



Rapportage Boekenbranche Meting 50

2e thema meting van 2019 Het boek als cadeau

654744

Oktober 2019

Stefan Peters, Erica Nagelhout



1 Inleiding

2 Management samenvatting

3 Resultaten

- Cadeaus geven
- Boek-cadeaus
- Customer journey boekenkopers
- Boek-cadeauontvangers profiel
- Boek-cadeauegvers
- Bibliotheekbon

4 Bijlagen

- Achtergrondinformatie
- Onderzoeksverantwoording
- Algemene voorwaarden

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 themameting van 2019 gaat over 'het boek als cadeau'.

Doel

Het doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het boek als cadeau. Hoeveel mensen geven een boek cadeau, wanneer overweegt en geeft men een boek cadeau, aan wie en bij welke gelegenheden. Inzicht in het boek als cadeau kan de markt helpen om verdere boekaankopen te stimuleren.

Thema's

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

- Cadeaus geven
- Boek-cadeaus
- Customer journey boekenkopers
- Boek-cadeauontvangers profiel
- Boek-cadeaugevers profiel
- Bibliotheekbon

Leeswijzer



Geven mannen vaker aan dan vrouwen



Geven vrouwen vaker aan dan mannen

Heavy lezers lezen minstens 3 keer per week een boek

Medium lezers lezen 1-2 keer per week een boek

Light lezers lezen minstens 1 keer per jaar een boek



Management samenvatting



Cadeaus geven

23% van de cadeauegivers gaf het afgelopen jaar een boek cadeau

Hiermee staat het boek in de top 10 cadeaus op de achtste positie. De meeste boek-cadeauegivers zijn zelf ook lezer (96%) en veelal ook heavy lezer. Hetzelfde geldt voor de boekenbon-cadeauegivers. Boek-cadeauegivers zijn lezers, maar niet alle lezers zijn boek-cadeauegivers; 73% van de lezers heeft de afgelopen 12 maanden geen boek cadeau gedaan.

Bloemen (planten, tuinaccessoires) (52%) geld (52%) en een cadeaubon (46%) zijn de meest gegeven cadeaus.

De jongste doelgroep (tot 35 jaar) geeft vaker een cadeaubon, speelgoed, chocolade en woonaccessoires cadeau. De bloemen (planten en tuinaccessoires) worden vaker door de 50+ doelgroep cadeau gedaan. 1% van de cadeauegivers gaf een bibliotheekabonnement cadeau.

Boek cadeaus

Het niet kunnen kiezen van het juiste boek is een belangrijke belemmering voor het boek als cadeau

Het boek-cadeau heeft de meeste concurrentie van bloemen, speelgoed, een uitje, een cadeaubon, geld en de boekenbon. Van alle cadeauegivers die een boek als cadeau overwogen, koopt uiteindelijk 40% een boek. De overige 60% gaf iets anders cadeau (veelal bloemen/planten, een uitje of speelgoed). Zij vonden een ander cadeau leuker (43%), maar ook het kiezen van het juiste boek zorgt er regelmatig voor dat men toch geen boek cadeau geeft: ik wist niet welk boek ik moest kiezen (27%), ik wist niet of de ontvanger het boek al had (15%) of ik kon geen geschikt boek vinden (14%).

Bij de laatste cadeau aankoop heeft 86% geen boek-cadeau overwogen. De belangrijkste reden is dat de ontvanger niet van lezen houdt (40%), maar ook hier spelen de argumenten zoals 'ik vind het moeilijk om het juiste boek te kiezen' (28%) of 'ik wist niet of de ontvanger het boek al had' (11%).



Management samenvatting (2/4)

Boek cadeaus

Veruit de belangrijkste reden om een boek cadeau te doen is omdat de ontvanger graag leest (60%)

Men verwacht dat de ontvanger een boek zal waarderen (38%) en het is leuk om een boek cadeau te doen (31%).

Spannende fictie, literaire romans en kinderboeken zijn genres die veelvuldig cadeau worden gedaan. Gemiddeld geeft men per jaar 4,1 boeken cadeau.

Customer journey boekenkopers oriëntatie

De fysieke winkel is het meest belangrijke kanaal voor de oriëntatie op boek-cadeaus (44%)

Maar het online kanaal is van belang: voor inspiratie wordt vaker gebruik gemaakt van online bronnen in vergelijking tot andere cadeaus (24% cadeaus, 34% boek-cadeaus).

De fysieke boekwinkel is de belangrijkste inspiratiebron. De uitstalling op de tafels beschouwen boek-cadeaugeversers als inspiratie. Ook kranten en tijdschriften spelen een rol (20%). Online vindt men inspiratie in de online winkels. Men maakt veelvuldig gebruik van de online recensies van andere mensen die dit boek kochten (19%), of van de aanbevelingen op basis van wat anderen bekeken (9%).

Ruim een derde baseert zich op een verlanglijstje bij de keuze voor een boek-cadeau; 45% bedenkt zelf een geschikt boek. Ruim de helft van de boek-cadeaugeversers (55%) kiest het specifieke boek tijdens het winkelen.



Management samenvatting (3/4)

Customer journey kopen

Er is ruimte voor inspiratie en/of advies over een boek-cadeau tijdens het koopproces

Een groep van zo'n 40% is (soms) nog op zoek naar advies over het boek-cadeau. Dit geldt nog sterker voor de online winkel dan voor de fysieke winkel. Ook is een grote groep regelmatig op zoek naar inspiratie voor het boek-cadeau. De inspiratiebehoefte is groter in de fysieke winkel.

Twee derde van de boek-cadeaus worden gekocht in de fysieke winkel. Maar boek-cadeaus worden in vergelijking tot andere cadeaus vaker online gekocht (23% cadeaus; 33% boek-cadeaus).

Boek- cadeauontvangers profiel

De meest voorkomende gelegenheden voor boek-cadeaus zijn verjaardagen (64%) en zomaar (13%)*

Het boek-cadeau past goed bij verjaardagen, feestdagen, zomaar, ziekenbezoek en vader- en/of moederdag.

Voor de niet boek-cadeaugevers zijn eigen (klein)kinderen de meest passende doelgroep voor een boek-cadeau. De leeftijdscategorie 7 tot en met 11 jaar wordt het meest passend gevonden. Voor boek-cadeaugevers zijn er veel meer personen die zij een boek cadeau geven. Collega's, kennissen en andermans kinderen zijn de minst passende doelgroep om een boek cadeau te geven. Familie (33%) en vrienden (33%) zijn vaak de ontvangers van de boek-cadeaus; 20% van de boek-cadeauontvangers zijn kinderen. Vrouwen krijgen vaker een boek cadeau dan mannen.

Boek- cadeaugevers

Boek-cadeaugevers zijn vaker vrouwen, hoogopgeleid en lezen veelal zelf ook.

37% van de Nederlanders geeft bijna nooit een boek-cadeau; dit geldt meer voor mannen en het meest voor de jongste doelgroep (tot 35 jaar). Een grote groep is van mening dat je met een boek-cadeau een mooie leeservaring cadeau doet (55%). Onder boek-cadeaugevers stijgt dit naar 82%.



Management samenvatting (4/4)

Boek- cadeagevers

Bijna de helft (44%) van alle Nederlanders vindt het moeilijk een boek voor iemand anders uit te zoeken.

Men koopt graag een boek dat bij de ontvanger past en dat is (zeker voor niet-lezers) soms lastig. Onder de boek-cadeagevers vindt 18% het moeilijk een goede keuze te maken.

Mensen die zelf boeken cadeau doen, krijgen ook vaker boeken cadeau. Ook zetten zij vaker een boek op het verlanglijstje. Gemiddeld krijgen Nederlanders 1,5 boeken cadeau. Onder de boek-cadeagevers is dit 2,8.

Bibliotheekbon

11% van alle consumenten overweegt een bibliotheekbon cadeau te doen.

34% is bekend met de mogelijkheid een bibliotheekbon cadeau te doen.

Overwegers vinden de bibliotheekbon origineel; ontvangers kunnen hiermee meerdere boeken lezen en zelf hun boeken kiezen. Drempels voor het overwegen van bibliotheekbon zijn dat men eerst wil weten of de ontvanger al lid is van de bibliotheek en of men dit cadeau wel op prijs stelt.

Onderzoeksresultaten

Cadeaus geven



Top 3 cadeaus Nederland

Bloemen, planten Tuinaccessoires	52%
Geld	52%
Cadeaubon	46%

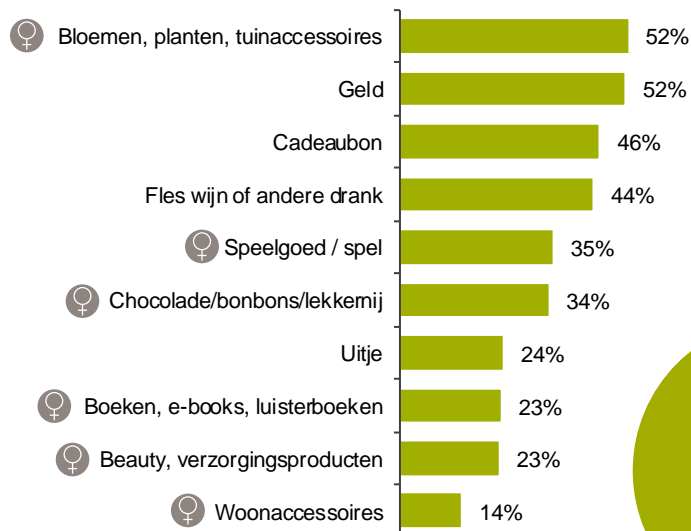
23% gaf een boek
cadeau (afg. 12 mnd)

Boek-
cadeauegvers
zijn lezers,
maar niet alle
lezers zijn
boek-
cadeauegvers

Bloemen, geld en een cadeaubon vormen de top 3 cadeaus in Nederland. Bijna een kwart van de cadeaagevers heeft de afgelopen 12 maanden een boek cadeau gedaan (23%)



Top 10 meest gegeven cadeaus



1% van de cadeaagevers gaf een bibliotheek abonnement cadeau.



73% van de lezers heeft het afgelopen jaar **geen** boek cadeau gegeven.

96%
Heeft de afgelopen 12 maanden een cadeau gegeven aan een ander

Boek cadeaagevers zijn vaak zelf lezers: 96% van de boek-cadeaagevers zijn lezers. 49% is een heavy lezer (29% NL rep).

27% van de lezers geeft weleens een boek cadeau.

11% van de cadeaagevers gaf de afgelopen 12 maanden een boekenbon cadeau. Ook dit zijn voor 90% lezers.

Achtergrond:

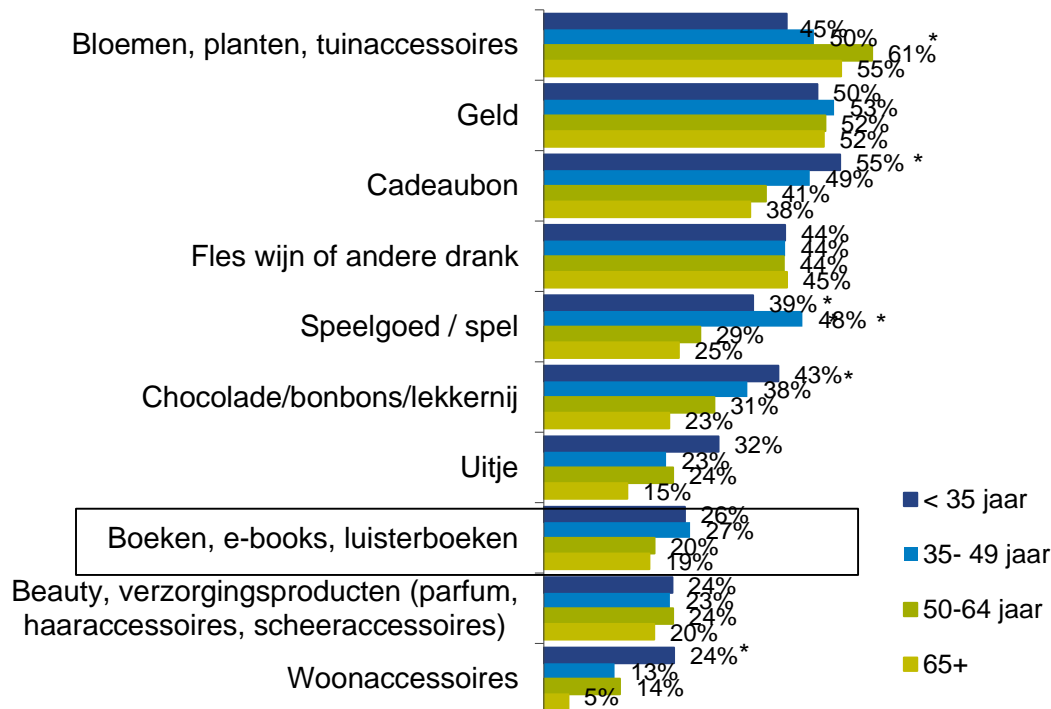
Hoogopgeleiden geven vaker boeken, e-books, luisterboeken cadeau dan midden- en laagopgeleiden.

Heavy lezers geven vaker boeken, e-books, luisterboeken cadeau dan medium, light en niet lezers.

Boeken worden door alle leeftijdsgroepen cadeau gegeven



Meest gegeven cadeaus per leeftijdsgroepen



Boeken worden vaker cadeau gedaan in de regio Noord. De boekenbon wordt vaker gegeven in de regio Rest west en Noord.

De jongste doelgroep geeft vaker een cadeaubon, speelgoed, chocolade en woonaccessoires cadeau. De bloemen en planten en tuinaccessoires worden vaker door de 50+ doelgroep cadeau gedaan.

Bloemen en planten worden vaker door hoger opgeleiden, vrouwen en 50+ cadeau gedaan.

Geld wordt in alle groepen veelvuldig gegeven. De cadeaubon wordt vaker gegeven door de leeftijdsgroepen jonger dan 50 en de midden- en hoger opgeleiden.

Gemiddeld geven cadeaugevers € 25,70 uit aan een cadeau



Gemiddeld aan een cadeau besteed

Achtergrond:

50 plussers besteden gemiddeld meer aan een cadeau dan mensen onder de 50 jaar.

Bibliotheekleden besteden gemiddeld iets minder aan een cadeau (€ 22,20) in vergelijking tot niet-leden (€ 27,30)

Boek-cadeaus



60% van de cadeaugevers die een boek overwegen kiezen uiteindelijk voor iets anders.

Men kiest dan vaak voor bloemen/planten; een uitje of speelgoed

Reden om uiteindelijk **geen** boek te kopen:

- Ik vond iets anders leuker (43%)
- Ik wist niet welk boek ik moest kiezen (27%)
- Ik wist niet of de ontvanger het boek al had (15%)
- Ik kon geen geschikt boek vinden (14%)

Het moeilijk vinden om een goed boek te kiezen is een veelgenoemde reden om een boek niet te overwegen (28%)

Van iedereen die een boek overweegt, koopt uiteindelijk 40% een boek; 60% koos voor een ander cadeau



Welk cadeau	overwogen (n=967)	gegeven (n=967)	Van overweging naar cadeau
Cadeaubon	36%	16%	43%
Geld	28%	13%	46%
Bloemen, planten, tuinaccessoires	28% ♀	13% ♀	46%
Fles wijn of andere drank	25% ♂	9% ♂	37%
Chocolade/bonbons/lekkernij	20%	5%	23%
Speelgoed / spel	18%	9%	51%
Uitje	14%	5%	38%
Boeken, e-books, luisterboeken	14%	6%	40%
Beauty, verzorgingsproducten	13% ♀	4%	31%
Woonaccessoires	11%	2%	23%
Boekenbon	10%	2%	20%
Bibliotheekabonnement	1%	0%	18%

Achtergrond:

Hoogopgeleiden overwegen vaker boeken, e-books, luisterboeken cadeau te geven dan midden- en laagopgeleiden. Zij overwegen ook vaker een fles wijn, gadgets, chocolade, kook en wijn accessoires en uitjes.

Boek-cadeau overwegers zijn vaker lid van de bibliotheek.

Jongere respondenten (tot 35 jaar) overwegen vaker gadgets, kook en BBQ artikelen, woonaccessoires, sieraden, kleding en uitjes.

A03: Welke cadeaus heeft u overwogen toen u de laatste keer een cadeau ging kopen?

A04: Welk cadeau heeft u de laatste keer uiteindelijk gegeven?

Basis A03 en A04: heeft in de afgelopen 12 maanden een cadeau gegeven (n=967)

Het niet kunnen kiezen van het juiste boek is een belangrijke belemmering voor het boek als cadeau



Reden boek niet als cadeau gegeven (wel overwogen)



A11: U heeft overwogen een boek (of e-book of luisterboek) te kopen, maar uiteindelijk iets anders gekocht.

Kunt u toelichten waarom u uiteindelijk niet voor een boek als cadeau heeft gekozen?

A12: U heeft bij uw laatste cadeau-aanschaf niet overwogen om een boek te kopen.

Kunt u toelichten waarom u een boek niet heeft overwogen?

Reden boek niet als cadeau overwogen



Het kiezen van het juiste boek is voor lezers vaker een drempel voor het boek-cadeau dan voor niet-lezers. Bibliotheekleden noemen vaker te hoge prijs als argument.

Achtergrond:

Ouderen boven de 65 jaar vinden het kiezen van het juiste boek moeilijker dan mensen onder de 65 jaar.

Basis A11: Heeft een boek overwogen maar niet gekocht (n=84)

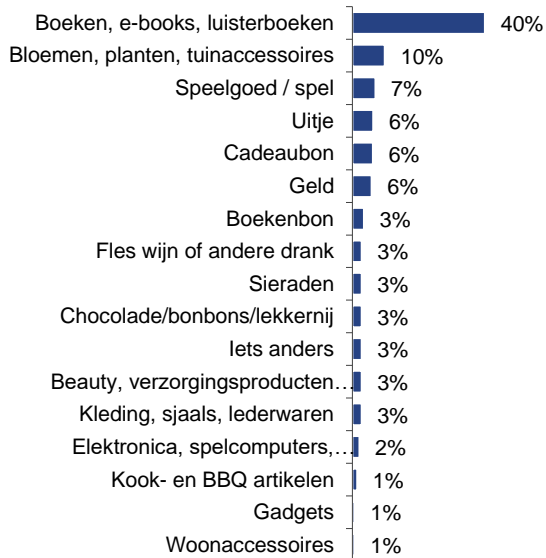
Basis A12: Heeft geen boek overwogen (n=828)

40% van de consumenten die een boek overwogen, kochten daadwerkelijk een boek als cadeau. De overige cadeaugevers kozen voor bloemen, speelgoed, een uitje, een cadeaubon of geld



Welk cadeau heeft u de laatste keer uiteindelijk gegeven?

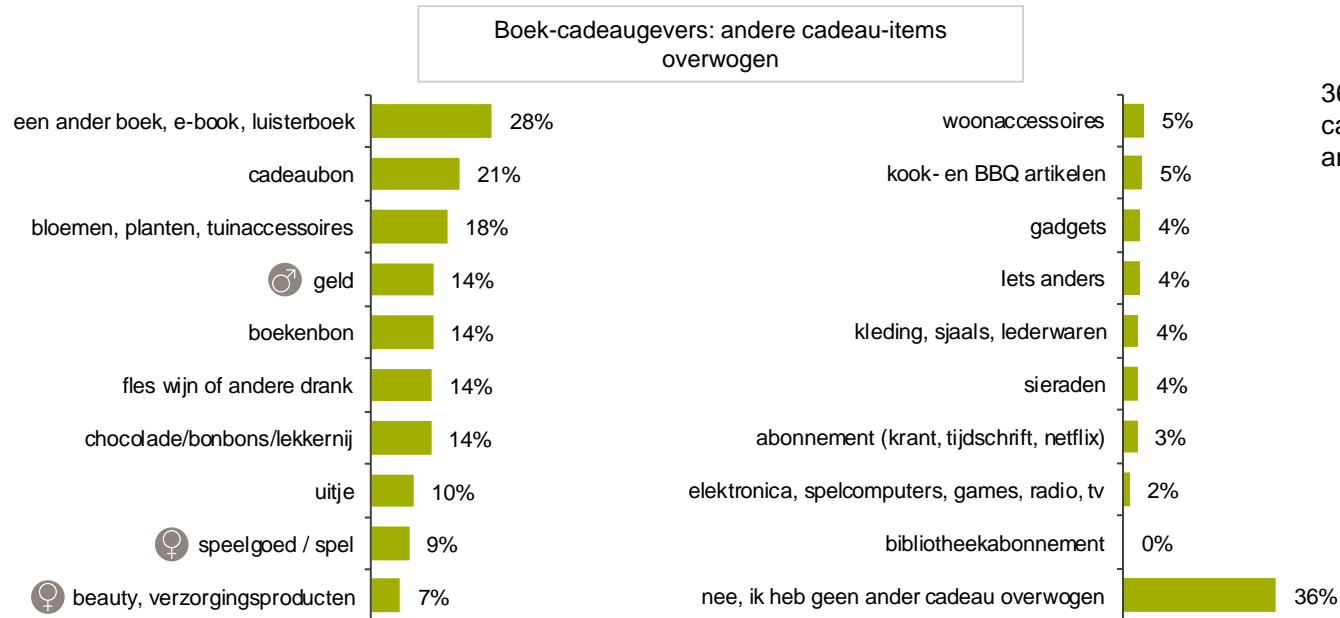
Alle overwegers van boeken (n=141):



De gevers van een boek-cadeau overwegen vooral een ander boek, maar ook hier zien we de cadeaubon en de bloemen als alternatieve optie terug



36% van de boek-cadeaugevers heeft geen ander cadeau overwogen.



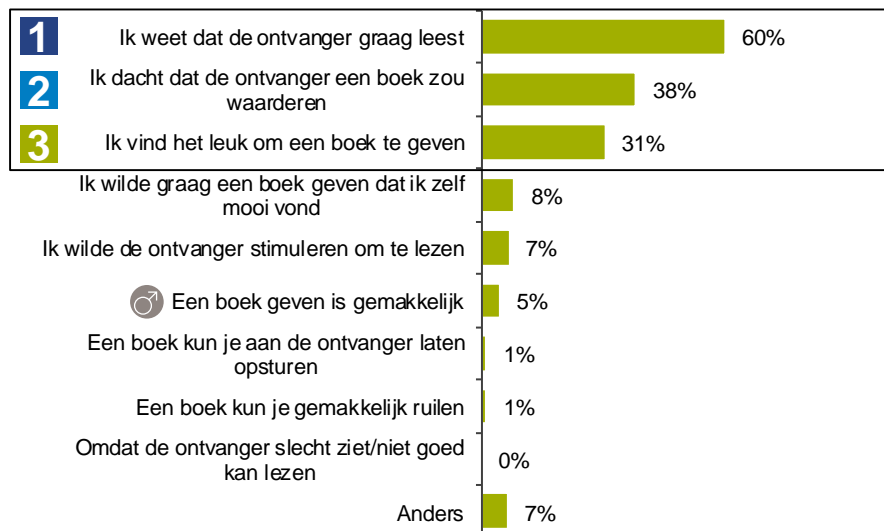
B05: Heeft u de laatste keer dat u een boek cadeau gaf in de afgelopen 12 maanden nog andere cadeau-items overwogen, in plaats van dit boek?

Basis B05: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)

Drie belangrijke redenen om een boek cadeau te doen: De ontvanger leest graag; de ontvanger waardeert een boek als cadeau en de gever vindt het leuk om een boek te geven



Reden boek als cadeau



Het zijn veelal de heavy readers die het leuk vinden om een boek cadeau te doen.

Spannende fictie, literaire romans en kinderboeken zijn genres die veelvuldig cadeau worden gedaan



Gemiddeld aantal boeken cadeau gegeven

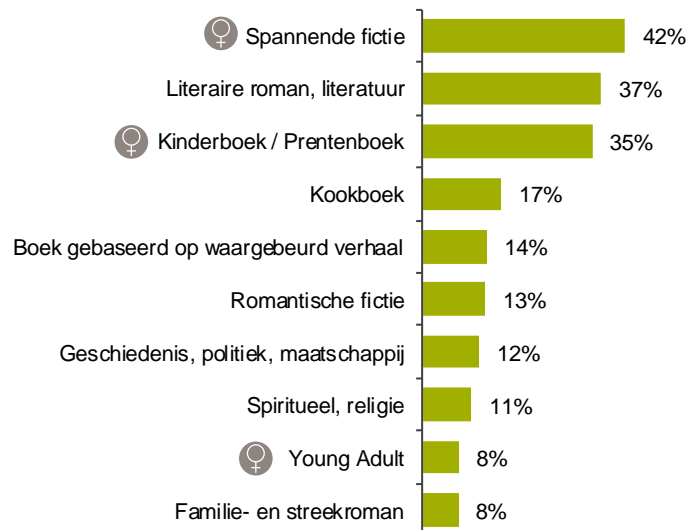
Achtergrond:

Heavy lezers geven gemiddeld meer boeken cadeau (5,2) dan medium, light en niet lezers. 35-49 jarigen (4,5) en de 50-64 jarigen (4.9) geven gemiddeld de meeste boeken cadeau.

C04: Hoeveel boeken heeft u in de afgelopen 12 maanden cadeau gegeven?
C05: Welk genre boek(en) heeft u in de laatste 12 maanden cadeau gegeven?

© GfK oktober 2019 | Boekenbranche M50

Top 10 genres



Basis C04 en C05: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)

Customer journey boekenkopers

Boek-cadeaus worden vaker online gekocht dan cadeaus in het algemeen

Boek-cadeaus: 33%

Cadeau algemeen: 23%

Er is behoefte aan zowel inspiratie als advies in online winkels en fysieke winkels.

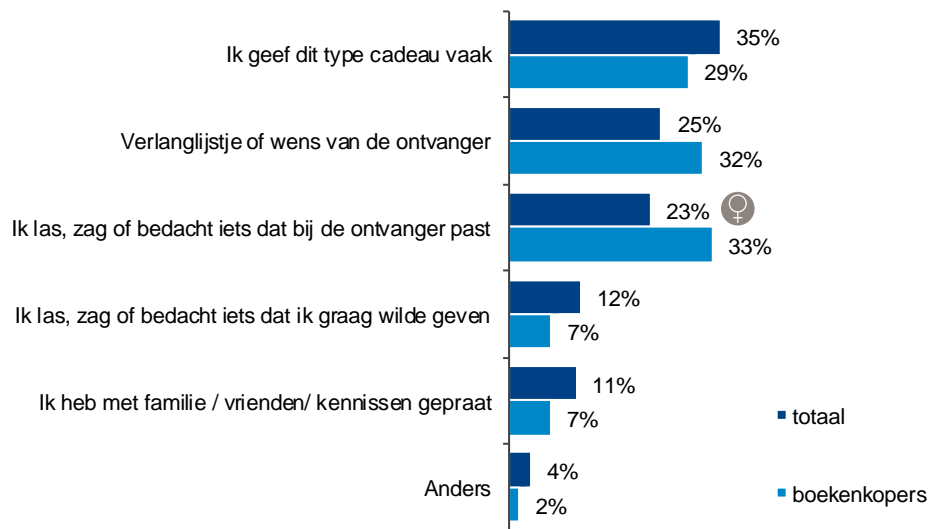
Eenmaal in de winkel weet ik precies wat ik wil kopen: 37% online versus 22% fysiek

Naast de (online) boekwinkel wordt de uitstalling op een tafel in de boekwinkel beschouwd als inspiratiebron; evenals kranten en online recensies van andere lezers

Cadeau inspiratie: 35% van de cadeaugevers geeft het meest recente cadeau vaker (routine). Een kwart volgt het verlanglijstje/wens van de ontvanger



Inspiratiebron cadeau Totaal vs Boekenkopers



Achtergrond:

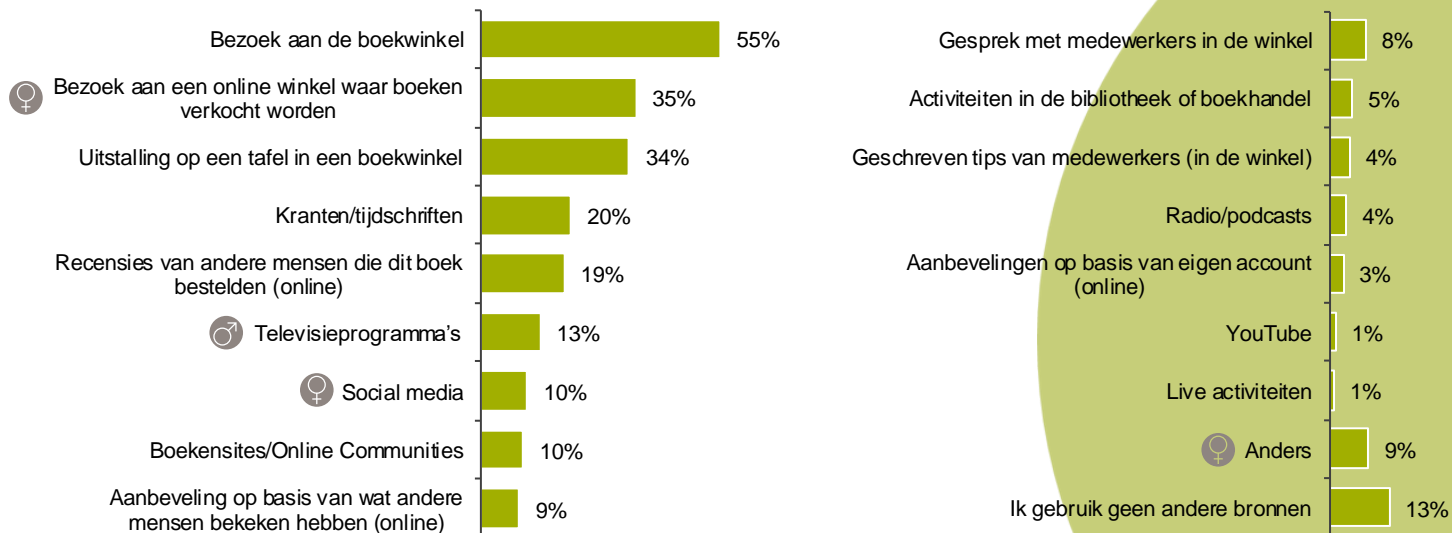
Hoogopgeleiden lezen, zagen of bedachten vaker iets dat bij de ontvanger past dan midden- en laagopgeleiden.

Het valt op dat boekengevers indicatief vaker iets zien dat ze bij de ontvanger vinden passen.

Naast de boekwinkel (fysiek/online) wordt de uitstalling op tafels in de boekwinkel beschouwd als inspiratiebron; evenals kranten en online recensies van andere lezers die het boek kochten



Inspiratiebron boek-cadeaus



Achtergrond:

Heavy lezers hebben vaker inspiratie opgedaan uit kranten/tijdschriften en boekensites/online communities dan light lezers.

50 plussers hebben vaker inspiratie opgedaan uit kranten/tijdschriften dan mensen onder de 50 jaar. 11% van de bibliotheekleden laat zich inspireren door activiteiten in bibliotheek of boekhandel

Bol.com, internet en de boekwinkel worden veelvuldig genoemd als bron om inspiratie op te doen voor het boek-cadeau



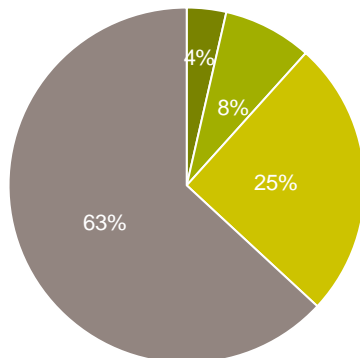
Inspiratiebron boek-cadeaus



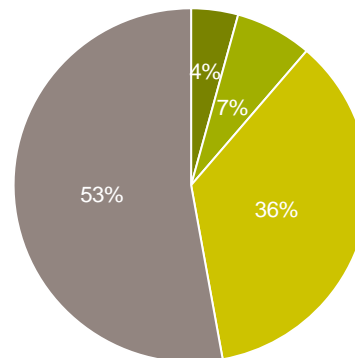
Een groep van zo'n 40% is (soms) nog op zoek naar advies over het boek-cadeau. Dit geldt nog sterker voor de online winkel dan voor de fysieke winkel



Fysieke winkel



Online winkel



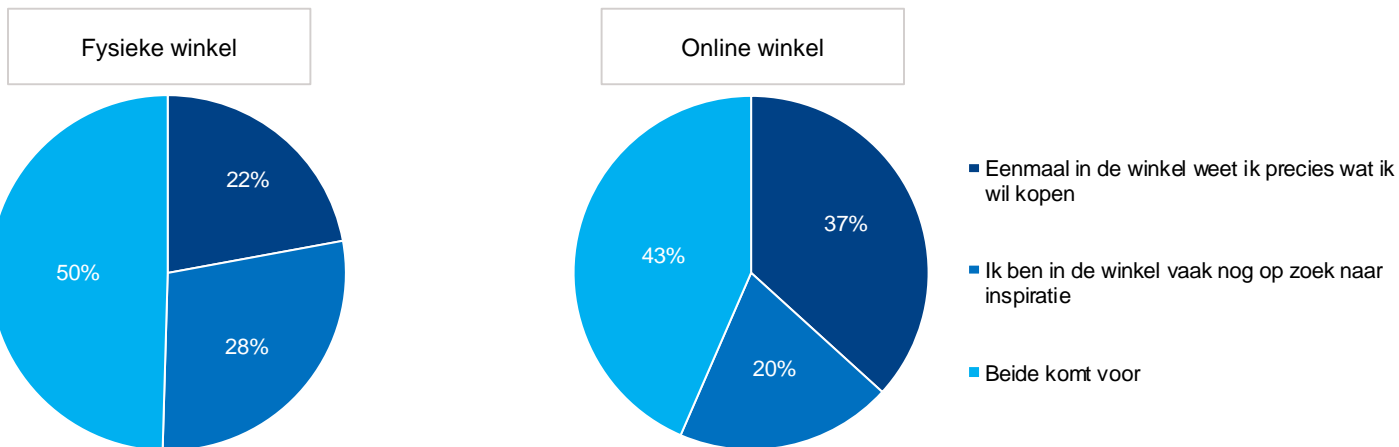
- Ik ben vaak nog op zoek naar advies
- Ik ben regelmatig nog op zoek naar advies
- Ik ben soms nog op zoek naar advies
- Ik ben zelden of nooit op zoek naar advies

C09: Als u in een fysieke winkel komt, in hoeverre bent u dan nog op zoek naar advies over een boek als cadeau?
C11: Als u in een online winkel komt, in hoeverre bent u dan nog op zoek naar advies over een boek als cadeau?

Basis C09: heeft een boek cadeau gekocht in een fysieke winkel (n=189)

Basis C11: heeft een boek cadeau gekocht in een online winkel (n=160)

Ook is een grote groep regelmatig op zoek naar inspiratie voor het boek-cadeau. De inspiratiebehoefte is groter in de fysieke winkel



Achtergrond:

Laag- en midden opgeleiden weten in de fysieke winkel beter wat ze willen kopen dan hoogopgeleiden.

Jongeren (<35 jaar) zijn in de webshop vaker nog op zoek naar advies dan mensen van 35 jaar en ouder.

C10: Als u in een fysieke winkel komt, bent u dan nog op zoek naar inspiratie voor een boek als cadeau, of weet u al precies wat u wilt kopen?

C12: Als u in een online winkel komt om een boek te kopen, bent u dan nog op zoek naar inspiratie voor een boek als cadeau, of weet u al precies wat u wilt kopen?

Basis C10: heeft een boek cadeau gekocht in een fysieke winkel (n=189)

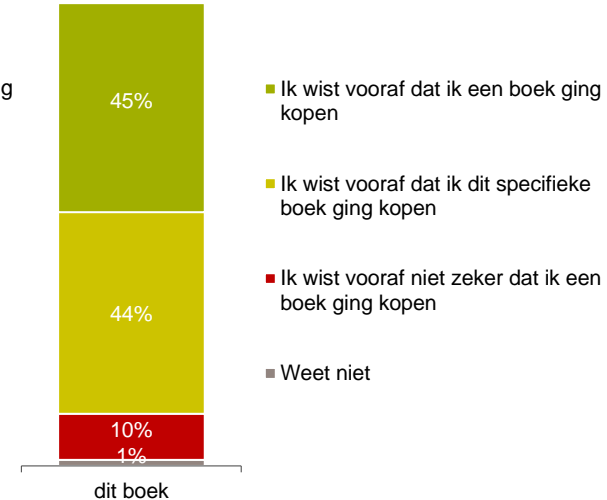
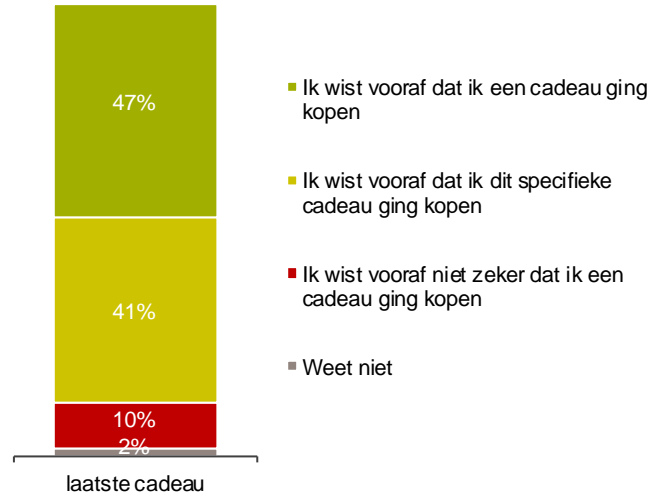
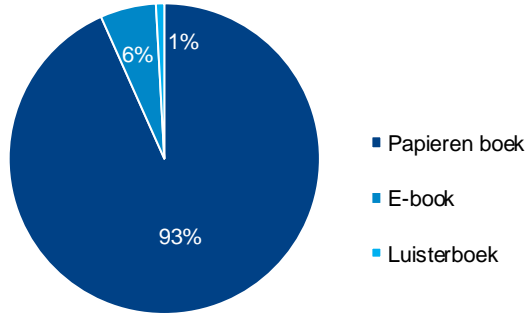
Basis C12: heeft een boek cadeau gekocht in een online winkel (n=160)

De meeste boek-cadeaus zijn papieren boeken. E-books of luisterboeken worden door een kleine groep gegeven.

Ruim de helft van de cadeaugeversers en boek-cadeaugeversers kiest het specifieke cadeau tijdens het winkelen



Soort boek laatste aankoop



B01: U hebt wel eens een boek, e-book of luisterboek cadeau gedaan. Neem het laatste boek dat u in de afgelopen 12 maanden cadeau deed in gedachten. Was dit een:

A10: Welk van de onderstaande stellingen is het meest van toepassing bij de aankoop van het laatste cadeau?

B09: Welk van de onderstaande stellingen is het meest van toepassing bij de aankoop van dit boek?

Basis B01 en B09: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)

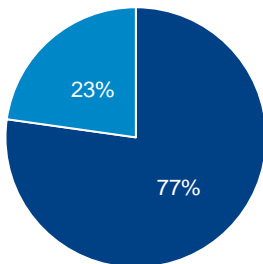
Basis A10: heeft in de afgelopen 12 maanden een cadeau gegeven (geen geld cadeau) (n=842)

Boek-cadeaus worden vaker online gekocht dan cadeaus in het algemeen. Een derde van de boek-cadeaugevers kocht het boek online



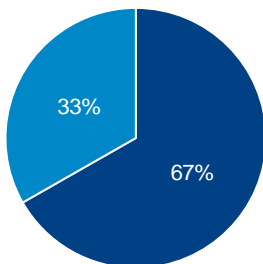
Waar boek/cadeaus gekocht

Cadeau



■ Fysieke winkel ■ Online winkel

Boek



Achtergrond:

Ouderen (65+) kopen het laatste cadeau vaker in de fysieke winkel dan mensen onder de 65 jaar.

Achtergrond:

Lezers kopen een boek vaker in een fysieke winkel en niet lezers kopen een boek vaker in een online winkel.

Bibliotheekleden kopen vaker in de fysieke winkel (80%).

Waar boek-cadeaus gekocht

allemaal in de fysieke winkel 29%

vooral fysiek en soms online 20%

ongeveer evenveel online als in de fysieke winkel 17%

vooral online en soms in de fysieke winkel 17%

allemaal online 16%

A07: Waar heeft u dit laatste cadeau gekocht?

B10: Waar heeft u dit boek (of e-book/luisterboek) gekocht?

C08: Kocht u uw boek-cadeaus de afgelopen 12 maanden:

Gemiddeld geven boek-cadeauegivers minder geld uit aan het cadeau in vergelijking met alle cadeauegivers.



We zagen eerder dat prijs zelden een belemmering is om een boek cadeau te doen.



Gemiddeld aan een cadeau besteed



Gemiddeld aan een boek besteed

Achtergrond:

50 plussers besteden gemiddeld meer aan een cadeau en aan een boek dan mensen onder de 50 jaar.
Lezers besteden gemiddeld meer aan een boek (€20,00) dan niet lezers (€15,70).

Boek-cadeauontvangers profiel



Het boek-cadeau past goed bij verjaardagen, feestdagen, zomaar, ziekenbezoek en vader- en/of moederdag.

De meest voorkomende gelegenheden zijn verjaardag en zomaar.

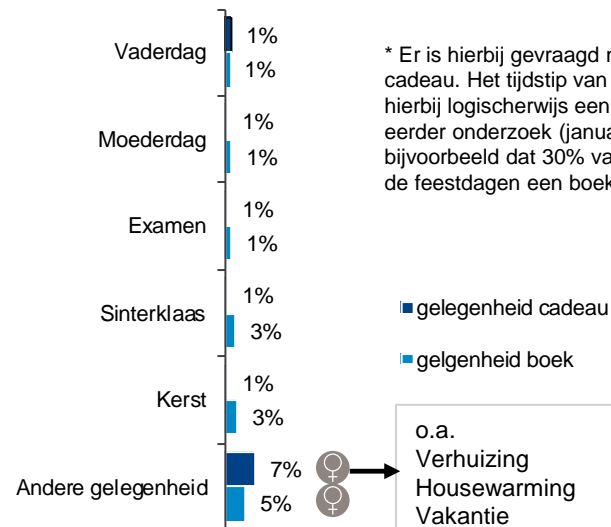
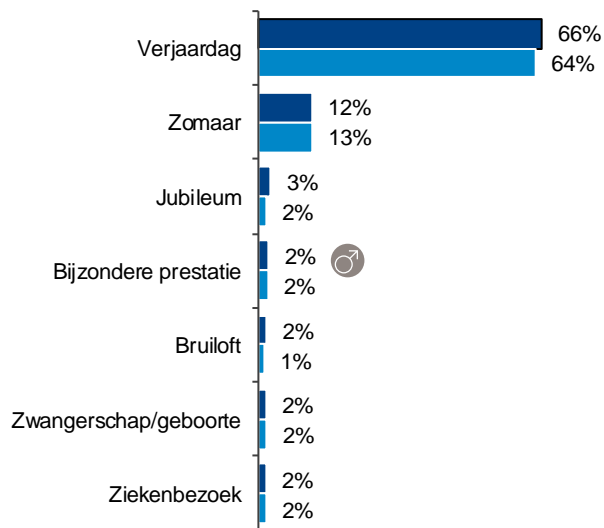
Voor de niet boek-cadeaugeversers zijn kinderen de meest passende doelgroep voor een boek-cadeau

Vrouwen (56%) krijgen vaker een boek cadeau dan mannen

Verjaardag en 'zomaar' zijn de meest voorkomende cadeau-momenten bij het laatst gegeven cadeau. Dit geldt voor zowel boeken als voor alle cadeaus



Gelegenheid aankoop cadeau/boek-cadeau*



* Er is hierbij gevraagd naar het laatste boek cadeau. Het tijdstip van meten (september) speelt hierbij logischerwijs een beïnvloedende rol. In eerder onderzoek (januari 2019) zagen we bijvoorbeeld dat 30% van de Nederlanders tijdens de feestdagen een boek cadeau heeft gegeven.

- o.a.
- Verhuizing
- Housewarming
- Vakantie
- Pensioen
- Afscheid

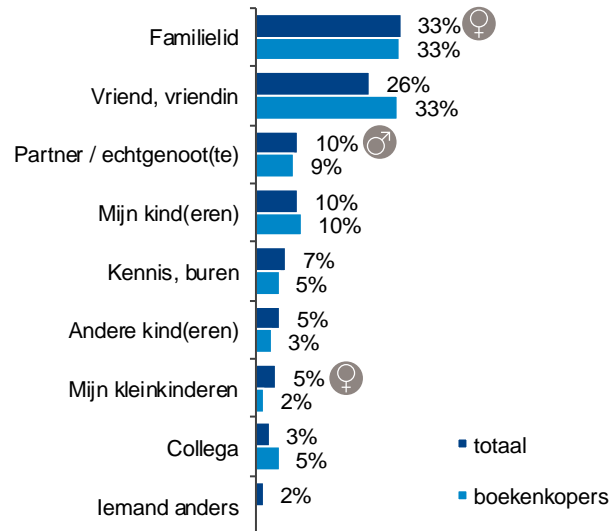
A06: Voor welke gelegenheid heeft u dit laatste cadeau voor een ander aangeschaft?
 B06: Wat was de gelegenheid waarvoor u het boek (of e-book/luisterboek) kocht?

Basis A06: heeft in de afgelopen 12 maanden een cadeau gegeven (n=967)
 Basis B06: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)

Familie en vrienden zijn veelal de ontvangers van de cadeaus. We zien hier geen verschil voor de boek-cadeaus. 20% van de meest recente boek-cadeauontvangers zijn kinderen



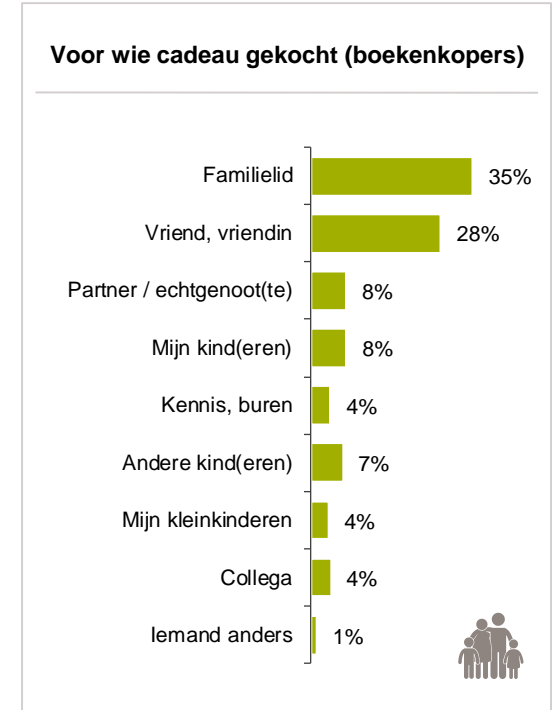
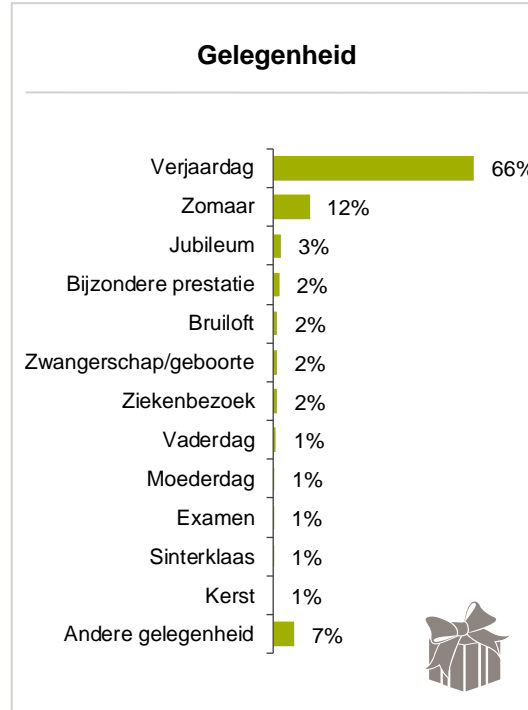
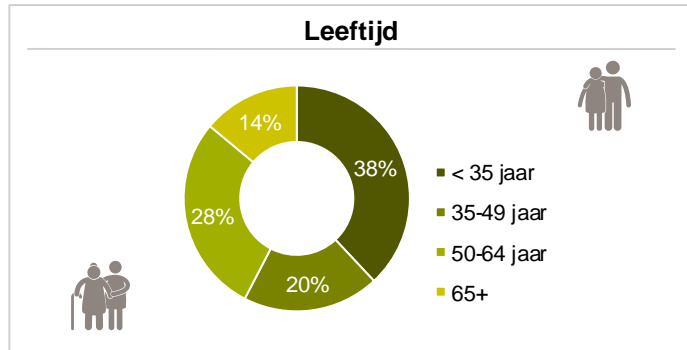
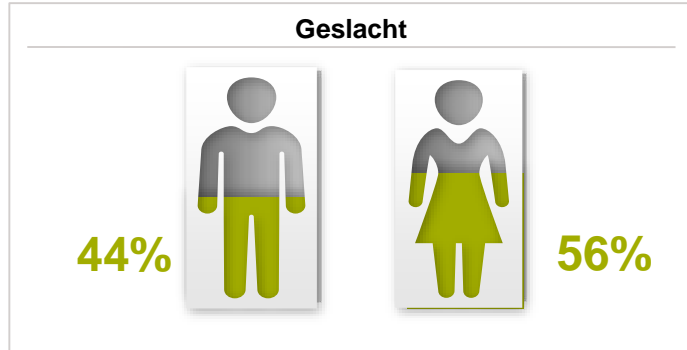
Ontvanger cadeau Totaal vs Boekenkoper



Achtergrond:

Laagopgeleiden hebben vaker het laatste cadeau voor hun kleinkinderen gekocht dan midden- en hoogopgeleiden.

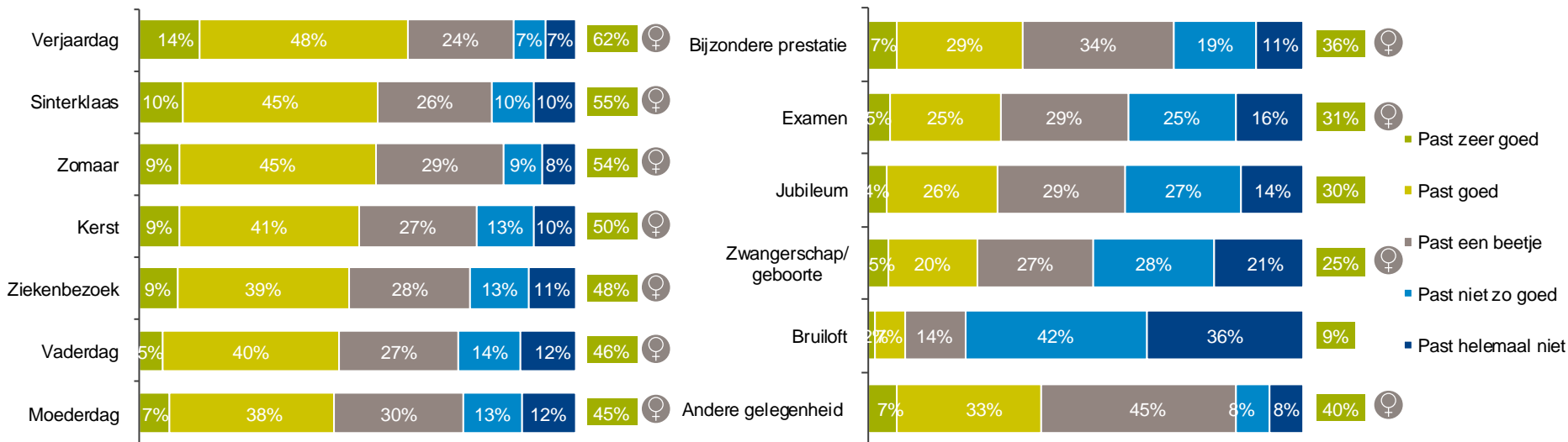
Profiel van boek-cadeauontvanger:



Het boek-cadeau past goed bij verjaardagen, feestdagen, zomaar, ziekenbezoek en vader- en/of moederdag



Passendheid moment boek als cadeau

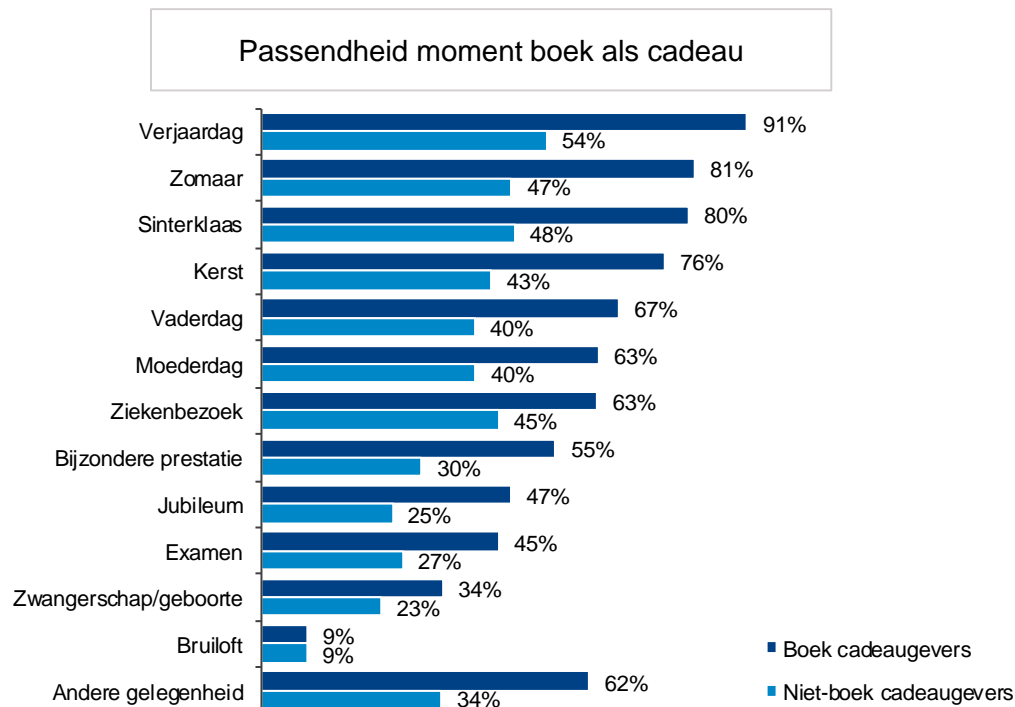


Achtergrond:

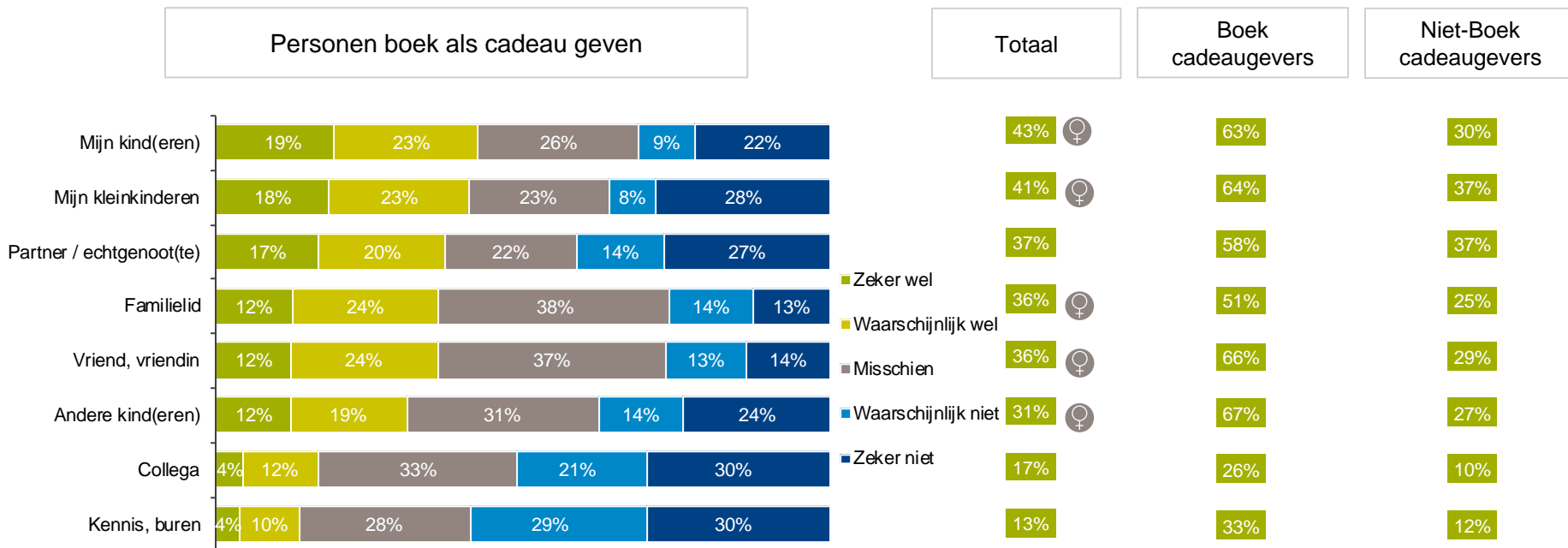
Jongeren (<35 jaar) vinden het geven van een boek meer bij een ziekenbezoek passen dan mensen van 35 jaar en ouder.

% = Past (zeer) goed

Boek-cadeauegivers vinden gelegenheden veel vaker passend. Dit geldt ook vaak voor bibliotheekleden

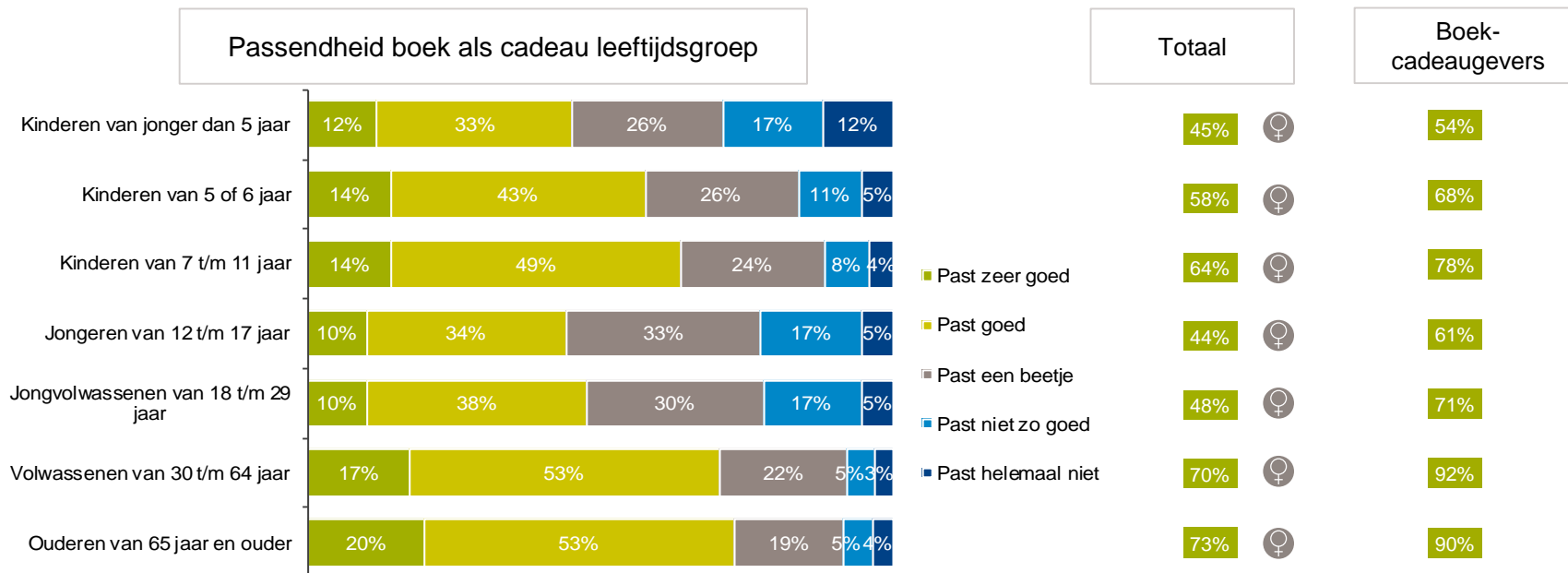


Voor boek-cadeaugevers (en lezers, leners) zijn er veel personen die zij een boek cadeau geven; aanzienlijk meer dan voor de niet-boekcadeaugevers



% = Waarschijnlijk + zeker wel

Het geven van een boek-cadeau past het beste bij volwassenen en bij kinderen in de leeftijd 7 t/m 11 jaar



% = Past (zeer) goed

C03: Voor welke leeftijdsgroepen vindt u een boek als cadeau goed passen?

Basis C03: alle respondenten (n=1010)

Lezen is voor alle leeftijdscategorieën (ontspannend). Voor de jongere doelgroepen speelt de taalontwikkeling een rol



Boek-cadeauegivers



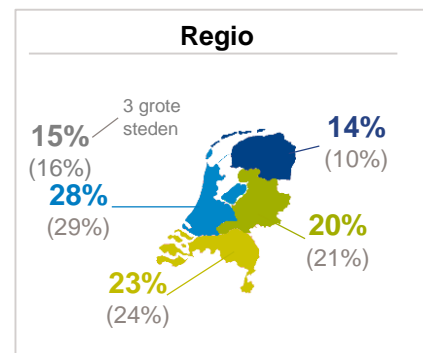
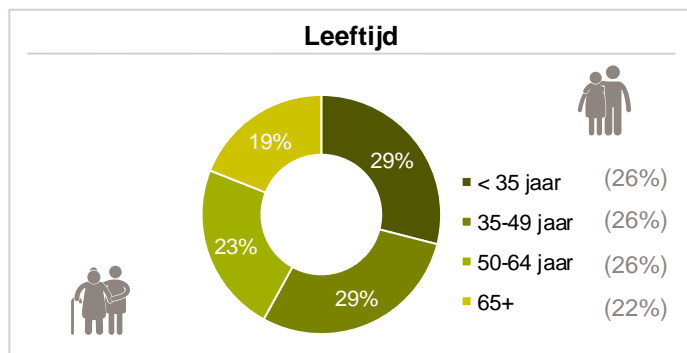
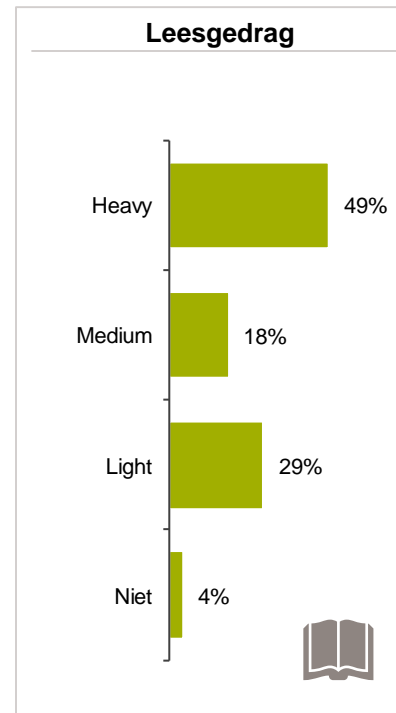
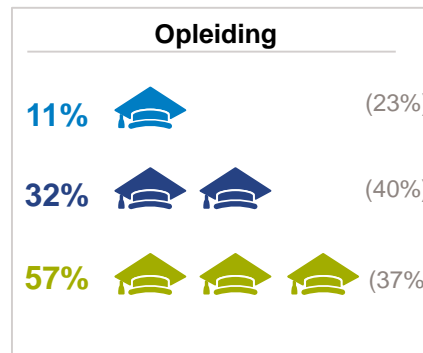
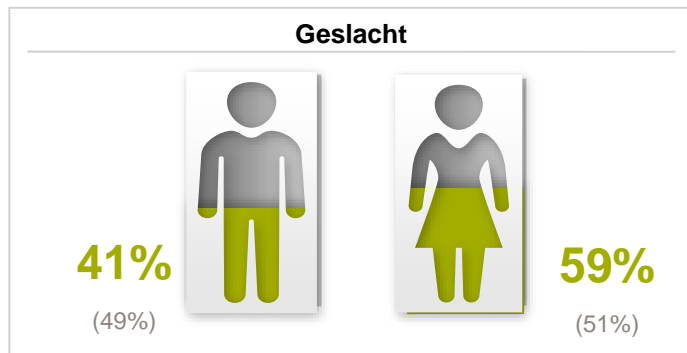
Boek-cadeaugevers zijn vaker vrouwen, hoogopgeleid en lezen veelal zelf ook.

37% van de Nederlanders geeft bijna nooit een boekcadeau; Dit geldt het meest voor de jongste doelgroep (tot 35 jaar)

Boek-cadeaugevers krijgen en vragen vaker boeken cadeau in vergelijking met alle cadeaugevers

- Met een boek geef je een mooie leeservaring cadeau
- 44% vindt het moeilijk een boek voor een ander uit te zoeken

Boek-cadeaugevers zijn vaker vrouwen (59%), hoogopgeleid en lezen veelal zelf ook

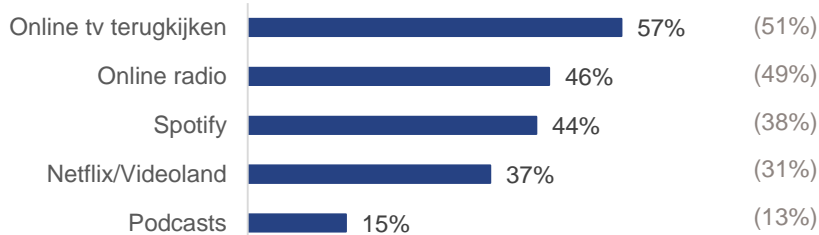


Basis: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)
(NL rep 18+)

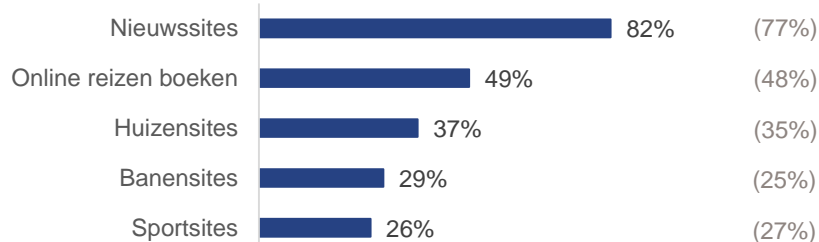
Mediaprofiel boek-cadeaugevers



Online bezigheden (vaak/af en toe)



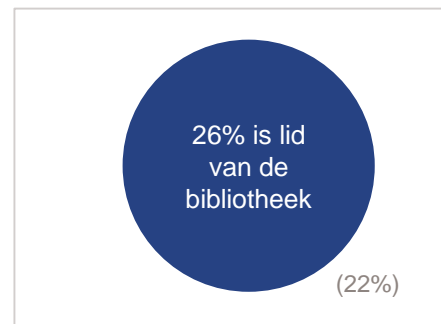
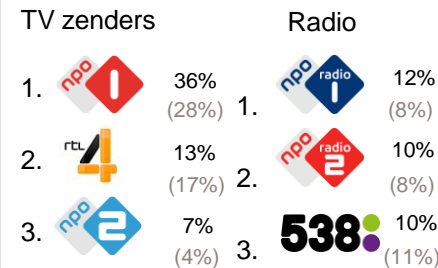
Gebruik online sites (vaak/af en toe)



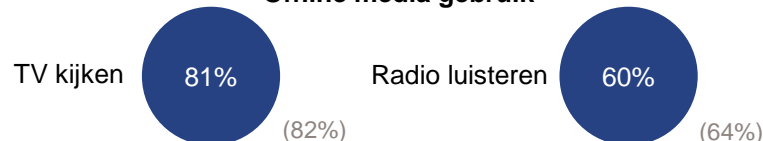
Social media gebruik



Offline media – radio & tv voorkeur



Offline media gebruik

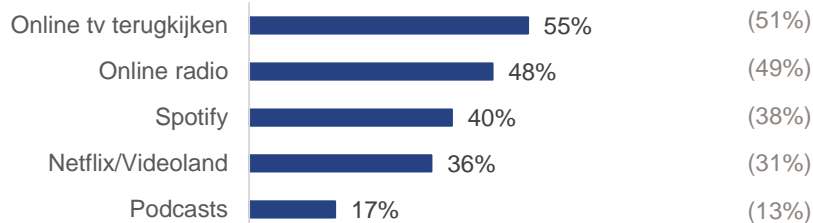


Basis: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)
(NL rep 18+)

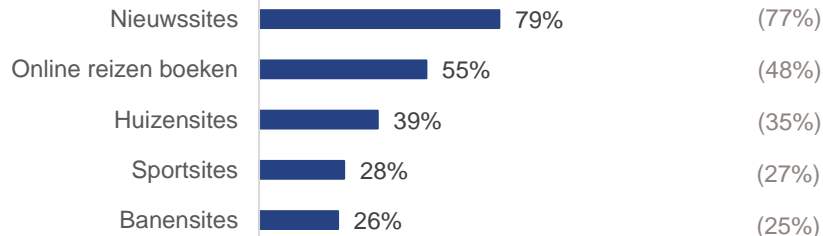
Mediaprofiel boek-cadeaukrijgers



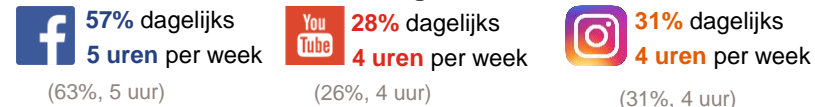
Online bezigheden (vaak/af en toe)



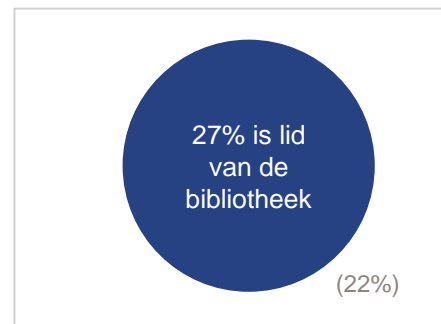
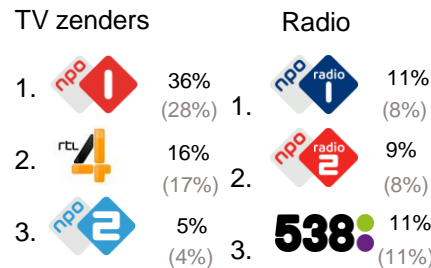
Gebruik online sites (vaak/af en toe)



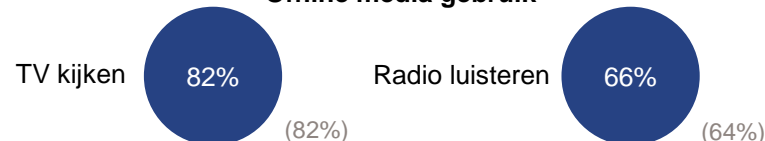
Social media gebruik



Offline media – radio & tv voorkeur

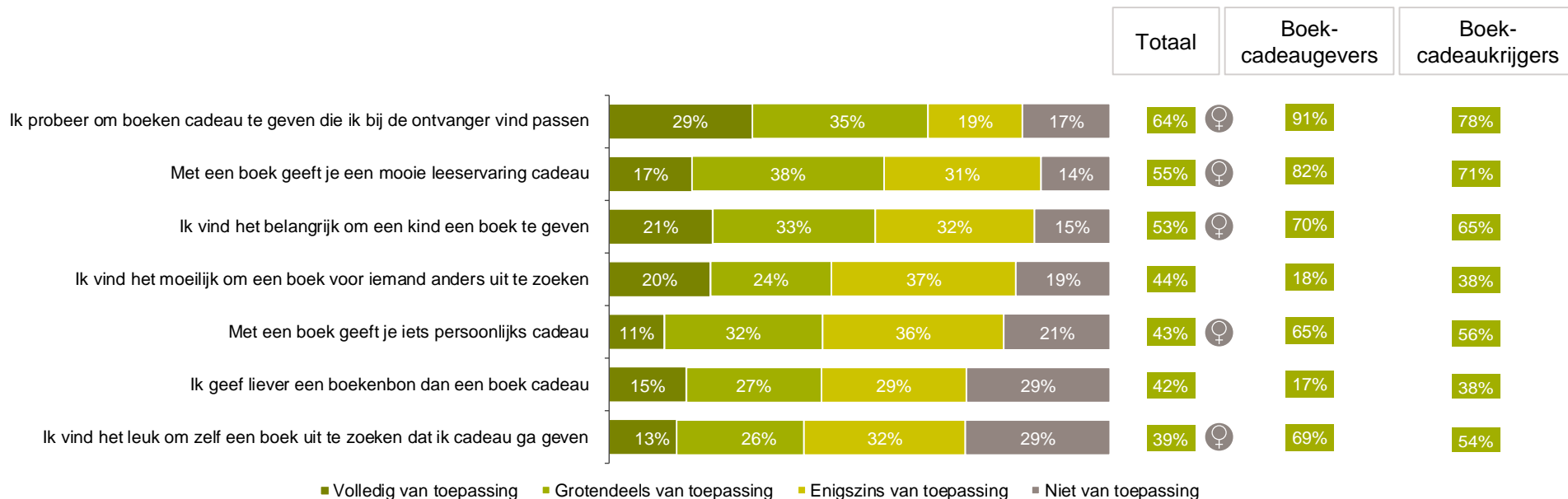


Offline media gebruik



Basis: heeft een boek cadeau gekregen (n=465)

Met een boek geef je een mooie leeservaring cadeau



■ = Volledig + Grotendeels van toepassing

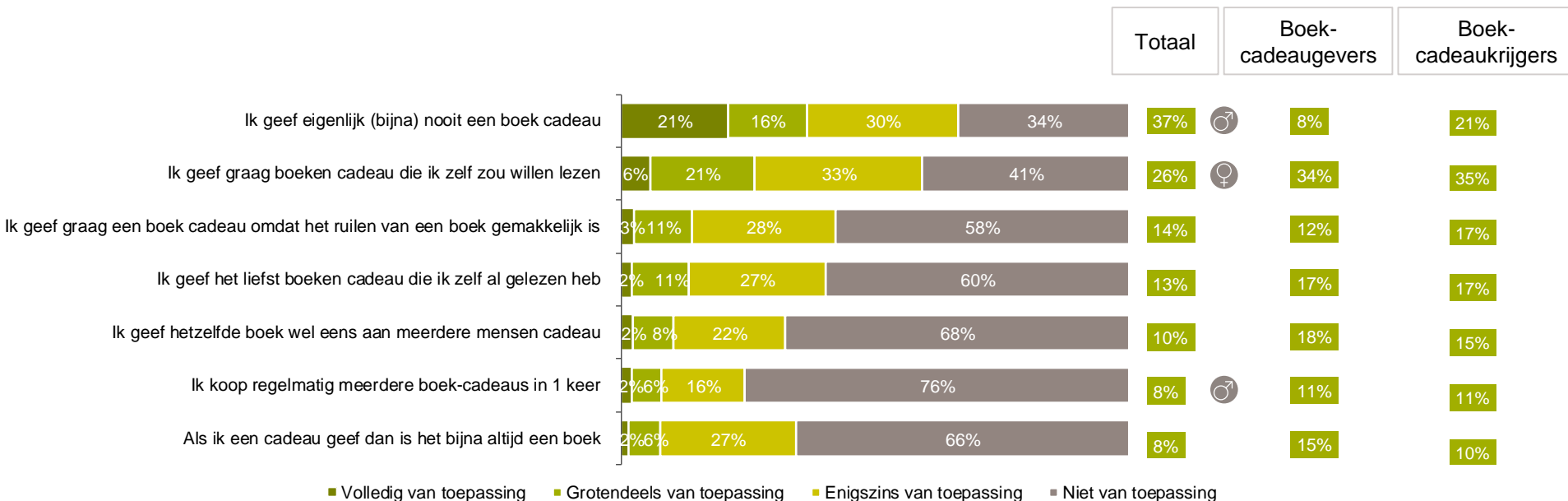
D01: Hieronder staat een aantal uitspraken over het boek als cadeau. Kunt u aangeven in hoeverre deze op u van toepassing zijn?

Basis D01: alle respondenten (n=1010)

Basis boek-cadeau: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)

Basis boek-cadeaukrijgers (n=465)

37% van de Nederlanders geeft bijna nooit een boek-cadeau; Dit geldt meer voor mannen en het meest voor de jongste doelgroep (tot 35 jaar; 46%)



■ % = Volledig + Grotendeels van toepassing

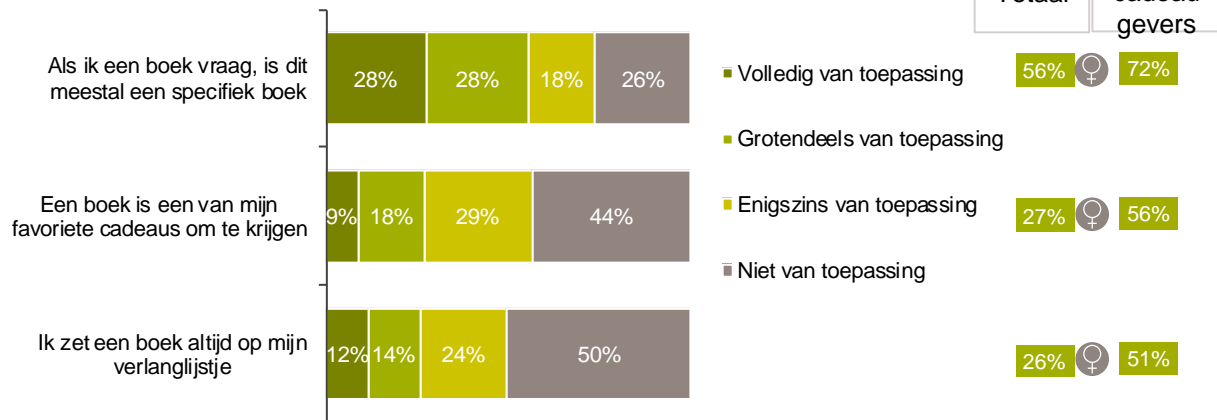
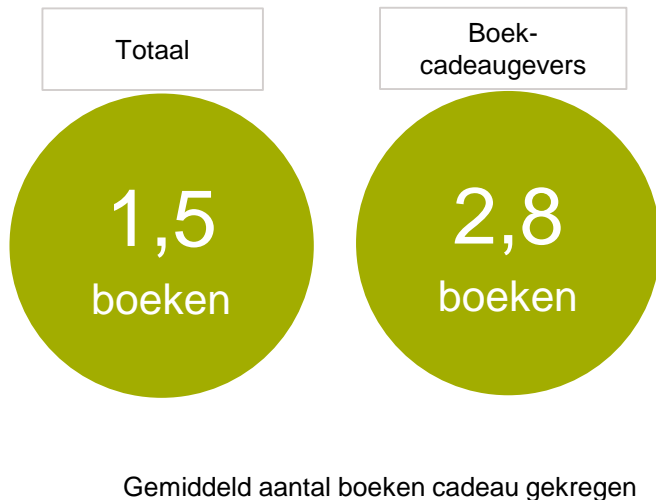
D01: Hieronder staan een aantal uitspraken over het boek als cadeau. Kunt u aangeven in hoeverre deze op u van toepassing zijn?

Basis D01: alle respondenten (n=1010)

Basis boek-cadeau: heeft een boek cadeau gegeven (n=226)

Basis boek-cadeaukrijgers (n=465) 52

Boek-cadeaugevers krijgen en vragen vaker boeken cadeau in vergelijking met alle cadeaugevers



Achtergrond:

Hoogopgeleiden krijgen gemiddeld meer boeken cadeau (2,1) dan midden- en laagopgeleiden.

D02: Hoeveel boeken heeft u zelf cadeau gekregen in de afgelopen 12 maanden?

D03: Hoe kijkt u aan tegen het krijgen van een boek als cadeau? Hieronder staan een aantal uitspraken over het boek als cadeau.

Kunt u aangeven in hoeverre deze op u van toepassing zijn?

■ = Grotendeels + Volledig van toepassing

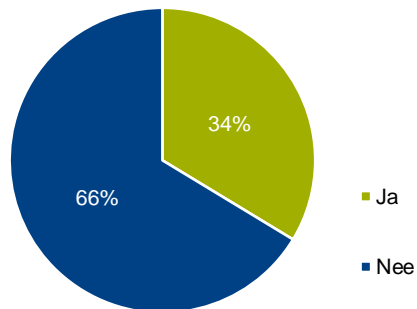
Basis D02 en D03: alle respondenten (n=1010)

Bibliotheekbon

Een derde van de consumenten 18+ (34%) is bekend met de mogelijkheid een bibliotheekbon cadeau te doen; 11% overweegt dit cadeau te doen



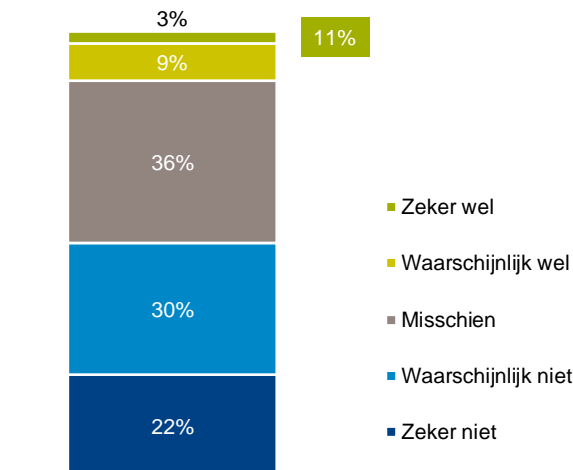
Bekendheid met bibliotheekbon als cadeau



Achtergrond:

35 – 49 jarigen zijn beter bekend met de mogelijkheid om een bibliotheekbon / bibliotheek abonnement cadeau te doen dan jongeren (<35 jaar) en 50 plussers. Ook bibliotheekleden zijn beter op de hoogte (41%).

Overwegen bibliotheekbon als cadeau



In totaal overweegt 11% de bibliotheekbon; 14% van degene die bekend zijn en 10% van degenen die niet bekend zijn.

Overwegers zijn vaker vrouwen (57%) in de leeftijdscategorie tot 34 jaar.

Ook zijn dit vaker mensen die zelf lid zijn van de bibliotheek.

- Zeker wel
- Waarschijnlijk wel
- Misschien
- Waarschijnlijk niet
- Zeker niet

C13: Bent u bekend met de mogelijkheid om een bibliotheekbon / bibliotheek abonnement cadeau te doen?

C14: Met de bibliotheekbon kunt u een lidmaatschap van de bibliotheek cadeau doen. Zou u het geven van een bibliotheekbon overwegen?

% = Waarschijnlijk + Zeker wel

Basis C13 en C14: alle respondenten (n=1010)

Overwegers vinden de bibliotheekbon origineel; ontvangers kunnen hiermee meerdere boeken lezen en zelf de boeken kiezen



Bibliotheekbon wel overwogen als cadeau (11%)

Ik vind lezen belangrijk. Het vergroot je wereldbeeld. Een bibliotheek geeft toegang tot zeer diverse boeken.

Dan geef je niet 1 boek kado maar een hele bibliotheek! Supergoed idee.

Origineel cadeau

Perfecte kennismaking met lezen

Zodat iemand het hele jaar gebruik kan maken van zijn kado, en de persoon dan het hele jaar door verschillende boeken kan lezen

Leuk cadeau voor een kind

Ik wist nog niet dat er een bibliotheekbon bestaat maar ik vind dat wel een leuk cadeau.

Mensen met een smalle beurs kunnen zo toch lid worden.

Dan kan de betreffende persoon zelf bepalen wat en hoeveel te lezen

Geregeld nieuwe boeken om te lezen

Stelt de ontvanger in de gelegenheid veel te lezen

Bibliotheekbon niet overwogen als cadeau (52%)

Omdat er minder en minder bibliotheken zijn en zo'n bon dan nutteloos is.

Omdat ik niet weet of de ontvanger al lid is van de bibliotheek.

Ik ben zelf geen lezer en weet niet of de ander een lezer is. is beslissing voor die persoon. vind het jammer van de geste als het niet op prijs wordt gesteld

Kinderen kunnen al gratis lid worden

Moet wel bij de ontvanger passen, en hangt af van de prijs.

Alleen als het op het wensenlijstje van de ontvanger staat. Ik vind de bibliotheek iets persoonlijks om aan te schaffen.

Omdat de ontvanger dan verplicht wordt om daar vaker heen te gaan

Onze familie en kennissen zijn allemaal lid van de bibliotheek

Ik heb zelf helemaal niks met lezen, dus een bibliotheekbon zou niet eens in me opkomen.

Stoffig karakter, zonde als niet gebruikt

Ik wil eerst weten of er gebruik van gemaakt gaat worden

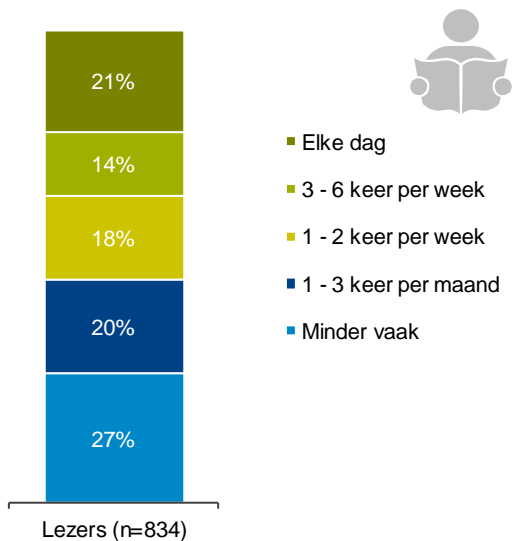
Te duur

C15: Kunt u aangeven waarom u de bibliotheekbon wel / niet zou overwegen?

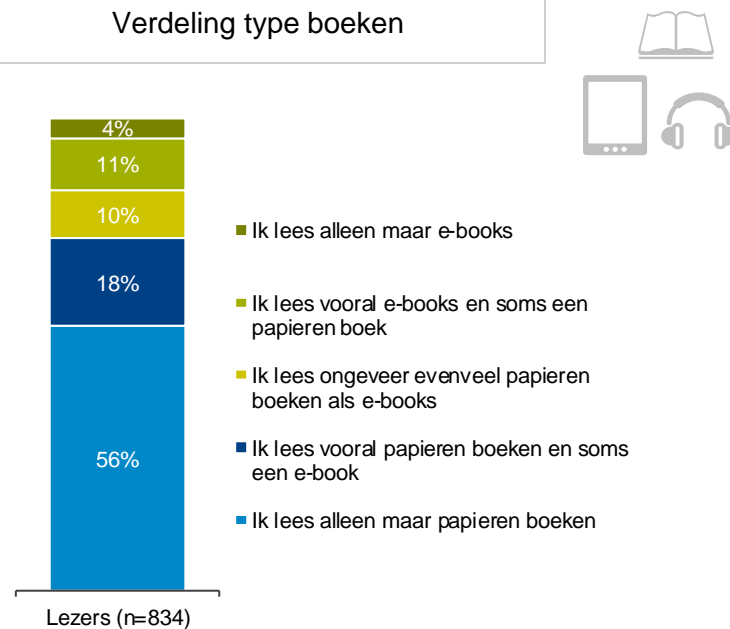
Basis C15: alle respondenten (n=1010)

Bijlagen

Lees-/luisterfrequentie boeken

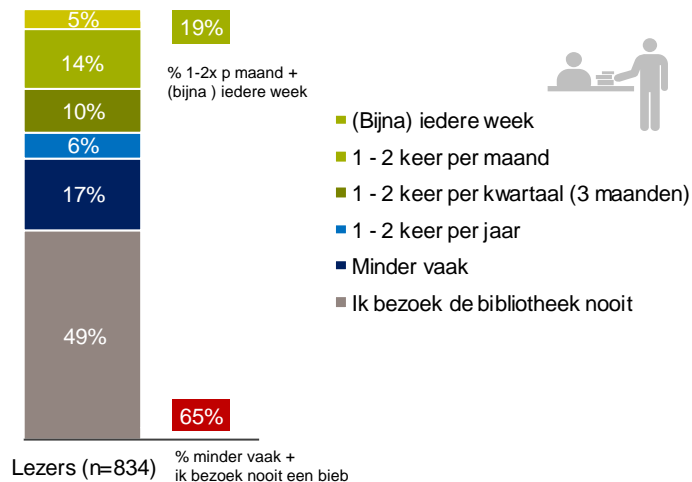


Verdeling type boeken

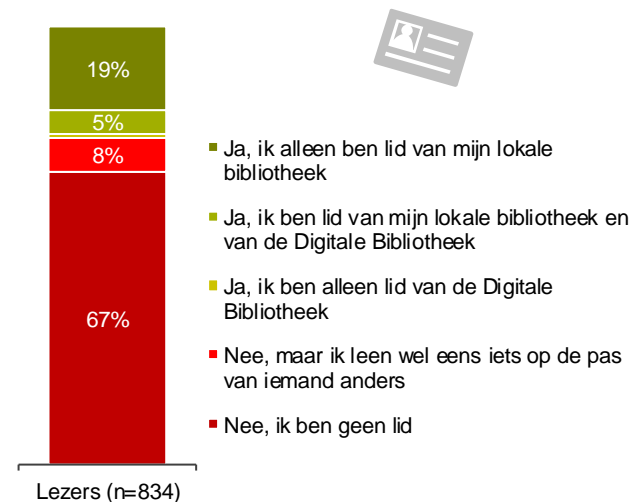


S01. Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)?
 S02. Wanneer u leest, zijn dit dan papieren boeken of e-books?

Bezoekfrequentie bibliotheek



Lid van bibliotheek



Van iedereen die een boek overweegt, koopt uiteindelijk 40% een boek; 60% koos voor een ander cadeau



Welk cadeau	overwogen (n=967)	gegeven (n=967)	Van overweging naar cadeau
Cadeaubon	36%	16%	43%
Geld	28%	13%	46%
Bloemen, planten, tuinaccessoires	28% ♀	13% ♀	46%
Fles wijn of andere drank	25% ♂	9% ♂	37%
Chocolade/bonbons/lekkernij	20%	5%	23%
Speelgoed / spel	18%	9%	51%
Uitje	14%	5%	38%
Boeken, e-books, luisterboeken	14%	6%	40%
Beauty, verzorgingsproducten	13% ♀	4%	31%
Woonaccessoires	11%	2%	23%
Boekenbon	10%	2%	20%
Sieraden	9% ♂	3% ♂	29%
Kleding, sjaals, lederwaren	8%	3%	33%
Kook- en BBQ artikelen	7%	1% ♂	19%
Elektronica, spelcomputers, games, radio, tv	6% ♂	2% ♂	40%
Gadgets	5%	1%	15%
Abonnement (krant, tijdschrift, netflix)	5%	1%	14%
Bibliotheekabonnement	1%	0%	18%
iets anders	8%	6%	72%

Achtergrond:

Hoogopgeleiden overwegen vaker boeken, e-books, luisterboeken cadeau te geven dan midden- en laagopgeleiden. Zij overwegen ook vaker een fles wijn, gadgets, chocolade, kook en wijn accessoires en uitjes.

Jongere respondenten (tot 35 jaar) overwegen vaker gadgets, kook en BBQ artikelen, woonaccessoires, sieraden, kleding en uitjes.

A03: Welke cadeaus heeft u overwogen toen u de laatste keer een cadeau ging kopen?

A04: Welk cadeau heeft u de laatste keer uiteindelijk gegeven?

Basis A03 en A04: heeft in de afgelopen 12 maanden een cadeau gegeven (n=967)

Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksverantwoording



Methode



Online (CAWI in GfK Online panel)



Invalduur van de vragenlijst: circa 12 minuten



Onderwerpen van de vragenlijst: cadeaugedrag, leesgedrag, koopgedrag, leengedrag.

Veldwerk



12 september 2019 – 18 september 2019



Netto steekproef: n = 1.010

Bruto steekproef: n = 3.645

Sample



GfK Online Panel



Nederlandse consumenten van 18 jaar en ouder



De steekproef is door middel van weging op celniveau representatief gemaakt op geslacht, leeftijd en opleiding

In de rapportage wordt soms onderscheid gemaakt tussen 3 typen lezers op basis van frequentie:

- Heavy lezer: elke dag – 3-6 keer per week
- Medium lezer: 1-2 keer per week
- Light lezer: 1-3 keer per maand – 1-2 keer per kwartaal



Algemene voorwaarden

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>).

De Onderzoeksgegevens zijn bedoeld voor eigen gebruik door Opdrachtgever. Zonder de voorafgaande toestemming van GfK mag Opdrachtgever deze niet, geheel of gedeeltelijk, aan derden ter hand stellen of door een derde laten gebruiken, of op welke wijze dan ook openbaar maken. Bij verkregen toestemming 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>).