



RAPPORTAGE BOEKENBRANCHE METING 33

2e reguliere meting van 2015 naar het kopen, lezen en lenen van boeken

37854
Juli 2015
Ewout Witte
Amber Scholtz



Inhoud

1. Inleiding

2. Management samenvatting

3. Resultaten

- Lezen en poëzie
- E-books
- Maand van het Spannende Boek
- Vakantie
- Lenen
- Kopen
- Informatiebronnen en On Demand diensten



Bijlagen

- Onderzoeksverantwoording
- Certificering

Inleiding



Inleiding

In opdracht van KVB-SMB, CPNB, KB en Stichting Lezen doet GfK jaarlijks vier metingen naar het koop-, lees- en leengedrag van Nederlandse consumenten.

De metingen zijn onderverdeeld in twee reguliere en twee themametingen. Deze tweede reguliere meting van 2015 behandelt onder meer aankoopmotieven, redenen om boeken te lezen, informatiebronnen, de Maand van het Spannende Boek en het lezen tijdens 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 regelmatig nieuwe thema's behandeld om de kennis over de Nederlandse (boeken)consument zo breed mogelijk te krijgen.

Thema's

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

- De Maand van het Spannende Boek
- Lezen tijdens de vakantie
- Lezen, kopen en lenen van boeken
- Informatiebronnen en On Demand diensten

Management samenvatting



Management samenvatting 1/3

Veel consumenten zouden graag meer willen lezen..

Dat lezen met andere (vrije tijds)activiteiten moet concurreren, en dat deze concurrentie steeds meer tijd afsnoept, hebben we in eerdere metingen al vastgesteld. Dit ligt echter niet aan de wil van consumenten: de helft geeft namelijk aan dat ze graag meer boeken willen lezen dan ze op dit moment doen. Doordat dit vooral geldt voor de leeftijdscategorie 20-49 jaar – een doelgroep waarbij tijdgebrek een veel voorkomend fenomeen is – nemen we aan dat het vooral de drukte van alle dag is, waardoor consumenten minder aan lezen toekomen.

...pas tijdens de vakantie komt men daar pas echt aan toe

Een moment waarop dit tijd er wél is, is de vakantie. Nog altijd is dat voor veel mensen hét moment om boeken te lezen. Acht op de tien Nederlandse neemt boeken mee op vakantie. De meeste gaan nog altijd voor het “traditionele” papieren boek. Dit heeft wel consequenties voor het volume dat men mee kan nemen. Bij papieren boeken zijn dat er gemiddeld 3 per vakantie, bij e-books gaat het om een gemiddelde van 13. Waar de rol van de fysieke boekhandel nog altijd bepalend is voor de verkoop van vakantieboeken (stijgende trend), daar zien we de opkomst van de bibliotheek als digitale leverancier: via de VakantieBieb-app kunnen consumenten zelf hun digitale leespakket samenstellen. Deze app is zowel qua bekendheid als qua gebruik gestegen.



Management samenvatting 2/3

Boekenweek en Kinderboekenweek veruit de bekendste boekencampagnes

Binnen de boekencampagnes die Nederland kent, zijn er twee die er qua bekendheid duidelijk boven uitspringen: de Boekenweek en de Kinderboekenweek. Wat deze meting opvalt, is dat de bekendheid van deze campagnes én die van verschillende andere boekencampagnes is afgenomen. Het zal bij een volgende meting moeten blijken of dit een trend is. De communicatie omtrent campagnes lijkt effectief: er is namelijk een toename aan consumenten die iets gezien, gehoord of gelezen hebben over De Maand van het Spannende Boek.

Aanwas nieuwe e-book lezers stagneert

De groeiende trend binnen de e-book categorie is gestagneerd. Vanuit de resultaten zien we dat er weinig nieuwe e-book lezers meer bijkomen. Kennelijk is deze leesvorm nu zowel door de “early adopters” als de grotere massa ontdekt en heeft het inmiddels een plek binnen het boekenland veroverd. De groep die e-books leest blijft hier wel trouw aan; hun leesfrequentie blijft stabiel.



Resultaten

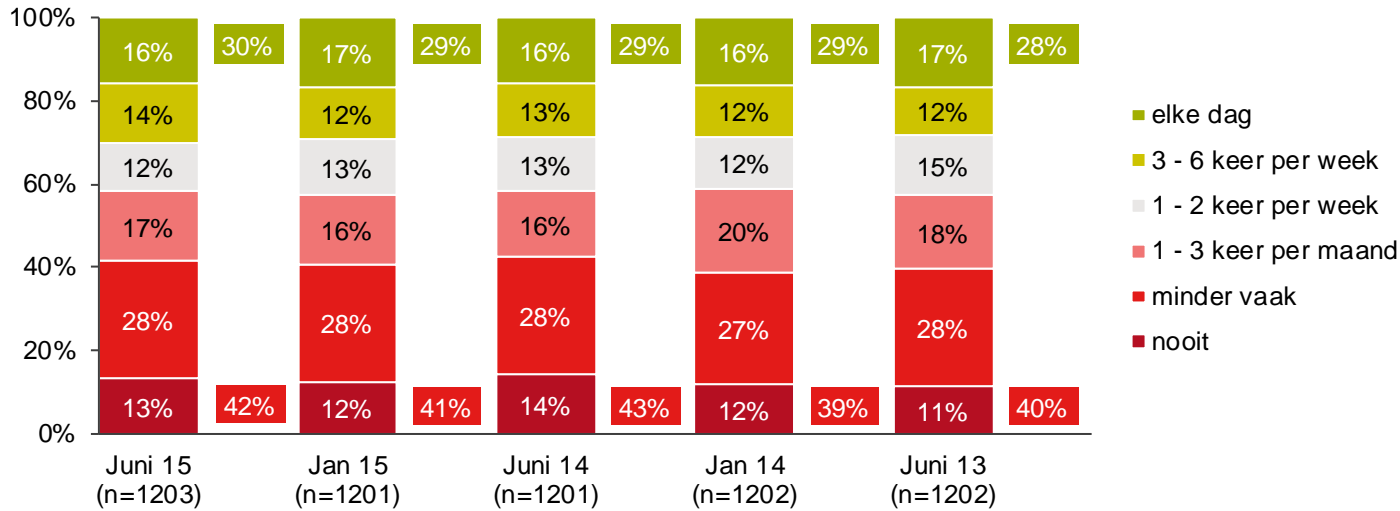
Lezen en poëzie

De leesfrequentie blijft stabiel: drie op de tien consumenten leest ten minste drie keer per week een boek



Leesfrequentie

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



■ % leest minimaal 3 keer per week tot elke dag een boek

■ % leest minder vaak / nooit een boek

Aandeel e-booklezers neemt niet verder toe; een zesde leest vaker e-books dan papieren boeken

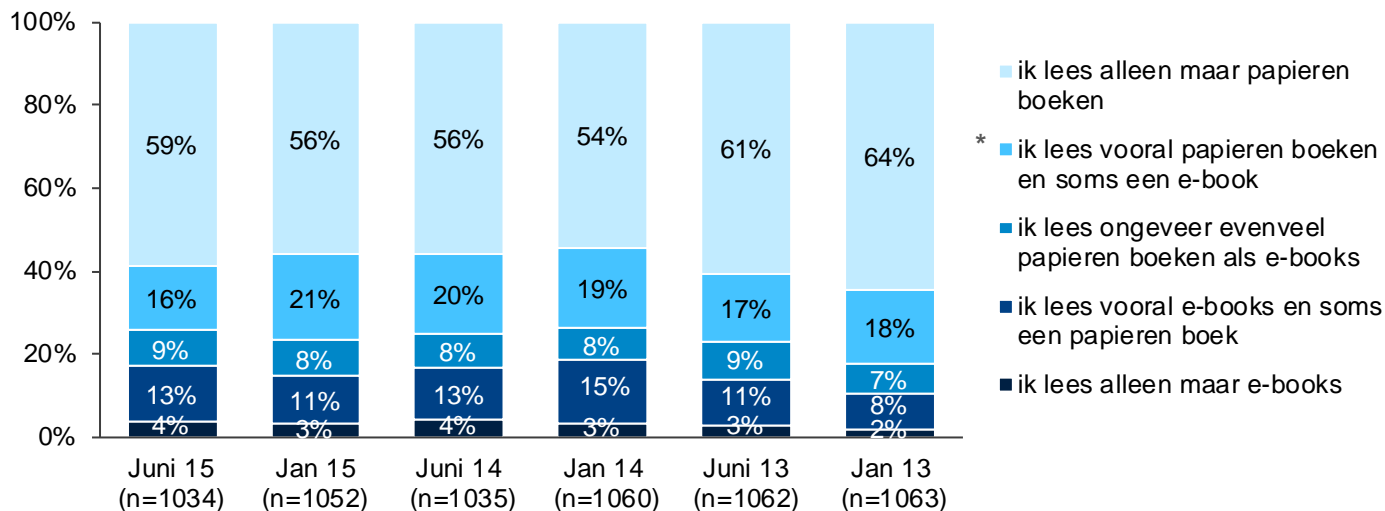


Papieren boeken vs. e-books

Achtergrond:

Mannen lezen vaker vooral e-books en soms een papieren boek ten opzichte van vrouwen.

Laag opgeleiden lezen vaker uitsluitend papieren boeken dan midden en hoog opgeleiden.



* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

Spannende fictie blijft het meest gelezen genre

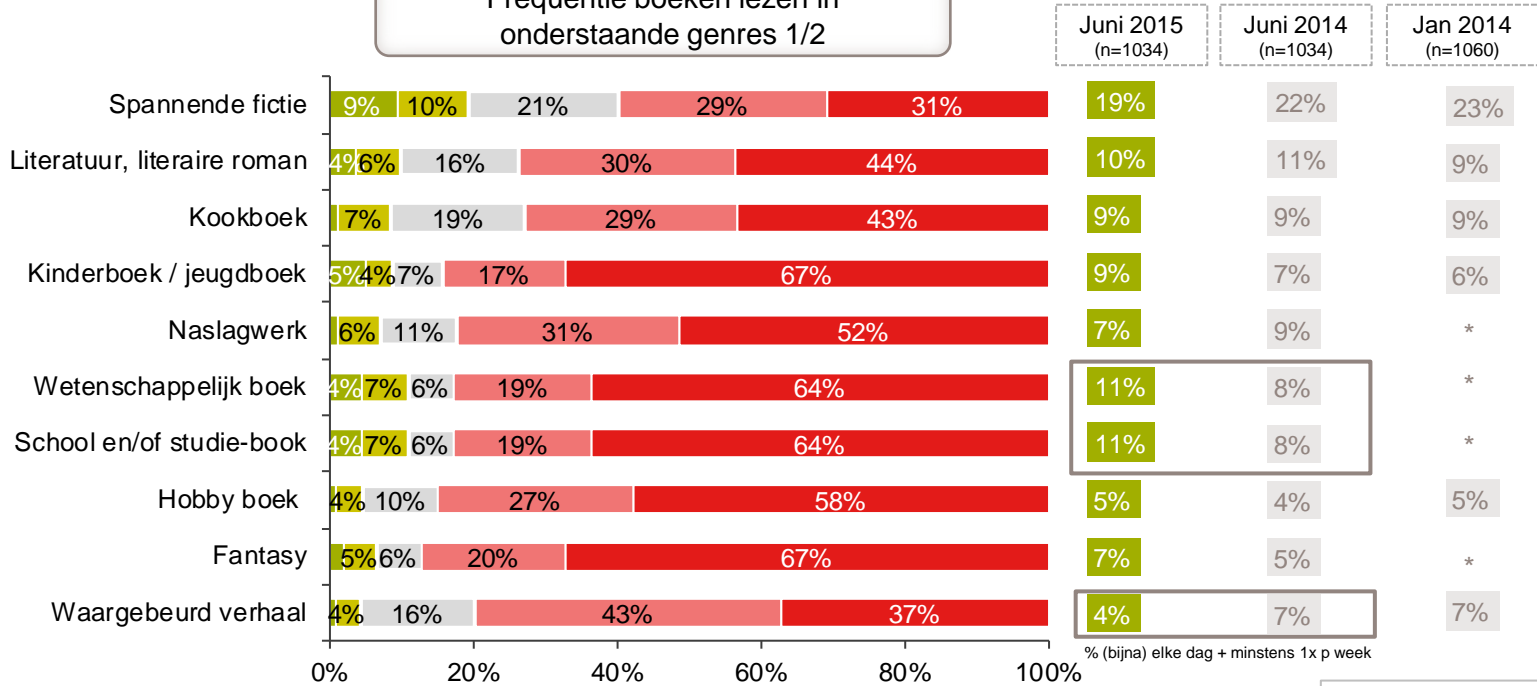


Achtergrond:

Vrouwen lezen vaker romantische en / of erotische fictie, streekromans, waargebeurde verhalen, poëzie, kinderboeken, zelfhulpboeken en kookboeken dan mannen.

Hoog opgeleiden lezen vaker literatuur, fantasy, kinderboeken, naslagwerk, hobby boek, zakelijke boeken, wetenschappelijke boeken en studieboeken dan midden en laag opgeleiden.

Frequentie boeken lezen in onderstaande genres 1/2



■ (bijna) elke dag ■ minstens één keer per week ■ minstens één keer per maand ■ minder vaak ■ nooit

% (bijna) elke dag + minstens 1x p week

* niet meegenomen in meting

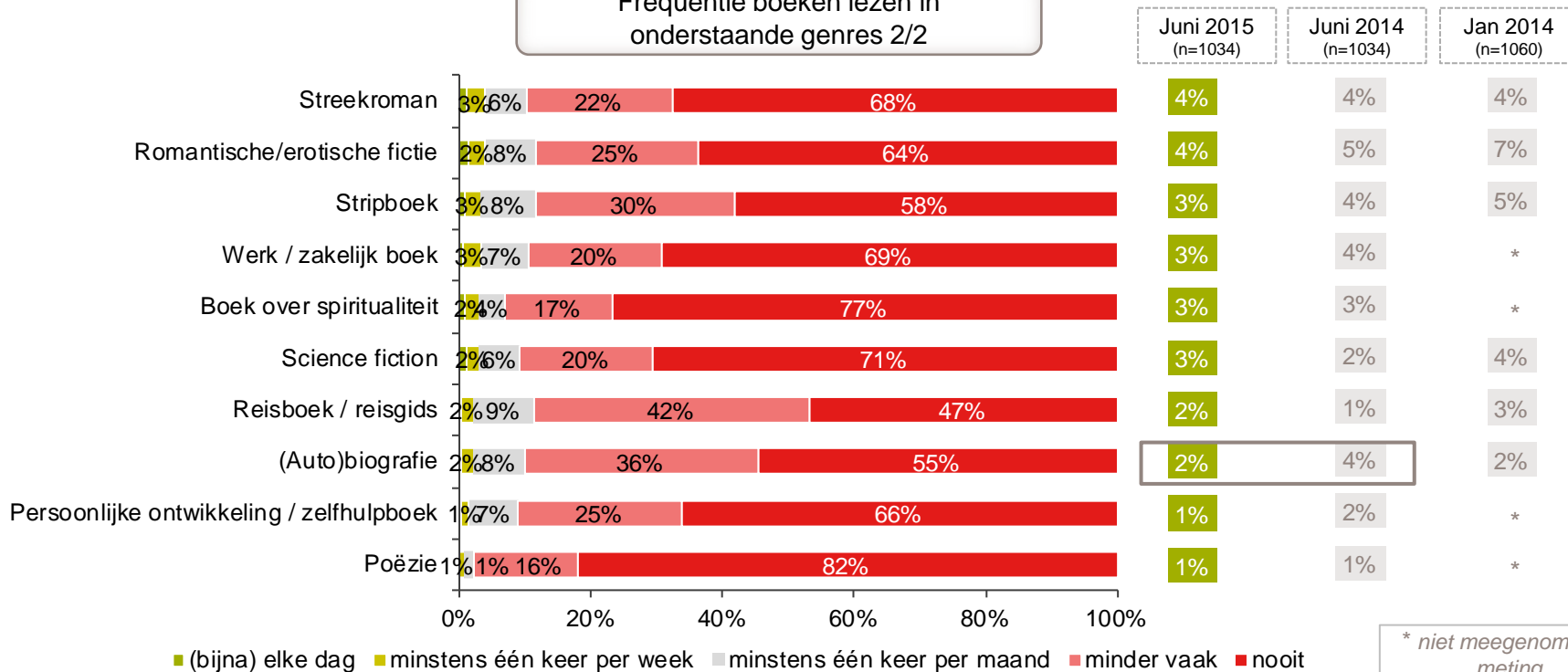
Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

Selectie: leest wel eens een boek

Aandeel frequentie gelezen (auto)biografieën neemt af



Frequentie boeken lezen in onderstaande genres 2/2



Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

* niet meegenomen in meting

C01. Hoe vaak leest u boeken (papieren dan wel e-books) in de volgende genres? U kunt kiezen tussen:

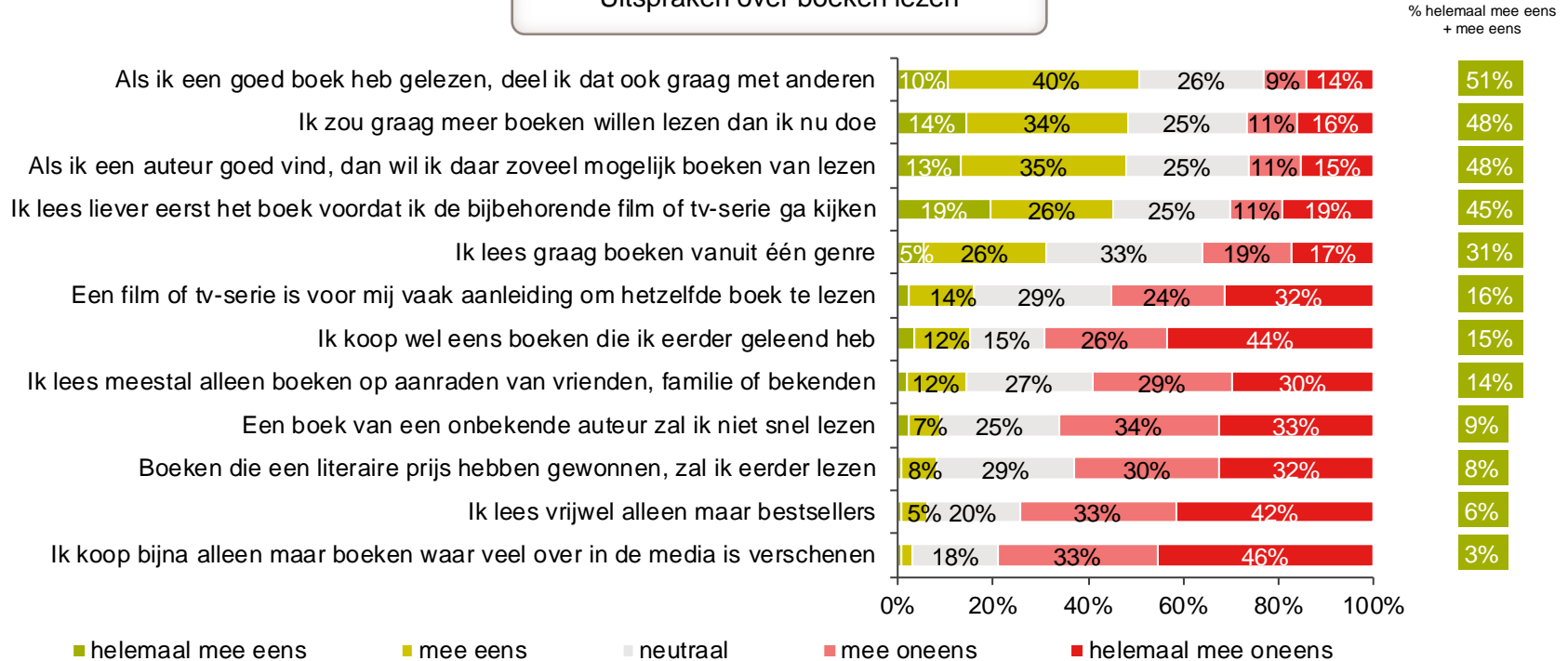
© GfK 2015 | Boekenbranche meting 33 | Juli 2015

Selectie: leest wel eens een boek

De helft van de consumenten deelt graag een goede ervaring met een boek; een vergelijkbaar aandeel zou graag meer willen lezen dan ze nu doen



Uitspraken over boeken lezen



Drie op de tien consumenten komt wel eens in aanraking met (vormen van) poëzie



In aanraking met vormen van poëzie

Achtergrond:

Met name bibliotheekleden (45%) en frequente lezers (44%) komen wel eens in aanraking met vormen van poëzie.



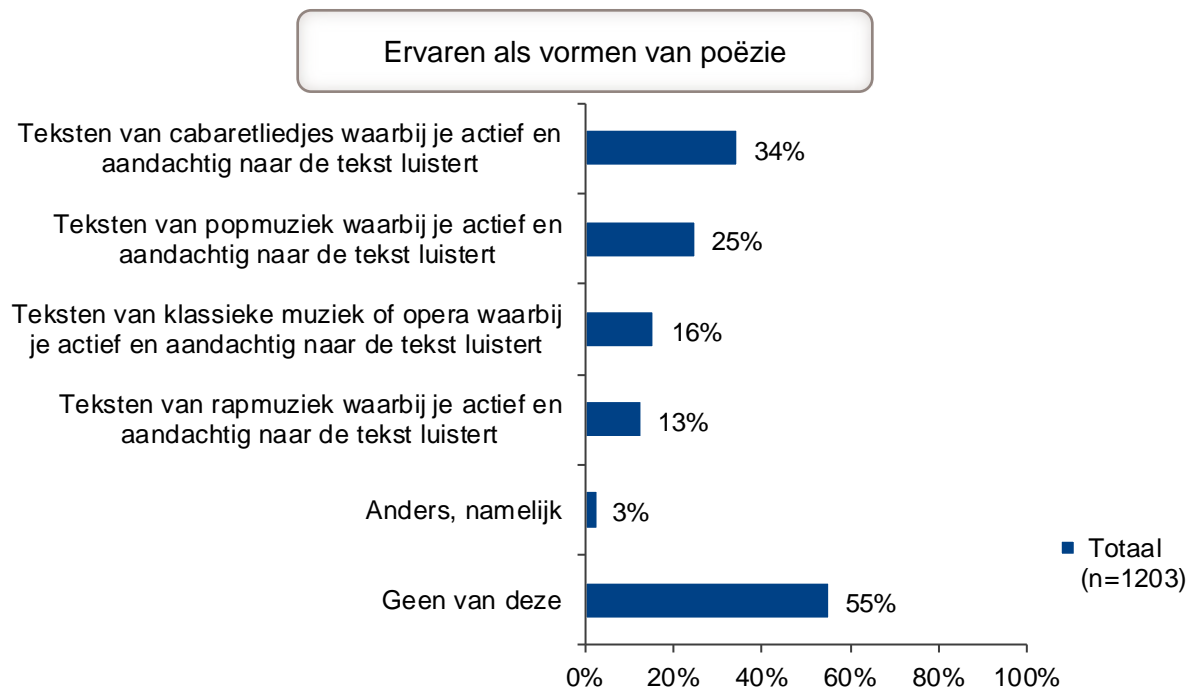
Vrouwen en hoog opgeleiden komen vaker in aanraking met poëzie dan mannen en laag en midden opgeleiden



In aanraking met vormen van poëzie

	Geslacht		Leeftijd					Opleiding		
	Man	Vrouw	<25	25-34	35-49	50-64	65+	Laag	Midden	Hoog
Losse gedichten op het web	11%	19%	20%	18%	14%	13%	14%	10%	15%	20%
Als bundel van een dichter, als papieren boek	9%	15%	16%	9%	10%	12%	17%	8%	13%	15%
Versjes/rijmpjes voor kinderen, als papieren boek	5%	19%	6%	18%	12%	9%	13%	8%	12%	15%
Als bloemlezing, als papieren boek	4%	6%	10%	4%	2%	4%	8%	1%	5%	8%
Versjes of rijmpjes voor kinderen, als e-book/app	0%	2%	0%	3%	1%	0%	1%	0%	1%	2%
Als bundel van een dichter, als e-book/app	1%	1%	1%	2%	0%	1%	1%	0%	1%	1%
Op poëzieavonden- of festivals, voorgedragen	1%	1%	0%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	2%
Als bloemlezing, als e-book/app	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Andere poëzievormen, namelijk	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%
Nee	79%	62%	68%	67%	73%	74%	68%	79%	71%	63%

Van de vier muziekvormen (cabaret, pop, klassiek en rap) worden cabaretliedjes het vaakst als poëzie gezien, gevolgd door popmuziek



Een op de vijf Nederlanders schrijft zelf creatief

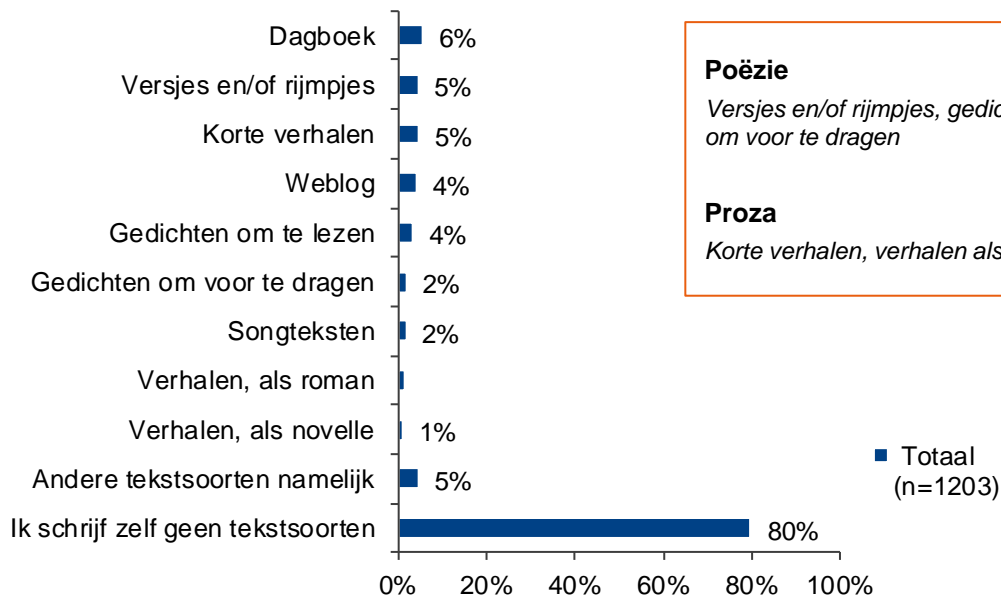


Achtergrond:

Mannen, laag en midden opgeleiden en consumenten ouder dan 35 jaar schrijven minder vaak zelf teksten dan vrouwen, hoog opgeleiden en jongeren t/m 34 jaar.

Bibliotheekleden schrijven vaker eigen teksten dan niet-leden.

Eigen teksten



Poëzie

9%

Versjes en/of rijmpjes, gedichten om te lezen, gedichten om voor te dragen

Proza

5%

Korte verhalen, verhalen als roman, verhalen als novelle



Lezen

Leesfrequentie en gelezen genres gelijk

Nog steeds leest vier op de tien consumenten minstens 1x per week een boek. De voorkeur voor papieren boeken of e-books laat over het algemeen niet veel verschillen zien ten opzichte van eerdere metingen. Wel zijn er (lichte) verschuivingen te zien: het aandeel lezers dat vooral papieren boeken leest en soms een e-book, neemt af van 21% in januari dit jaar naar 16% nu. Spannende fictie wordt nog steeds veruit het vaakst gelezen: 19% leest dit genre minstens 1x per week). Na spannende fictie, wordt het vaakst een literaire roman gelezen (10%).

Helft van de consumenten zou graag meer willen lezen

48% van de consumenten geeft aan meer boeken te willen lezen dan ze doen, dit geldt met name voor mensen in de leeftijd 25-49 jaar (56%) en hoog opgeleiden (65%). Ook de mensen die overwegend papieren boeken lezen geven vaker aan meer boeken te willen lezen (64%).



Poëzie

Drie op de tien consumenten komt wel eens in aanraking met poëzie

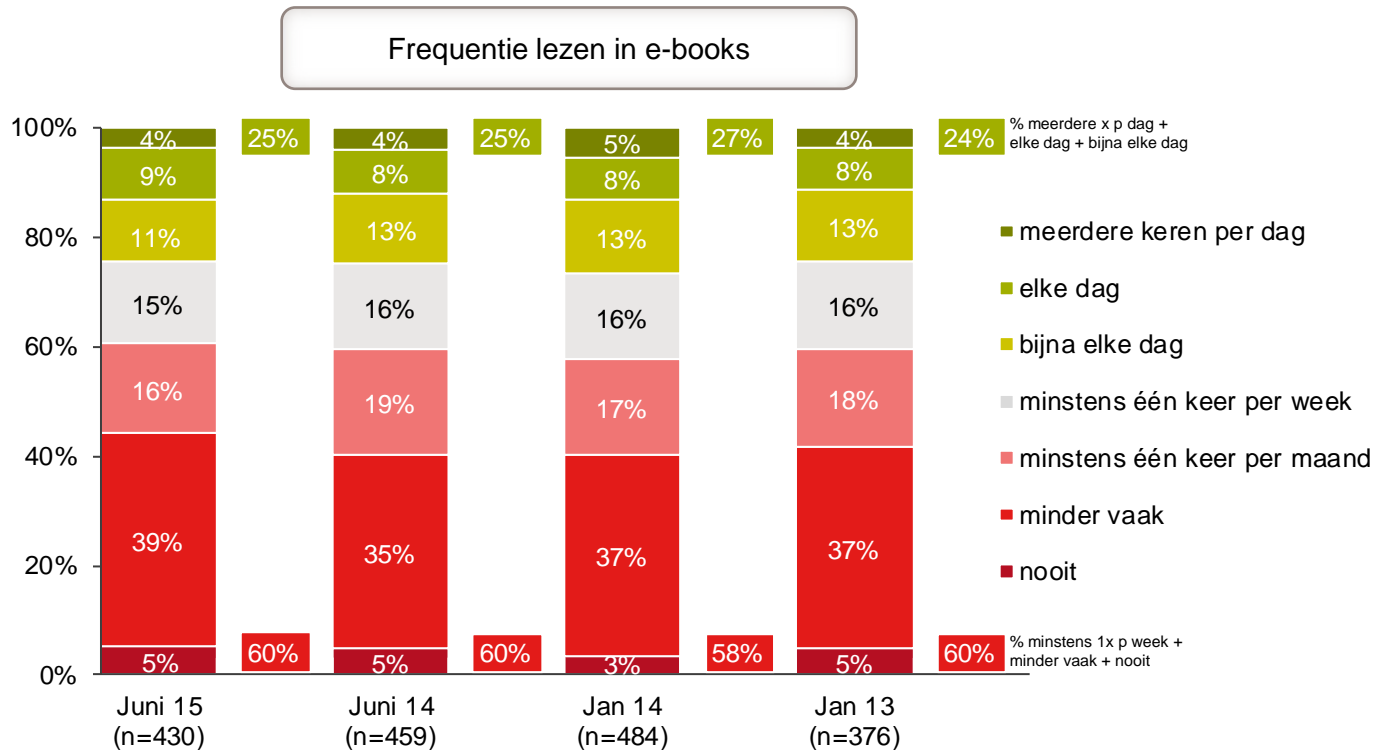
Het vaakst leest men losse gedichten op het web (15%), gevolgd door een (papieren) gedichtenbundel (12%) en versjes of rijmpjes voor kinderen op papier (12%). Met name bibliotheekleden en frequente lezers komen in aanraking met poëzie; meer dan 40%. /Vouwen en hoog opgeleiden komen relatief vaak in aanraking met poëzie. De voorgelegde muziekvormen (cabaret, pop, klassiek en rap) worden veelal niet beschouwd als poëzie (55%). Van deze vier vormen worden cabaretliedjes het vaakst als poëzie beschouwd (34%), gevolgd door popmuziek (25%).

Een op de vijf Nederlanders schrijft zelf (creatief)

Het vaakst schrijft men in een dagboek (6%), gevolgd door versjes en/of rijmpjes (5%) en korte verhalen (5%). Gekeken naar poëzie in de breedste vorm (versjes en/of rijmpjes, gedichten om te lezen, gedichten om voor te dragen) schrijft bijna één op de tien Nederlanders wel eens poëzie (9%).

E-books

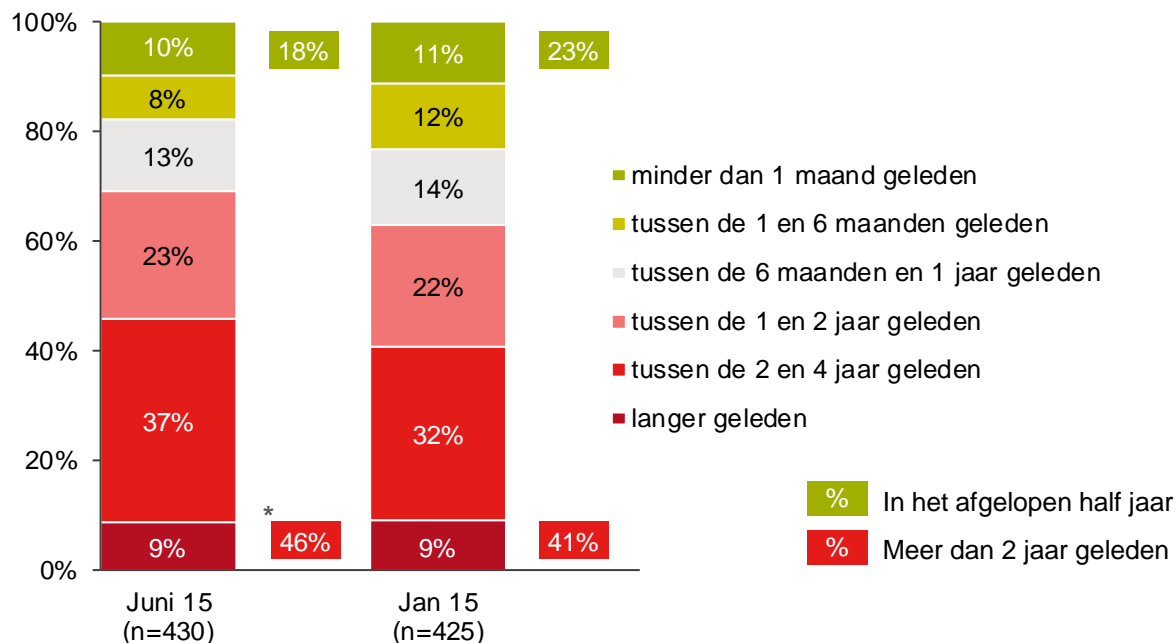
De leesfrequentie van e-books is stabiel: een kwart van de consumenten die wel eens een e-book leest, doet dit dagelijks



Aandeel lezers dat recent is begonnen met het lezen van het eerste e-book is licht gedaald



Eerste keer e-book gelezen



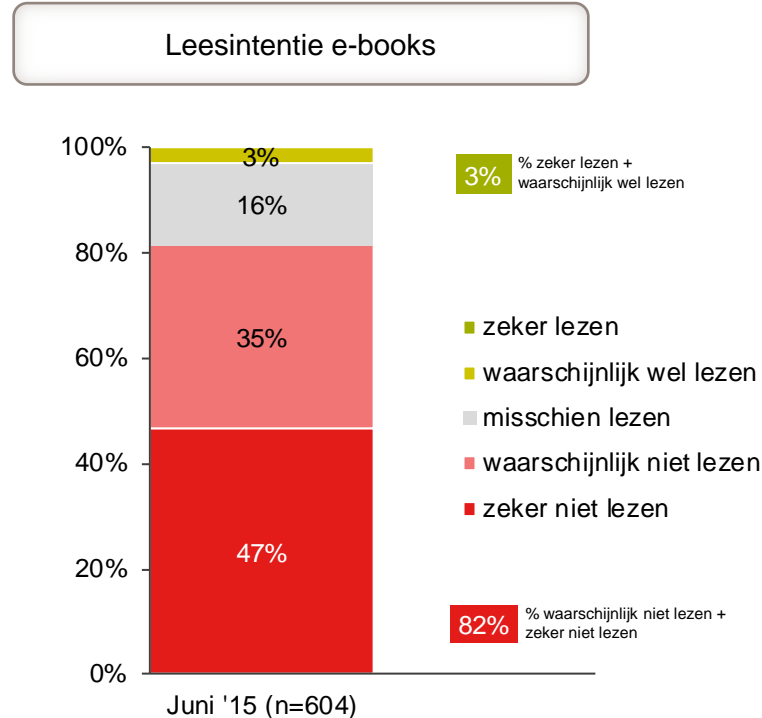
* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

De leesintentie van e-books onder lezers die op dit moment geen e-books lezen is erg laag, slechts 3% geeft aan waarschijnlijk wel e-books te gaan lezen



Achtergrond:

Hoog opgeleiden hebben vaker de intentie om in het komende jaar e-books te gaan lezen dan laag opgeleiden.



F06. U heeft eerder aangegeven alleen papieren boeken te lezen en nooit e-books. In hoeverre bent u van plan binnen nu en 12 maanden e-books te gaan lezen?

Selectie: leest alleen maar papieren boeken

Meerderheid leest e-books vanaf een e-reader

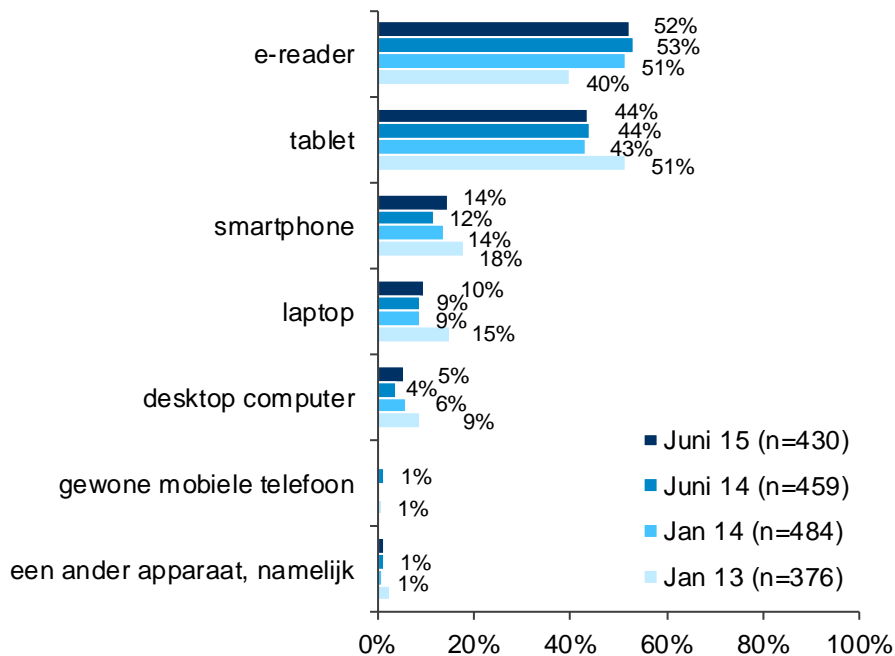


Apparaten om e-books te lezen

Achtergrond:

Mannen lezen vaker dan vrouwen een e-book vanaf de laptop of desktop computer.

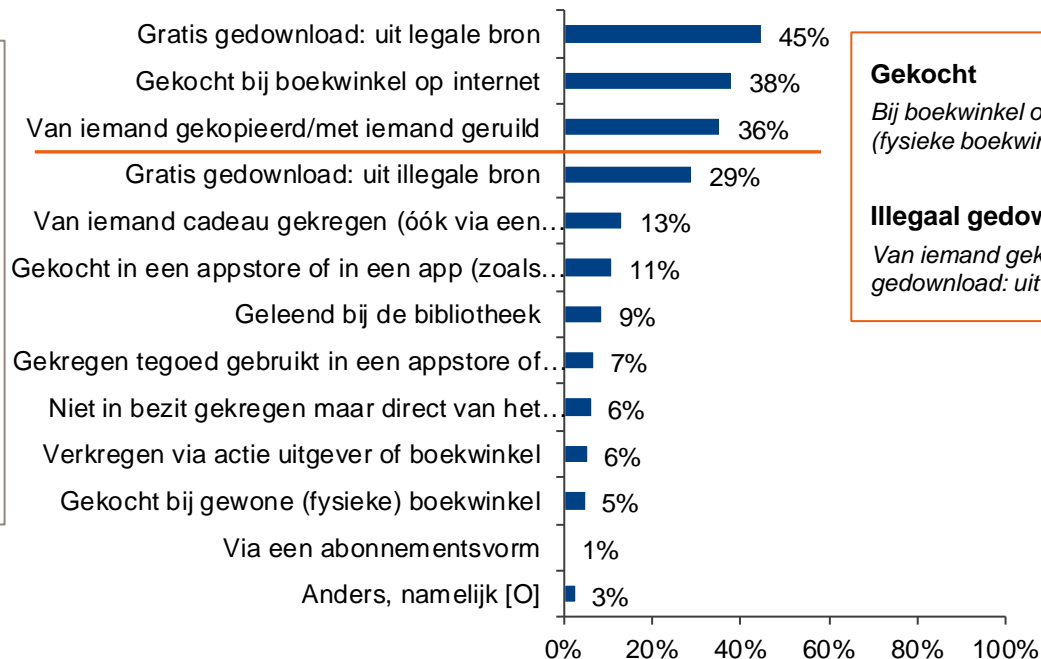
50 plussers lezen vaker dan lezers jonger dan 50 jaar via een e-reader.



Het vaakst heeft men e-books in bezit gekregen via gratis downloaden (legale bron), kopen in een boekwinkel op internet of door het met iemand uit te wisselen



In bezit gekregen van e-book



Achtergrond:

Mannen downloaden vaker e-books uit illegale bron en verkrijgen e-books vaker vanuit een appstore of app dan vrouwen.

Jongeren t/m 25 jaar downloaden vaker e-books uit illegale bron dan lezers van 25 jaar of ouder.

Gekocht

63%

Bij boekwinkel op internet, in appstore / app, bij gewone (fysieke boekwinkel)

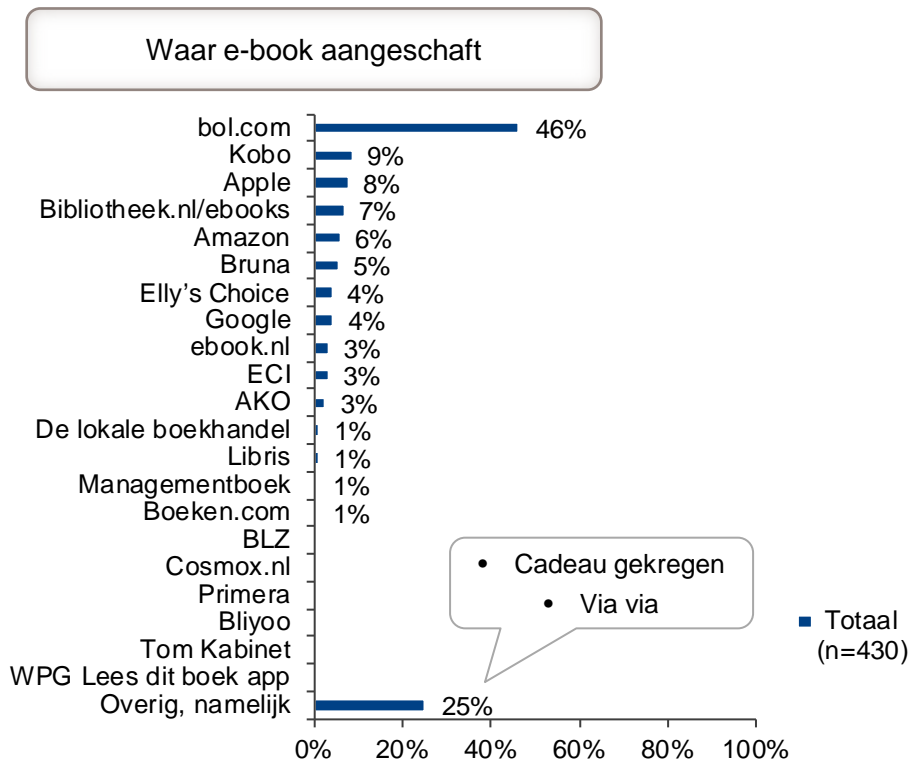
Illegaal gedownload / geruild, gekopieerd

54%

Van iemand gekopieerd / met iemand geruild, gratis gedownload: uit illegale bron

■ Totaal
(n=430)

E-books worden veruit het vaakst aangeschaft via bol.com





E-books

Leesfrequentie van 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. Er zijn minder “nieuwe” e-book lezers bijgekomen vergeleken met januari dit jaar: aandeel lezers die recent (< half jaar geleden) zijn begonnen met het lezen van het eerste e-book is afgenomen van 23% in januari van dit jaar naar 18% nu. De intentie om e-books te gaan lezen onder lezers die dit nu nog niet doen is laag: slechts 3% geeft aan waarschijnlijk wel binnen nu en een jaar e-books te gaan lezen.

E-reader populairste apparaat voor het lezen van e-books

Het meest gebruikte apparaat om e-books te lezen is de e-reader (55%), gevolgd door de tablet (44%). Deze aantallen zijn niet veranderd ten opzichte van vorig jaar. Consumenten verkrijgen e-books het vaakst door gratis downloaden (legale bron) (45%), kopen in een boekwinkel op internet (38%) of door ze met iemand uit te wisselen (36%). Mannen downloaden vaker e-books uit illegale bron en verkrijgen e-books vaker vanuit een appstore of app dan vrouwen. In totaal (alle aankoopkanalen van e-books samengenomen) koopt bijna tweederde van de e-book lezers wel eens e-books.

Bol.com is het belangrijkste distributiekanaal voor e-books

E-books worden veruit het vaakst (47%) aangeschaft via bol.com. Hierna schaft men het vaakst weleens e-books aan via Kobo (9%) en Apple (8%).

CPNB-Campagnes: Maand van het Spannende Boek

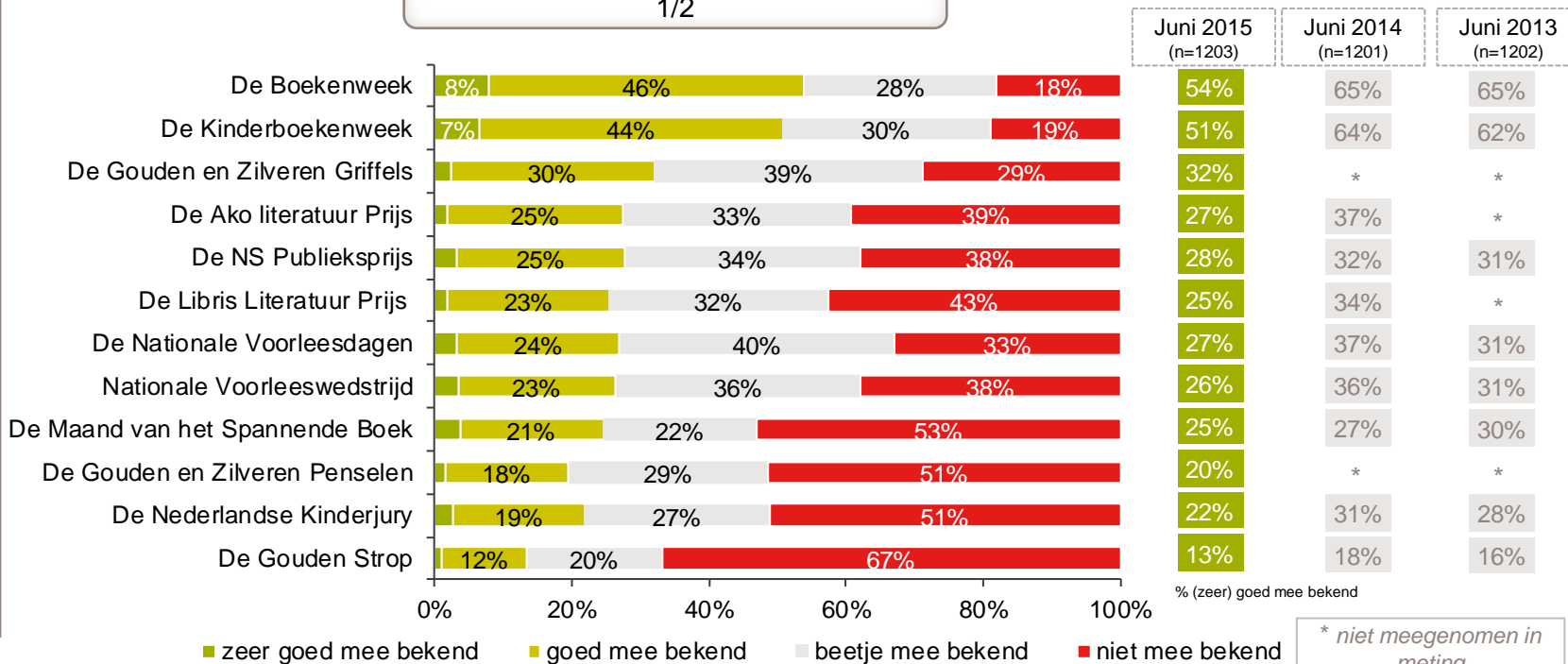
De Boekenweek en de Kinderboekenweek blijven het meest bekend onder consumenten



Achtergrond:

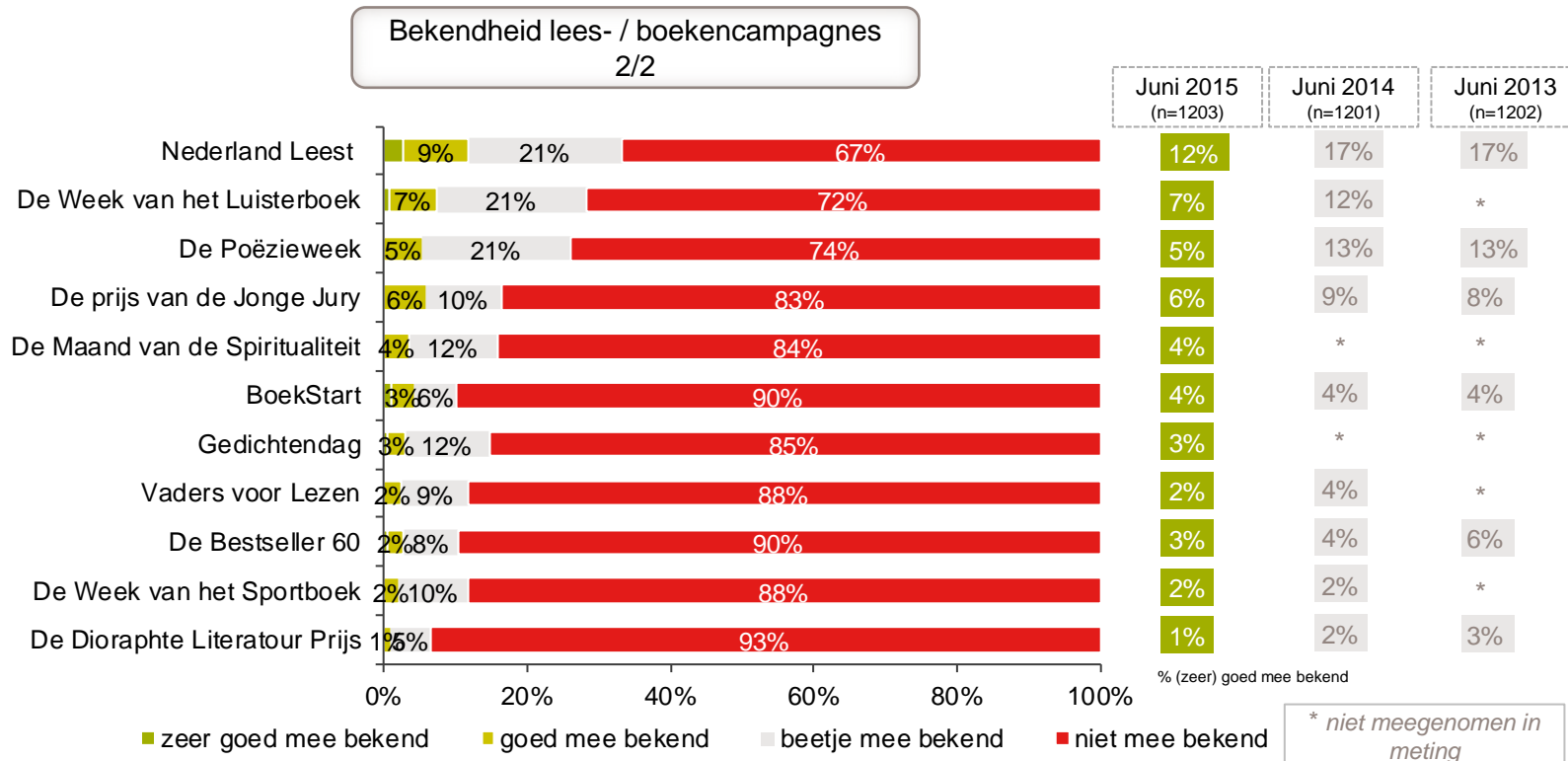
Vrouwen, hoog opgeleiden en consumenten ouder dan 35 jaar zijn vaker bekend met de Maand van het Spannende Boek in vergelijking tot mannen, midden en laag opgeleiden en consumenten jonger dan 35 jaar.

Bekendheid lees- / boekencampagnes 1/2



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

De Bestseller 60, de Week van het Sportboek en de Dioraphte Literatuur Prijs zijn de minst bekende campagnes

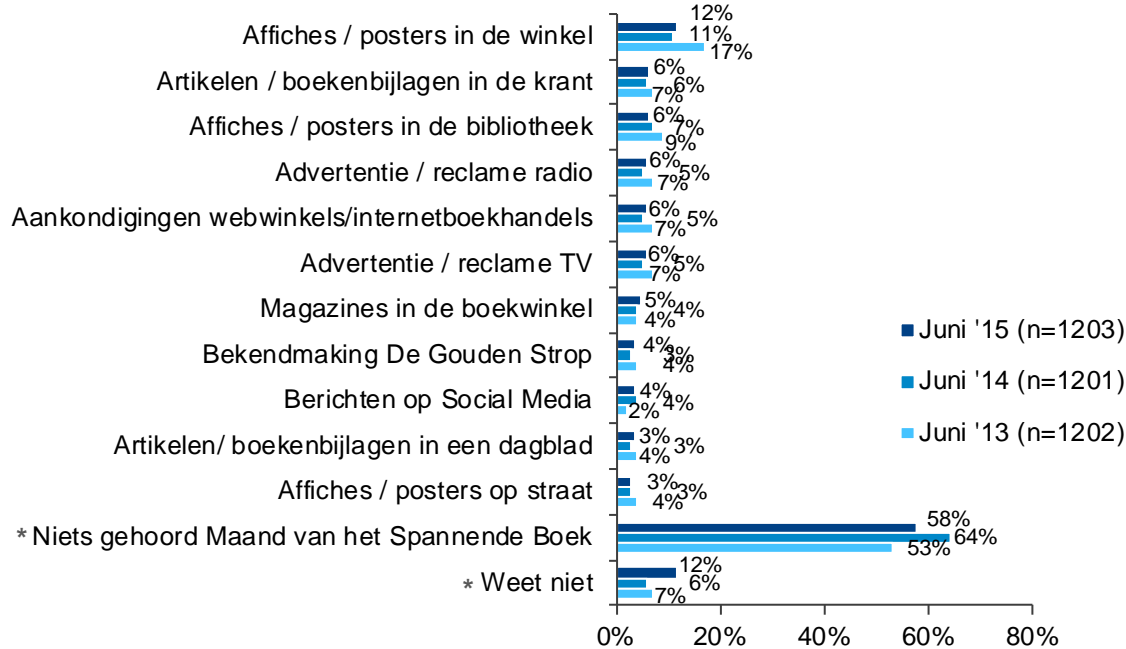


G01. Kunt u aangeven in hoeverre u bekend bent met de volgende lees/boekencampagnes en prijzen?

42% van de consumenten heeft iets gezien, gehoord of gelezen over de maand van het Spannende boek



Iets gehoord / gezien / gelezen over de Maand van het Spannende Boek



Achtergrond:

Met name mannen en laag en midden opgeleiden hebben niks gehoord over de Maand van het Spannende Boek.

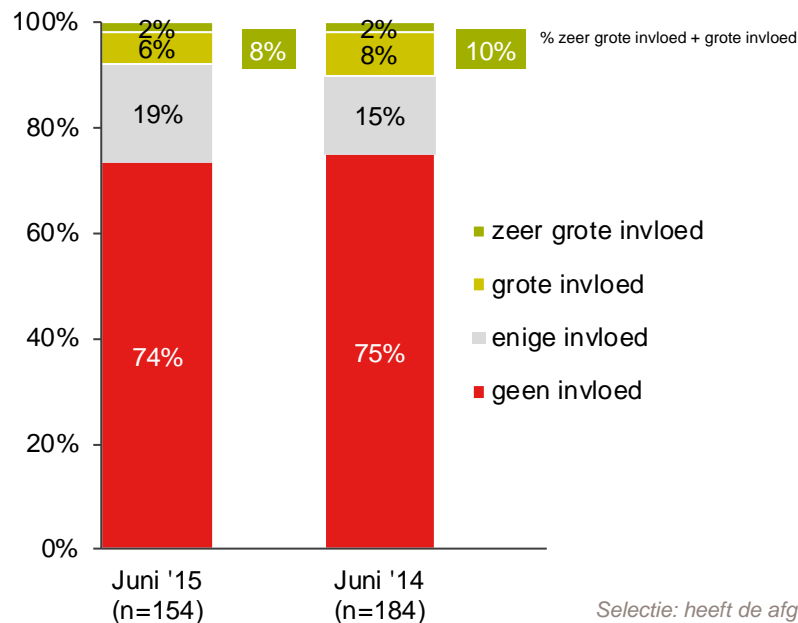
* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

G02. In 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?

Bij 8% van de kopers die iets over de Maand van het Spannende boek hebben gehoord, heeft "De Maand" invloed gehad op hun aankoop



De Maand van het Spannende Boek



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

© GfK 2015 | Boekenbranche meting 33 | Juli 2015

Selectie: heeft de afgelopen maand 1 of meerdere nieuwe boeken gekocht en iets gezien / gehoord / gelezen

Een op de vijf kopers ontving bij de aankoop het geschenkboek



De Maand van het Spannende Boek

Achtergrond:

Mannen hebben vaker aangegeven het geschenkboek niet te willen hebben dan vrouwen.



Dit was:
19% in juni '14
21% in juni '13



Maand van het spannende boek

De Boekenweek en Kinderboekenweek zijn de meest bekende campagnes

In het algemeen is er een afname van bekendheid van de lees- / boekencampagnes. De bekendheid van De Boekenweek daalt ten opzichte van vorig jaar van 65% naar 54%, voor De Kinderboekenweek geldt dat de bekendheid nu 51% is ten opzichte van 64% vorig jaar. Ondanks deze afname, blijven De Boekenweek en De Kinderboekenweek het bekendst. De Gouden en Zilveren Griffels zijn bekend onder een derde van de consumenten. Een kwart van de consumenten is (zeer) goed bekend met de Maand van het Spannende Boek, dit is vrijwel gelijk aan vorig jaar toen dit nog 27% was. Het aandeel consumenten dat iets heeft gezien, gehoord of gelezen over de Maand van het Spannende Boek is toegenomen van 42% naar 36%. Het vaakst zijn affiches / posters in de winkel gezien (12%).

De Maand van het Spannende Boek is voor een kwart van invloed tijdens aankoop

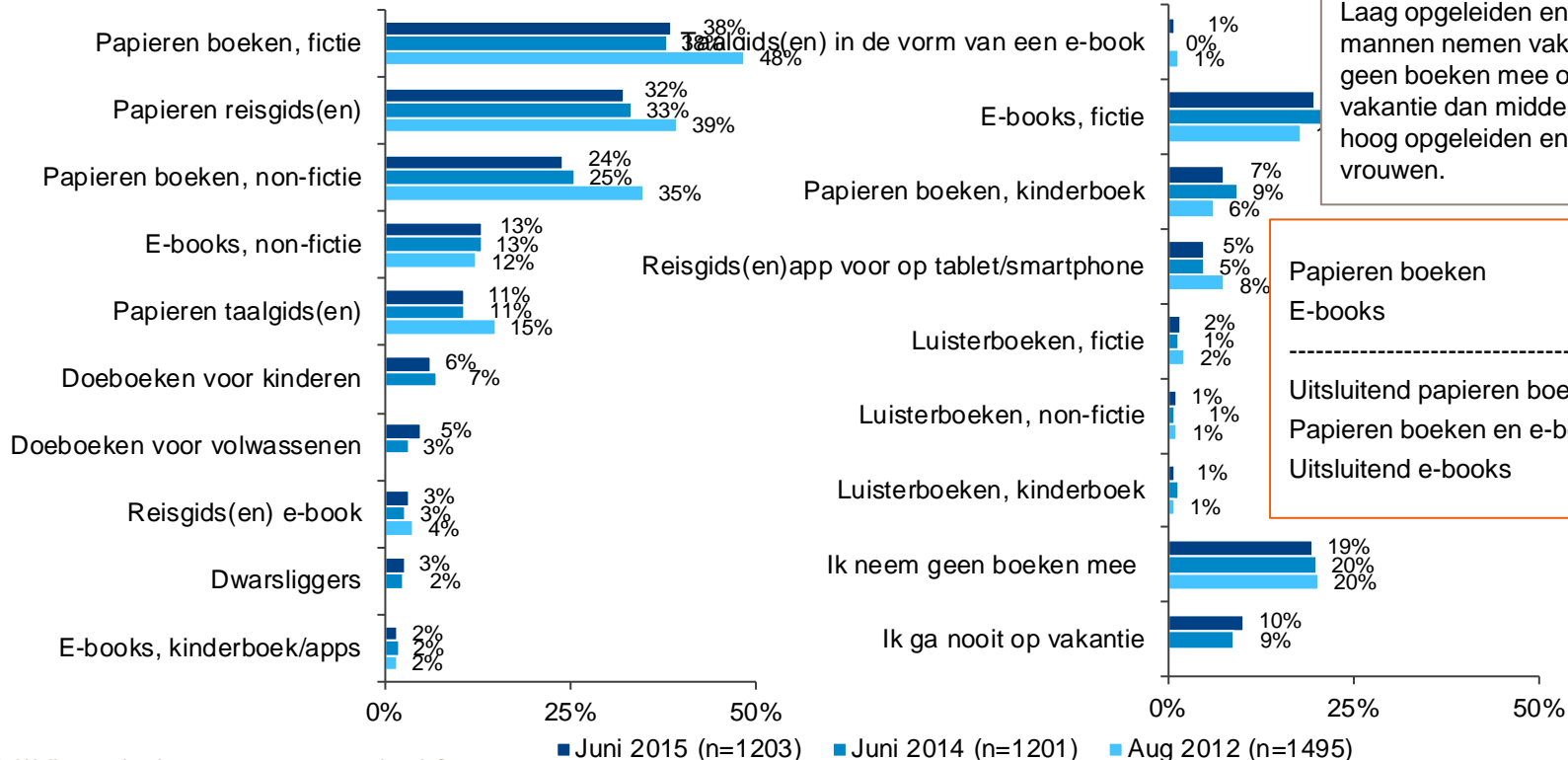
Voor 26% van de kopers van afgelopen maand én die iets gehoord hebben over de Maand van het Spannende Boek was deze campagne van enige invloed op hun aankoop. Voor 8% was de Maand van het Spannende Boek zelfs van (zeer) grote invloed. Dit is nagenoeg gelijk aan vorig jaar (10%). 21% van de consumenten die de afgelopen maand een (e-)book kochten, heeft het geschenkboek gekregen. 6% wilde het geschenkboek niet hebben. Mannen geven vaker dan vrouwen aan dat zij het geschenkboek niet willen hebben. De meerderheid (73%) ontving geen geschenkboek bij aankoop van een (e-)book.

Vakantie

Net als vorig jaar worden papieren boeken (fictie) en reisgidsen het vaakst meegenomen op vakantie



Soort boeken mee op vakantie



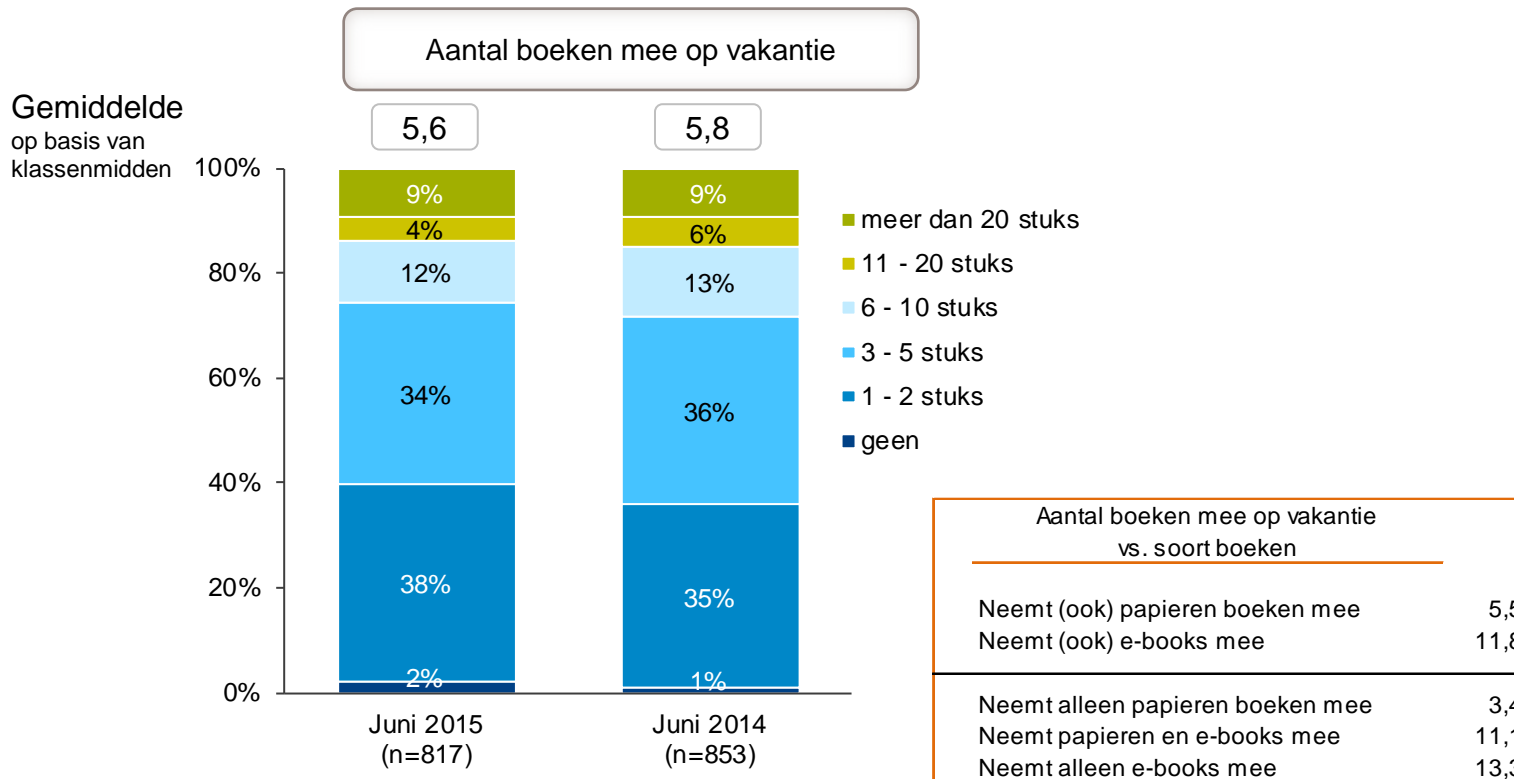
Achtergrond:

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

Papieren boeken	61%
E-books	25%

Uitsluitend papieren boeken	45%
Papieren boeken en e-books	16%
Uitsluitend e-books	8%

Mensen die boeken meenemen op vakantie, nemen gemiddeld 5,6 boeken mee



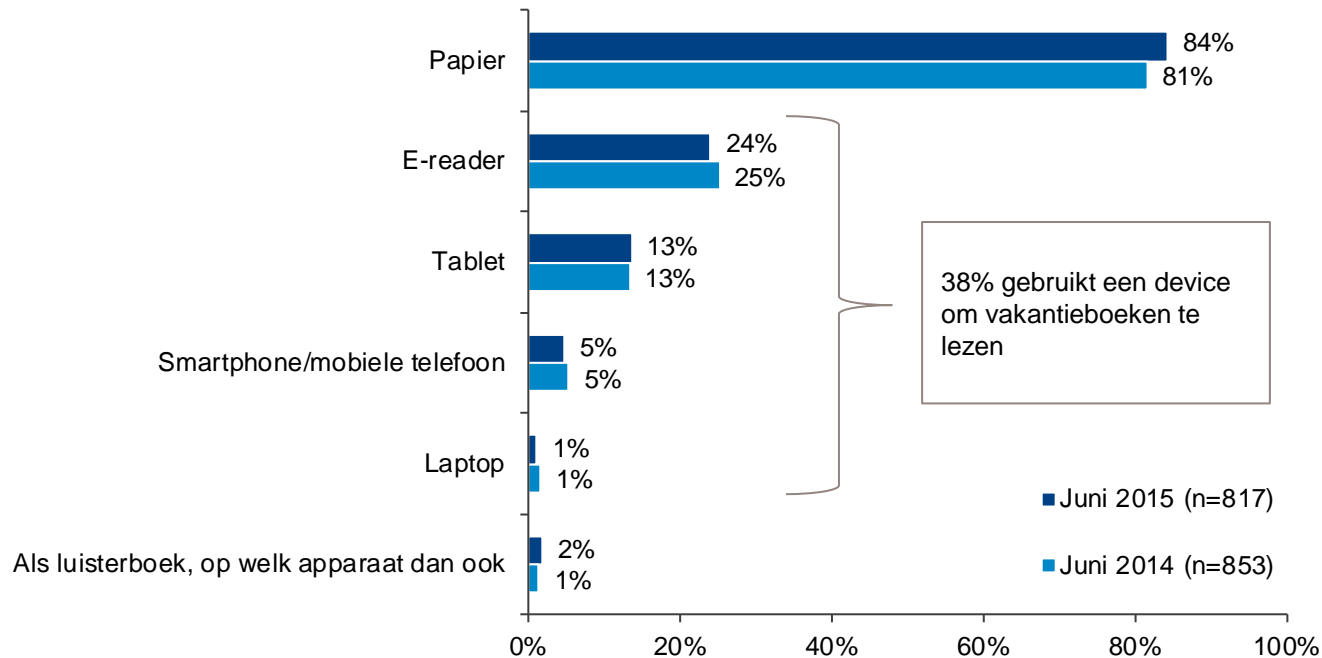
Nog altijd leest men tijdens de vakantie het liefst papieren boeken. Het gebruik van een e-reader op vakantie stabiliseert ten opzichte van vorig jaar



Manier van lezen vakantieboeken

Achtergrond:

Lezers t/m 35 jaar lezen de vakantieboeken vaker van papier dan lezers ouder dan 35 jaar.



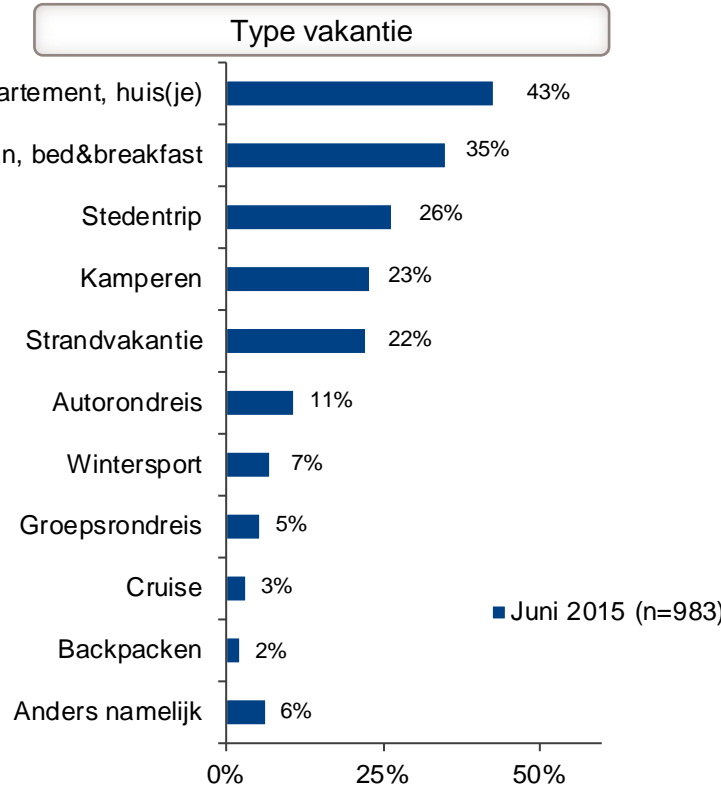
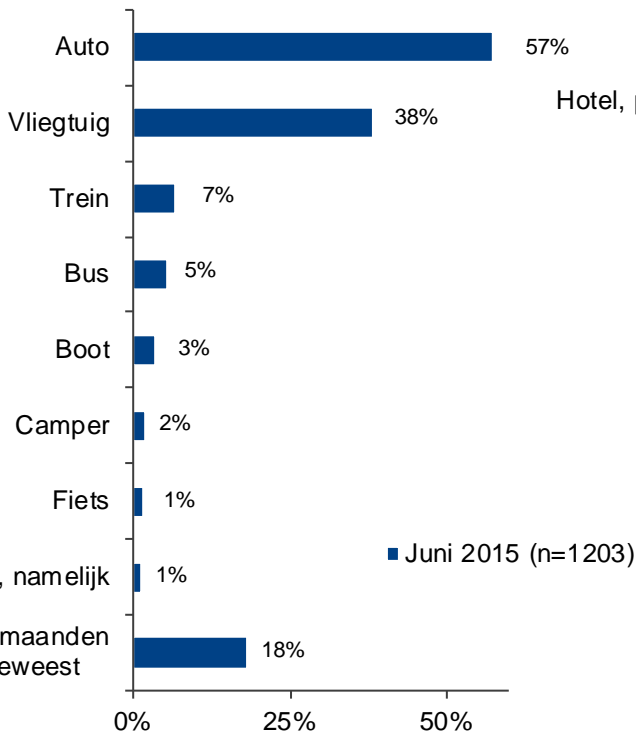
8 op de 10 consumenten is op vakantie geweest in de afgelopen 2 jaar, het vaakst met de auto (57%) en het vliegtuig (38%)



Manier van reizen naar vakantiebestemming

Achtergrond:

50 plussers en laag opgeleiden zijn minder vaak op vakantie geweest in de afgelopen twee jaar dan consumenten t/m 49 jaar en midden en laag opgeleiden. Hoog opgeleiden gaan vaker met de auto, trein of het vliegtuig op vakantie dan midden en laag opgeleiden.



Vak09. Hoe bent u afgelopen 24 maanden naar uw vakantiebestemming gereisd?
 Vak10. Welke van onderstaande soorten vakanties heeft u afgelopen 24 maanden gehad?

Lezers die met de auto en het vliegtuig op vakantie gaan, hebben de meeste boeken bij zich op vakantie



Hoe bent u afgelopen 24 maanden naar uw vakantiebestemming gereisd?						
Hoeveel boeken gaan er +/- mee op vakantie?		Jun '15	Auto	Bus	Trein	Vliegtuig
		N=817	N= 689	N= 64	N= 81	N= 461
	Gemiddelde	5,6	5,8	4,3	4,8	5,7
	meer dan 20 stuks	9%	10%	8%	6%	9%
	11 - 20 stuks	4%	5%	1%	6%	5%
	6 - 10 stuks	12%	12%	5%	8%	13%
3 - 5 stuks	34%	37%	26%	31%	34%	
1 - 2 stuks	38%	35%	54%	48%	37%	

Vak09. Hoe bent u afgelopen 24 maanden naar uw vakantiebestemming gereisd?
 H02. Hoeveel boeken gaan er ongeveer mee op vakantie?

Selectie: neemt boeken mee op vakantie

Bus- en autoreizigers lezen vaker vakantieboeken van devices en als luisterboek dan trein- en vliegtuigreizigers



		Hoe bent u afgelopen 24 maanden naar uw vakantiebestemming gereisd?				
Leest u uw vakantieboeken van...		Jun '15	Auto	Bus	Trein	Vliegtuig
		N=817	N= 689	N= 64	N= 81	N= 461
	papier	84%	49%	53%	93%	82%
	e-reader	24%	32%	33%	27%	24%
	tablet	13%	28%	28%	10%	15%
	smartphone/mobiele telefoon	5%	22%	26%	3%	6%
	laptop	1%	20%	24%	0%	1%
	netbook	0%	14%	18%	0%	0%
	als luisterboek, op w elk apparaat dan ook	2%	13%	17%	5%	2%

Vak09. Hoe bent u afgelopen 24 maanden naar uw vakantiebestemming gereisd?
H03. Leest u uw vakantieboeken van...?

Selectie: neemt boeken mee op vakantie

Gemiddeld nemen kampeerders de meeste vakantieboeken mee



Welke van onderstaande vakanties heeft u afgelopen 24 maanden gehad?

	Jun '15	Kamperen	Appartement huis(je)	Hotel, pension b&b	Groepsreis	Stedentrip	Wintersport	Autorondreis	Strandvakantie	
	N=817	N=226	N=419	N=343	N=54	N=260	N=69	N=107	N=218	
Gemiddelde	5,6	6,5	5,9	5,8	5,0	5,3	5,1	5,2	5,9	
Hoeveel boeken gaan er +/- mee op vakantie ?	meer dan 20 stuks	9%	11%	9%	11%	9%	7%	5%	8%	10%
	11 - 20 stuks	4%	8%	5%	5%	4%	5%	7%	5%	6%
	6 - 10 stuks	12%	14%	14%	13%	6%	14%	14%	8%	11%
	3 - 5 stuks	34%	37%	38%	32%	36%	34%	33%	37%	33%
	1 - 2 stuks	38%	29%	31%	39%	43%	39%	41%	40%	38%
	geen	2%	1%	2%	1%	3%	1%	0%	1%	3%

Vak10. Welke van onderstaande soorten vakanties heeft u afgelopen 24 maanden gehad?
 H02. Hoeveel boeken gaan er ongeveer mee op vakantie (zowel e-books als fysiek)?

Selectie: neemt boeken mee op vakantie

Het type vakantie is niet van invloed op de wijze van lezen



Welke van onderstaande soorten vakanties heeft u afgelopen 24 maanden gehad?

Leest u uw vakantieboeken van...	Jun '15	Kamperen	Appartement huis(je)	Hotel, pension b&b	Groepsreis	Stedentrip	Wintersport	Autorondreis	Strandvakantie
	N=817	N=226	N=419	N=343	N=54	N=260	N=69	N=107	N=218
papier	84%	88%	85%	84%	84%	86%	88%	86%	80%
e-reader	24%	28%	23%	25%	19%	21%	28%	23%	27%
tablet	13%	13%	17%	13%	14%	16%	16%	12%	14%
smartphone/mobiele telefoon	5%	6%	6%	4%	2%	7%	5%	7%	5%
laptop	1%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	3%	2%
netbook	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%
als luisterboek op welk apparaat dan ook	2%	2%	3%	3%	2%	3%	3%	1%	1%

Vak10. Welke van onderstaande soorten vakanties heeft u afgelopen 24 maanden gehad?
H03. Leest u uw vakantieboeken van...

Selectie: neemt boeken mee op vakantie

De fysieke boekhandel is meest gebruikte kanaal om vakantieboeken te verkrijgen: vier op de tien lezers koopt daar zijn / haar vakantieboeken



Manier van verkrijgen vakantieboeken



Achtergrond:

Hoog opgeleiden kopen vaker boeken in een fysieke- of internetboekhandel dan midden en laag opgeleiden. Ook sparen zij vaker boeken op gedurende het jaar in vergelijking met midden en laag opgeleiden.

■ Juni 2015 (n=817)

■ Juni 2014 (n=848)

* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

Voor vier op de tien consumenten is de vakantie het moment om veel meer boeken te lezen dan normaal

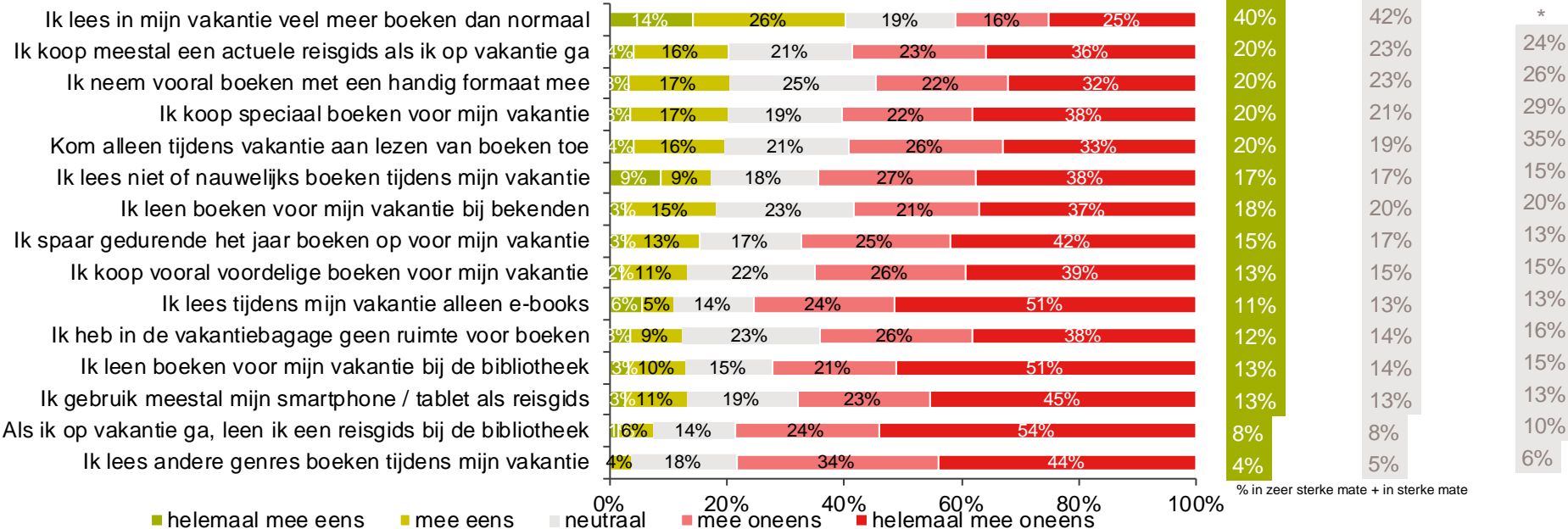


Boeken lezen tijdens de vakantie

Juni 2015
(n=1203)

Juni 2014
(n=1201)

Juni 2013
(n=1202)



Achtergrond:

Vrouwen sparen vaker gedurende het jaar boeken, lenen een reisgids in de bibliotheek, 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.

De VakantieBieb-app is bekender geworden: 15% heeft hiervan gehoord. Een derde van deze consumenten heeft de app ook daadwerkelijk gebruikt



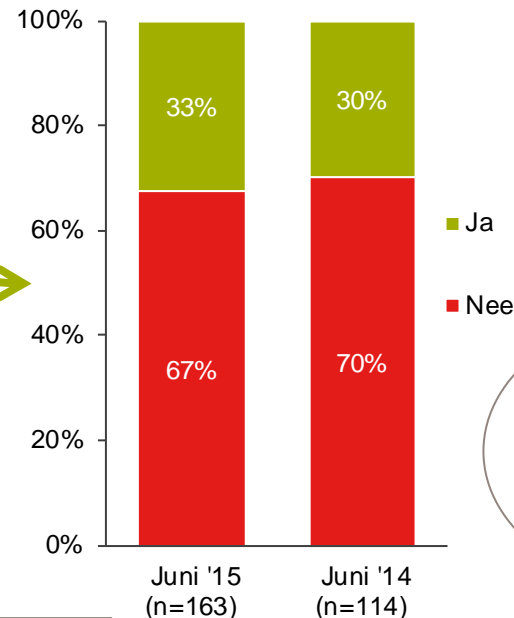
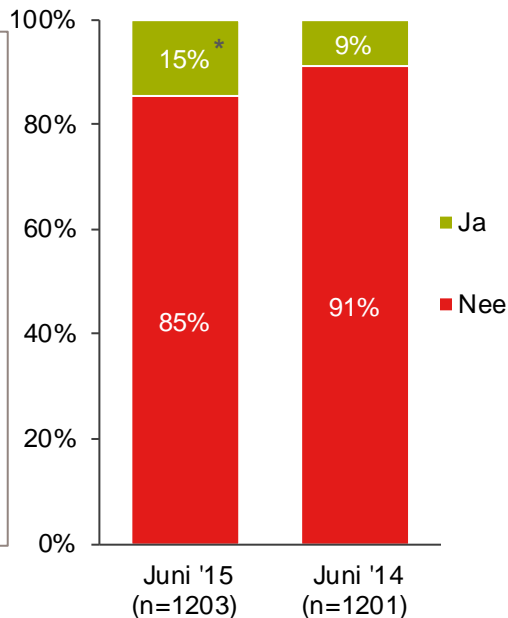
Bekendheid VakantieBieb-app

Gebruik gemaakt van VakantieBieb-app

Achtergrond:

Vrouwen en midden/ hoog opgeleiden zijn vaker bekend met de VakantieBieb-app dan mannen en laag opgeleiden. Vrouwen maken ook meer gebruik van de app dan mannen.

Bekendheid onder e-book lezers ligt veel hoger (25%).



In totaal heeft 5% van de consumenten gebruik gemaakt van de VakantieBieb-app (2014: 3%)

H06. Was u – voordat u deze tekst las – bekend met deze mogelijkheid?
H07. Heeft u gebruik gemaakt van deze mogelijkheid?

* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

H06 Basis: allen
H07 Selectie: bekend met vakantiebieb-app

Redenen om de VakantieBieb-app (nog) niet te gebruiken zijn het niet in bezit hebben van een e-reader, een voorkeur voor papieren boeken of er nog niet aan toe zijn gekomen



- *'Ik heb nog genoeg papieren boeken'*
- *'Heb / ben geen: - Behoefte/interesse, - e-book, - e-reader', - Lid van bibliotheek'*
 - *'Niet mee bekend'*
 - *'Lees liever papieren boeken'*
 - *'Leest niet prettig'*
- *'Nog niet: - Op vakantie geweest, - Aan installeren toe gekomen, - Bekend mee, - Gedownload, gedoe'*
 - *'Zaten geen leuke boeken bij, aanbod niet voldoende'*

Waarom
geen
VakantiBieb-
app
gebruikt?



Selectie: heeft geen gebruik gemaakt van vakantiebieb-app



Vakantie 1/2

Vier op de tien consumenten leest in de vakantie meer boeken dan normaal

De vakantie is voor 40% van de consumenten het moment om meer boeken te lezen dan normaal, dit percentage is gelijk gebleven aan vorig jaar. Papieren boeken worden nog steeds het vaakst meegenomen op vakantie: 61% neemt papieren boeken mee en 25% neemt e-books mee. Een deel van de vakantielezers neemt zowel papieren boeken, als e-books mee: 16%. Papieren fictie boeken en papieren reisgidsen zijn net als vorig jaar de meest meegenomen type boeken.

Gemiddeld neemt men zes boeken mee op vakantie

Dit is een vergelijkbaar aantal met vorig jaar (5,6 dit jaar vs. 5,8 vorig jaar). Logischerwijs worden er meer e-books meegenomen dan papieren boeken; lezers die uitsluitend e-books meenemen, nemen er 13,3 mee en wanneer uitsluitend papieren boeken worden meegenomen, zijn dit er 3,4. Het aantal boeken dat men meeneemt hangt samen met het vervoermiddel naar de vakantiebestemming: lezers die reizen met de auto (5,8) of het vliegtuig (5,7) nemen meer boeken mee dan lezers die reizen met de trein (4,8) of bus (4,3). Gekeken naar het type vakantie, nemen kampeerders gemiddeld de meeste boeken mee (6,5).

Het lezen van boeken op papier heeft nog steeds de grootste voorkeur

84% van de vakantielezers leest vakantieboeken vanaf papier. 38% leest boeken vanaf een device. Het vaakst gebeurt dit vanaf een e-reader (24%), gevolgd door een tablet (13%). Lezers t/m 34 jaar lezen vakantieboeken vaker van papier dan lezers van 35 jaar en ouder.



Vakantie 2/2

Vakantieboeken worden in de meeste gevallen in een fysieke boekhandel gekocht

Vier op de tien lezers koopt in de fysieke boekhandel zijn / haar vakantieboeken. Dit is een toename in vergelijking met vorig jaar (35%). Voor het verkrijgen van vakantieboeken is de fysieke boekhandel populairder dan de internetboekhandel: 20% koopt zijn / haar boeken in de internetboekhandel.

Toename in bekendheid van de VakantieBieb-app

De bekendheid van de VakantieBieb-app is toegenomen: 15% van de consumenten is er inmiddels bekend mee, ten opzichte van 9% vorig jaar. Een derde van deze consumenten heeft de app ook daadwerkelijk gebruikt. In absolute zin is de VakantieBieb-app door meer consumenten gebruikt dan vorig jaar (5% vs. 3%). Vrouwen zijn, in vergelijking tot mannen, beter bekend met de app en gebruiken deze ook vaker. Het niet bezitten van een e-reader, onvoldoende aanbod van boeken, een voorkeur voor papieren boeken of er nog niet aan toe zijn gekomen zijn redenen om de VakantieBieb-app (nog) niet te gebruiken.

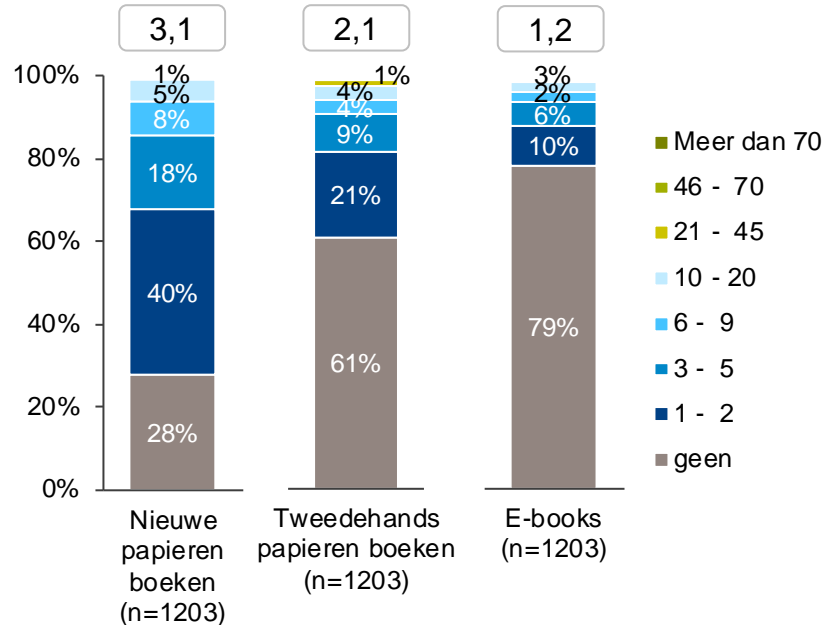
Kopen

In totaal kopen Nederlanders gemiddeld 6,4 boeken per jaar



Aantal boeken dat men per jaar koopt

Gemiddelde
op basis van
klassenmidden



Achtergrond:

Met name hoog opgeleiden kopen per jaar nieuwe papieren boeken: gemiddeld kopen zij er vijf.

E-books worden met name gekocht door midden opgeleiden.

Aandeel boekekopers dat doorgaans op het internet koopt, is iets afgenomen

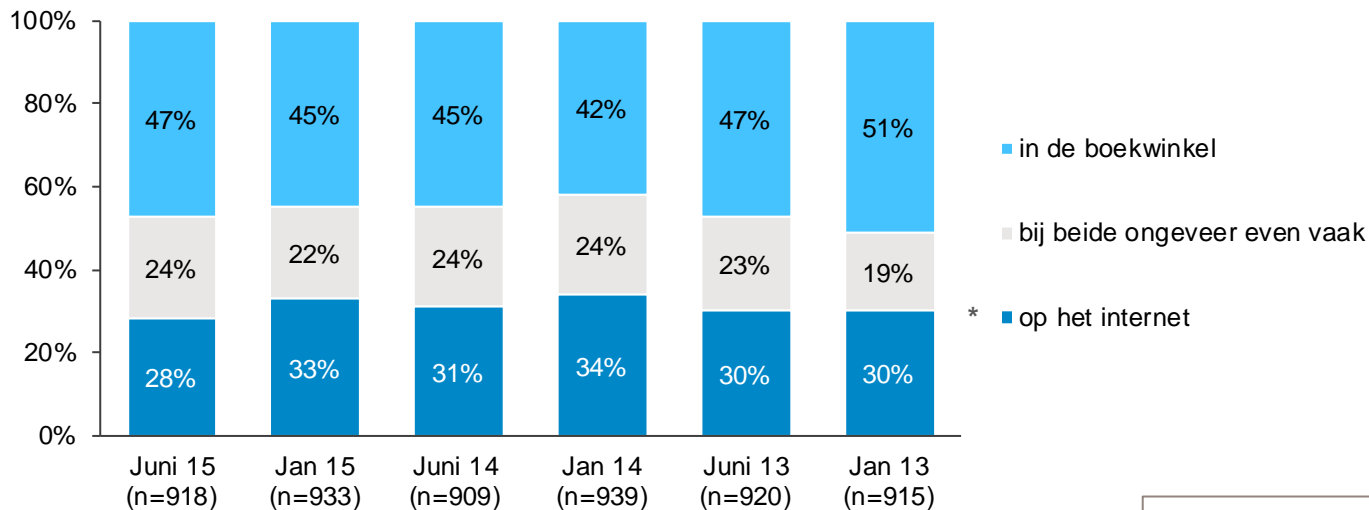


Doorgaans boeken kopen

Achtergrond:

Hoog opgeleiden kopen doorgaans vaker hun boeken via internet in vergelijking met midden en laag opgeleiden.

50 plussers kopen hun boeken vaker in de boekwinkel dan consumenten onder de 50 jaar.



* op het internet

* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

Spannende fictie, literaire romans en waargebeurde verhalen blijven de meest gekochte genres



Genres gekochte boeken

Achtergrond:

Hoog opgeleiden kopen vaker reisboeken, zakelijke boeken, wetenschappelijke boeken, studieboeken en literatuur dan midden en laag opgeleiden.

Mannen kopen vaker science fiction boeken, stripboeken en wetenschappelijke boeken dan vrouwen.

Vrouwen kopen vaker literatuur, romantische boeken, streekromans, kookboeken, waargebeurde verhalen, kinderboeken, kookboeken, hobbyboeken en zelfhulpboeken dan mannen.

Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

	Jun '15 (n=918)	Jun '14 (n=909)	Aug '12 (n=1358)
Spannende fictie	52%	49%	53%
Literatuur, literaire roman	30%	32%	33%
Waargebeurd verhaal	28%	28%	28%
Reisboek / reisgids	24%	22%	26%
Kookboek	22%	20%	24%
Kinderboek / jeugdboek	17%	14%	18%
Hobby boek	16%	13%	17%
(Auto)biografie	15%	14%	17%
(Populair) w etenschappelijk boek	14%	10%	14%
Fantasy	13%	13%	14%
Romantische fictie en/of erotische fictie	12%	12%	18%
Persoonlijke ontw ikkeling / zelfhulpboek	11%	10%	11%
Stripboek	11%	10%	14%
Streekroman	10%	10%	10%
School en/of studie-book	9%	11%	17%
Science fiction	9%	10%	9%
Naslagw erk	8%	8%	14%
Werk / zakelijk boek	7%	7%	10%
Boek over spiritualiteit	7%	9%	8%
Poëzie	2%	4%	3%
Anders, nl	7%	6%	5%
Weet niet meer / kan me niet meer herinneren	4%	3%	3%

A04. Welke genres boeken koopt u wel eens?

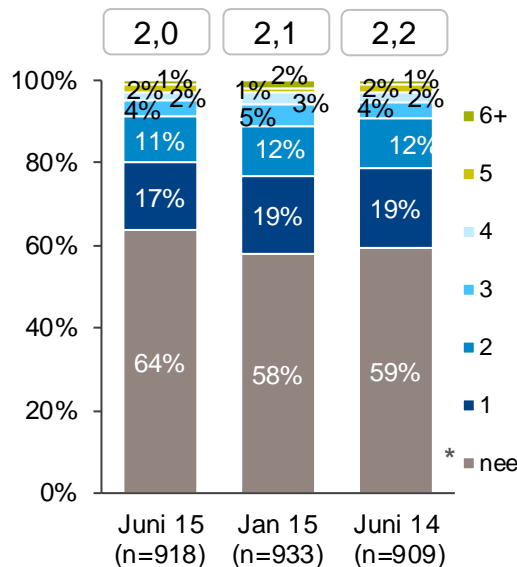
Selectie: koopt wel eens een nieuw boek

Boekenkopers hebben in de afgelopen maand gemiddeld twee boeken gekocht



Koopaantal nieuwe boeken

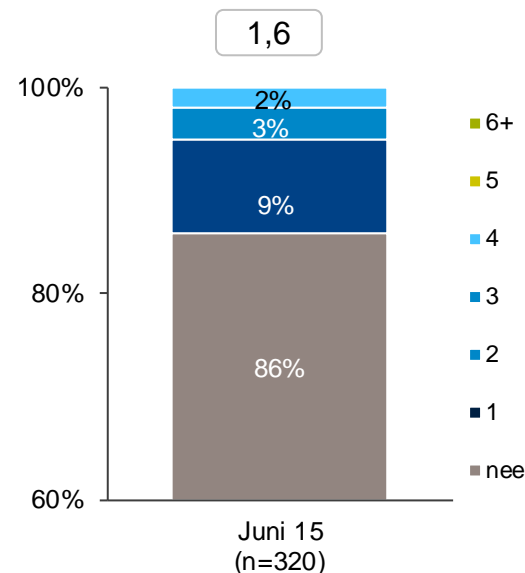
Gemiddelde*



* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

Koopaantal e-books

Gemiddelde



S06. En heeft u de afgelopen maand één of meer nieuwe boek(en) gekocht?
S07. Waren daar e-books bij? Zo ja, hoeveel?

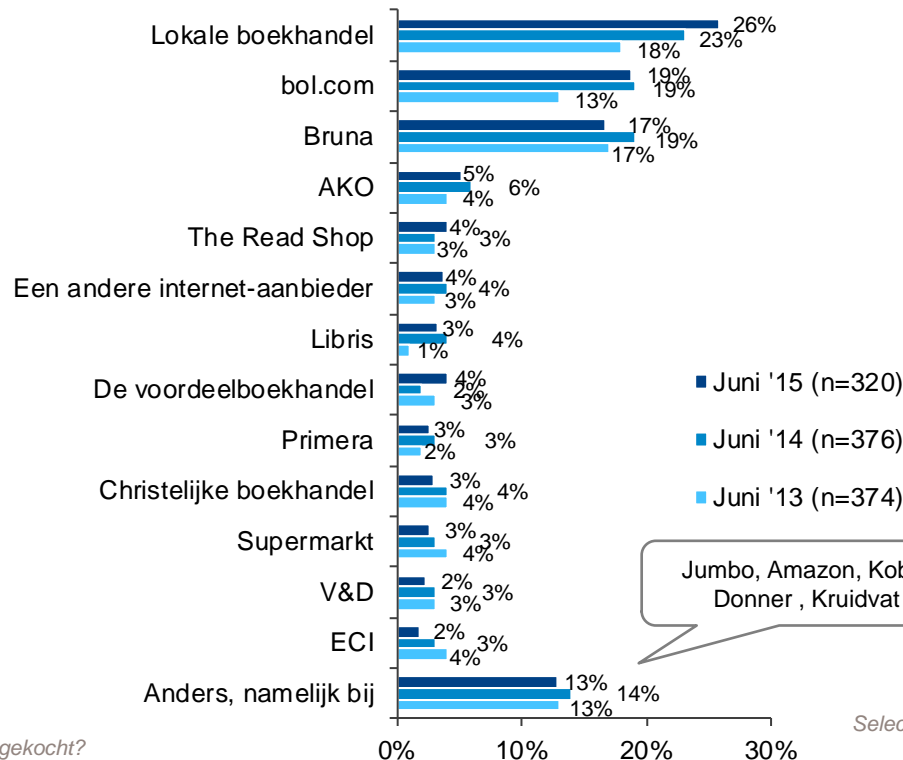
* Gemiddelde is berekend voor consumenten die minstens 1 boek hebben gekocht

Selectie S06: koopt wel eens een nieuw boek
Selectie S07: heeft de afgelopen maand 1 of meerdere nieuwe boeken gekocht

De meeste boekenkopers kochten hun boek bij de lokale boekhandel



Plek van aankoop



Achtergrond:

25 plussers en mannen kochten hun boek vaker bij de lokale boekhandel dan jongeren t/m 25 jaar en vrouwen.

Mannen kochten ook vaker bij een andere internetaanbieder dan vrouwen.

Antwoordcategorie < 2% is niet opgenomen in grafiek

Selectie: heeft afgelopen maand nieuwe boeken gekocht

Men komt met name bij de lokale boekhandel vanwege de prettige en inspirerende omgeving



Redenen aankoop boek bij...

Redenen	Lokale boekhandel		Bol.com		Bruna	
	Jun '15	Jun '14	Jun '15	Jun '14	Jun '15	Jun '14
Dicht bij mij in de buurt	43%	39%	1%	2%	59%	51%
Kom ik langs als ik aan het w inkelen ben	30%	33%	1%	2%	55%	45%
Makkelijk te bereiken	35%	38%	26%	29%	48%	33%
Boekenwinkel waarin ook een postkantoor is gevestigd	2%	12%	0%	1%	35%	20%
Is een prettige en inspirerende omgeving om rond te lopen, te zoeken, etc.	58%	59%	4%	6%	31%	25%
Vaak leuke aanbiedingen	12%	10%	18%	26%	29%	17%
Ik kan me laten verrassen en inspiratie op doen bijv. voor een leuk boek en/of cadeau	41%	32%	5%	11%	27%	21%
Verkopen ook andere zaken, die ik vaak nodig heb, dan alleen boeken	5%	13%	22%	12%	23%	15%
Veelal grote en ruime keuze	34%	44%	44%	53%	21%	24%
Persoonlijke bediening	42%	40%	1%	0%	20%	27%
Vanwege de prijs	1%	4%	28%	28%	13%	8%
Goede adviezen van het personeel	40%	37%	1%	0%	12%	12%
Ik kan makkelijk een boek omruilen	13%	21%	5%	14%	11%	16%
Ligt op route van mijn woon-werkverkeer	4%	12%	2%	1%	9%	12%
Internet: de veelheid aan informatie over boeken	0%	4%	33%	34%	7%	0%
Internet: prettig om thuis te kunnen w inkelen	2%	1%	68%	59%	3%	3%
Internet: vanwege de openingstijden (24 uur per dag open)	3%	2%	50%	60%	3%	3%
Internet: reviews en tips van klanten	1%	1%	20%	17%	3%	1%
Verplicht lidmaatschap van een boekenclub	3%	2%	0%	2%	1%	4%
Internet: makkelijk om verschillende internetwinkels te vergelijken	1%	0%	26%	20%	1%	3%
Internet: het is anoniem	1%	0%	6%	11%	1%	1%
Anders	5%	5%	6%	8%	4%	5%
Weet niet / kan niet zeggen	2%	0%	1%	0%	1%	3%

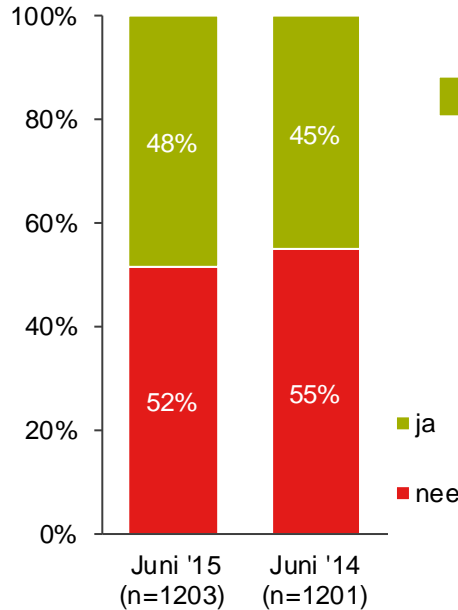
A03. Wat zijn voor u redenen om een boek te kopen bij ...?

Bedrijven alleen opgenomen bij 50 of meer waarnemingen
Selectie: heeft de afgelopen maand boeken gekocht

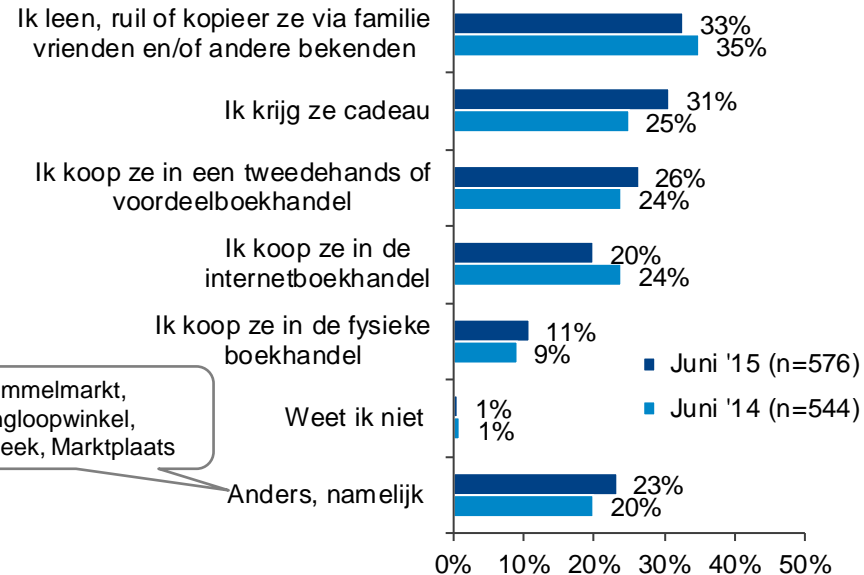
48% van de consumenten heeft in de afgelopen 12 maanden tweedehands boeken in bezit gekregen



Tweedehands boeken in bezit gekregen in afgelopen 12 maanden



Manier van verkrijgen van tweedehands boeken



Achtergrond:

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

Hoog opgeleiden kopen vaker tweedehands boeken in een fysieke of internet boekhandel dan midden en laag opgeleiden.

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

A05a. Heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens tweedehands boeken in bezit gekregen?
A05b. Hoe verkrijgt u deze tweedehands boeken?

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



Kopen

De aankoop van boeken in de lokale boekhandel stijgt

26% van de boekenkopers die afgelopen maand een boek hebben gekocht, deden dit bij de lokale boekhandel. Na de boekhandel zijn bol.com (19%) en Bruna (17%) belangrijke aankoopkanalen. De prettige en inspirerende omgeving is de belangrijkste reden om een boek te kopen bij de lokale boekhandel. Redenen om bij bol.com te winkelen zijn het gemak van thuis winkelen en 24/7 beschikbaarheid. Het aandeel consumenten dat doorgaans boeken op internet koopt is licht afgenomen van 33% eerder dit jaar naar 28% nu.

21% van de consumenten koopt minstens een e-book per jaar

E-books worden met name gekocht door midden opgeleiden. In het algemeen worden nieuwe papieren boeken het vaakst gekocht: 72% koopt minstens één nieuw papieren boek per jaar, gevolgd door papieren tweedehands boeken (39%). In totaal kopen consumenten gemiddeld 6,4 boeken per jaar; verdeeld naar nieuwe boeken (3,1), tweedehands boeken (2,1) en e-books (1,2). De gekochte genres zijn niet veranderd ten opzichte van vorig jaar: spannende fictie (52%), literaire romans (30%) en een waargebeurd verhaal (28%) worden het vaakst gekocht.

Helft van de consumenten heeft afgelopen jaar tweedehands boek in bezit gekregen

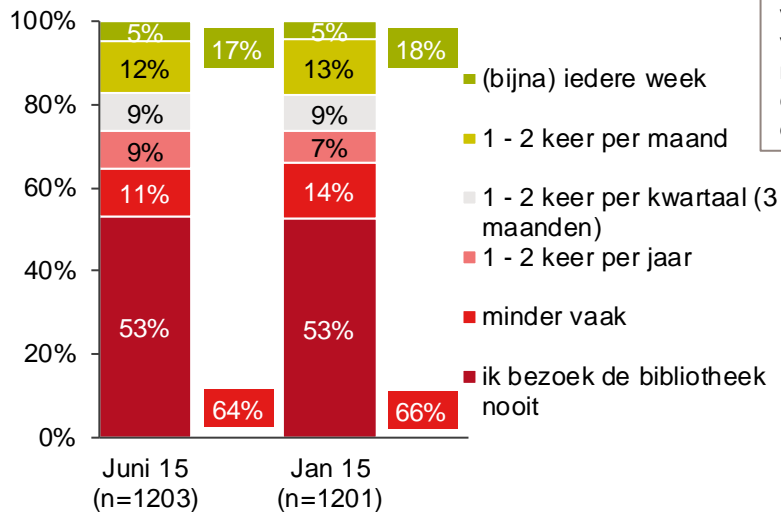
Dit is nagenoeg gelijk aan vorig jaar (48% nu vs. 45% in 2014). Men krijgt het tweedehands boek veelal in bezit door te lenen, ruilen of te kopiëren van bekenden (33%) en als cadeau (31%). Vrouwen lenen of ruilen tweedehands boeken vaker met familie en vrienden dan mannen.

Lenen

Een derde van de bibliotheekbezoekers komt minimaal eens per maand in de bibliotheek om een boek te lenen



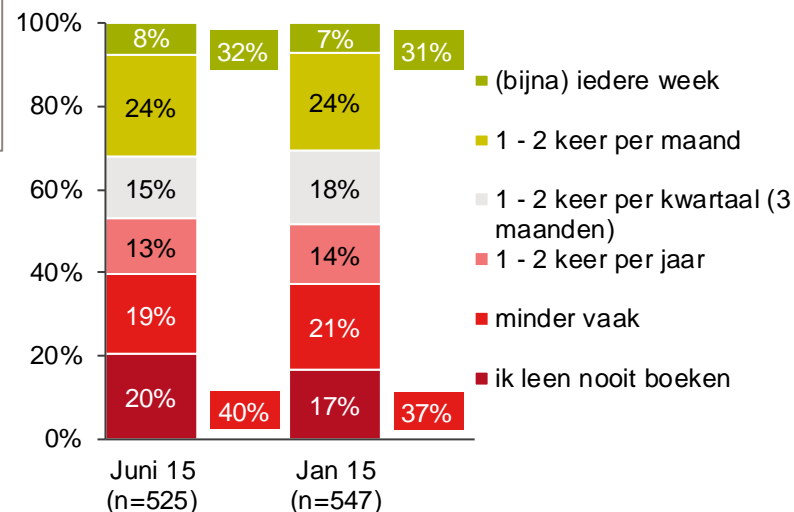
Bezoekfrequentie bibliotheek



Achtergrond:

Vrouwen, hoog opgeleiden en 50 plussers bezoeken de bibliotheek vaker (zowel voor 'normaal bezoek', als voor lenen) dan mannen, midden en laag opgeleiden en consumenten jonger dan 50 jaar.

Bezoekfrequentie bibliotheek: lenen



- % komt minimaal 1 keer per maand tot elke week in de bibliotheek (om boeken te lenen)
- % komt minder vaak/ nooit in een bibliotheek (om boeken te lenen)

S010a. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek?

S010b. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek om een (of meerdere) boek(en) te lenen?

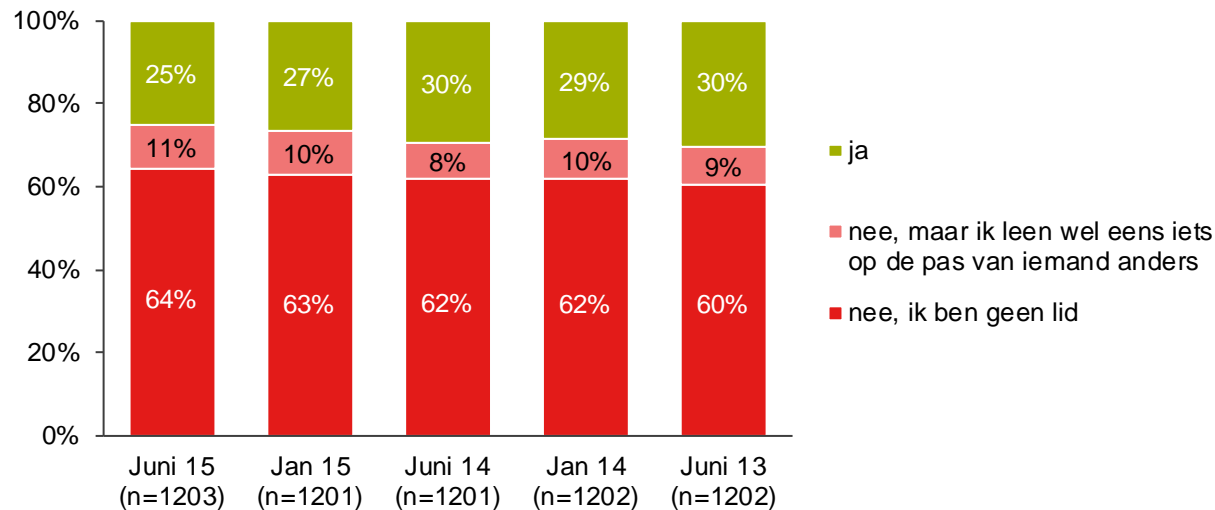
S10a Basis: allen

S10b Selectie: bezoekt wel eens de bibliotheek

Het aantal lidmaatschappen van een bibliotheek blijft nagenoeg gelijk



Lid van de bibliotheek



Achtergrond:

Vrouwen en midden en hoog opgeleiden zijn vaker lid van de bibliotheek dan mannen en laag opgeleiden.

Een op de vijf consumenten heeft afgelopen jaar de centrale vestiging van de openbare bibliotheek bezocht

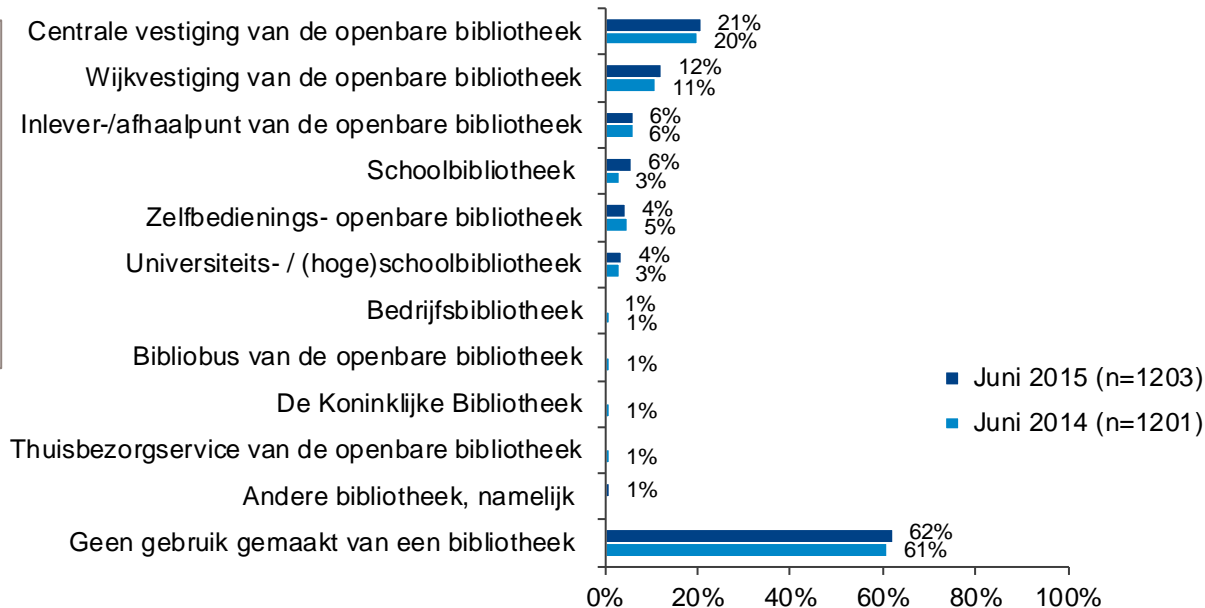


Gebruik varianten van de bibliotheek in de afgelopen 12 maanden

Achtergrond:

Vrouwen maken vaker gebruik van de bibliotheek dan mannen.

Hoog opgeleiden en jongeren onder de 25 jaar komen vaker in een universiteitsbibliotheek.

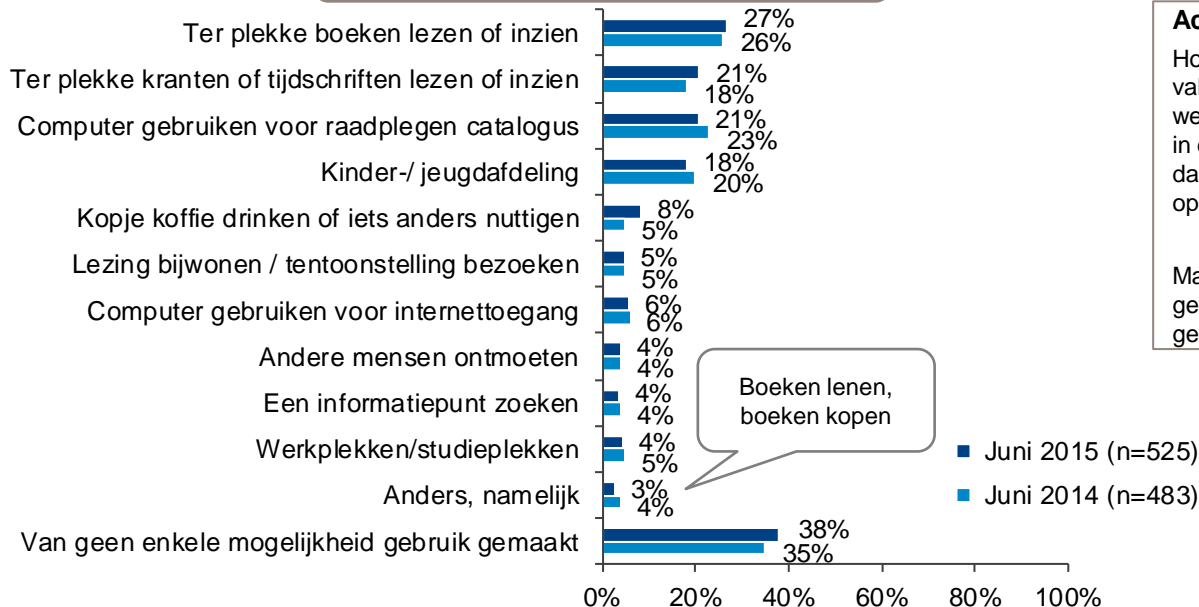


B01. Kunt u aangeven van welke van de onderstaande varianten van de bibliotheek u de afgelopen 12 maanden gebruik heeft gemaakt? Dit kan zowel fysiek als digitaal zijn.

Net als vorig jaar is het ter plekke inzien of lezen van boeken het meest gebruikt in de bibliotheek



Gebruik diensten bibliotheek in de afgelopen 12 maanden



Achtergrond:

Hoog opgeleiden maken vaker gebruik van werkplekken/ studieplekken in de openbare bibliotheek dan laag of midden opgeleiden.

Mannen maken vaker van geen enkele mogelijkheid gebruik dan vrouwen.

Antwoordcategorie < 3% is niet opgenomen in grafiek

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

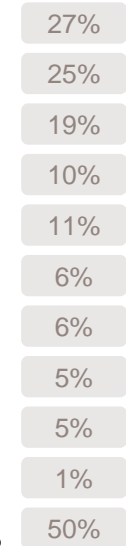
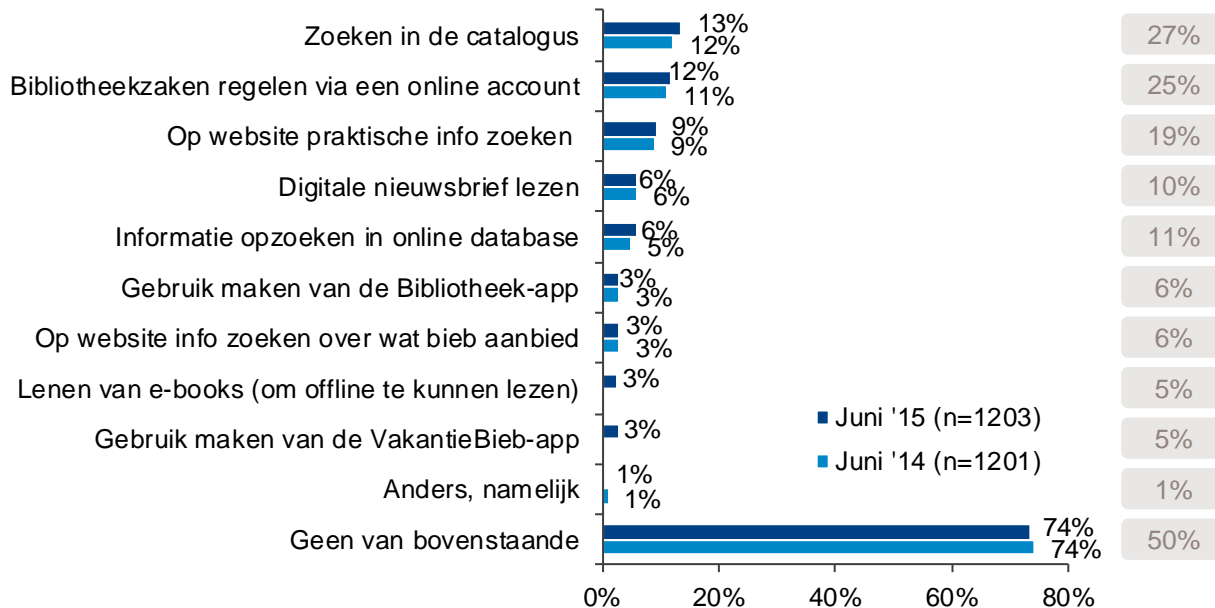
Basis: komt wel eens in de bibliotheek

De catalogus en het bibliotheek account zijn de meest gebruikte digitale of online bibliotheekdiensten



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

Bibliotheekbezoeker
(n=525)



Helft van de bibliotheekbezoekers maakt gebruik van digitale of online diensten

Achtergrond:
Mannen en laag opgeleiden maken vaker geen gebruik van digitale of online bibliotheekdiensten dan vrouwen en hoog opgeleiden.

Antwoordcategorie < 3% is niet opgenomen in grafiek

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

Basis: allen

Grotere impact afwezigheid van de bibliotheek; drie tiende zou minder gaan lezen



Invloed afwezigheid bibliotheek op het leesgedrag

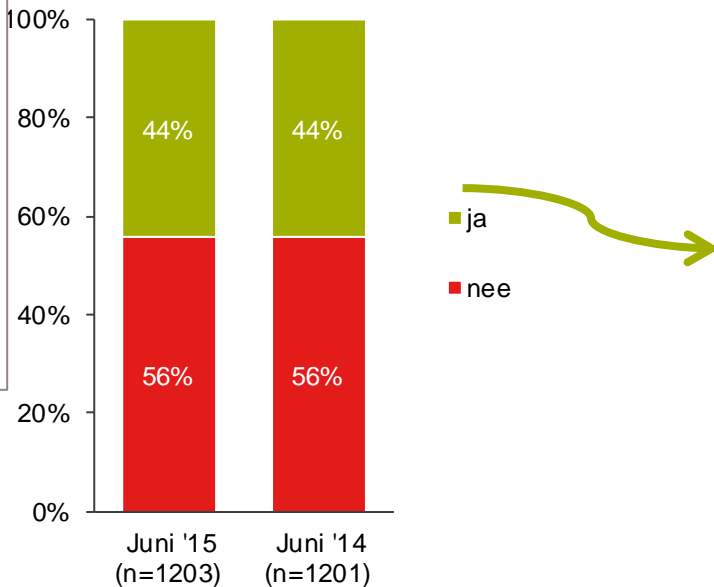


* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

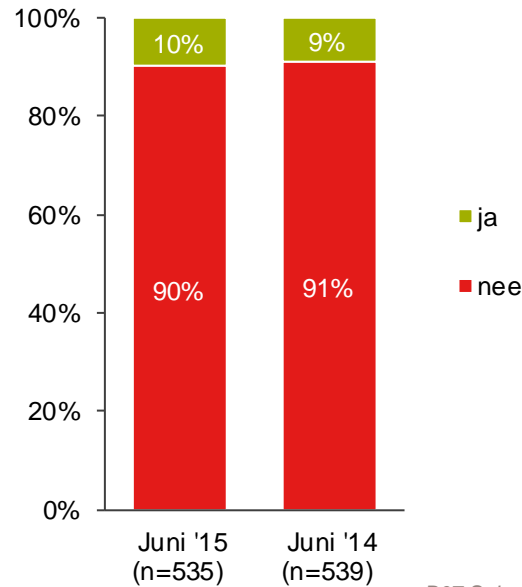
Nog altijd is 44% van de consumenten bekend met mogelijkheid om e-books te lenen



Bekend met e-books lenen



e-books geleend



Achtergrond:

Vrouwen, consumenten van 35 jaar en ouder en hoog opgeleiden zijn vaker bekend met de mogelijkheid om e-books te lenen dan mannen, consumenten tot 35 jaar en laag opgeleiden.

Vrouwen en hoog opgeleiden hebben ook vaker daadwerkelijk een e-book geleend.

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?

B05 Basis: allen
B07 Selectie: is bekend met de mogelijkheid om e-books in de bibliotheek te lenen

Redenen om geen e-books te lenen: voorkeur voor een papieren boek en het (beperkte) aanbod



- *“Ik heb niets met e-books, deze ontwikkeling vind ik rampzalig”*
- *‘Heb / ben geen: - Behoeftte/interesse, - e-book, - e-reader’, - Lid van bibliotheek’*
 - *“Ik kijk al genoeg naar een scherm”*
 - *‘Boeken lees ik bij voorkeur van papier’*
 - *‘Ben geen lid (meer)’*
- *“Niet voldoende aanbod Engelstalige boeken, vakliteratuur en verschillende genres”*
 - *‘Ik lees geen boeken’*
 - *‘Bezit is makkelijker’*

Waarom
geen e-book
geleend?





Lenen 1/2

De centrale vestiging van openbare bibliotheek is het vaakst bezocht

Een op de vijf consumenten heeft afgelopen jaar de centrale vestiging van de openbare bibliotheek bezocht. Na de centrale vestiging, wordt de wijkvestiging het vaakst bezocht: 12% bezocht afgelopen jaar een wijkvestiging van de openbare bibliotheek. De bezoekfrequentie van de bibliotheek is gelijk gebleven met de vorige meting: ongeveer een vijfde bezoekt de bibliotheek minstens eens per maand. In de bibliotheek worden van de voorgelegde diensten het vaakst ter plekke boeken gelezen of ingezien (27%). Ook leest men vaak ter plekke kranten / tijdschriften (21%) en maakt men gebruik van de computercatalogus (21%).

Bekendheid van het lenen van e-books nog steeds 44%

De bekendheid van de mogelijkheid om e-books te lenen is niet veranderd. 35 plussers zijn vaker bekend met deze mogelijkheid dan consumenten jonger dan 35 jaar. Van de consumenten die bekend zijn met de mogelijkheid om e-books te lenen, heeft 10% ook daadwerkelijk e-books geleend. Dit is nagenoeg niet veranderd ten opzichte van vorig jaar (9%). Met name vrouwen en hoog opgeleiden hebben wel eens e-books geleend. Redenen om geen e-books te lenen zijn onder andere de voorkeur voor een papieren boek en een beperkt aanbod.



Lenen 2/2

Verdwijning van de bibliotheek zou grote gevolgen hebben voor het leesgedrag van bibliotheekleden

De verdwijning van hun bibliotheek zou een grotere impact hebben, vergeleken met vorig jaar: 28% zou daadwerkelijk minder boeken gaan lezen, vorig jaar gaf 21% dit aan. Twee op de tien bibliotheekleden zou bij verdwijning van de bibliotheek niet (goed) meer aan boeken kunnen komen. Naast het direct effect op leesgedrag zouden bibliotheekleden op een andere manier aan de boeken proberen te komen: een kwart boeken zou boeken bij andere bibliotheken gaan lenen, 14% zou bij andere mensen gaan lenen en 13% zou meer boeken gaan kopen. Het aandeel leden waarvoor de afwezigheid van hun bibliotheek *geen* gevolgen zou hebben op hun leesgedrag is significant gedaald: vorig jaar was dit 34% en dit jaar gaf slechts 24% dit aan.

Een kwart van de consumenten maakt wel eens gebruik van één van de digitale diensten

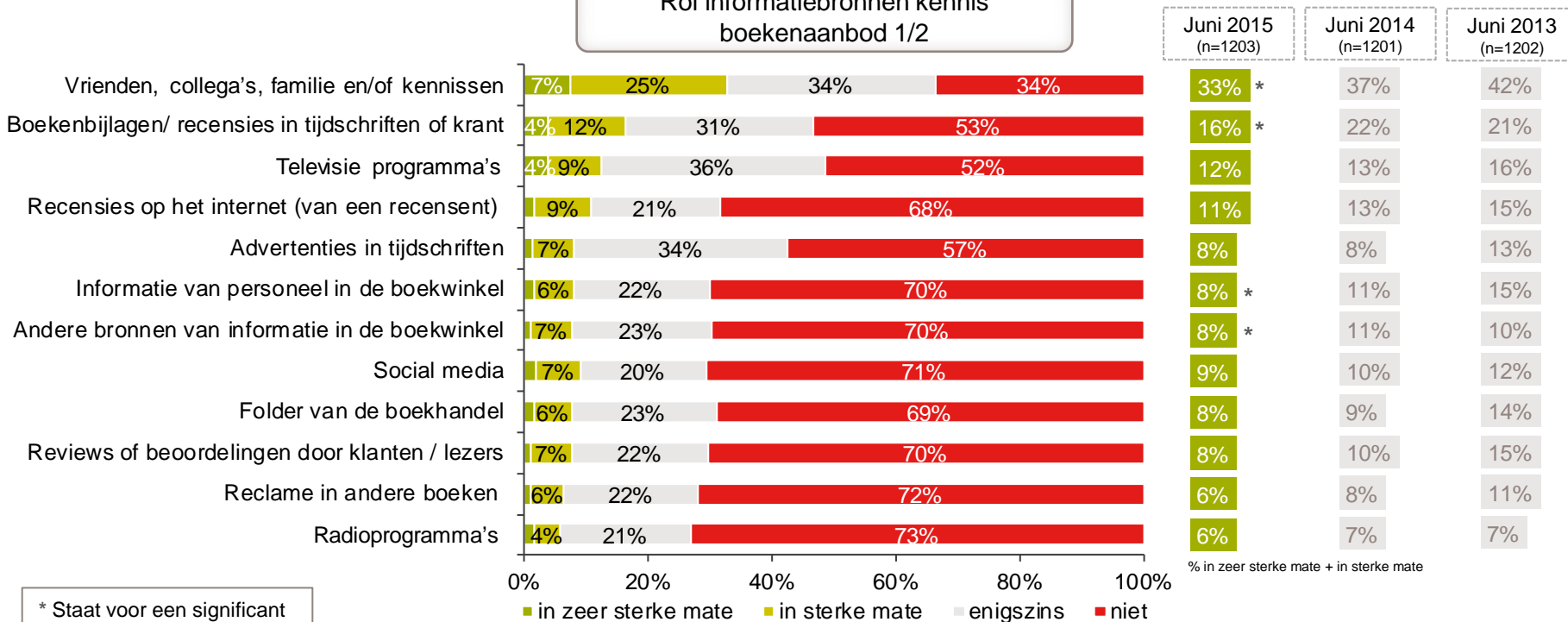
Consumenten zoeken dan met name in de catalogus (13%) of ze regelen bibliotheekzaken via het online account (12%). Vrouwen en hoog opgeleiden maken vaker gebruik van de digitale diensten dan mannen en laag opgeleiden. Bibliotheekleden maken wel vaker gebruik van de digitale diensten: de helft van de bibliotheekleden heeft hier afgelopen maand wel eens gebruik van gemaakt. De twee meest gebruikte diensten zijn gelijk aan de diensten die het meest gebruikt worden door de consumenten in het algemeen: zoeken in de catalogus (27%) en bibliotheekzaken regelen via het online account (25%).

Informatiebronnen en On Demand diensten

Sociale omgeving is de belangrijkste bron van informatie over het boekenaanbod, maar het aandeel hiervan daalt wel al twee jaar op rij



Rol informatiebronnen kennis
boekenaanbod 1/2



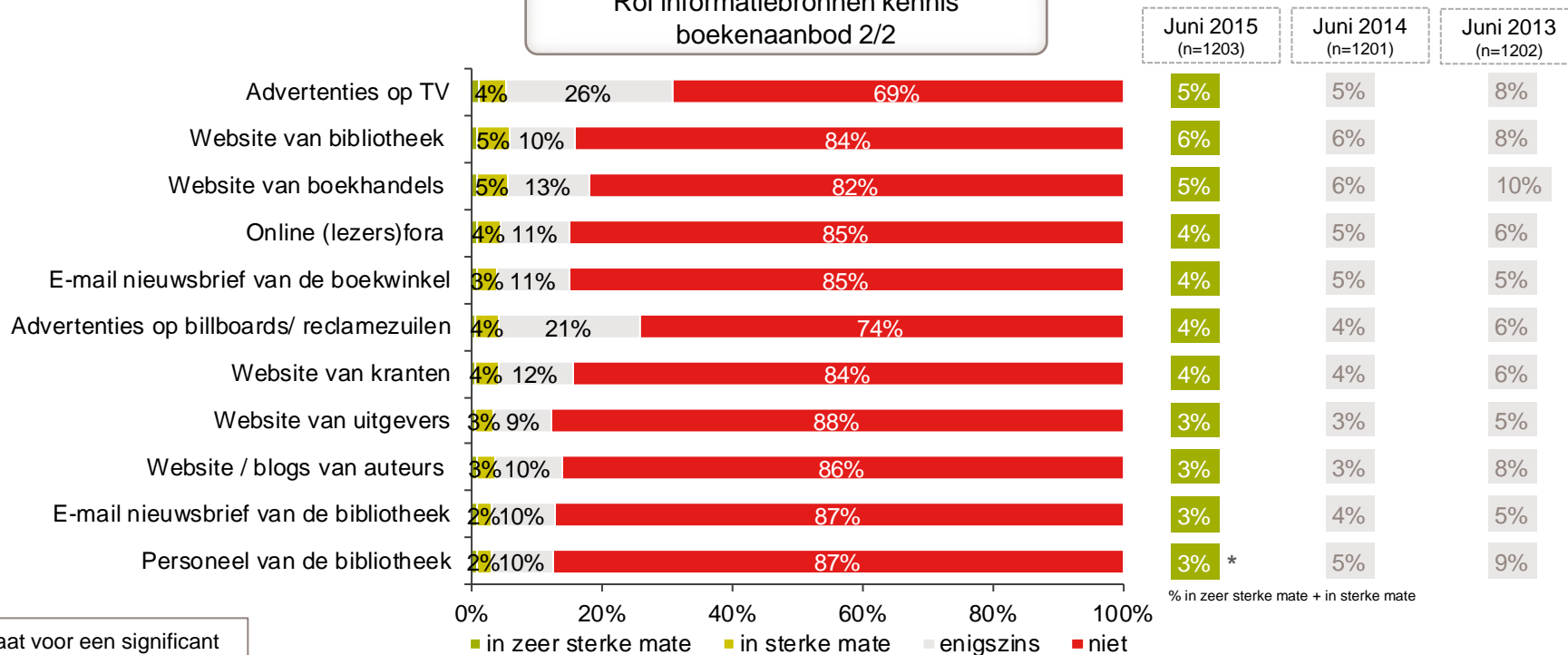
* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

I01. In welke mate spelen de volgende informatiebronnen een rol bij uw kennis over het boekenaanbod?

Personeel van de bibliotheek, een e-mail nieuwsbrief en websites van auteurs / uitgevers blijven een kleine rol spelen als het gaat om kennis over het boekenaanbod



Rol informatiebronnen kennis
boekenaanbod 2/2



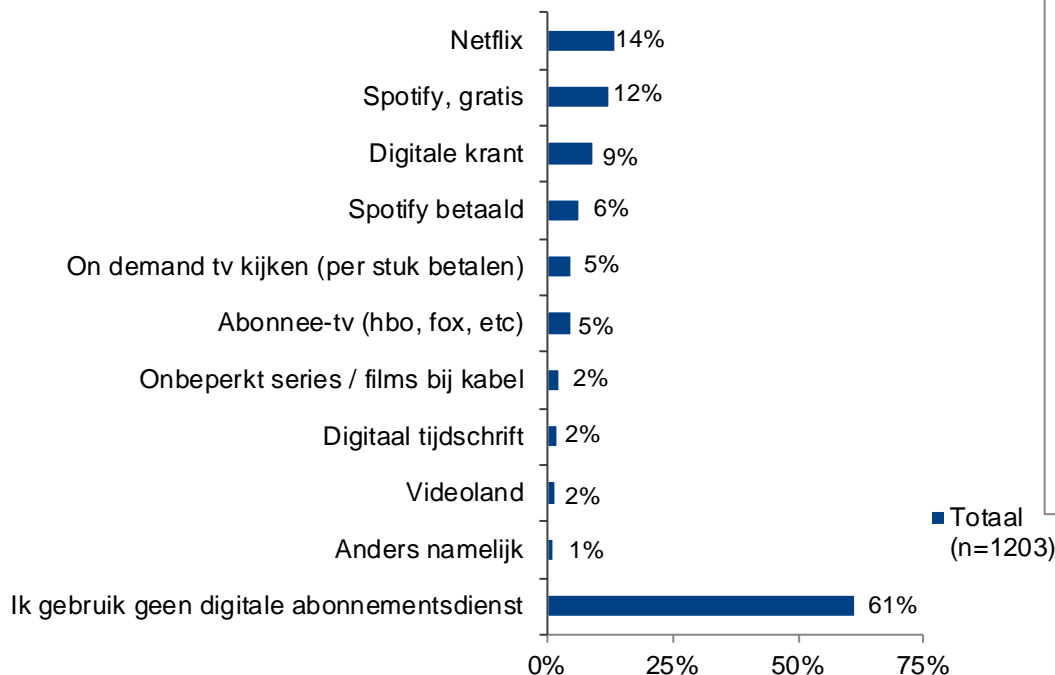
* Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

I01. In welke mate spelen de volgende informatiebronnen een rol bij uw kennis over het boekenaanbod?

Ruim een tiende van de consumenten heeft een Netflix of Spotify (gratis) abonnement; bijna een tiende heeft een digitale krant



Gebruik digitale abonnementsdiensten



Achtergrond:

Spotify (gratis en betaald), Netflix en Videoland worden met name gebruikt door jongeren onder 25 jaar. On demand tv kijken wordt vaak gedaan door mensen in de leeftijd 25-34 jaar.

50-plussers en bibliotheekleden maken vaker gebruik van de digitale krant dan mensen jonger dan 50 jaar en niet-leden.

Boekenkopers maken vaker gebruik van Spotify betaald en Netflix dan mensen die nooit boeken kopen.



Informatiebronnen en On Demand diensten

Het belang van verschillende informatiebronnen neemt over gehele linie af

Vrienden, collega's, familie en/of kennissen (33%) blijven, net als vorig jaar, de belangrijkste bron van informatie over het boekenaanbod, maar het aandeel is wel gedaald (33% vs. 37%). Boekenbijlagen / recensies in tijdschriften of kranten zijn na de sociale omgeving de meest belangrijke informatiebron (16%). De lezer zelf deelt ook graag zijn/haar ervaring over een (goed) boek (51%).

Vier op de tien consumenten maakt gebruik van een digitale abonnementsdienst

Netflix (14%) en de gratis versie van Spotify (12%) worden het meest gebruikt, gevolgd door digitale kranten (9%). Mensen die boeken kopen maken vaker gebruik van de betaalde versie van Spotify (8%) en Netflix (17%) dan mensen die nooit boeken kopen (4% Spotify en 9% Netflix).

Bijlagen



Onderzoeksverantwoording

- Veldwerk:** Online (CAWI) op deelnemers van het GfK Online panel, dat uit ca. 100.000 personen bestaat.
- Veldwerkperiode:** 23 t/m 25 juni 2015
- Doelgroep:** Consumenten van 14 jaar en ouder
- Steekproef:** De netto steekproef is in totaal $n=1.203$ 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
 - Informatiebronnen en behoeftestellingen
 - Maand van het Spannende Boek
 - Lezen op vakantie
 - On Demand diensten

Certificering



- Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het quality systeem 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 37854 Boekenbranche meting 33" te worden vermeld.
- Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).

