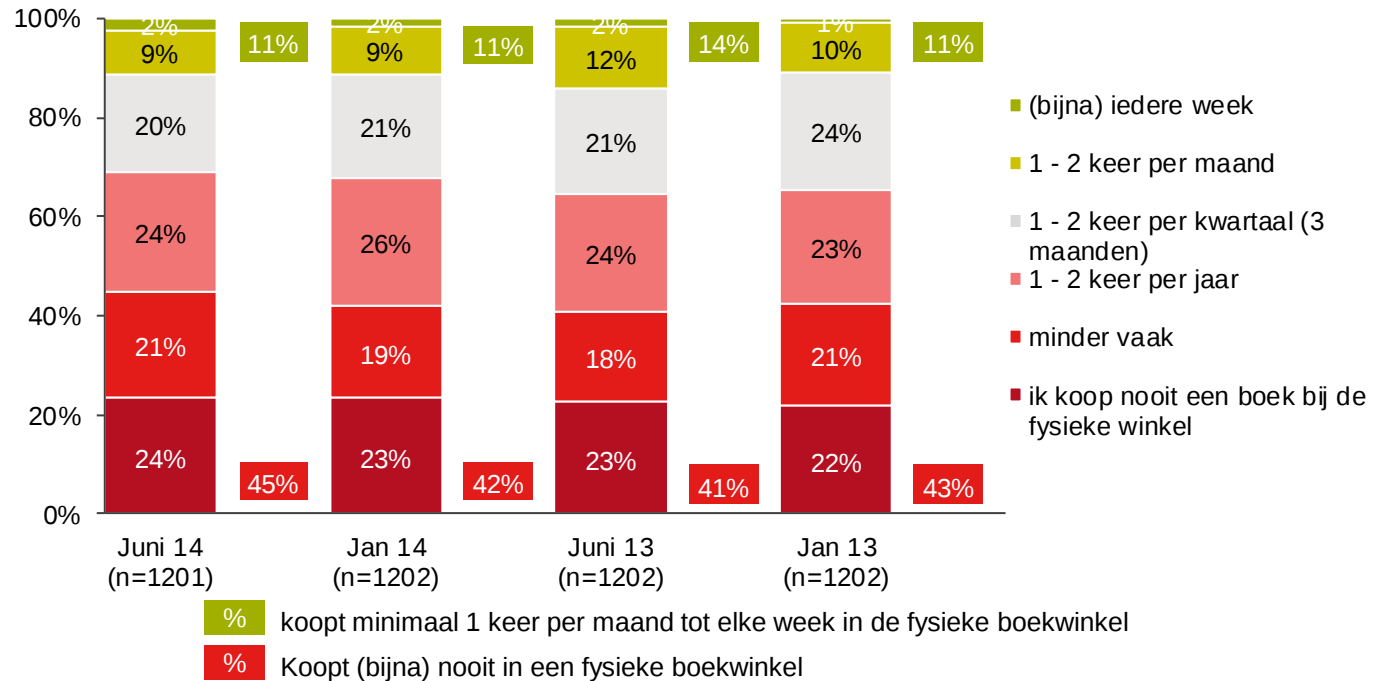


Bezoekfrequentie boekwinkel

Achtergrond:

Hoog opgeleide consumenten komen vaker in een fysieke boekwinkel om boeken te kopen dan midden en laag opgeleiden.

Mannen kopen minder vaak een boek bij een fysieke boekwinkel dan vrouwen.



S07. Hoe vaak komt u gemiddeld in de fysieke boekwinkel om één (of meerdere) boek(en) te kopen?

Basis: allen

De koopfrequentie van boeken blijft nagenoeg stabiel.

In de afgelopen maand werden door de consumenten, die een boek kochten, gemiddeld twee boeken gekocht

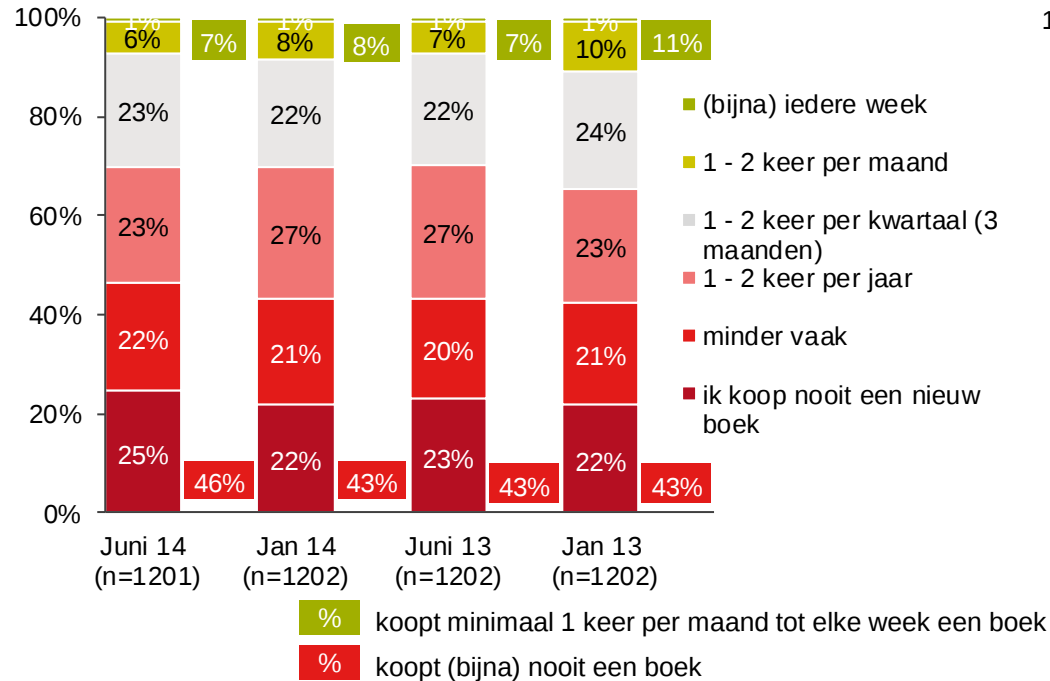


Achtergrond:

Hoog opgeleiden kopen gemiddeld vaker een nieuw boek dan midden en laag opgeleiden.

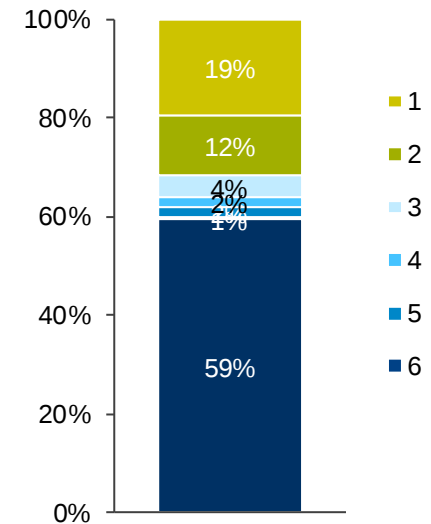
Jongeren onder de 18 jaar kopen minder nieuwe boeken dan 18 plussers.

Koopfrequentie nieuwe boeken



Gemiddelde op basis van klassenmidden

2



Totaal (n=909)

Geen respondenten die meer dan 6 boeken hebben gekocht.

Selectie: koopt wel eens boeken

S03. Hoe vaak koopt u gemiddeld boeken (papier of e-book)? Wij bedoelen hier nieuwe boeken, dus geen tweedehands boeken. Is dat:

S04. En heeft u de afgelopen maand één of meer nieuwe boek(en) gekocht? (of dat nu voor uzelf of voor iemand anders is)?

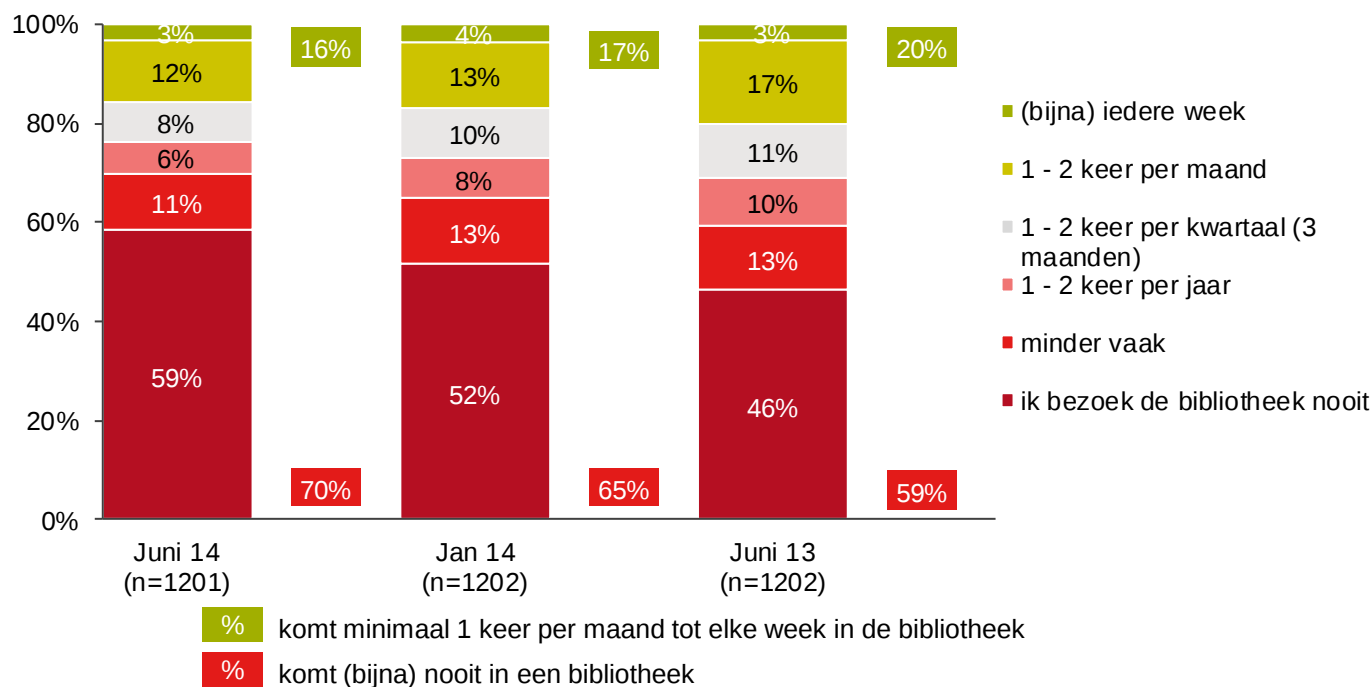
16% van de consumenten leent minstens eens per maand boek(en) bij de bibliotheek. Het aandeel dat nooit de bibliotheek bezoekt, is sinds januari 2013 sterk toegenomen



Bezoekfrequentie bibliotheek

Achtergrond:

Vrouwen komen gemiddeld vaker in de bibliotheek om boeken te lenen dan mannen.



S05. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek om één (of meerdere) boek(en) te lenen?

Basis: allen

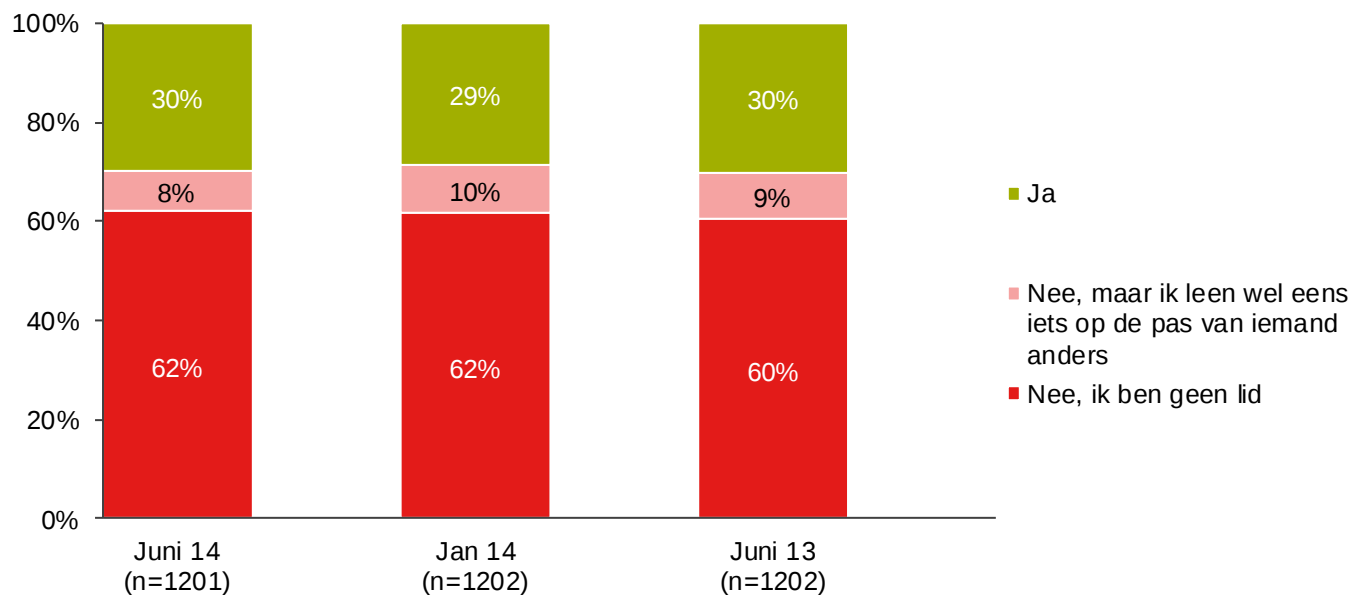
Geen verandering in het aandeel respondenten dat een lidmaatschap heeft bij de bibliotheek



Lidmaatschap bibliotheek

Achtergrond:

Vrouwen zijn vaker lid van een bibliotheek dan mannen.



S06. Bent u lid van de bibliotheek?

Basis: allen

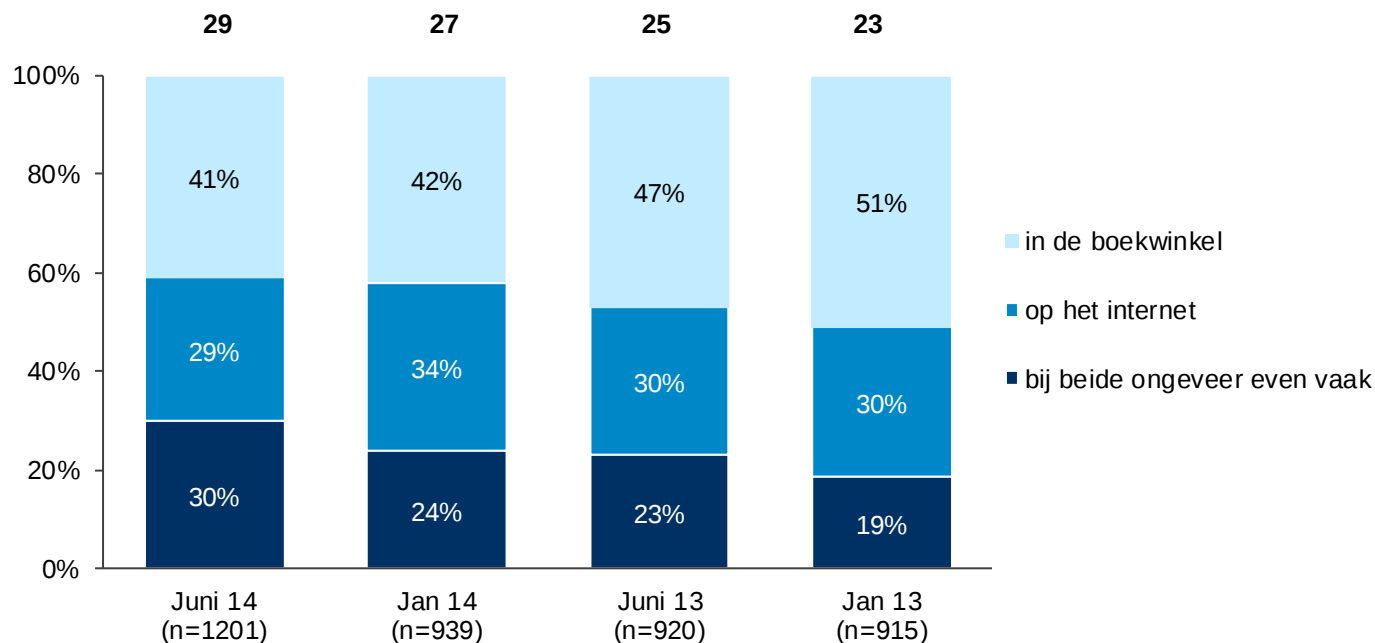
Een derde van de consumenten koopt zowel boeken in de boekwinkel als op het internet



Doorgaans boeken kopen

Achtergrond:

Hoog opgeleiden kopen doorgaans vaker hun boeken via internet dan midden en laag opgeleiden.



S08. Waar koopt u doorgaans het vaakst uw boeken: in een boekwinkel of op het internet?

Basis: allen

Bijlagen:

Onderzoeksopzet
Certificering



Onderzoeksopzet

- Veldwerk:** Online (CAWI) op deelnemers van het GfK Online panel, dat bestaat uit ca. 100.000 personen
- Veldwerkperiode:** 20 t/m 26 juni 2014
- Doelgroep:** Consumenten van 14 jaar en ouder
- Steekproef:** De netto steekproef is in totaal $n=1.201$ en is door middel van weging representatief gemaakt op geslacht, leeftijd en opleiding
- Vragenlijst:** De vragenlijst (gemiddelde invulduur 15 minuten) bestaat uit de volgende onderwerpen:
- Kopen, lezen en lenen van papieren en digitale boeken
 - Leesopvoeding
 - e-books
 - Maand van het Spannende Boek
 - Lezen op vakantie

Kwaliteitsborging



- Het onderzoek is uitgevoerd door GfK, dat behoort tot de internationale GfK groep. GfK levert hoogwaardige producten en diensten op het gebied van onderzoek, gebaseerd op technieken uit de sociale wetenschappen, van zowel kwantitatieve als kwalitatieve aard. Uitgangspunt hierbij is dat er zoveel mogelijk kan worden voldaan aan de wensen van de klant.
- Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het kwaliteitssysteem van GfK dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362. GfK onderschrijft de gedragsregels van E.S.O.M.A.R. (European Society for Opinion and Market Research) en is lid van de brancheorganisatie MOA (zie <http://www.moaweb.nl>).
- Het is toegestaan de uitkomsten van onderzoek extern te publiceren. Wel dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "GfK <opleveringsmaand en jaar onderzoek>" te worden vermeld. Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).

