

Rapportage Boekenbranche Meting 56

**Themameting: digitaal lezen
Juni, 2021**

Erica Nagelhout, Cary Richards

GfK | Marketing & Consumer Intelligence





1	Inleiding	3
	❑ Doel van het onderzoek	4
	❑ Leeswijzer	6
	❑ Management samenvatting	7
2	Onderzoeksresultaten	9
	❑ Leesgedrag	10
	❑ Nieuwe vormen van digitaal lezen	17
	❑ Online entertainment (Sociale media en online leesplatforms)	26
	❑ Verhalende podcasts, games, luisterboeken en E-books	31
	❑ Abonnementdiensten	38
3	Bijlagen	45
	❑ Verdere gedetailleerde slides	46
	❑ Onderzoeksverantwoording	51



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 een reguliere en drie themametingen. Deze eerste thema meting van 2021 behandelt het thema *digitaal lezen*.

Doel

Het doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in digitaal lezen van de Nederlandse bevolking en trends/veranderingen hierin 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

Het huidige thema is digitaal lezen. Steekproef bestaat uit consumenten die in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book hebben gelezen / een luisterboek hebben geluisterd / een verhalende game hebben gespeeld of een verhalende podcast hebben beluisterd (n = 1000). Hiermee is de definitie van een digitale lezer, verruimd tot ook verhalende game spelers en podcast luisteraars.

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

- Leesgedrag
- Nieuwe vormen van digitaal lezen
- Rol van sociale media / online leesplatforms in digitaal lezen
- E-books / podcasts / luisterboeken / Verhalende game
- Abonnementdiensten

Extra aandacht voor innovatieve lezers



In het onderzoek hebben we een extra boost op innovatieve digitale lezers opgenomen, om goed zicht te kunnen krijgen op nieuwe ontwikkelingen. Hiertoe hebben we 15% van de meest innovatieve lezers extra in het onderzoek opgenomen (n=300).

In de totale steekproef zijn zij teruggewogen naar een NL representatieve verdeling. In de bijlage staat vermeld hoe we deze hebben geselecteerd.

In de grafieken staat deze doelgroep steeds apart vermeld.

Wanneer er een nieuwe ontwikkeling binnen digitaal lezen is ben ik meestal één van de eersten die dit probeert

Ik houd online bij welke boeken ik heb gelezen

Mensen vragen vaak mijn mening over nieuwe ontwikkelingen in digitaal lezen

Vergeleken met andere mensen ben ik meer enthousiast over nieuwe manieren van boeken lezen


Leeswijzer




NL NL representatief: is de verhouding zoals die in de gehele populatie in Nederland (14 jaar en ouder) wordt gevonden


* Significant verschil t.o.v. vorige meting

X Niet meegenomen in meting

 **Digitale lezers:** consumenten die in de afgelopen 12 maanden een e-book hebben gelezen / een luisterboek hebben geluisterd / een verhalende game hebben gespeeld of een verhalende podcast hebben beluisterd

 **Innovatieve lezer:** early adopters en innovators in digitaal lezen (o.b.v. stellingen – 15% van digitale lezers)

 Geven mannen vaker aan dan vrouwen

 Geven vrouwen vaker aan **dan** mannen



Sociaal Economische klasse*

A (hoog)

B1

B2

C/D (laag)

* Sociaal Economische klasse wordt samengesteld op basis van een combinatie van beroep en opleiding van de hoofdkostwinner



Inkomen

Beneden modaal

Modaal

Tussen 1 en 2 keer modaal

Twee keer modaal of meer



Management- samenvatting

Samenvatting



- Er is veel overlap tussen de verschillende digitale vormen van 'verhalen tot je nemen'. E-books zijn de meest gebruikte digitale vorm, naast podcasts, games en luisterboeken. Maar er is overlap; 56% van de verhalende game spelers leest ook e-books en 74% van de luisterboekluisteraars leest ook e-books. De verschillende leesvormen brengen verschillende leesmotieven naar voren.
- Spotify wordt het meest gebruikt als leesapp op de telefoon en wordt tevens het hoogst gewaardeerd (7,9). De toegevoegde muziek wordt hier waardevol genoemd. Ook de online bibliotheek krijgt een goede waardering (7,5). Overigens is de smartphone geen volwaardig alternatief voor de e-reader of tablet; 64% van de e-booklezers doet dit met een e-reader.
- Sociale media en leesplatforms spelen een belangrijke rol bij de inspiratie voor boeken. Facebook, YouTube en Instagram zijn de belangrijkste sociale mediakanalen om informatie over boeken te krijgen. Vaak leest men hier reviews, volgt men boekhandels of schrijvers of kijkt men filmpjes of live evenementen over schrijvers en/of boeken. Een kwart van de digitale lezers maakt gebruik van leesplatforms. Goodreads, Hebban en Lees.bol.com zijn de meest gebruikte leesplatforms. Recensies op leesplatforms zijn regelmatig aanleiding voor een aankoop (82%).
- Luisterboeken verkrijgt men door gratis legale downloads (30%) via abonnementsdiensten (29%) en via de online bibliotheek (23%). Digitale lezers zijn vaker lid van de bibliotheek dan gewone lezers, en zijn ook vaak online lid. Wellicht is hier nog ruimte voor groei. Een op de vijf digitale lezers heeft een abonnement op e-books/luisterboeken. Het oordeel over het aanbod is doorgaans voldoende. De directe beschikbaarheid en de aantrekkelijke prijs de belangrijkste argumenten voor het nemen van een abonnement op e-books..



Onderzoeksresultaten



Leesgedrag

Er is veel overlap tussen de diverse manieren van verhalen tot je nemen.



Overlap in leesvormen:

Van de verhalende game spelers leest 56% ook e-books.

Luisterboekluisteraars lezen vaak ook e-books (74%).



Daling in het gebruik van e-books

26% leest e-books (vorig jaar was dit 35%).

11% luistert naar luisterboeken, ook dit is een daling t.o.v. 2020 15%.

15% speelt verhalende games.

18% luistert naar verhalende podcasts.

Andere talen:

Verhalende games worden vaker in het Engels gespeeld dan in het Nederlands. Gamers zijn vaker jong en vaker mannen.

Ook podcasts worden regelmatig in het Engels beluisterd. Podcastluisteraars zijn relatief vaker hoogopgeleid.



26% van de Nederlanders leest e-books; 15% van de Nederlanders speelt verhalende games.

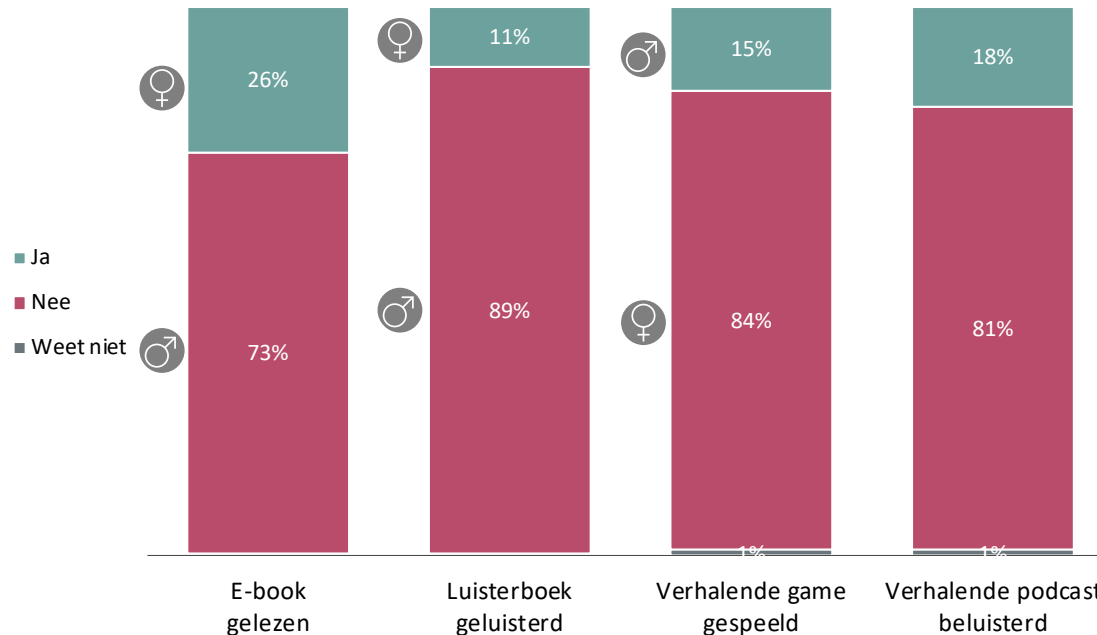


Activiteit in de afgelopen 12 maanden

Achtergrond:

Hoogopgeleiden, consumenten in de sociale klasse A en consumenten met een modaal of meer inkomen geven vaker aan geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen te hebben in de afgelopen 12 maanden.

We zien een daling in het aandeel e-booklezers en luisterboekluisteraars. De daling is opvallend, alhoewel we ook in de GfK scan onderzoek een lichte daling zien in verkoopcijfers van e-books t.o.v. vorig jaar.



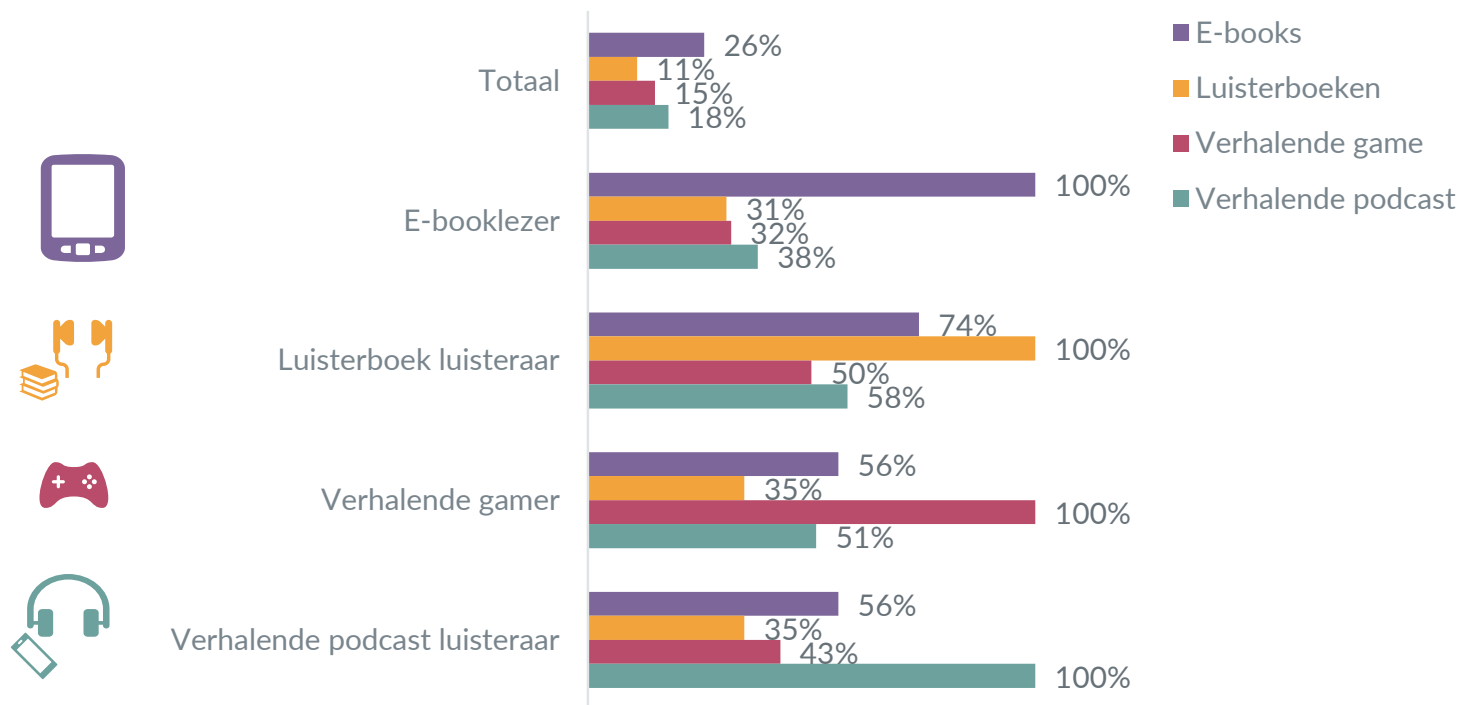
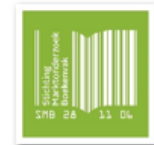
De digitale lezer vs. innovatieve lezer en NL representatief

	Digitale lezer (Smartphone)	Innovatieve lezer (Smartphone + Lightbulb)	NL representatief
Algemeen	45%	47%	48%
Gender			
Man	55%	53%	52%
Vrouw	45%	47%	48%
Leeftijd			
< 25 jaar:	23%	11%	13%
25-34 jaar:	19%	19%	15%
35-49 jaar:	18%	31%	23%
50-64 jaar:	22%	19%	25%
65+:	18%	20%	23%
Opvoeding			
Laag:	15%	19%	22%
Midden:	38%	40%	40%
Hoog:	47%	41%	38%

Basis: alle respondenten (n=2935)
(NL representatief 14+)

S01: Heeft u de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd?

Luisterboekluisteraars lezen vaak ook e-books (74%). Ook spelers van verhalende games lezen vaak e-books (56%). Er is veel overlap tussen de diverse vormen van een verhaal tot je nemen.



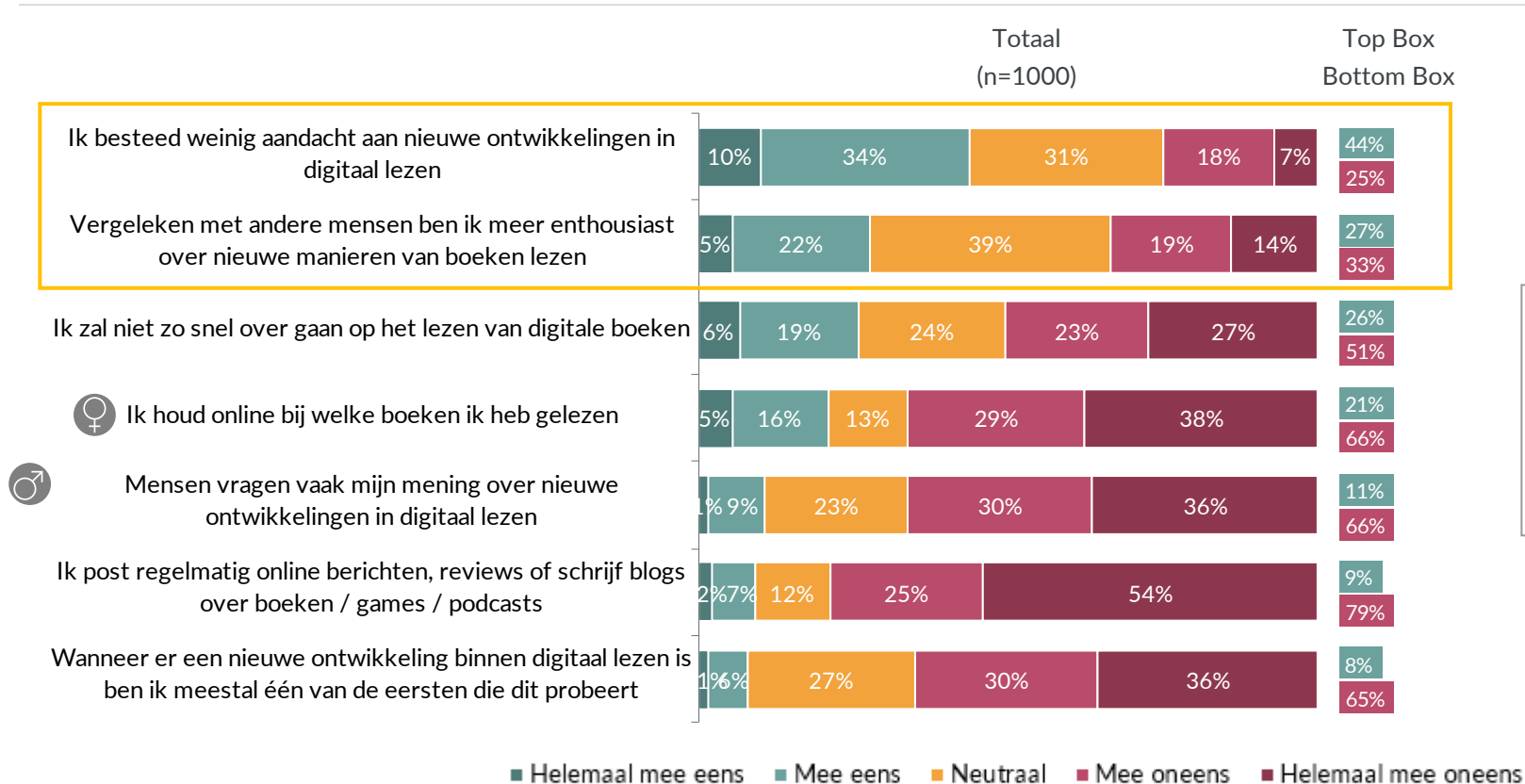
S01: Heeft u de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd?

Basis: alle respondenten (n=2935)
(NL representatief 14+)

Interesse in ontwikkeling van digitaal lezen is gering. 44% besteedt weinig aandacht hieraan; globaal 1 op de 5 digitale lezers volgt de ontwikkelingen.



Interesse in (digitaal) lezen

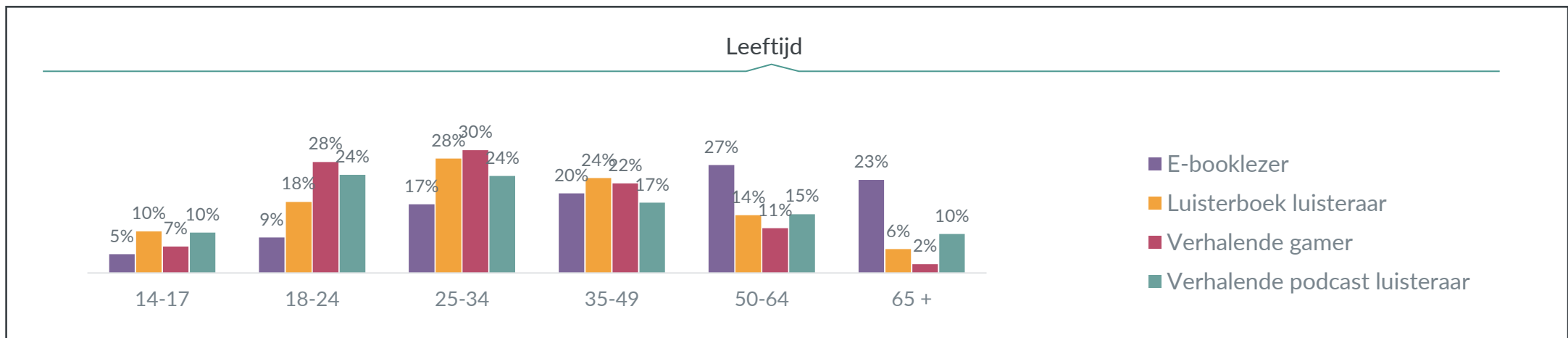
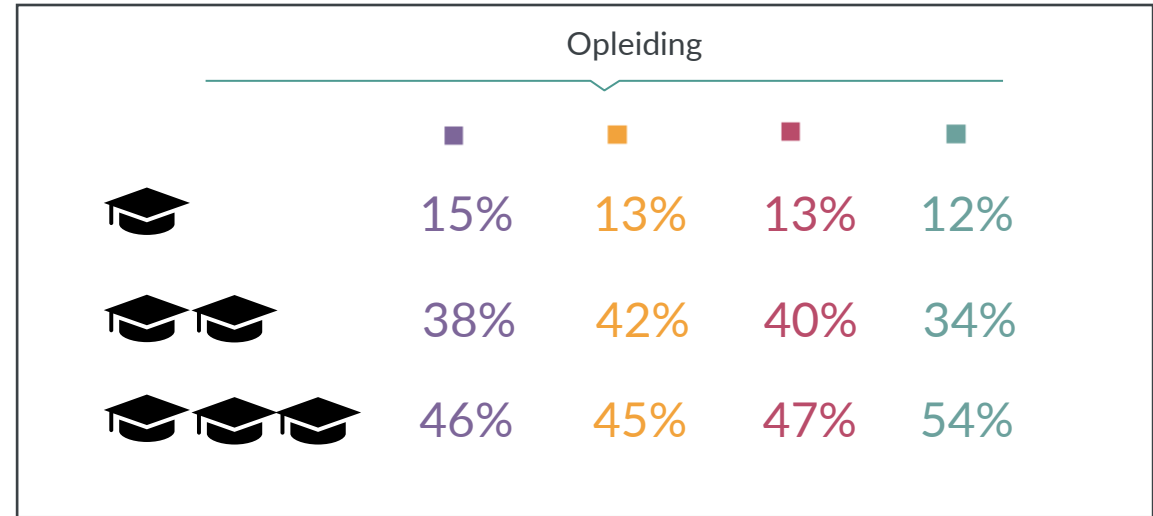
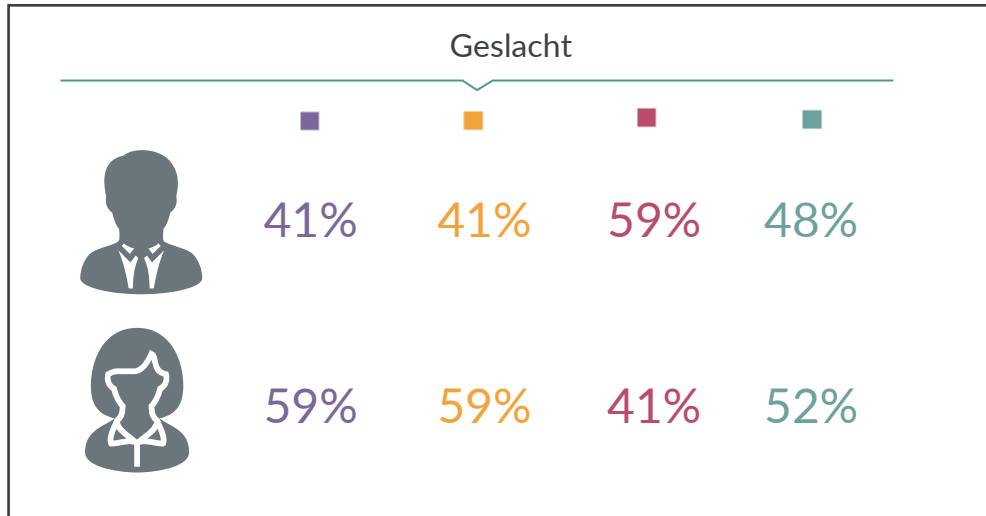


Achtergrond:
 65-plussers geven vaker aan dat zij online bijhouden welke boeken zij hebben gelezen dan lezers tot 65 jaar.
 35-plussers geven vaker aan dat zij meer enthousiast zijn over nieuwe manieren van boeken lezen dan jongeren tot 35 jaar.

E15: Dan vragen wij u nu even stil te staan bij uw interesse in (digitaal) lezen. Kunt u hieronder aangeven in hoeverre u het eens, of juist oneens bent met de volgende uitspraken?

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

Gamers zijn jong en vaker mannen. E-booklezers zijn vaker 50-plussers. Podcast luisteraars zijn vaker hoogopgeleid.





Nieuwe vormen van digitaal lezen

De waardering voor leesapps is hoog.



Lezen op de smartphone

Spotify en Bol.com Kobo zijn de meest gebruikte apps op de smartphone voor het lezen/luisteren van boeken

Spotify krijgt de hoogste beoordeling van gebruikers.



Ook de online bibliotheek wordt hoog gewaardeerd met een 7,5. Vooral het direct boeken kunnen lenen in de app is een waardevolle eigenschap. Toch is de smartphone geen volwaardig alternatief voor e-reader of tablet.

Andere leesactiviteiten

47%

... van de digitale lezers houdt zich ook op een andere manier met lezen bezig (online verhalen of gedichten lezen, filmpjes kijken over schrijvers, boeken)

Nieuwe ideeën:

“Dat er meer kan op één platform, zodat je niet meerdere platforms nodig hebt om te lezen en statistieken bij te houden.”

“Betere weergave van visuele boeken, zoals kookboeken, op e-readers”

“Automatische shut down tijdens in slaap vallen.”



Nieuwe ideeën voor digitaal lezen variëren van geavanceerde functies in e-readers tot smart functies.

Ideeën over digitaal lezen



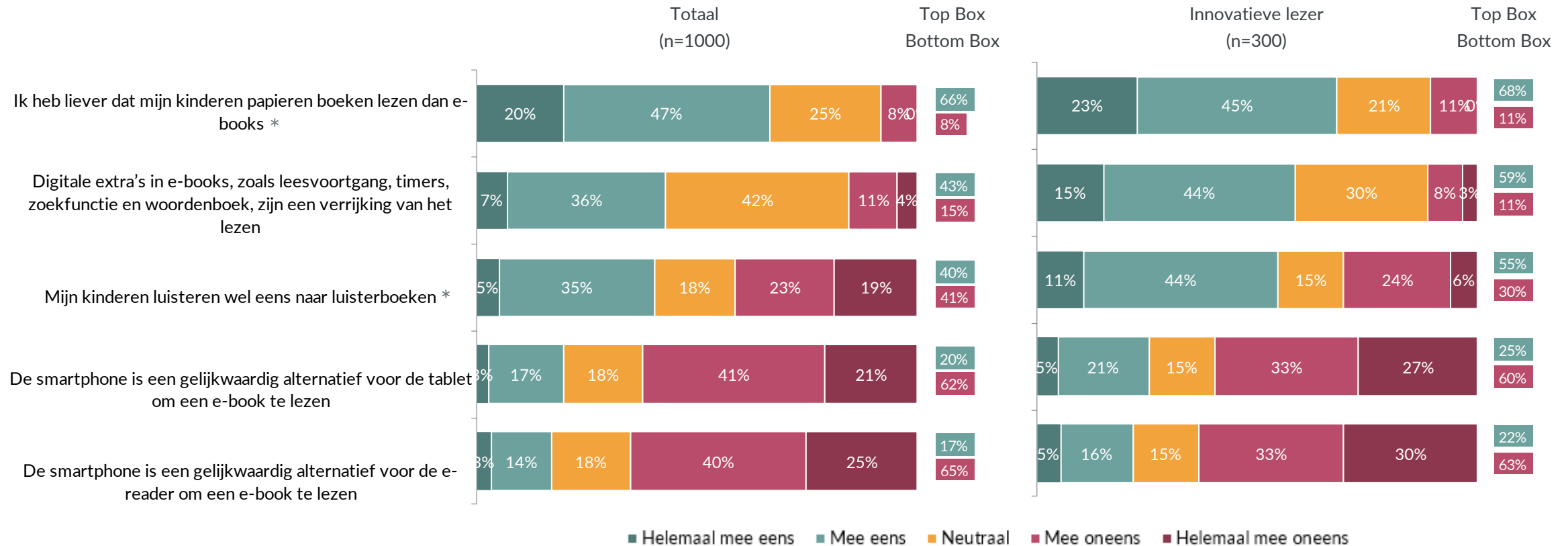
Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd, (n=1000)

Y01: Welke nieuwe ideeën die gaan over digitaal lezen zou u graag ontwikkeld willen zien? Welke ontwikkelingen verwacht u voor de toekomst?

Digitale lezers laten hun kinderen regelmatig luisterboeken luisteren (40%). De smartphone is nog altijd geen alternatief voor e-readers of tablets.



Stellingen



* Heeft kinderen in de leeftijd jonger dan 12 jaar, (n=168)
 Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

E08: Kunt u hieronder aangeven in hoeverre u het eens, of juist oneens bent met de volgende uitspraken?

Bijna de helft van de digitale lezers is ook op een andere manier met lezen bezig. Het online lezen van verhalen of gedichten en filmpjes kijken over boeken of schrijvers gebeurt het meest.



Doet wel eens aan...



Achtergrond:

Lezers in de hoge sociale klasse doen vaker de volgende activiteiten:

- Het schrijven van reviews over boeken
- Online beoordelingen geven aan boeken
- Het bezoeken van een festival of evenement met schrijvers (fysiek of online).

Lezers tot 65 jaar geven vaker online beoordelingen aan boeken dan 65-plussers.

Achtergrond:

Lezers van uitsluitend papieren boeken lezen vaker online gedichten dan e-book lezers of lezers van beide soorten boeken.

■ Totaal (n=1000) ■ Innovatieve lezer (n=300)

*Significant vaker dan Totaal

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd



Voorbeelden van sites om te lezen, leesactiviteiten of leesplatforms:

Voorbeelden van activiteiten

Sites of apps waar u online verhalen leest :

"1001korte verhalen.nl",
"Bibliotheek.nl", "Bookchoice",
"De correspondent", "Facebook / Instagram", "Goodreads.com",
"Google", "Gratisboek.nl",
"Hebbaan", "Kobo Plus", "Libelle",
"Linda", "Readly", "Storytel",
"Wattpad"

Sites of apps waar u online gedichten leest :

"1001gedichten.nl",
"Allpoetry.com", "Bibliotheek.nl",
"Book.nl", "Dichters.nl",
"Facebook / Instagram / Pinterest", "Gedichten.nl",
"Google", "Kindle", "Poetry.com",
"YouTube"

Platforms waar u online filmpjes bekijkt over boeken/schrijvers :

"Audiobooks", "Bibliotheek",
"Boeken.nl", "Cpnb.nl",
"Boekenweek.nl", "Sites van uitgeverijen", "Facebook / Instagram / Pinterest", "Google",
"Hebbaan", "Het Parool",
"Reddit", "TikTok", "Goodreads"

Platforms waar u verhalen of gedichten schrijft en online publiceert :

"Bibliotheek", "Facebook",
"Goodreads", "Hebbaan",
"Livejournal", "Mamaplaats",
"Instagram", "Pinterest",
"Poezieclub eindhoven",
"Schrijven.nl", "Twitter",
"Wattpad"

Kanalen waar u reviews over boeken schrijft :

"Bol.com", "Amazon", "Hebbaan",
"Goodreads". "Kobo Plus",
"Bookspot.nl", "Libris.nl",
"Bruna.nl", "Chicklit.nl",
"Facebook", "Google",
"Instagram", "Wattpad",
"Online boekwinkels"

Kanalen waar u online beoordelingen aan boeken geeft:

"Bol.com", "Amazon", "Hebbaan",
"Goodreads", "Facebook", "Kobo Plus",
"1001verhalen.nl",
"Bookspot.nl", "Libris.nl",
"Bruna.nl", "Instagram",
"Boekenclubs", "Storytel"

Namen van festivals of evenementen met schrijvers die u bezoekt :

"Bibliotheekavonden", "Poetry",
"(Kinder)boekenweek", "Nacht van de literatuur",
"Boekenmarkten", "Fantasyfair",
"Festival Afrikaanse literatuur",
"Libelle zomerweek"

Namen van leesclubs waar u aan deelneemt :

"Biblo plus", "Disfordazzle",
"Hebbaan", "Eigen (familie/vrienden) leesclub",
"Facebook", "Lees.nl",
"Samenlezenisleuker", "Senia",
"Taal café voor minder en laaggeletterden"

Sites of apps waar u zelf vlogt / blogt / post over schrijvers / boeken :

"Craftsbyshirley.com", "Eigen podcast bij # Awesome Podcast Radio van # Awesome kledingruil atelier", "Facebook / Instagram / Twitter",
"Gedenkstenen-Apeldoorn.nl",
"Goodreads", "YouTube"

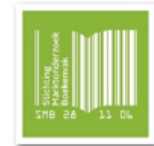
Platforms waar u verhalen of gedichten schrijft :

"1001verhalen.nl",
"Deeljeverhaal.nl", "Facebook / Instagram", "Gedenkstenen-Apeldoorn", "Gedichtennet",
"Kerkblad", "Wielerblad",
"Mamalogisch", "Poetry.com",
"Schrijven.nl", "Wattpad"

D02: Kunt u een aantal voorbeelden noemen van:

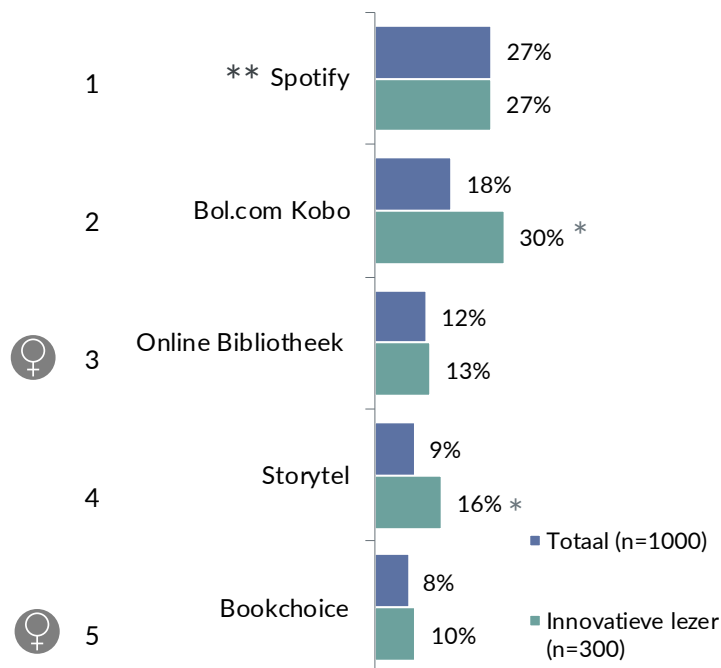
Basis: doet wel eens activiteiten, (n=493)

Diverse apps worden gebruikt op de smartphone voor het lezen of luisteren van boeken. De toegevoegde muziek is onderscheidend voor Spotify t.o.v. andere apps.



Top 10 gebruikte apps om boeken te lezen/luisteren (1/2)

Top 3 waardevolle eigenschappen per gebruikte app (1/2)



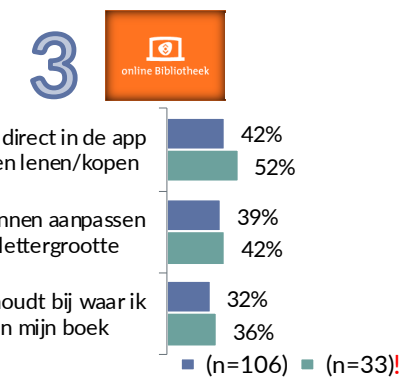
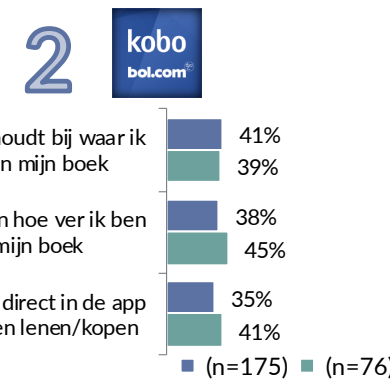
** De score voor Spotify is opvallend hoog; is hier sprake van verwarring met het luisteren naar muziek en het luisteren naar boeken?

Achtergrond:

Lezers tot 50 jaar maken vaker gebruik van Spotify dan 50-plussers. Midden- en hoogopgeleiden, en lezers in de hoge sociale klasse maken vaker gebruik van Bol.com Kobo.

B13: Welke apps heeft u in het afgelopen jaar op uw mobiele telefoon gebruikt om boeken te lezen en/of te luisteren?

B14: Wat vindt u waardevolle eigenschappen van...?



! Indicatief n < 50

*Significant vaker dan Totaal







is B13: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

B14: gebruikt apps om boeken te lezen/luisteren

Spotify krijgt de hoogste beoordeling van gebruikers.
Overigens krijgen vrijwel alle apps goede beoordelingen.



Gemiddelde rapportcijfers Apps

	Totaal	Innovatieve lezer		Totaal	Innovatieve lezer		Totaal	Innovatieve lezer
	7,9 (n=196)	7,6 (n=60)		7,7 (n=25) !			7,2 (n=83)	7,4 (n=26) !
	7,8 (n=43) !			7,5 (n=92)	7,8 (n=44) !		7,2 (n=39) !	8,1 (n=22)*!
	7,7 (n=175)	7,9 (n=76)		7,5 (n=106)	7,6 (n=33) !		7,1 (n=21) !	
	7,7 (n=62)	7,8 (n=23) !		7,4 (n=57)	7,3 (n=25) !		6,6 (n=20) !	

B15: Met welk cijfer van 1-10, waarbij 1 betekent heel slecht en 10 betekent heel goed, zou u [App] beoordelen?

! Indicatief n <50

*Significant vaker dan Totaal

Basis: gebruikt apps om boeken te lezen/luisteren, (n=606)



Online entertainment (sociale media/leesplatforms)

Sociale media en leesplatforms verrijken lezers door inspiratie en informatie te delen omtrent boeken.

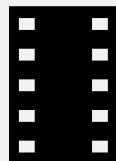


Boekinspiratie



De verschijning van een boek inspireert ongeveer 7 op de 10 digitale lezers om ook de gelijknamige serie/film te kijken

Andersom inspireert de verschijning van een serie/film 57% van de digitale lezers om het gelijknamige boek te lezen.



Rol van sociale media in lezen

Facebook, YouTube en Instagram zijn de belangrijkste sociale mediakanalen om informatie over boeken te krijgen.

Vaak leest men reviews (34%), volgt men boekhandels (25%) of schrijvers (24%)



35%

van de digitale lezers gebruikt Facebook om zich te informeren over boeken

Rol van leesplatforms in lezen

25% van de digitale lezers maken gebruik van leesplatforms.



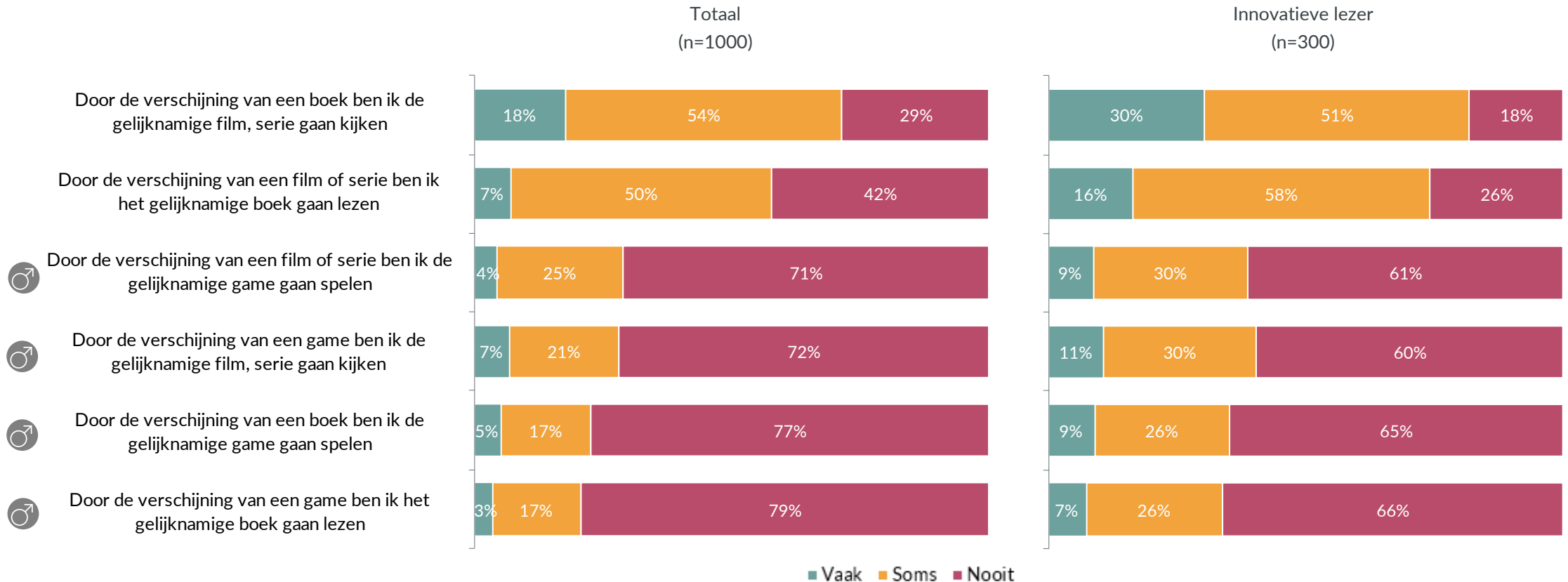
Goodreads, Hebban en Lees.bol.com zijn de meest gebruikte leesplatforms. Men doet hier boekentips op, leest reviews en boekennieuws.



De verschijning van een boek inspireert digitale lezers regelmatig om de gelijknamige film of serie te kijken. Vice versa gebeurt dit ook. Ook andere kruisbestuivingen vinden plaats, maar iets minder vaak.



Mate van inspiratie door series / games / boeken



B20: Sommige series of films op bijv. Netflix of Videoland, of sommige games, zijn gebaseerd op een boek zoals *Bridgerton*, *Lupin*, *The Queen's Gambit*, *Unorthodox* of *The Witcher*.

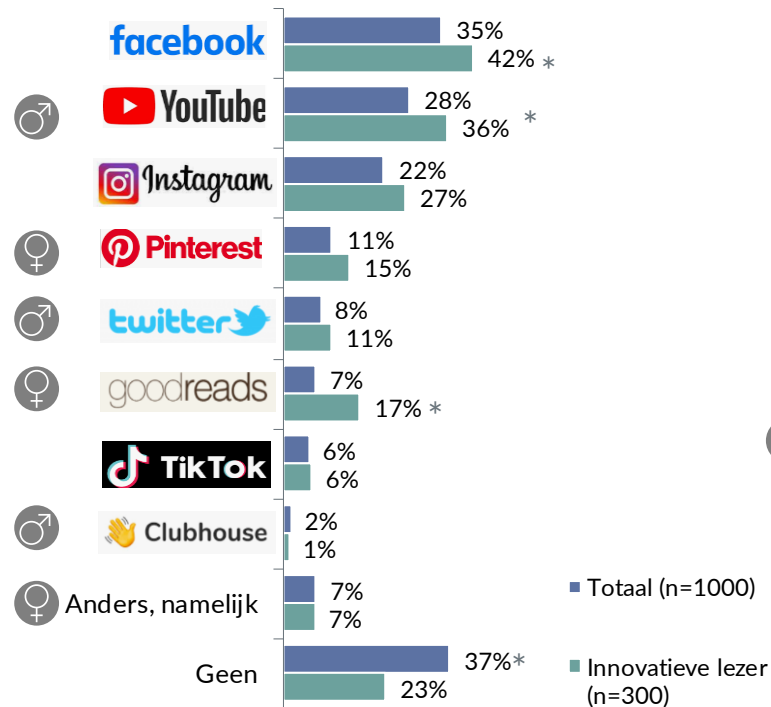
In hoeverre laat u zich hierdoor inspireren? Wat is voor u van toepassing..

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

Facebook en YouTube worden het meest gebruikt om informatie te krijgen over boeken. Reviews, het volgen van boekhandels en schrijvers gebeurt veelvuldig.



Gebruik sociale media kanalen

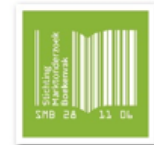


Activiteiten rondom lezen op sociale media kanalen



B18: Welke sociale media kanalen gebruikt u weleens om zich te informeren over boeken/lezen?
 B19: Welke activiteiten rondom lezen doet u weleens op sociale media kanalen?

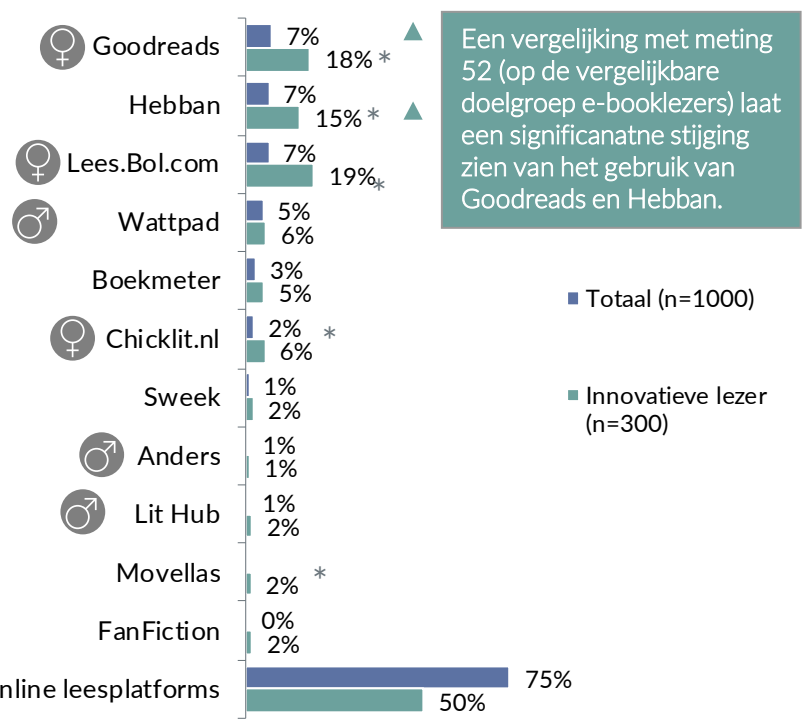
*Significant vaker dan Totaal
 Basis B18: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd
 B19: gebruikt sociale media om zich te informeren over boeken/lezen



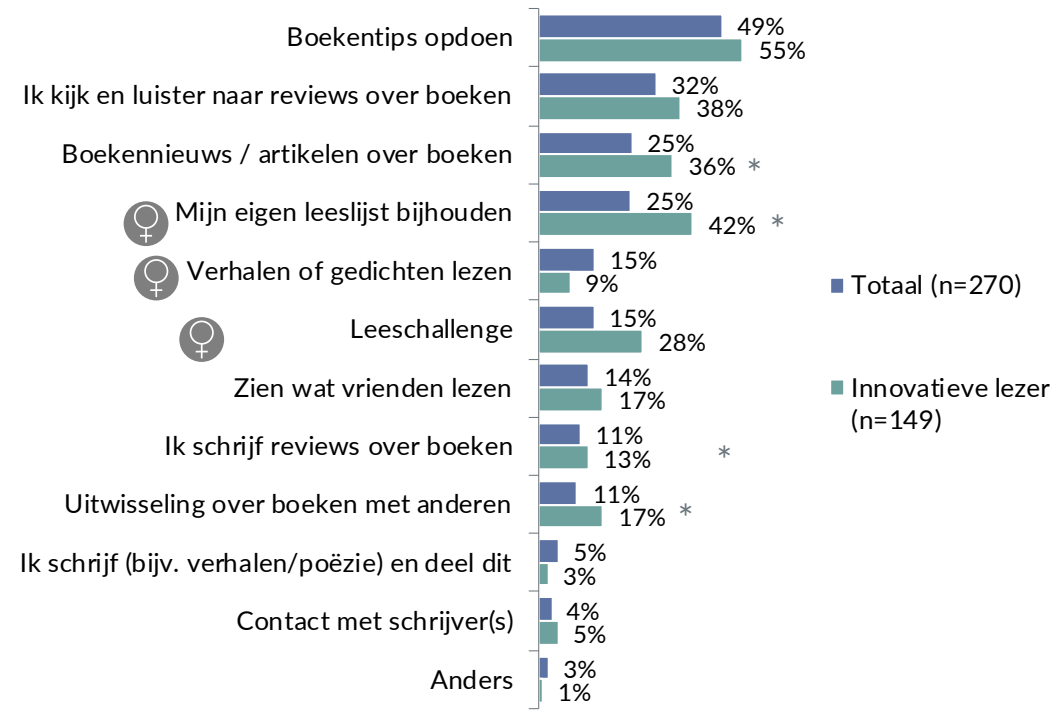
Goodreads, Hebban en Lees.bol.com zijn de meest gebruikte leesplatforms. Men doet hier boekentips op, leest reviews en boekennieuws.

Gebruik leesplatforms

25%
van de digitale lezers gebruikt een leesplatform



50%
van de innovatieve lezers gebruikt een leesplatform



Achtergrond:
Jongeren tot 35 jaar en hoogopgeleiden gebruiken vaker Goodreads.

C01: Maakt u weleens gebruik van de volgende leesplatforms / communities?
C02: Waarvoor gebruikt u dit platform / deze platformen?

*Significant vaker dan Totaal
Basis C01: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd
Basis C02: gebruikt leesplatforms



Verhalende podcasts, luisterboeken, games en e-books

De belangrijkste leesmotieven verschillen per leesvorm.



Leesmotieven

Verhalende podcast:

- Aan het nadenken gezet (36%)
- Nieuwe kennis en ideeën verkregen (34%)



Luisterboek:

- ontspanning (44%) & plezier (42%)



Verhalende game:

- Fantasie geprikkeld (39%)
- Brengt plezier (55%)
- Laat me dingen beleven die ik normaal niet zou beleven (22%)

Podcasts

Meest populaire podcastonderwerpen:

- 1 Educatie/wetenschap
- 2 Maatschappij & cultuur
- 3 Nieuws & politiek
- 4 Lifestyle & gezondheid.

E-books/luisterboeken

64%

van de digitale lezers lezen e-books op een e-reader

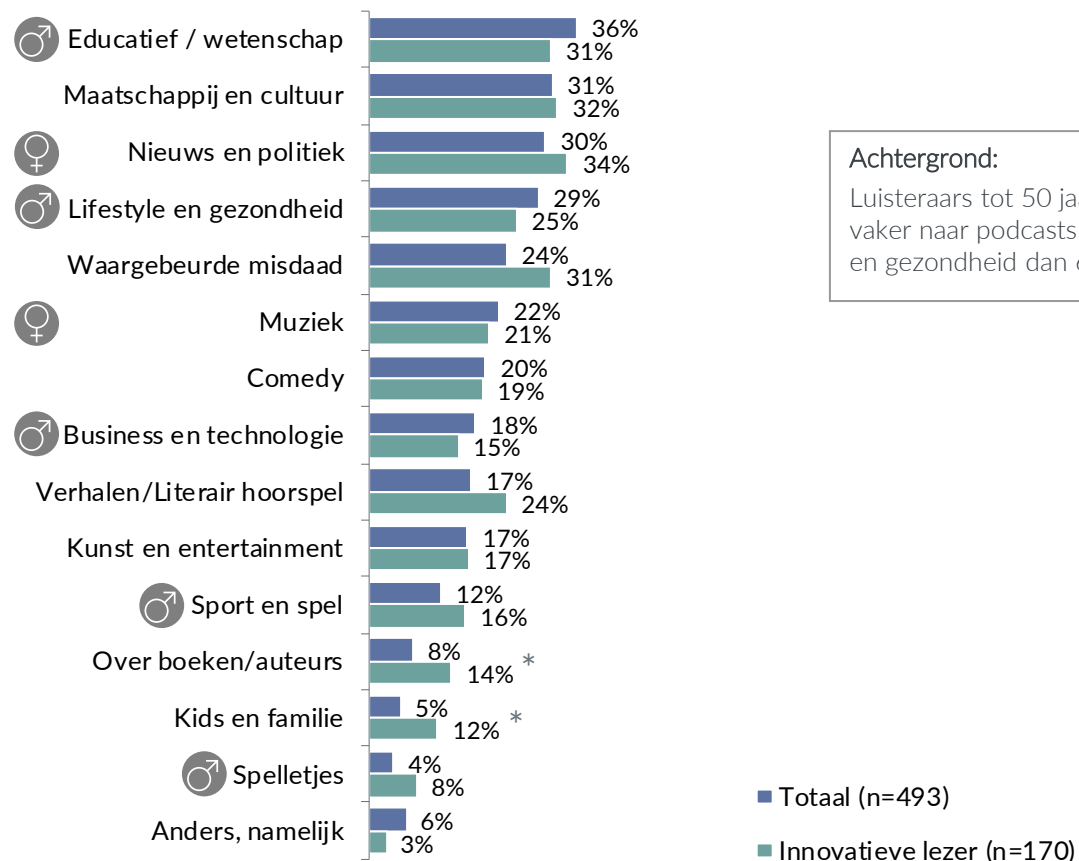


1 op de 3 luisteraars komt aan luisterboeken via abonnementsdiensten of gratis downloadkanalen

Educatie/wetenschap, maatschappij & cultuur, nieuws & politiek en lifestyle & gezondheid zijn de meest populaire podcastonderwerpen.



Soort podcasts



Achtergrond:

Luisteraars tot 50 jaar luisteren vaker naar podcasts over lifestyle en gezondheid dan 65-plussers.

B17: U heeft aangegeven dat u naar podcasts (verhalend of informatief) luistert. Naar wat voor soort podcasts luistert u weleens?

Basis: luistert weleens naar podcasts, zowel verhalend als informatief
*Significant vaker dan Totaal

E-books worden het meest gelezen op e-readers, gevolgd door op tablet en smartphone.



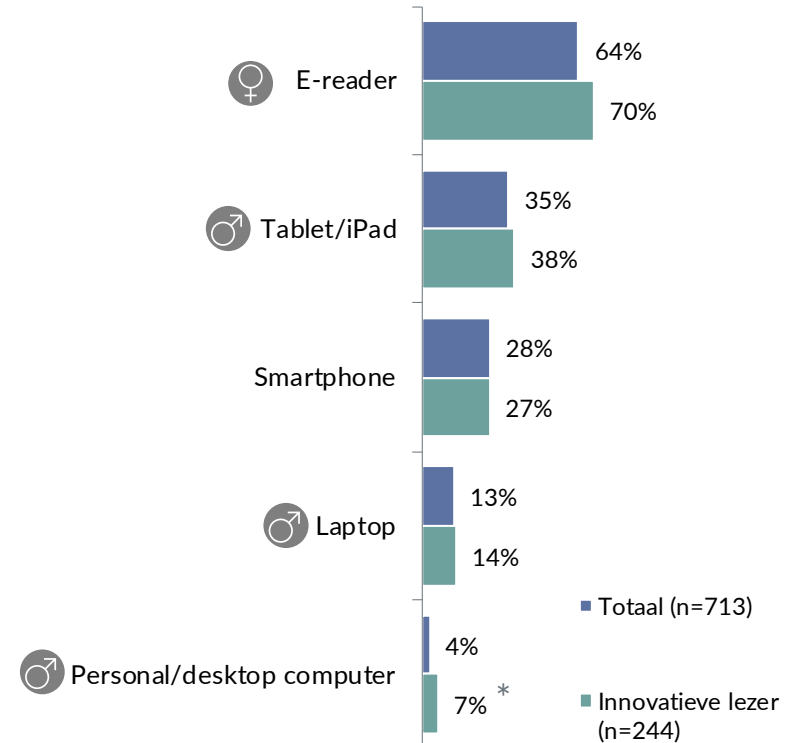
Apparaat voor lezen e-books

Achtergrond:

E-readers worden vaker gebruikt door 35-plussers en e-book lezers in A/B1/C/D sociale klasse.

Jongeren tot 35 jaar gebruiken vaker een laptop of smartphone.

Midden- en hoogopgeleiden gebruiken vaker een laptop.



*Significant vaker dan digitale lezer / luisteraar / gamer

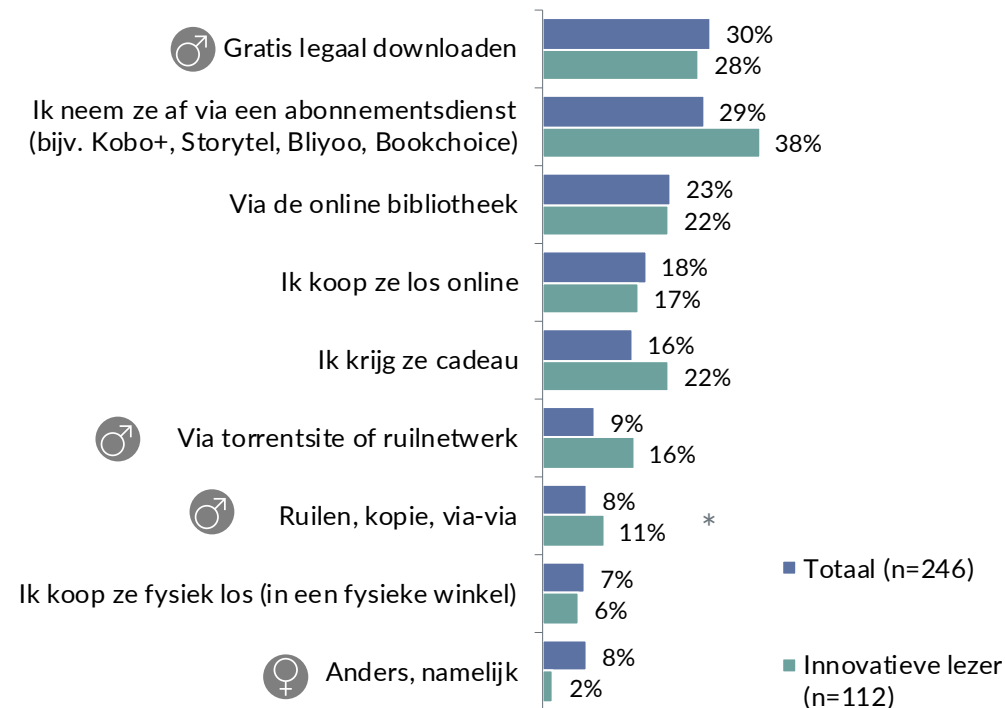
Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen

E14a: Welke van de volgende apparaten gebruikt u voor het lezen van e-books?

Luisterboeken verkrijgt men door gratis legale downloads (30%) via abonnementsdiensten (29%) en via de online bibliotheek (23%). 9% gebruikt (illegale) torrentsites of een ruilnetwerk.



Manier van verkrijgen luisterboeken



Achtergrond:

Midden- en hoogopgeleiden gebruiken vaker een abonnementsdienst dan laagopgeleiden.

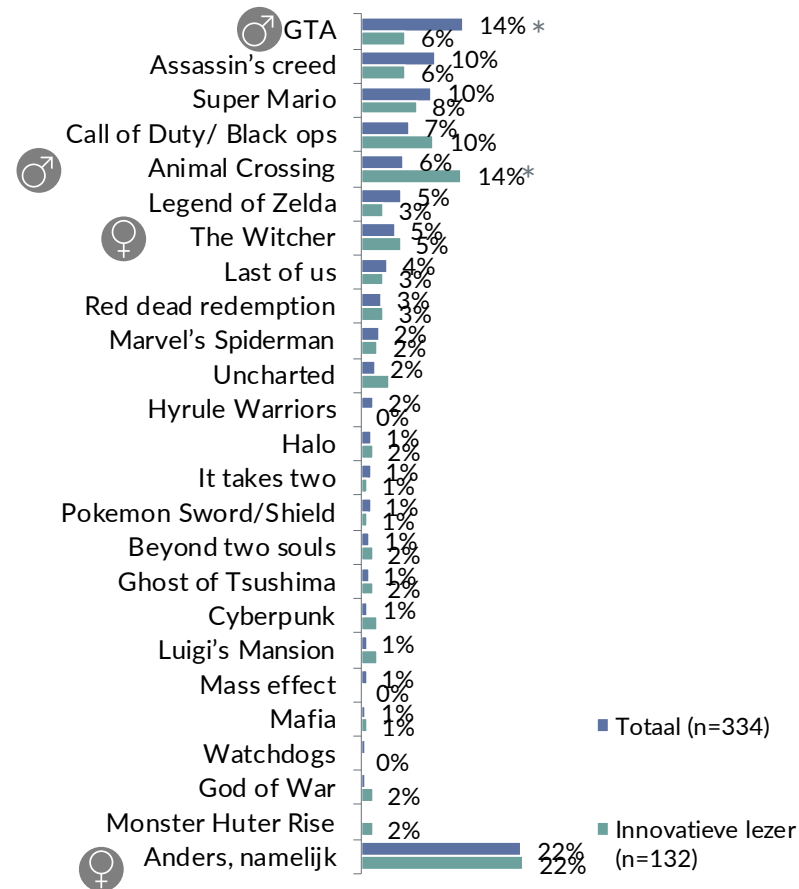
*Significant vaker dan digitale lezer / luisteraar / gamer

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een luisterboek geluisterd

GTA en Assassin's Creed worden het meest gespeeld door verhalende game spelers.



Laatst gespeelde verhalende game

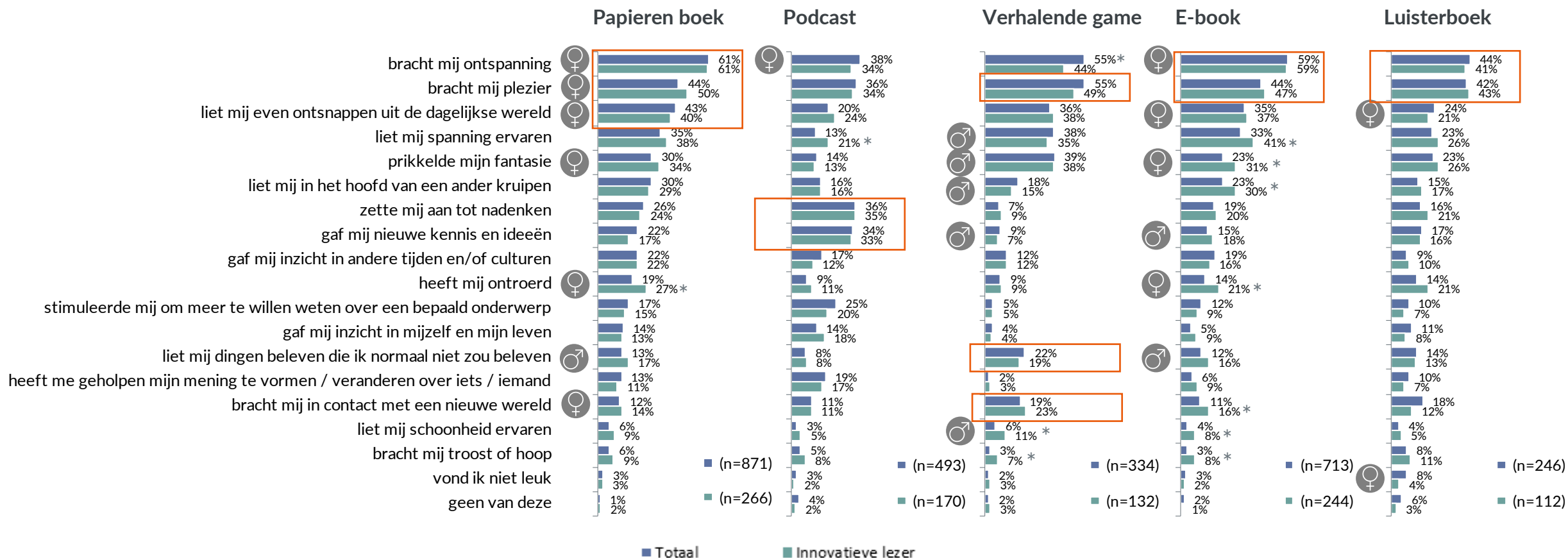
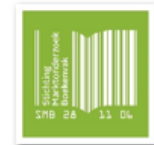


Achtergrond:
Midden- en
hoogopgeleiden
spelen vaker GTA dan
laagopgeleiden.
Laagopgeleiden
spelen vaker Legend
of Zelda.

*Significant vaker dan digitale lezer /
luisteraar / gamer

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel
of gedeeltelijk een verhalende game gespeeld

Verschillen in leesmotieven voor de verschillende leesvormen: Papieren boek en e-book brengt ontspanning, podcast zet aan tot nadenken.



*Significant vaker dan Totaal

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

B18a/b/c/d/e: Kunt u hieronder aangeven welke van onderstaande stellingen van toepassing zijn?



Abonnementdiensten



Een op de vijf digitale lezers heeft een abonnement op e-books/luisterboeken.



Digitale lezers zijn vaak lid van de bibliotheek

32%
van de digitale lezers is lid van de bibliotheek

Ook hebben zij vaak een abonnement op de online bibliotheek (14%).

22% van de digitale lezers heeft een abonnement op e-books/luisterboeken, waarvan 45% momenteel gebruik maakt van de **online bibliotheek**

Aanleiding tot aankoop?



Recensies op leesplatforms zijn regelmatig aanleiding voor een aankoop (82%). Dit geldt soms ook voor het online lezen via een abonnementsdienst, maar aanzienlijk minder vaak (39%).



Oordeel over abonnementsdiensten

81% van de **abbonementgebruikers** vindt **het brede aanbod van titels** bij abonnementsdienst (ruim) voldoende



De directe beschikbaarheid en de aantrekkelijke prijs zijn voor 45% van de **abbonementgebruikers** de belangrijkste argumenten voor het nemen van een abonnement op e-books



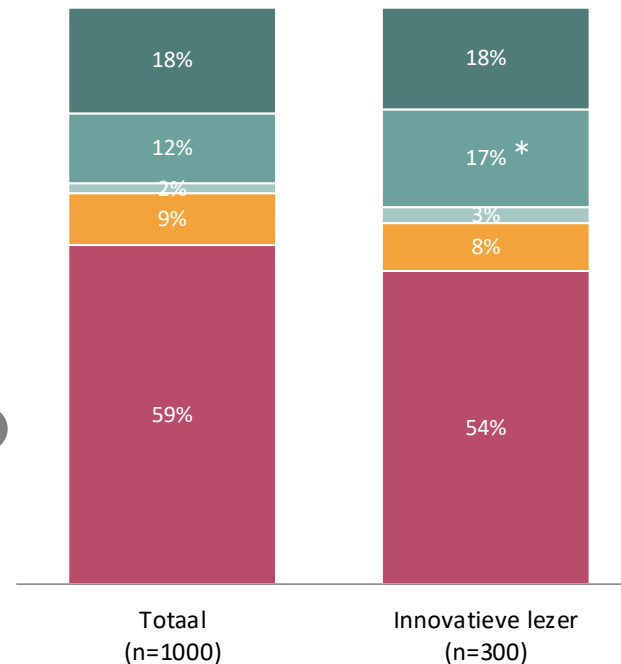


32% van de digitale lezers is lid van de bibliotheek. Dit is meer dan onder lezers totaal. Ook hebben zij vaak een abonnement op de online bibliotheek.

Lid van de bibliotheek

32%
van de digitale lezers is lid van de bibliotheek.

- Ja, ik ben alleen lid van mijn lokale bibliotheek ♀
- Ja, ik ben lid van mijn lokale bibliotheek en van de online Bibliotheek ♀
- Ja, ik ben alleen lid van de online Bibliotheek ♂
- Nee, maar ik leen wel eens iets op de pas van iemand anders
- Nee, ik ben geen lid ♂



Achtergrond:

Laag- en middenopgeleiden, en lezers in de B2 sociale klassen zijn vaker lid van de lokale bibliotheek.

E-book lezers, papieren boeken lezers en/of luisteraars van luisterboeken die uitsluitend anderstalig lezen en/of luisteren zijn vaker lid van de online bibliotheek.

*Significant vaker dan Totaal

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

S11: Bent u lid van de bibliotheek?

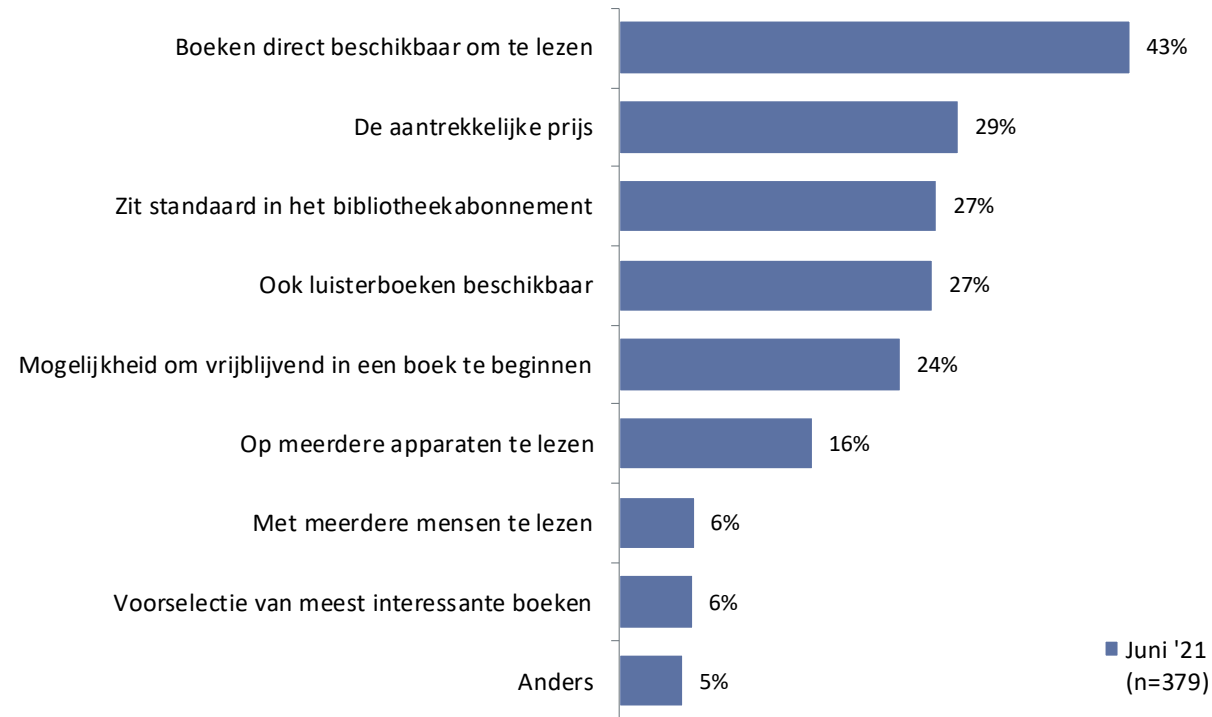
Meer informatie vanuit de Koninklijke Bibliotheek over het aantal bibliotheekleden van de fysieke en digitale bibliotheek is te vinden op de website

Bibliotheekinzicht.nl.

Het gemak van directe beschikbaarheid en de aantrekkelijke prijs zijn de belangrijkste argumenten voor het nemen van een abonnement op e-books.



Argumenten om een abonnement voor e-books te nemen

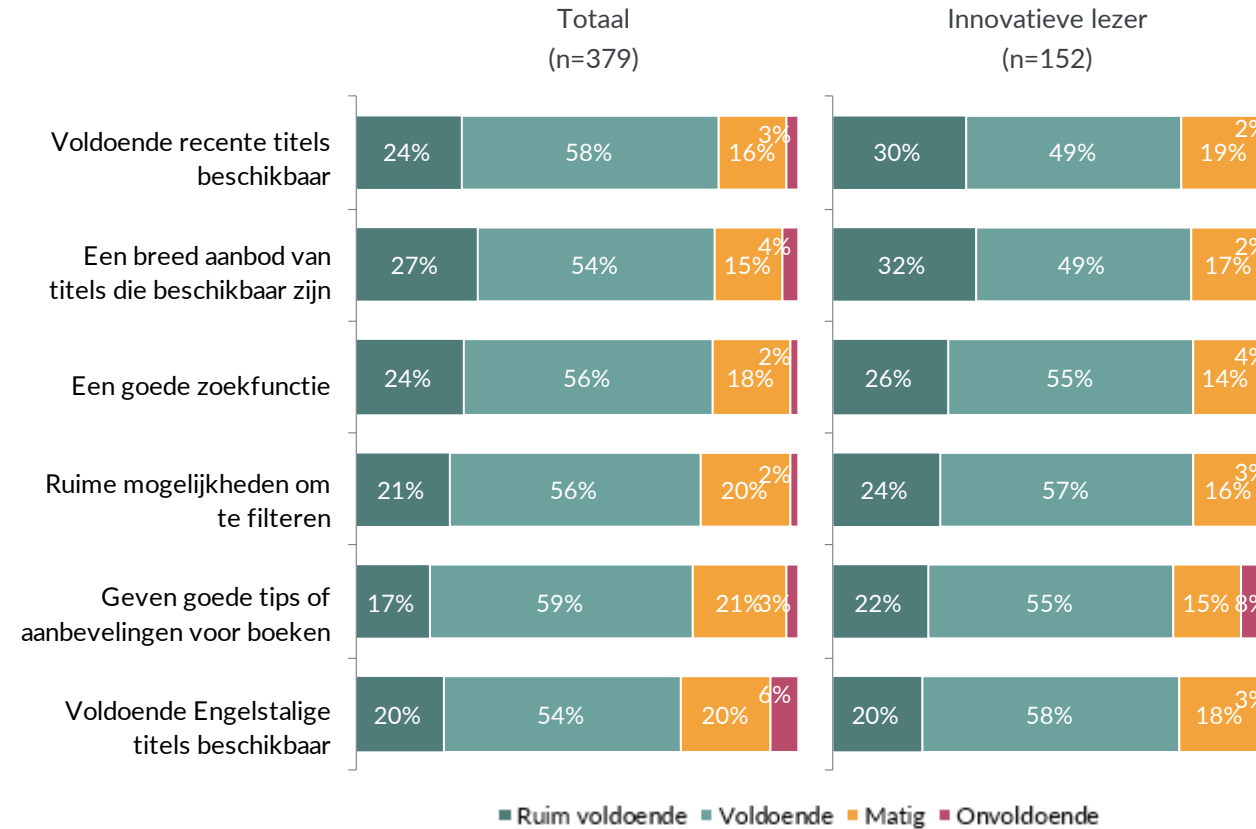


Achtergrond:
Voor consumenten met een inkomen van twee keer modaal of meer speelde 'ook luisterboeken beschikbaar' vaker een rol dan consumenten uit de overige inkomensklassen.

De meerderheid van de lezers beoordeelt het beschikbare aanbod bij abonnementendiensten (ruim) voldoende.



Oordeel beschikbare aanbod bij abonnementsdienst(en)



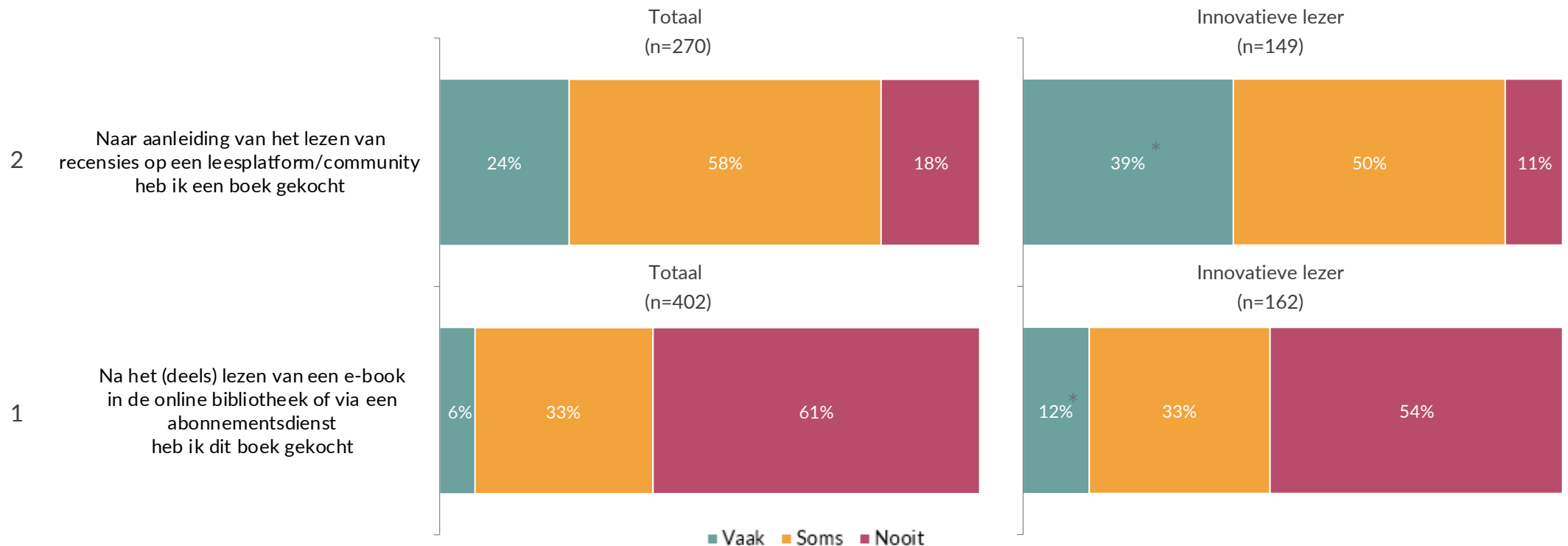
B10: Hoe oordeelt u over het beschikbare aanbod bij uw (voormalige) abonnementsdienst(en)?

Basis: maakt(e) gebruik van een abonnementsdienst

De recensies op leesplatforms zijn regelmatig aanleiding voor een aankoop. Dit geldt soms ook voor het online lezen via een abonnementsdienst, maar aanzienlijk minder vaak.



Stellingen



*Significant vaker dan digitale lezer / luisteraar / gamer

Basis stelling 1: is lid van de online bibliotheek en/of maakt gebruik van een abonnementsdienst

Basis stelling 2: gebruikt leesplatforms / communities

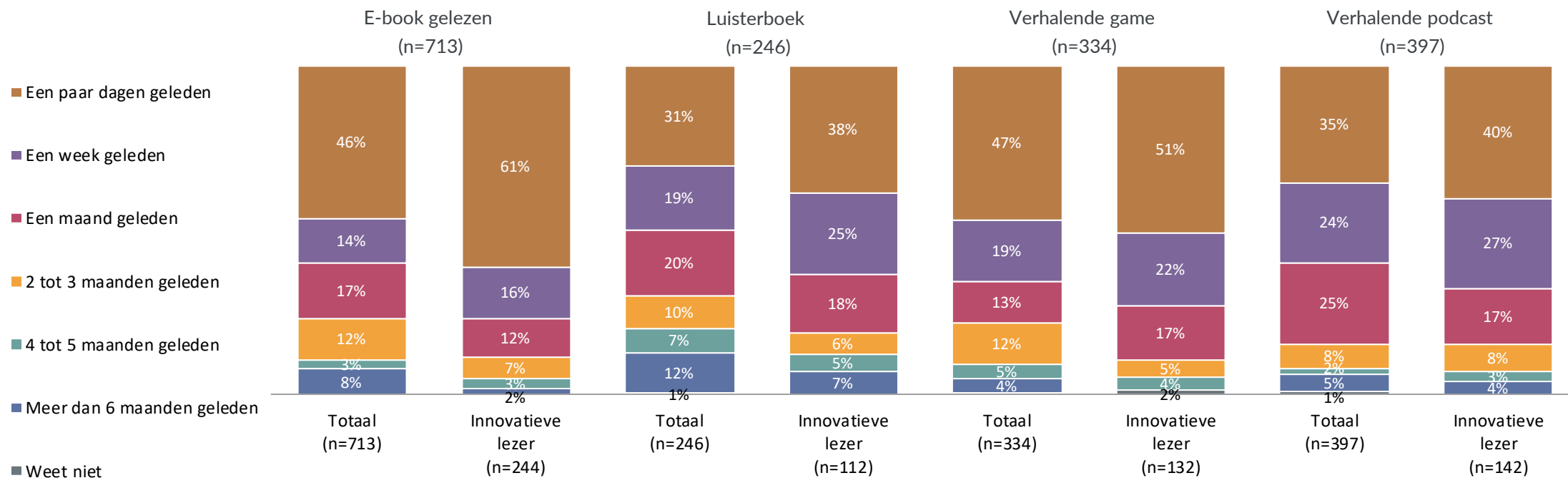
B21: Wat is voor u van toepassing?

Bijlagen

Innovatieve lezers zijn recenter met alle vormen van digitaal lezen actief geweest.



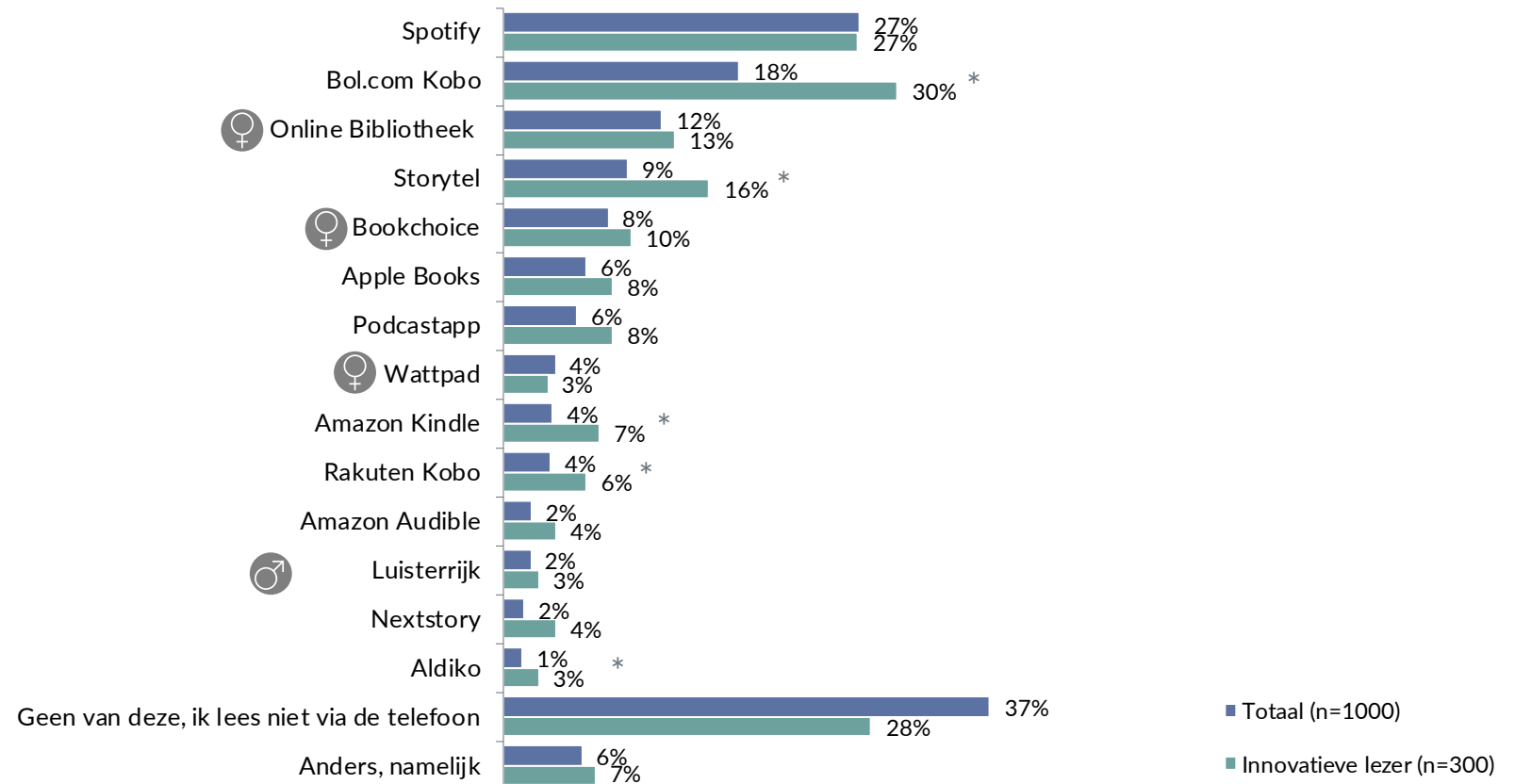
Moment van activiteit



Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

S02: Wanneer heeft u voor het laatst een e-book gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd?

Apps – gebruikt op de smartphone om boeken te lezen/luisteren

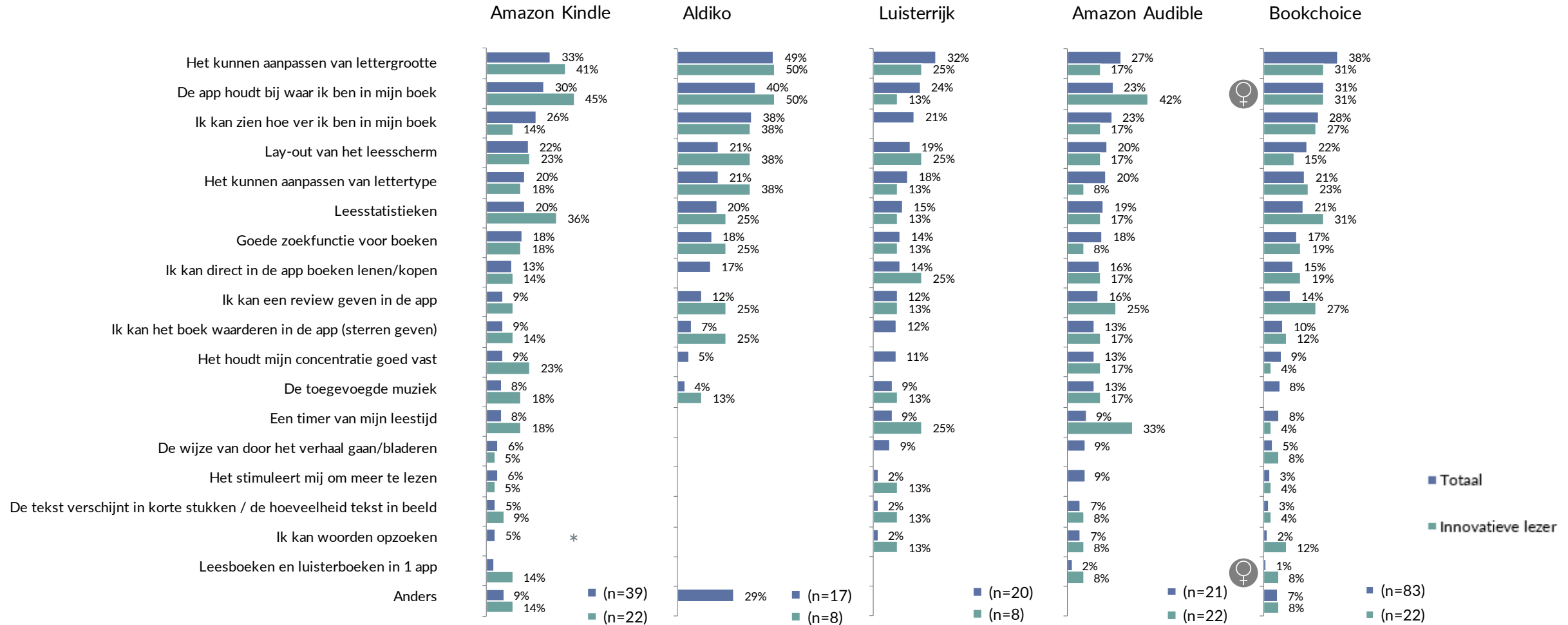


*Significant vaker dan Totaal

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-bok gelezen / luisterboek geluisterd / verhalende game gespeeld / verhalende podcast beluisterd

B13: Welke apps heeft u in het afgelopen jaar op uw mobiele telefoon gebruikt om boeken te lezen en/of te luisteren?

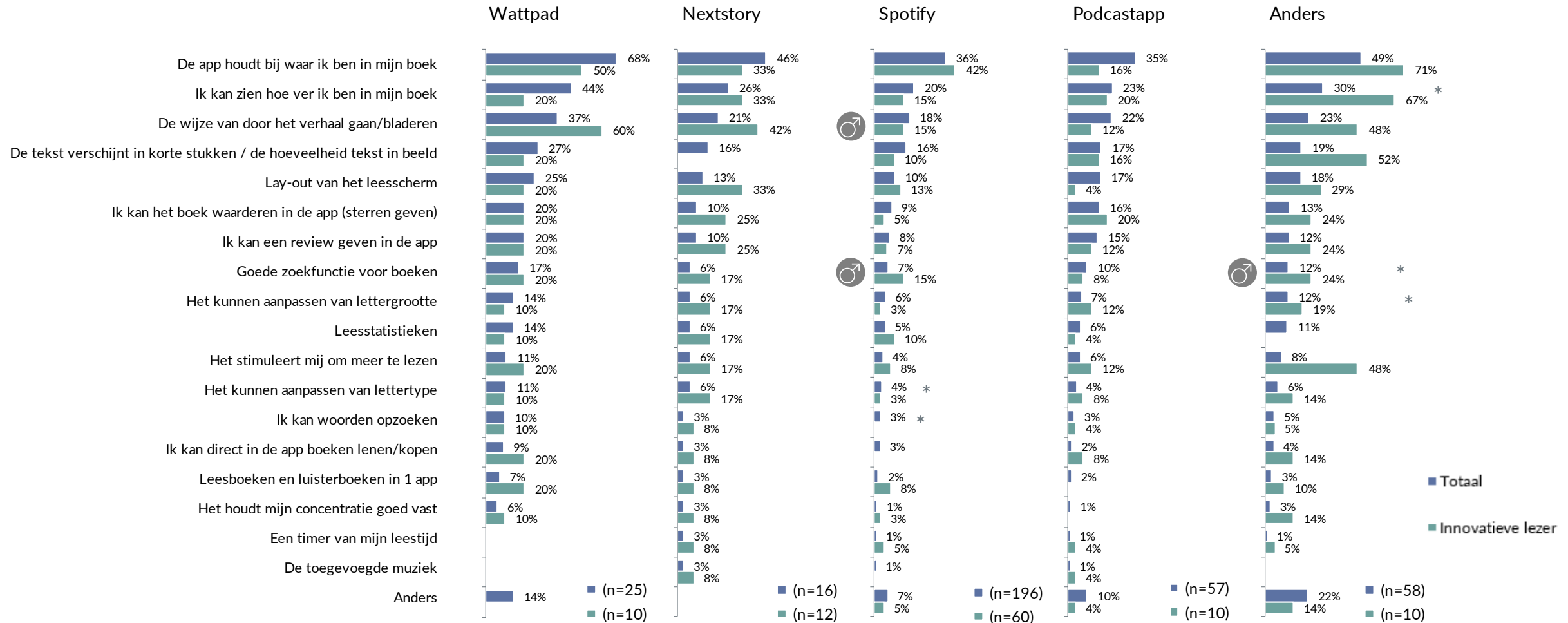
Apps – meest waardevolle eigenschappen (2)



B14: Wat vindt u waardevolle eigenschappen van...?

*Significant vaker dan Totaal
Basis: gebruikt apps om boeken te lezen/luisteren

Apps – meest waardevolle eigenschappen (3)



B14: Wat vindt u waardevolle eigenschappen van...?

*Significant vaker dan Totaal
Basis: gebruikt apps om boeken te lezen/luisteren

Onderzoeksverantwoording



Methodes



Online (CAWI in GfK Online panel)



Invulduur van de vragenlijst: circa 12 minuten



Onderwerpen van de vragenlijst: leesgedrag, nieuwe vormen van lezen, sociale media, online leesplatforms, verhalende games, luisterboeken / podcasts / e-books, en abonnementsdiensten

Veldwerk



11 mei 2021 – 31 mei 2021



Netto steekproef: n = 1.000
Bruto steekproef: n = 16.360

Sample



GfK Online Panel



Nederlandse consumenten van 14 jaar en ouder



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



Op sommige plekken in het rapport wordt vergeleken met NL representatief. Dit is de verhouding zoals die in de gehele populatie in Nederland (14 jaar en ouder) wordt gevonden.





- GfK heeft kwaliteit hoog in het vaandel. GfK werkt volgens vaste procedures en leidt medewerkers op om op juiste wijze onze producten diensten te leveren. Op die manier garanderen we de beste kwaliteit.
- GfK hanteert een kwaliteitssysteem dat voldoet aan de eisen van
 - ISO 9001:2015 (de standaard voor een kwaliteitsmanagementsysteem)
 - ISO 20252:2012 (de standaard voor het uitvoeren van marktonderzoeksprojecten en kwaliteitsbewaking in het algemeen binnen marktonderzoekbureaus) en
 - ISO 26362:2009 (de standaard voor het opzetten en exploiteren van acces-panels).
- Internationaal is GfK lid van de [ICC / ESOMAR](#) (The World Association of Research Professionals), dit is de overkoepelende organisatie van marktonderzoekbureaus.
- Op lokaal niveau is GfK lid van de [MOA](#), Center for Information Based Decision Making & Marketing Research. Dit is een vereniging van bedrijven en instellingen die zich bezighouden met Market Research, Digital Analytics, Marketing Intelligence en Beleidsonderzoek.
- GfK volgt de [gedragscode voor onderzoek en statistiek](#), handelt strikt volgens de [Wet Bescherming Persoonsgegevens](#) (wpb) en is ingeschreven bij de Autoriteit Persoonsgegevens (AP).



Growth
from
Knowledge