

STICHTING  
MARKTONDERZOEK  
BOEKENVAK



SMB 28 1106



# Boekenbranche

## Kwalitatief onderzoek naar lees- en aankoopgedrag van boeken



augustus 2007  
Stefan Peters  
Ewout Witte  
(15658)

## Inhoudsopgave

- ➔ **1. Inleiding en onderzoeksdoel**
- 2. Onderzoeksopzet
- 3. Conclusies
- 4. Resultaten
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven
  - 4.3 Lezers
  - 4.4 Informatiebronnen
  - 4.5 Vrije tijd
  - 4.6 Niet kopers
  - 4.7 Niet lezers

# Inleiding en onderzoeksdoel

3

## Inleiding

In opdracht van GfK Benelux en de Stichting Marktonderzoek Boekenvak heeft Intomart GfK een onderzoek uitgevoerd onder consumenten naar leesgedrag en aankoopgedrag van boeken. Het onderzoek had ondermeer ten doel, inzicht te verkrijgen in het gedrag van consumenten ten aanzien van het lezen en/of kopen van boeken. Hiertoe zijn onder andere de volgende aspecten in het onderzoek betrokken:

- hoe ziet het aankoopgedrag van boekenkopers eruit?
- hoe ziet het leesgedrag van boekenlezers eruit?
- waarom kopen niet-kopers geen boeken?
- waarom lezen niet-lezers geen boeken?

## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel



**2. Onderzoekopzet en -verantwoording**

3. Conclusies

4. Resultaten

4.1 Aankoopgedrag

4.2 Koopmotieven

4.3 Lezers

4.4 Informatiebronnen

4.5 Vrije tijd

4.6 Niet kopers

4.7 Niet lezers

# Onderzoeksopzet en -verantwoording

5

## Vragenlijst en methode

De vraagpunten werden in nauw overleg met de opdrachtgever geoperationaliseerd in een vragenlijst die is uitgevoerd in het Intomart GfK Online panel, door middel van een online vragenlijst (CAWI). De respondent krijgt via e-mail een uitnodiging voor het onderzoek, in de e-mail is een link opgenomen naar de vragenlijst. Door op de link te klikken opent het onderzoek automatisch en kan de respondent zelf via de computer de vragenlijst invullen. Deze CAWI-benadering biedt het voordeel dat het doorlopen van de vragenlijst automatisch wordt geregeld. Op deze manier zijn er tevens mogelijkheden opgenomen om de vragenlijst te controleren op interne consistentie.

# Onderzoeksopzet en -verantwoording

6

## Behaalde aantallen zijn als volgt:

### Lange meting feb:

- n = 707 consumenten die de afgelopen maand een boek gelezen hebben
- n= 496 consumenten die de afgelopen maand een boek gekocht hebben
- n= 564 consumenten die de afgelopen maand geen boek gelezen/gekocht hebben

### Korte meting mei:

- n = 696 consumenten die de afgelopen maand een boek gelezen hebben
- n= 501 consumenten die de afgelopen maand een boek gekocht hebben
- n= 583 consumenten die de afgelopen maand geen boek gelezen/gekocht hebben

### Lange meting aug:

- n = 702 consumenten die de afgelopen maand een boek gelezen hebben
- n= 503 consumenten die de afgelopen maand een boek gekocht hebben
- n= 529 consumenten die de afgelopen maand geen boek gelezen/gekocht hebben

# Onderzoeksoopzet en -verantwoording

7

## Veldwerk

Het veldwerk voor dit onderzoek werd uitgevoerd in de periode woensdag 8 augustus t/m woensdag 15 augustus. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 22 minuten.

## Steekproef

De steekproef is getrokken uit het Intomart GfK Online panel. Er is een landelijk representatieve steekproef getrokken voor wat betreft geslacht (vanaf 13 jaar), leeftijd en opleiding.

Er is gequoteerd op:

N = 500 consumenten die de afgelopen maand een boek gelezen hebben

N = 500 consumenten die de afgelopen maand een boek gekocht hebben

De cellen kunnen niet exact afgestopt worden aangezien er een overlap is in lezers en kopers.

# Onderzoeksopzet en -verantwoording

8

## Responsverantwoording

Aantal uitgestuurde uitnodigingen: 1698

Vragenlijst niet afgemaakt: 47

Afgevallen: 0

Quotafail: 55

Vragenlijst niet geopend: 597

RESTEERT: totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 999



# Onderzoekopzet en -verantwoording

## Rapportage

De rapportage bestaat uit een grafische rapportage van alle gestelde vragen. Hieraan vooraf gaat een beknopte samenvatting van de resultaten.

Daar waar de som van de resultaten niet precies op 100% uitkomt, wordt dit veroorzaakt door afrondingsverschillen of was meer dan één antwoord toegestaan.

## Tenslotte

Het onderzoek is uitgevoerd door Intomart GfK, dat behoort tot de internationale GfK-groep. Intomart GfK is gecertificeerd door Lloyd's Register Quality Assurance volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001. Tevens worden de richtlijnen van de MOA (MarktOnderzoekAssociatie) en ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) in acht genomen. Deze richtlijnen zijn bij Intomart GfK op te vragen.

Intomart GfK behoort tot de eerste groep Nederlandse marktonderzoeksbureaus die het nieuwe ISO 20252 certificaat heeft ontvangen, dat internationaal speciaal voor markt- en opinieonderzoek in het leven geroepen is. Intomart GfK is ook actief lid van de MOA en behoort tot de Research Keurmerkgroep van de MOA.

## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
- **3. Conclusies**
4. Resultaten
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven
  - 4.3 Lezers
  - 4.4 Informatiebronnen
  - 4.5 Vrije tijd
  - 4.6 Niet kopers
  - 4.7 Niet lezers

# Conclusies en aanbevelingen

11

## Overall conclusie

- De augustus-meting vertoont enkele opvallende verschillen met de mei- en februarimeting. Spanning blijft onveranderd het meest gekochte en gelezen genre. De populariteit van literatuur neemt echter af.
- De lokale boekhandel is de belangrijkste aankoopplaats van boeken.
- Vooral in augustus wordt er veel ter ontspanning gelezen.
- De aankoop- en leesintentie onder de niet-kopers en niet-lezers is afgenomen sinds de mei-meting.
- Het lidmaatschap van de bibliotheken neemt af waardoor er ook minder gelezen boeken bij de bibliotheek vandaan komen.
- Er zijn of minder commercials of minder effectieve commercials voor boeken geweest in de periode voorafgaande aan het onderzoek.

## Literatuur minder gekocht én gelezen, spanning genre nummer één

- Spanning is het genre dat het meest gekocht en gelezen wordt. Tijdens de vorige metingen werden boeken in het genre literatuur bijna even vaak gekocht, maar in de augustus is dit percentage sterk gedaald. Overigens blijkt dit niet uit de retailcijfers. Dit is daarom waarschijnlijk een effect vanuit definitiestelling. Boeken in het genre spanning worden nog steeds het meest gelezen. Literatuur wordt minder vaak gelezen dan tijdens de mei-meting, maar is nog wel het op één na meest gelezen genre. Ontspanning is veruit het belangrijkste motief om een boek te kopen en te lezen.
- Van bijna de helft van de boeken die gekocht worden, wordt vooraf bepaald dat het aangeschaft gaat worden. Als er opvallende of interessante boeken worden gezien, kan de keus beïnvloed worden. 75% van de boekenkopers geeft aan wel eens of vaak meer boeken te kopen dan vooraf de bedoeling was. Dit komt voornamelijk doordat ze een boek tegenkomen dat aansluit bij de persoonlijke interesse of dat er een boek in de aanbieding is.

# Conclusies en aanbevelingen

12

## Lokale boekhandel de belangrijkste aankoopplek

- De meeste boekkopers schaffen hun boek aan bij de lokale boekhandel. Dit in tegenstelling tot de eerdere metingen waar de meeste boeken bij de Bruna werden aangeschaft en voor de meeste kopers het internet de belangrijkste primaire aankoopplaats was. De Bruna en de V&D worden door de meeste boekkopers genoemd als secundaire aankoopplaats. De belangrijkste redenen om boeken bij de lokale boekhandel aan te schaffen, zijn de ruime keuze, de persoonlijke bediening, en het personeel geeft goede adviezen. Verder ligt de lokale boekhandel uiteraard dicht in de buurt en komen mensen er vaak langs als ze aan het winkelen zijn. Het internet is de op één na belangrijkste aankoopplaats van boeken. Het gemak van het thuiswinkelen en de ruime keuze zijn de belangrijkste redenen om via het internet een boek aan te schaffen.

## Lezen in augustus is in de meeste gevallen een ontspannen hobby

- Ontspanning is het belangrijkste motief om een boek te kopen en te lezen. Ten opzichte van de vorige metingen is het percentage lezers dat ter ontspanning leest significant toegenomen, terwijl het lezen uit interesse, voor studie, school en/of voor werk significant is afgenomen. De zomer is de ideale periode om ontspannen te lezen.

# Conclusies en aanbevelingen

13

## Kopers schatten de boekenprijs hoger in dan in februari

- De kopers denken dat de gemiddelde boekenprijs ligt op €22,27. In februari was dat nog €19,35. Over het algemeen vindt een meerderheid van de kopers (65%) te boekenprijs tamelijk hoog of erg hoog. Dat percentage ligt hoger dan bij de niet-kopers. Van de niet-kopers vindt 59% de boekenprijs tamelijk hoog of erg hoog. De kopers van boeken klagen meer over de boekenprijs dan de niet-kopers.
- Een wijziging van de boekenprijs heeft onder de niet-kopers minder invloed op het aantal boeken dat men koopt dan in februari. Zowel in positieve zin (bij een prijsverlaging meer boeken kopen), als in negatieve zin (bij een prijsverhoging minder boeken kopen) is een prijswijziging minder van invloed op het aankoopgedrag van de niet-kopers.

## Aanschafintentie van de niet-kopers neemt af

- De aanschafintentie onder de kopers is gelijk gebleven: 87% van de kopers is waarschijnlijk of zeer zeker van plan in het komende half jaar een boek aan te schaffen. Onder de niet-kopers is de aanschafintentie gedaald van 32% naar 25%. Dat is significant lager dan in februari en in mei. Het aandeel niet-lezers dat waarschijnlijk tot zeker van plan is het komende half jaar een boek te lezen, is ook gedaald van 41% naar 29%. In mei denkt een relatief hoog percentage niet-lezers met de zomerperiode in het vooruitzicht weer aan het lezen van een boek toe te zijn. In augustus is dat percentage weer afgenomen. Waarschijnlijk omdat er weer een periode van werk of studie aan zit te komen waarin minder tijd over blijft om te lezen.

# Conclusies en aanbevelingen

14

## Minder aanschaf van boeken naar aanleiding van een commercial op radio of tv

- Boekrecensies worden door de meeste kopers af en toe gelezen. Indien kopers een boekrecensie lezen, kan dit bij de meeste kopers af en toe tot een aankoop leiden.
- Er worden regelmatig boeken gekocht naar aanleiding van een advertentie. Naar aanleiding van een reclame op radio of TV worden er stukken minder boeken gekocht. Dit percentage is in vergelijking met februari sterk gedaald. De effectiviteit van tv-reclames voor boeken die in het afgelopen jaar getoond zijn, was in het afgelopen half jaar lager dan de effectiviteit van de commercials die in het halve jaar daarvoor zijn getoond, of er wordt minder voor boeken geadverteerd dan in februari. Bijna de helft van de boekenkopers heeft wel eens een boek gekocht naar aanleiding van een literaire prijs.

## Bibliotheekbezoek neemt af in augustus

- De meeste boeken die gelezen worden, hebben de lezers zelf gekocht (55%). Het bibliotheekbezoek staat met een aanzienlijk lager percentage (22%) op de tweede plaats. Het bibliotheekbezoek is sinds mei flink afgenomen en zit ongeveer weer op het niveau van februari. Het aandeel lezers dat lid is van een bibliotheek is sinds februari significant afgenomen. Van de bibliotheekbezoekers komt 66% er eens per maand of minder. Slechts 8% van de bezoekers komt er minstens één keer per week.

# Conclusies en aanbevelingen

15

## Binnenshuis zijn de beste leesplekken te vinden

- De gemiddelde leestijd is 59 minuten. Dat was 55 minuten in februari, maar het verschil is te klein om te concluderen dat er in augustus daadwerkelijk langer wordt gelezen dan in februari. Het lezen vindt nagenoeg altijd binnenshuis plaats, met een voorkeur voor de stoel, bank of in bed.

## Meer tijd om te lezen in augustus

- Nog steeds wordt het niet-kopen van een boek door de meeste niet-kopers verklaard door het feit dat ze nooit boeken lezen. Het lenen van boeken in de bibliotheek en de verklaring "ik heb nog genoeg boeken" worden daarna het meest als verklaring genoemd. In augustus lijkt men meer tijd te hebben om boeken te lezen. Het aandeel niet-kopers dat, als verklaring voor het niet-kopen van boeken, aangeeft geen tijd te hebben voor het lezen van boeken is significant afgenomen ten opzichte van de mei-meting.
- De belangrijkste reden voor de niet-kopers om toch een boek te kopen is ter ontspanning. Een grotere groep niet-kopers dan tijdens de vorige metingen zou een boek cadeau geven indien ze toch een boek zouden aanschaffen.

## Vrouwen lezen veel meer dan mannen

- Vrouwen lezen veel meer dan mannen. Gevraagd naar verschillende vrije tijdsbestedingen, geven relatief veel meer vrouwen aan regelmatig tot vaak te lezen dan mannen: 62,7% tegenover 36,2%. Verder is het opvallend dat in de vierdeling oud/rijk, jong/arm, jong/rijk en oud/arm de groep die leest als vrije tijdsbesteding óf jong en arm is, óf oud en rijk.

## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies



## 4. Resultaten

- 4.1 Aankoopgedrag
- 4.2 Koopmotieven
- 4.3 Lezers
- 4.4 Informatiebronnen
- 4.5 Vrije tijd
- 4.6 Niet kopers
- 4.7 Niet lezers



## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies
4. **Resultaten**

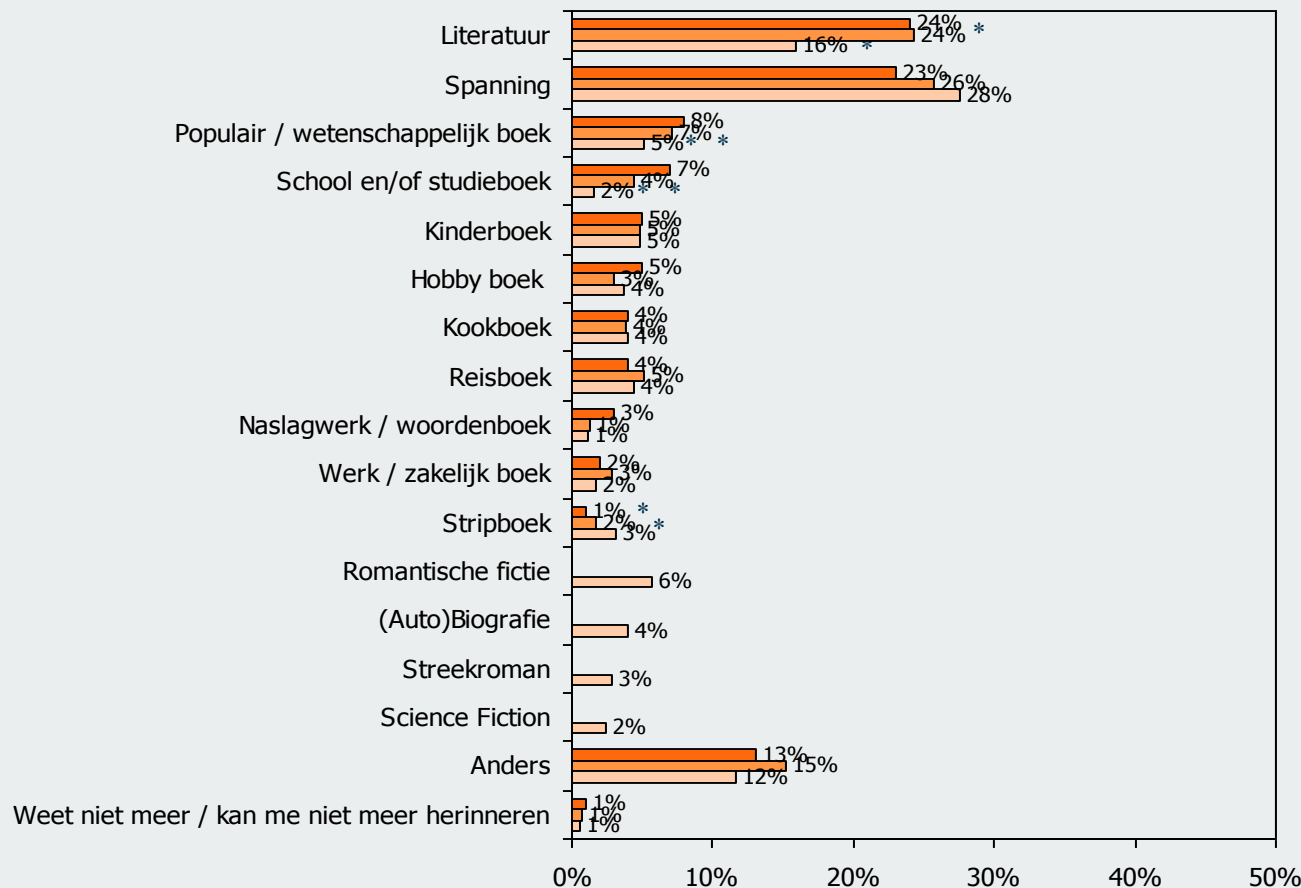
### → **4.1 Aankoopgedrag**

- 4.2 Koopmotieven
- 4.3 Lezers
- 4.4 Informatiebronnen
- 4.5 Vrije tijd
- 4.6 Niet kopers
- 4.7 Niet lezers

# Genre

18

Genre



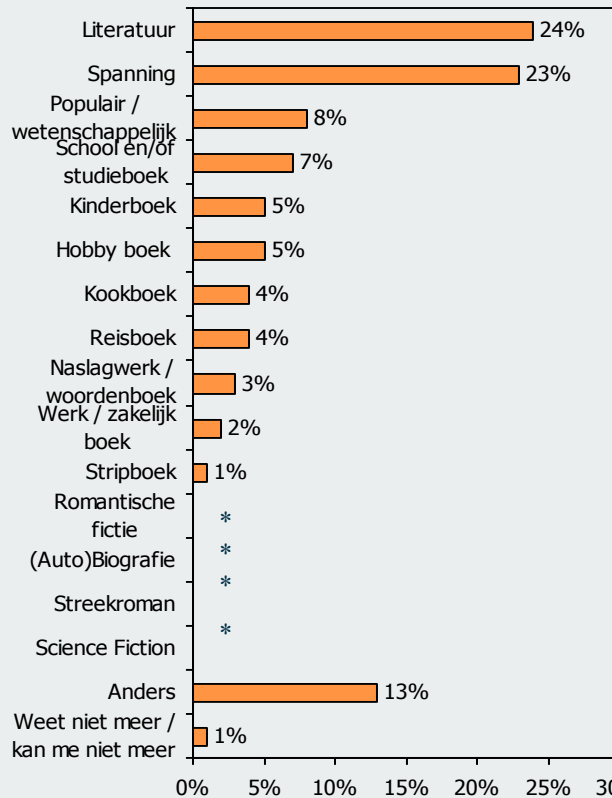
■ 1 meting  
■ 2 meting  
■ 3 meting

\* = sign. versch. tussen 2 & 3--meting

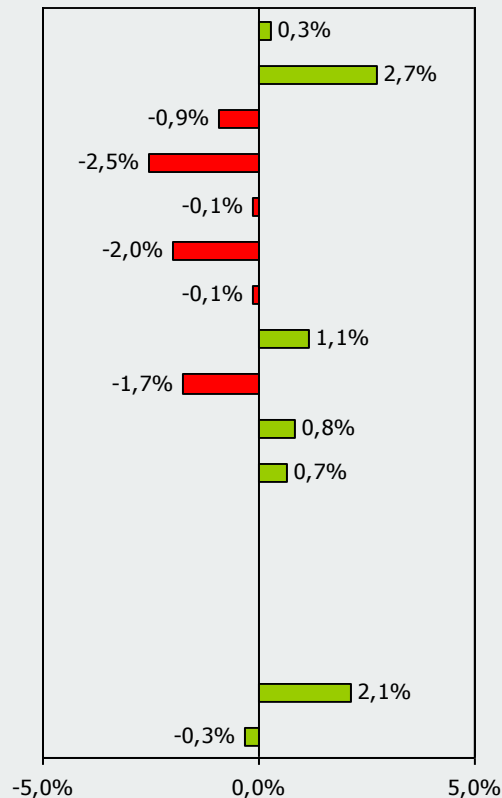
# Genre verschil februari – mei - augustus

19

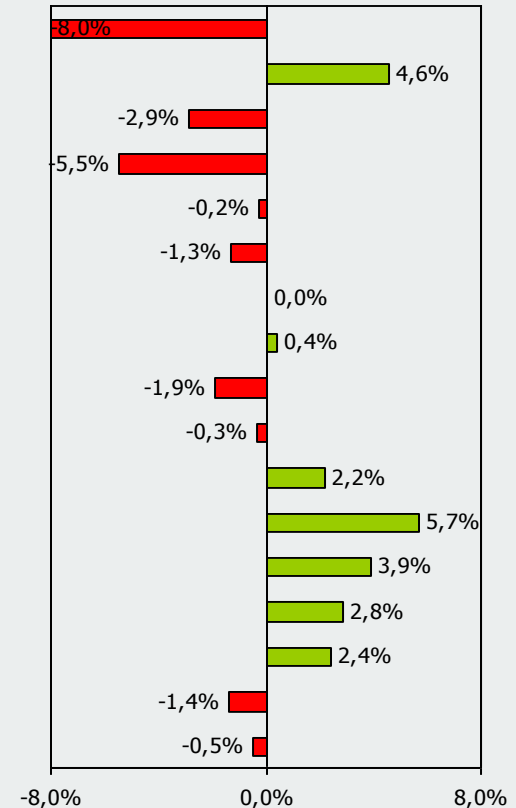
februari



verschil mei



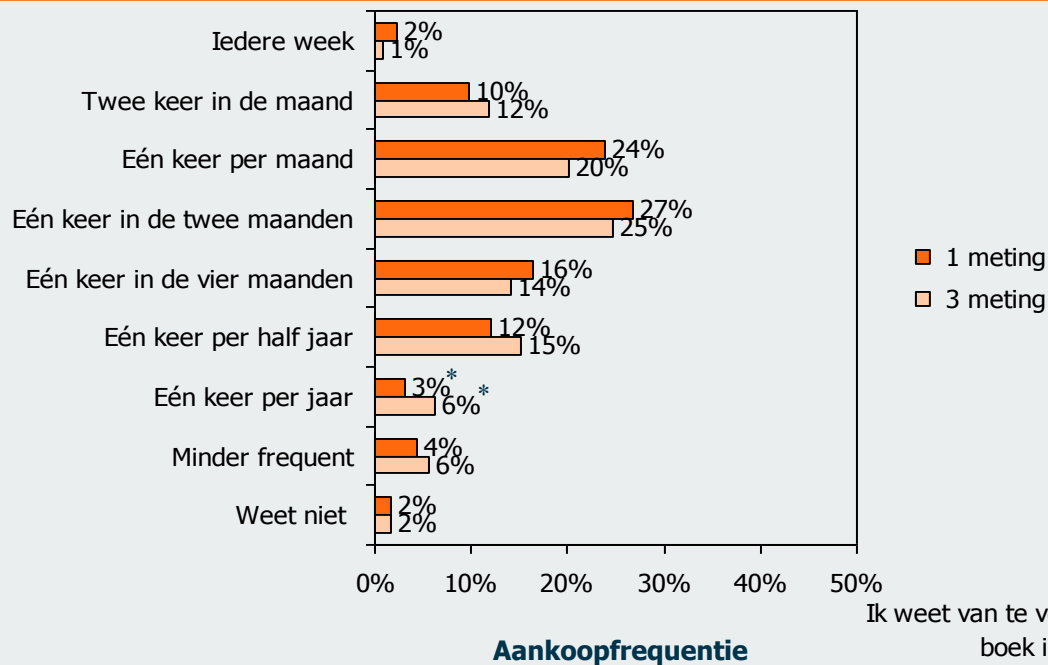
verschil augustus



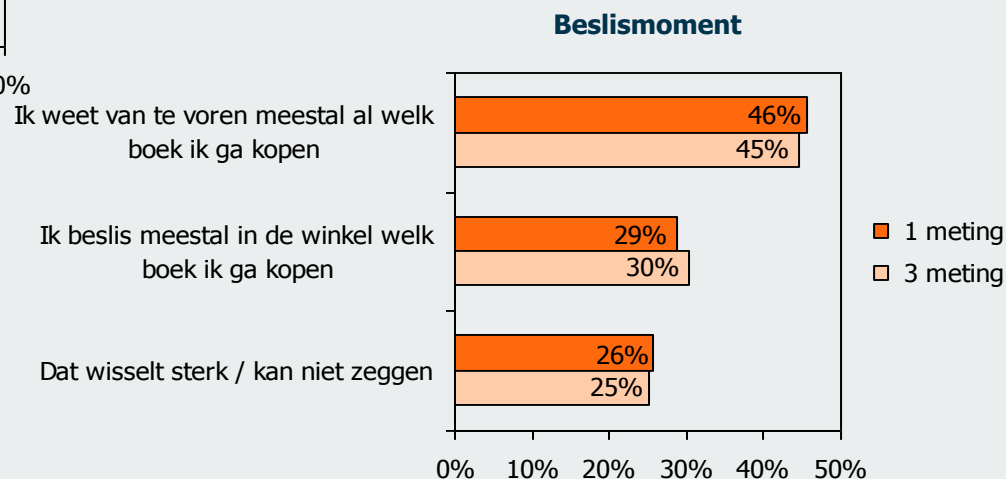
\* Sinds augustus gesteld

# Aankoopfrequentie en beslismoment

20



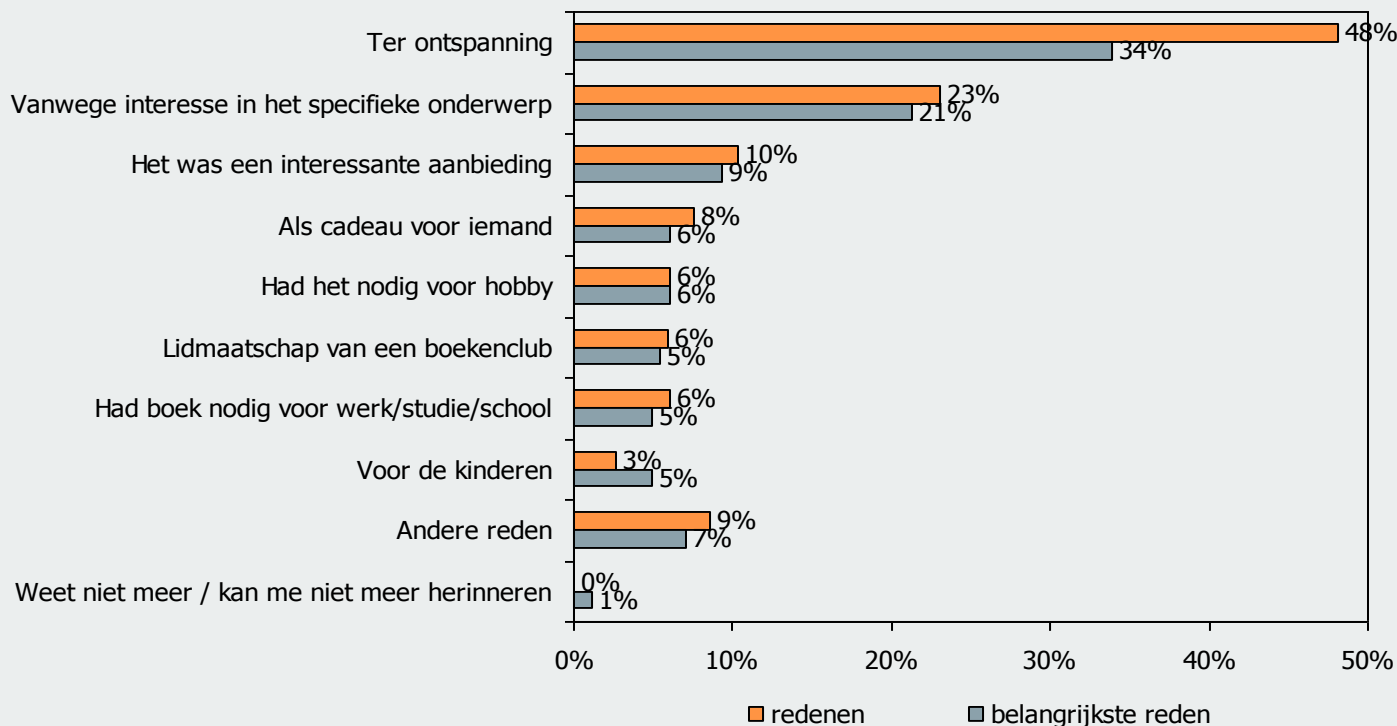
\* = sign. versch. tussen 1 & 3--meting



# Aankoopredenen

21

## Aankoopredenen



Totaal aantal boeken: basis n = 1196

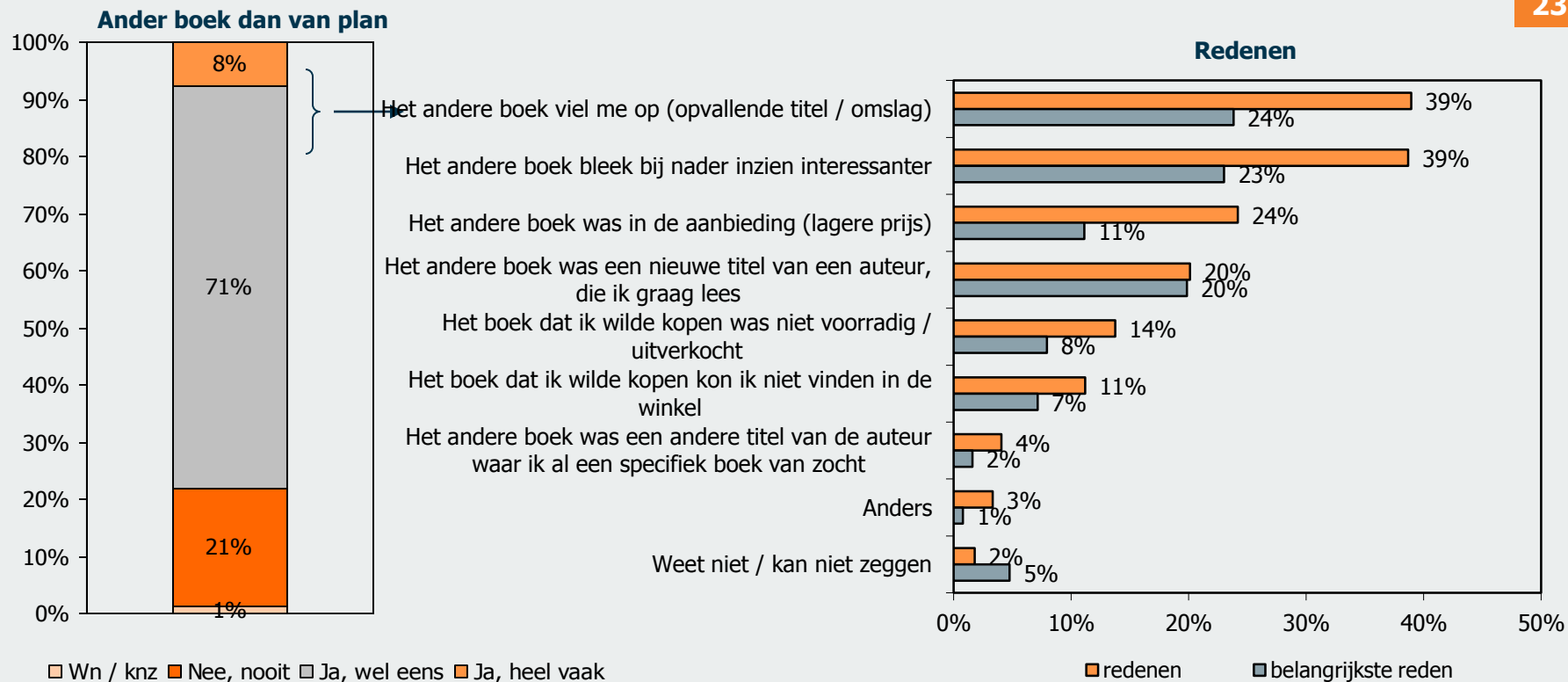
# Aankoopredenen

22

	n=191	n=330	n=57	n=48	n=38	n=53	n=13	n=44	n=20	n=61	n=18	n=34	n=68	n=47	n=29	n=139
Redenen	Literat.	Spanning	Kinder	Kook	Strip	Reis	Naslag / woorden boek	Hobby	Werk / zak. boek	Pop. weten sch. boek	School / studie	StreekR oman	Roman. Fictie	Auto Bio	Science Fiction	Anders
Ik wilde een boek ter ontspanning	59%	68%	26%	13%	26%	9%	0%	16%	5%	8%	6%	38%	72%	40%	48%	22%
Ik had het boek nodig voor mijn werk / studie / school	4%	1%	4%	0%	0%	8%	38%	0%	70%	15%	67%	3%	0%	0%	0%	1%
Ik had het boek nodig voor mijn hobby	1%	1%	0%	25%	3%	2%	23%	45%	0%	2%	6%	3%	0%	0%	3%	4%
Ik had interesse in het specifieke onderwerp van dat boek	13%	3%	5%	35%	5%	45%	23%	16%	15%	64%	11%	9%	3%	34%	7%	52%
Ik wilde het iemand cadeau doen	8%	5%	11%	6%	5%	11%	8%	14%	10%	2%	0%	9%	6%	6%	0%	6%
Het was een interessante aanbieding	7%	8%	2%	10%	0%	8%	0%	5%	0%	5%	11%	12%	1%	9%	0%	4%
Voor de kinderen	1%	1%	32%	0%	16%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	1%
Lidmaatschap boekenclub	4%	7%	4%	0%	0%	2%	0%	2%	0%	3%	0%	15%	3%	2%	21%	3%
Andere reden	4%	6%	18%	10%	45%	15%	8%	0%	0%	2%	0%	9%	15%	4%	21%	8%

# Aankoop ander boek dan van plan

23



Vraag A5. Komt het wel eens voor dat u in de winkel bent (kan ook een internetwinkel zijn) en dat u dan een ander boek of andere boeken koopt dan u aanvankelijk van plan was?

Vraag A6a. U gaf aan dat het wel eens voorkomt, dat u een ander boek aanschaft dan u van te voren van plan was. Kunt u hieronder aangeven wat, de laatste keer dat dit voorkwam, de reden of de redenen hiervoor was/waren?

Selectie: komt vaak of wel eens voor dat men een ander boek koopt n=393

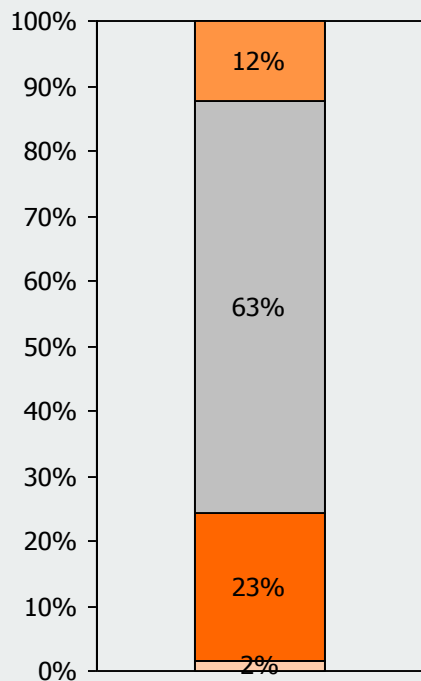
Selectie: belangrijkste reden n=126

Kopers: basis n= 503

# Aankoop meer boeken dan van plan

24

## Meer boeken gekocht dan van plan

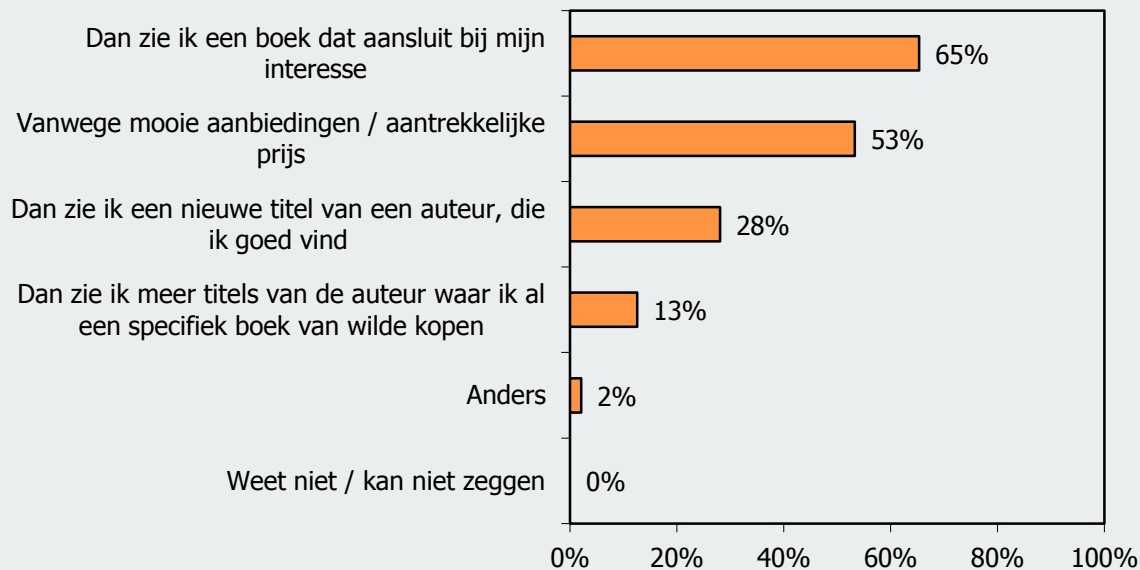


□ Wn/knz ■ Nee, nooit □ Ja, wel eens ■ Ja, heel vaak

Vraag A7a. Koopt u bij een winkelbezoek wel eens meer boeken dan u aanvankelijk van plan was?

Vraag A7b. Wat zijn zoal de redenen dat u meer boeken koopt dan u aanvankelijk van plan was?

## Redenen



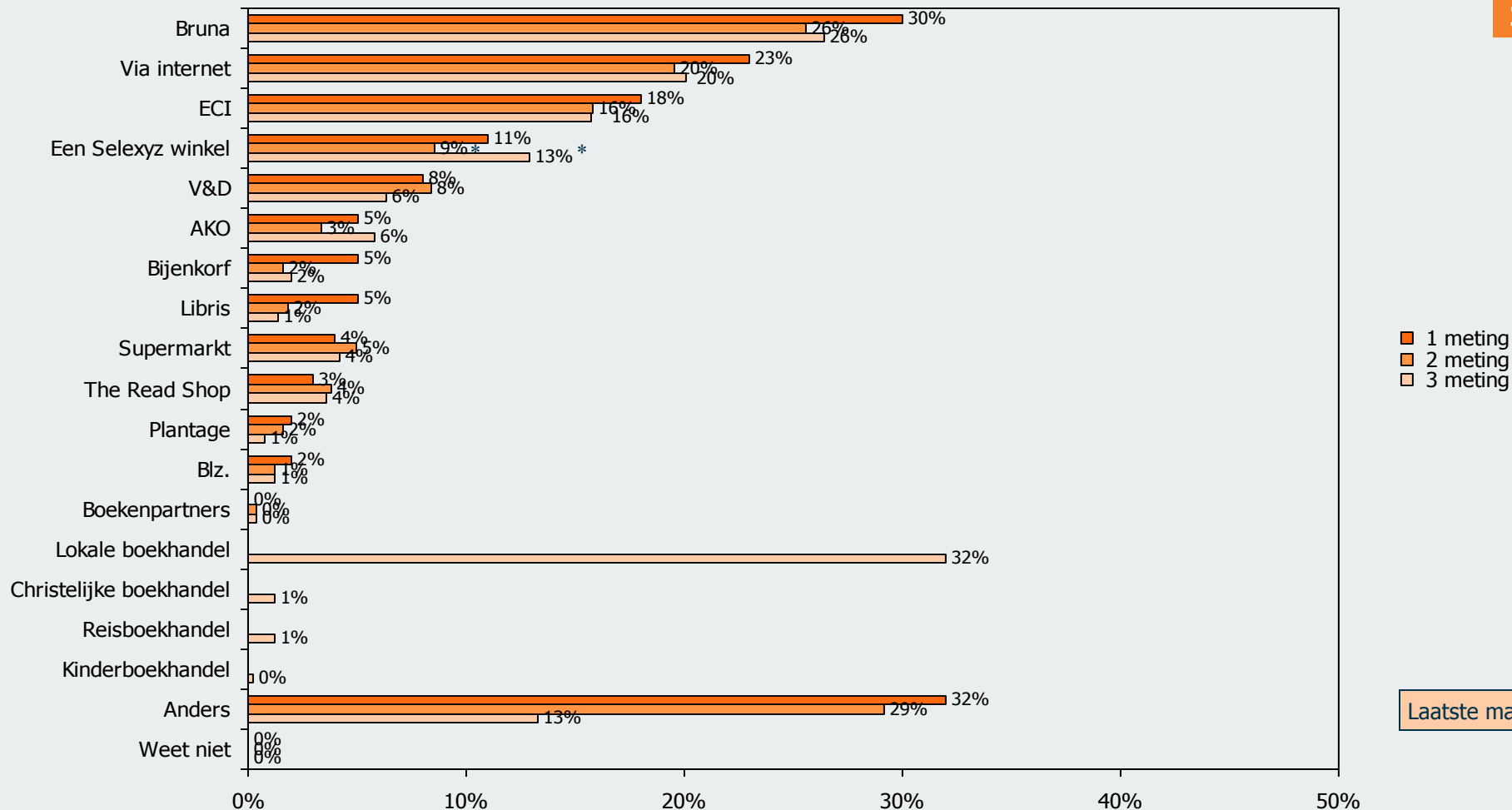
Selectie: koopt wel eens meer boeken n=381

Kopers: basis n= 503



# Aankoopplaats

25



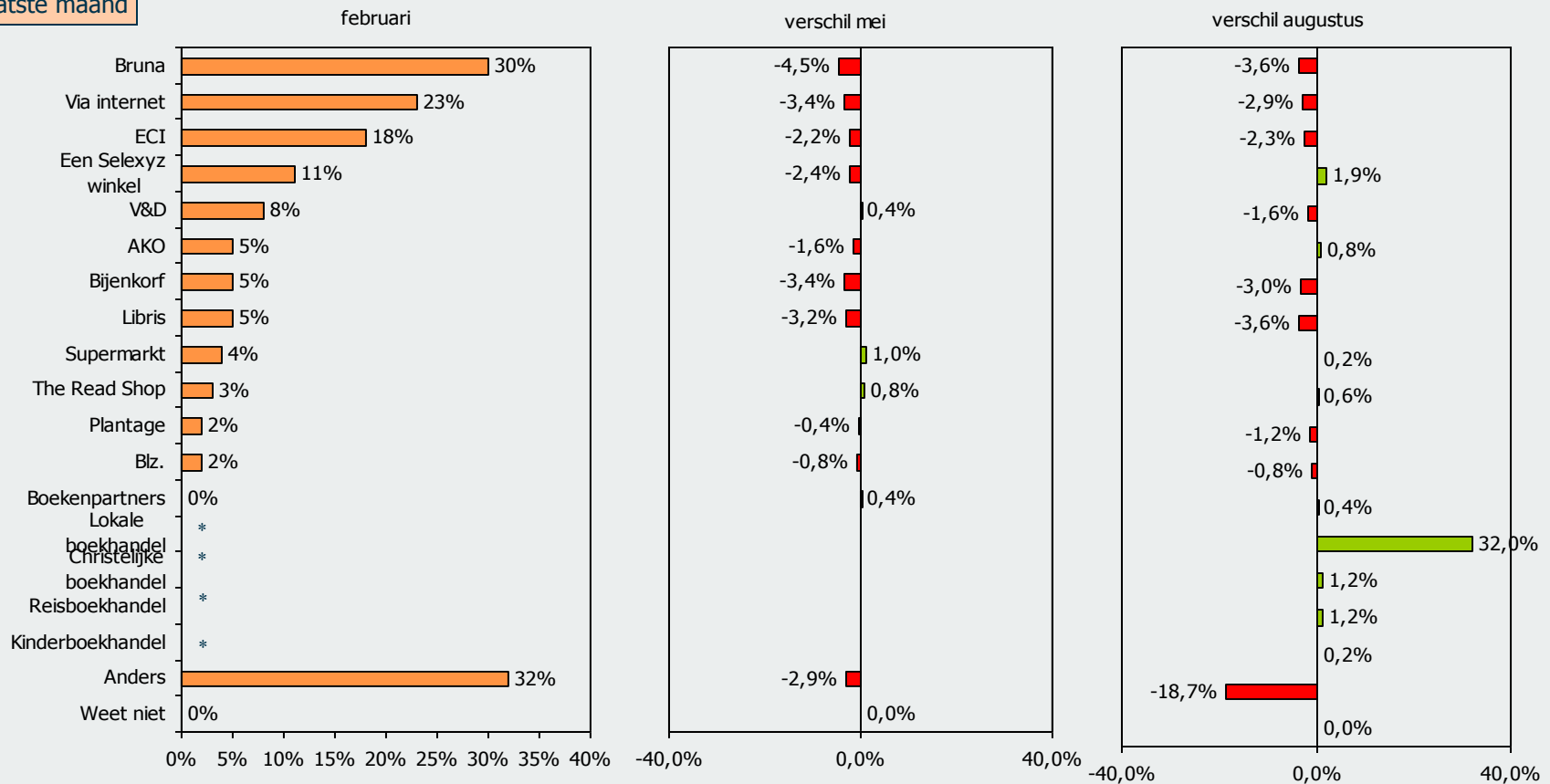
1 meting  
2 meting  
3 meting

Laatste maand

# Aankoopplaats verschil februari-mei-augustus

Laatste maand

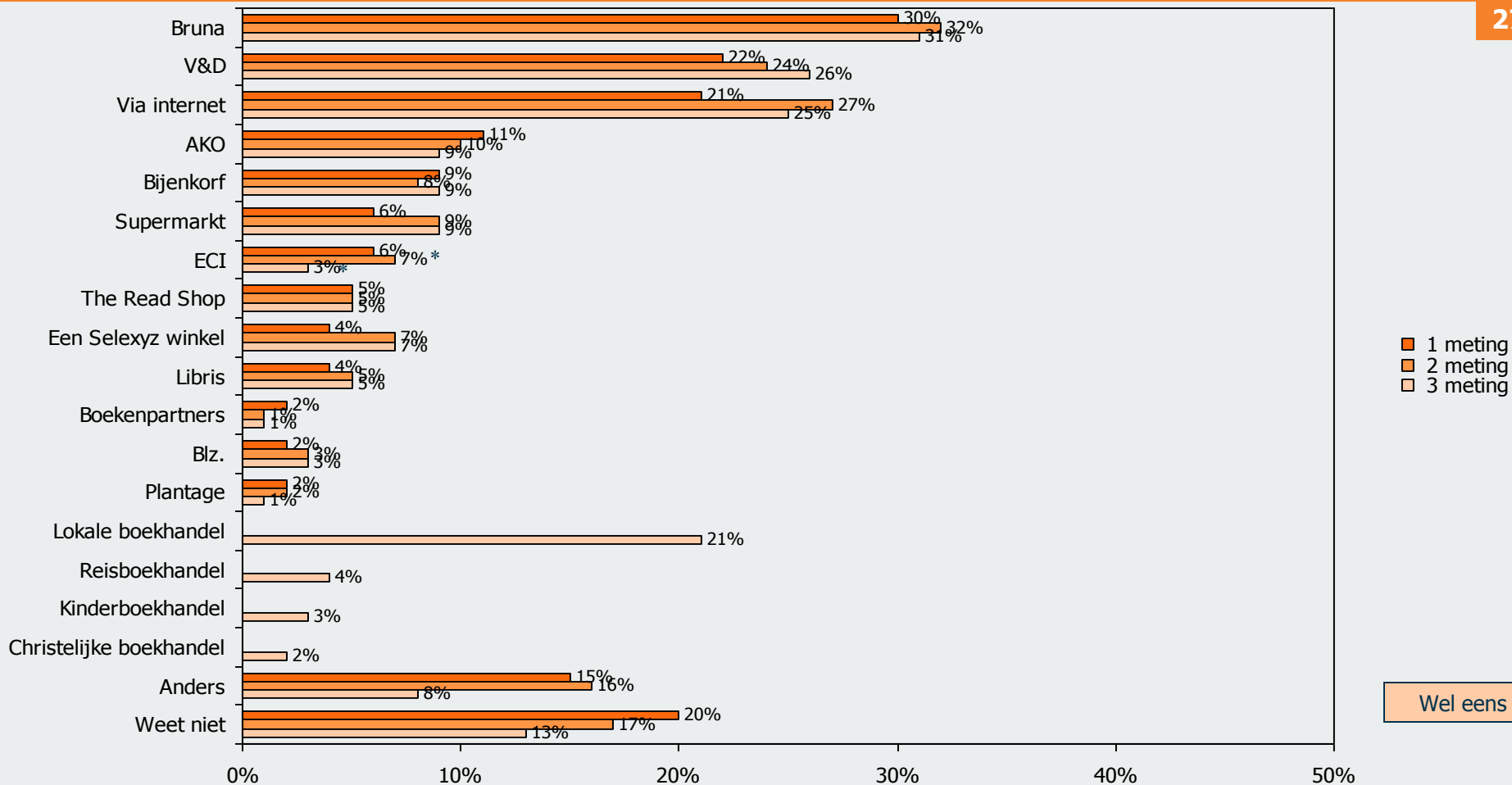
26



\* Sinds augustus gesteld

# Aankoopplaats

27

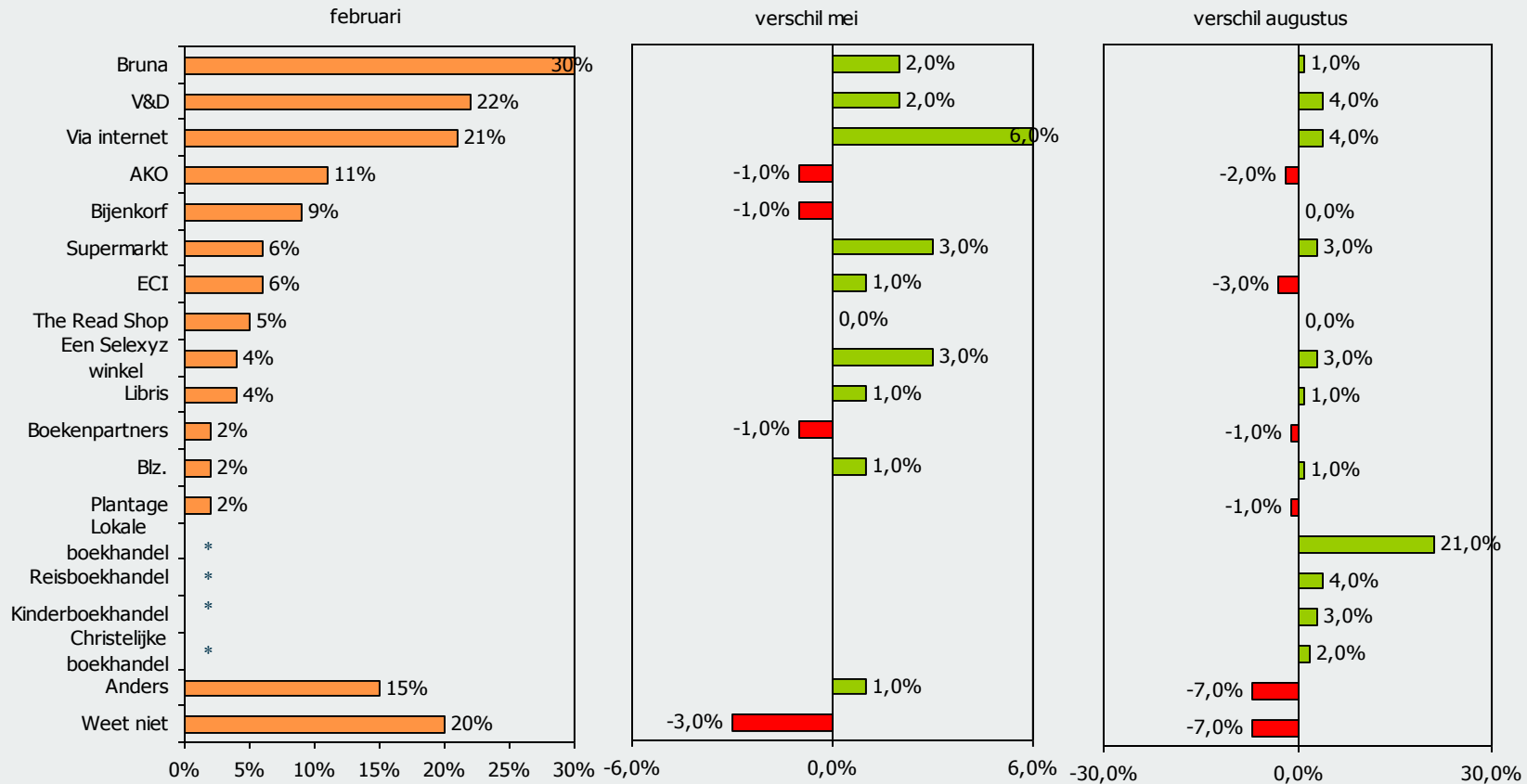


1 meting  
2 meting  
3 meting

Wel eens

# Aankoopplaats verschil februari-mei-augustus

28

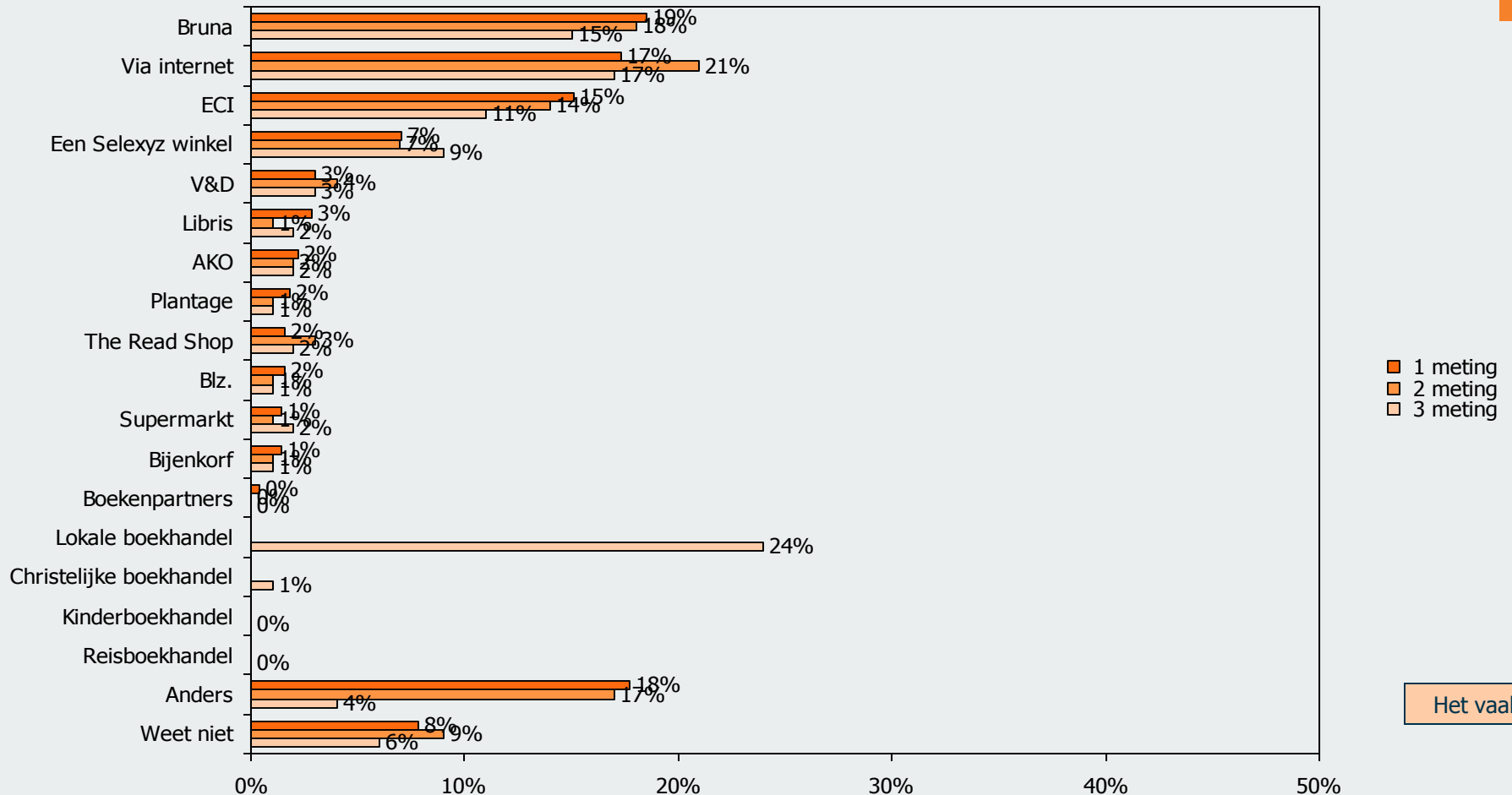


Wel eens

\* Sinds augustus gesteld

# Aankoopplaats

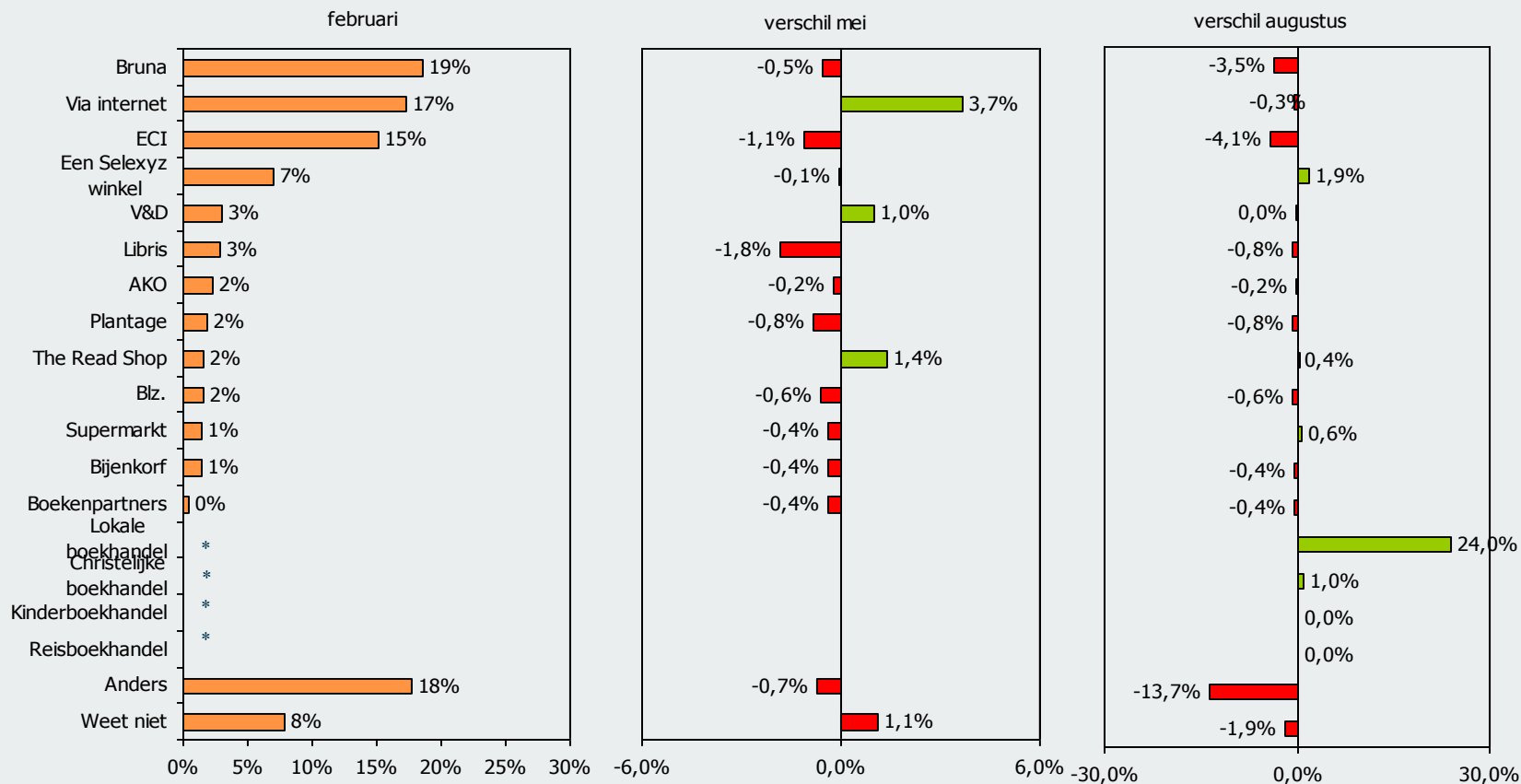
29



# Aankoopplaats

## Vershil februari-mei-augustus

30



Het vaakst

\* Sinds augustus gesteld

# Belangrijkste reden voor het kopen van een boek per aankoopplaats

31

	n=29	n=133	n=79	n=21	n=32	n=10	n=18	n=65	n=101	n=161	n=67
Redenen	AKO	Bruna	ECI	Supermarkt	V&D	Bijenkorf	The Read Shop	Selexyz winkel	Via internet	Lokale Boekhandel	Anders
Veelal grote en ruime keuze	28%	15%	13%	0%	9%	30%	11%	74%	35%	23%	20%
Persoonlijke bediening	3%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	11%	5%
Goede adviezen van het personeel	0%	2%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	9%	5%
Vaak leuke aanbiedingen	10%	10%	13%	52%	34%	0%	6%	2%	16%	6%	15%
Makkelijk te bereiken	10%	6%	3%	0%	0%	0%	6%	5%	24%	8%	2%
Dicht bij mij in de buurt	14%	33%	1%	10%	9%	10%	44%	5%	1%	26%	6%
Kom ik langs als ik aan het winkelen ben	17%	16%	1%	14%	13%	20%	17%	11%	0%	11%	6%
Ligt op route van mijn woon-werk verkeer	10%	7%	0%	0%	6%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
Verkopen ook andere zaken dan alleen boeken	3%	7%	0%	19%	19%	30%	11%	0%	5%	4%	9%
Verplicht lidmaatschap van een boekenclub	0%	0%	65%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%
anders	3%	2%	5%	5%	6%	10%	0%	5%	17%	3%	31%
Weet niet / kan niet zeggen	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	2%

Kopers: basis n=503

## Belangrijkste conclusies aankoopgedrag

32

- Boeken in het genre literatuur zijn volgens de consument minder gekocht dan in februari en mei. Overigens is deze verschuiving niet terug te vinden in de retailcijfers. De meest logische verklaring is dat consumenten bepaalde boeken in een andere categorie hebben gedeeld, waaronder bijvoorbeeld spanning en romantische fictie.
- Het genre spanning wordt steeds vaker gekocht. Omdat een hoog percentage van de gekochte en gelezen genres tijdens de vorige metingen in de anders-categorie viel, hebben we in de augustus-meting een viertal categorieën toegevoegd. Van deze toegevoegde genres heeft "romantische fictie" met 6% de meeste kopers. De aankoopfrequentie en het beslismoment van aankoop zijn ten opzichte van de februari-meting gelijk gebleven: de meeste kopers kopen hun boeken maandelijks, één keer in de twee maanden of één keer in de vier maanden. Eén keer in de twee maanden is daarvan de grootste groep. Bijna de helft van de kopers weet meestal van tevoren welk boek ze gaan kopen. Veruit de meeste boeken worden ter ontspanning gelezen. Daarin zit geen verschil ten opzichte van de februari-meting.
- Het komt regelmatig voor dat er andere boeken worden gekocht dan oorspronkelijk de bedoeling was. De voornaamste redenen zijn dat het andere boek de boekenkoper opviel of dat het andere boek bij nader inzien interessanter bleek te zijn. Indien er een boek in de winkel ligt dat aansluit bij de persoonlijke interesse of er aan boek in de aanbieding is, kan dit ook gekocht worden naast het boek dat men oorspronkelijk van plan was te kopen.
- De primaire aankoopplaats van boeken is in de meeste gevallen de lokale boekhandel. Omdat deze antwoordcategorie pas sinds de augustus-meting is ingevoerd, is er geen vergelijking met de eerdere metingen te maken. Omdat het aantal antwoorden dat in de anders-categorie valt in de augustus-meting sterk is afgenomen, lijkt het dat daar veel van de antwoorden "bij de lokale boekhandel" in vielen. De Bruna is de meest gebruikte secundaire boekhandel, gevolgd door de V&D en het internet. De lokale boekhandel wordt ook het vaakst als aankoopplaats gebruikt, gevolgd door het internet en de Bruna. De lokale boekhandel is vooral aantrekkelijk dankzij de gunstige ligging en de ruime keuze.

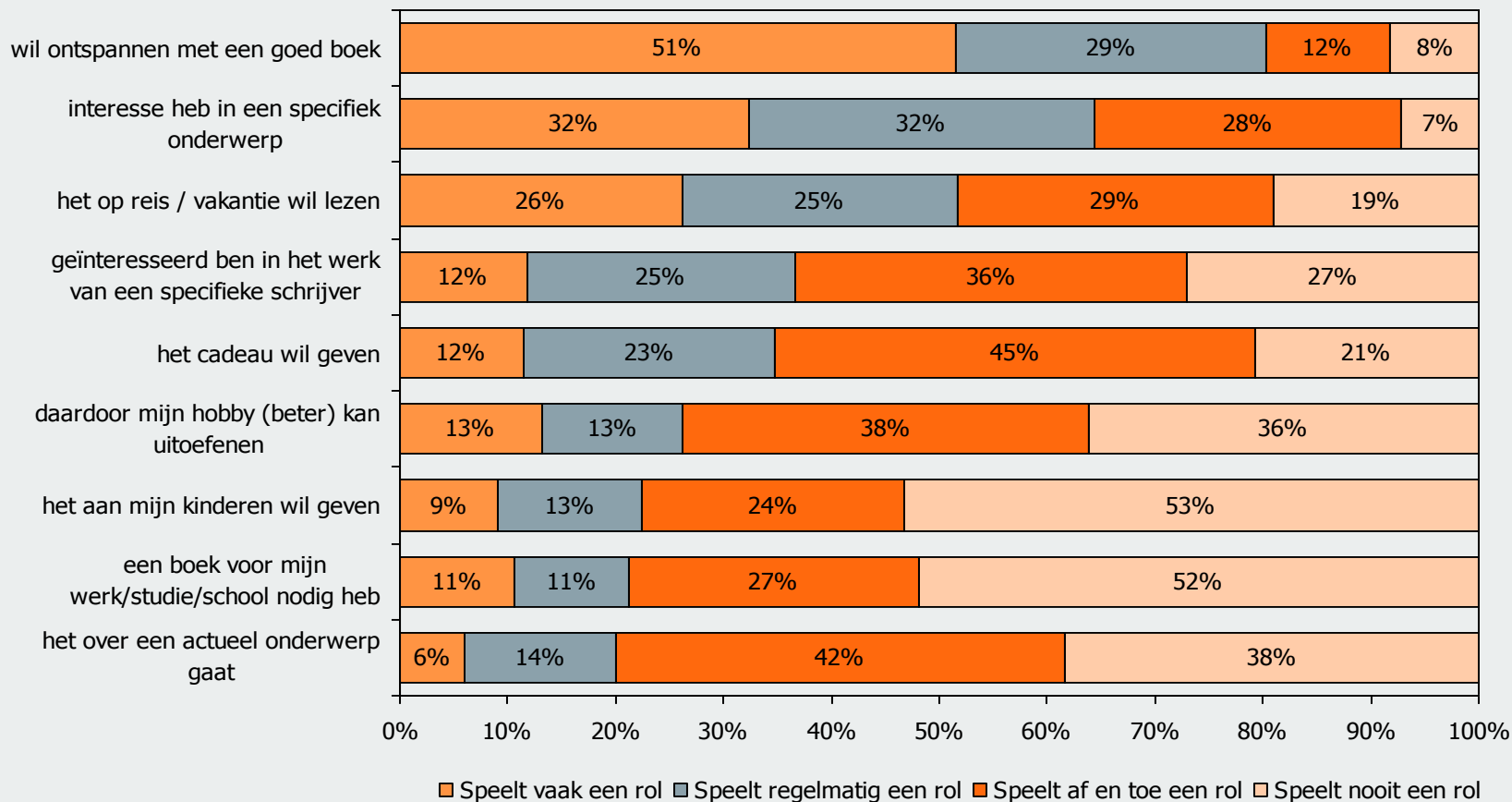


## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies
4. **Resultaten**
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven**
  - 4.3 Lezers
  - 4.4 Informatiebronnen
  - 4.5 Vrije tijd
  - 4.6 Niet kopers
  - 4.7 Niet lezers

# Aankoop motieven

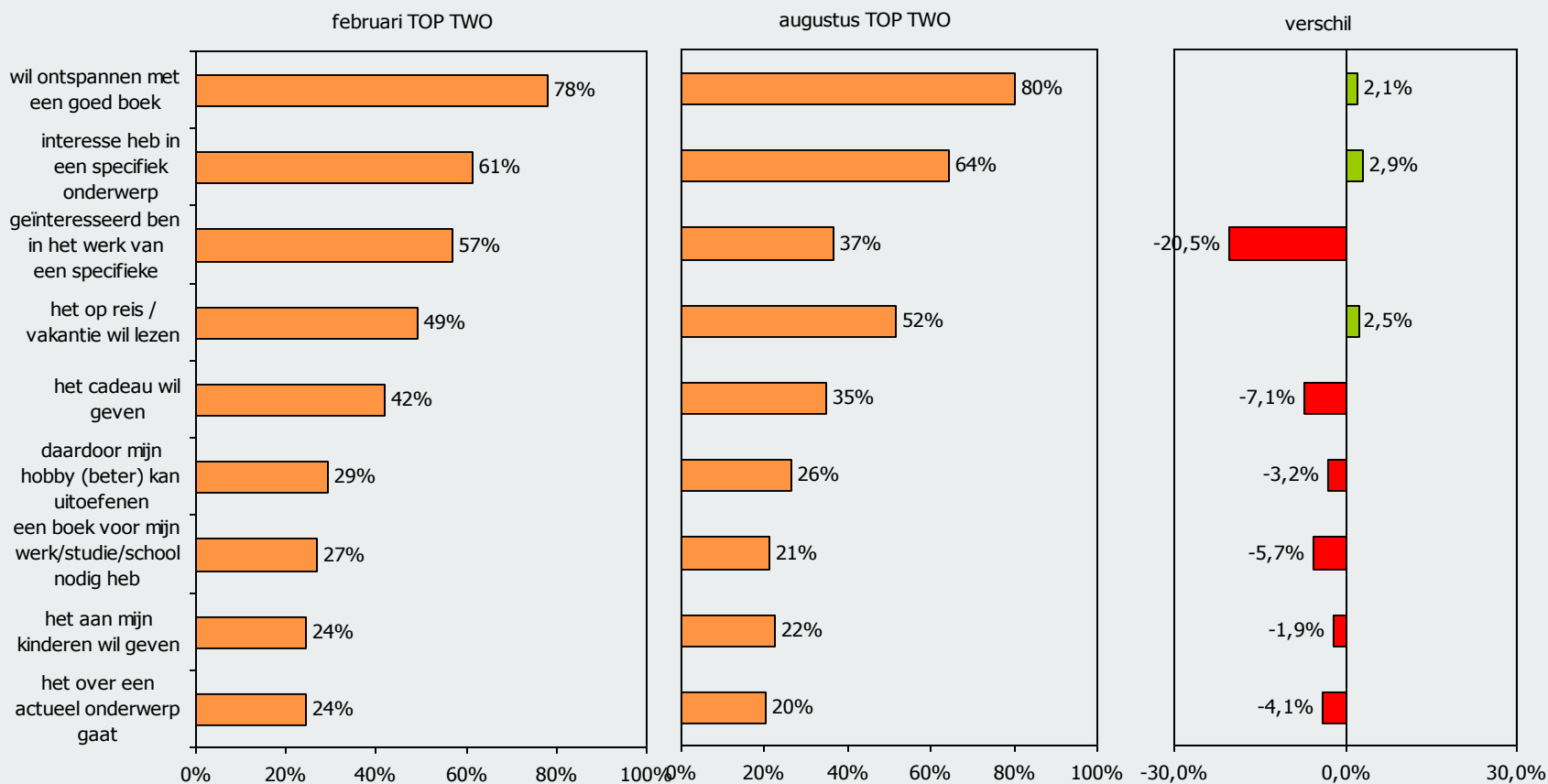
34



# Aankoop motieven

## Verschil februari-augustus

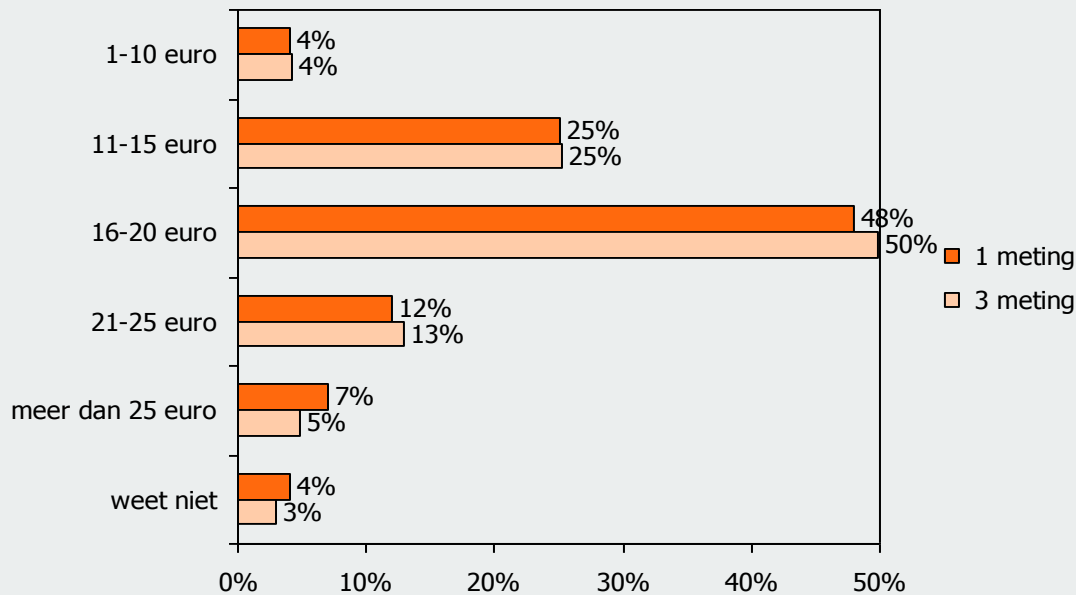
35



# Gemiddelde prijs van een nieuw boek

36

## Schatting gemiddelde prijs



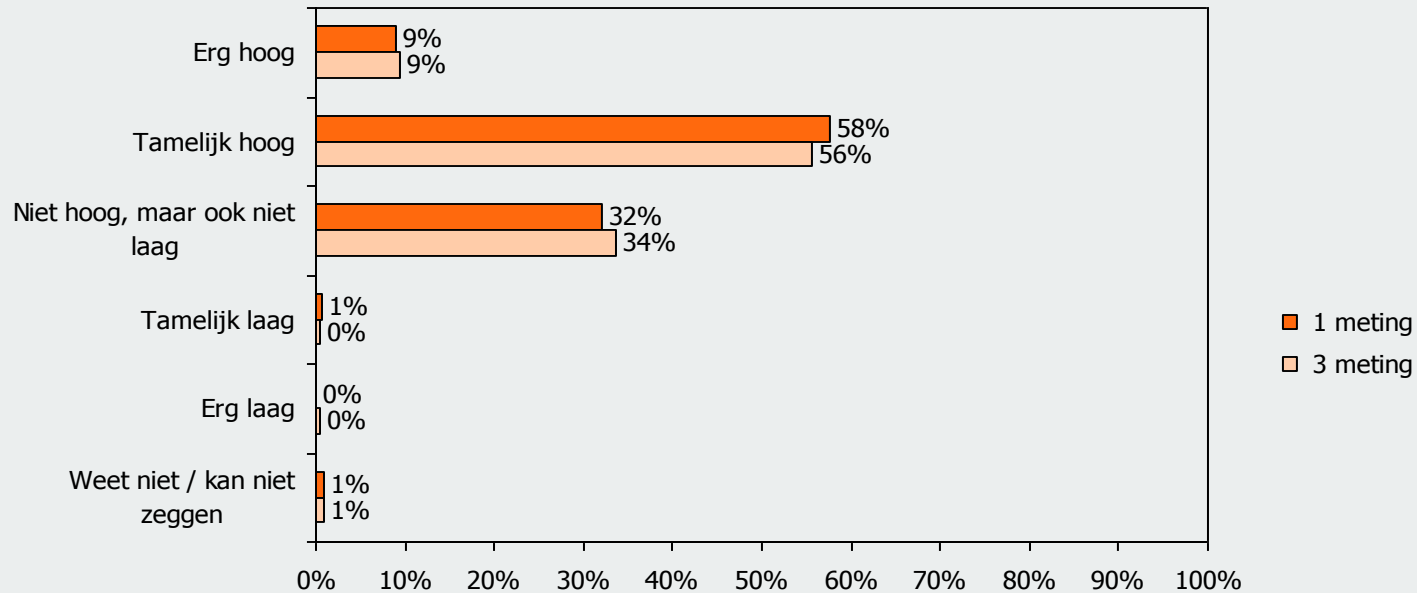
Gemiddelde prijs meting 1: 19,3 Euro

Gemiddelde prijs meting 3: 22,3 Euro

# De prijs van boeken

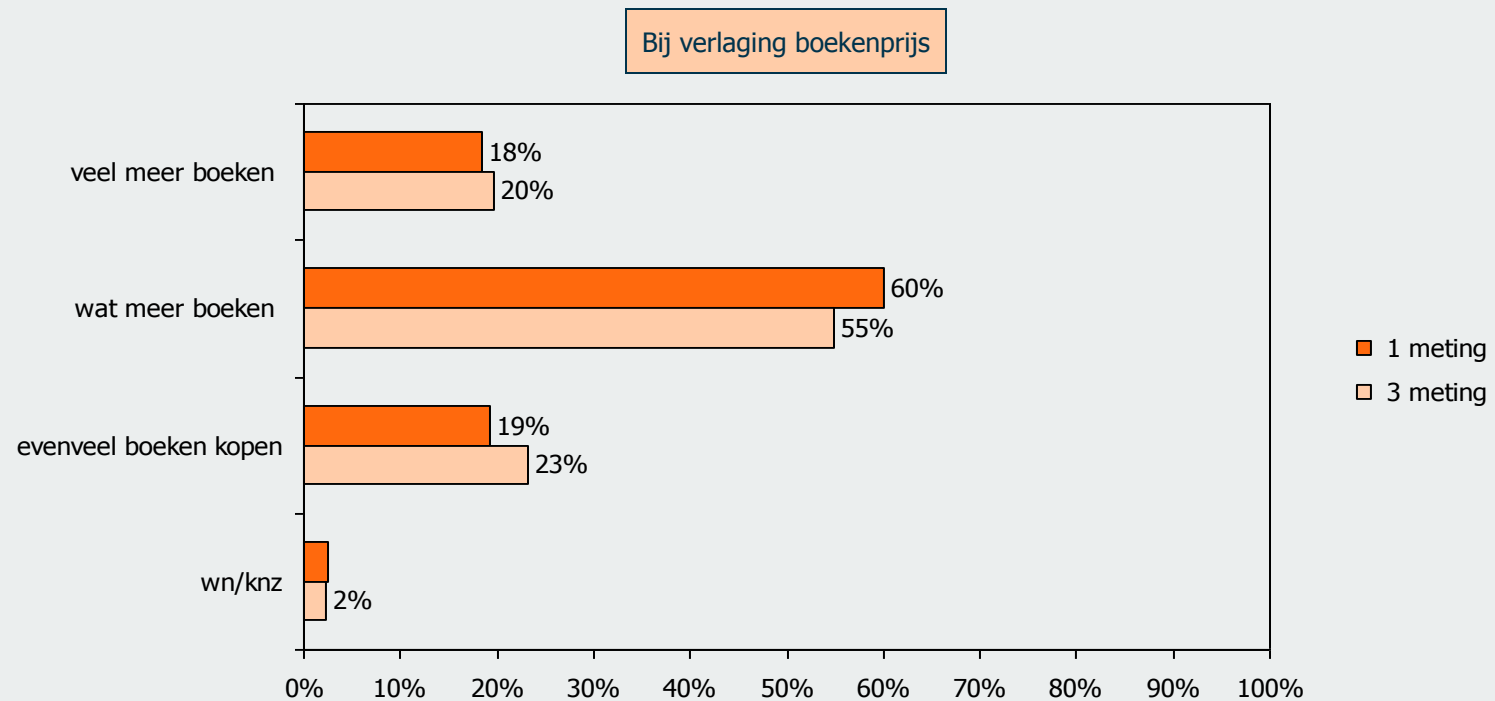
37

## Oordeel over huidige prijs



# De prijs van boeken

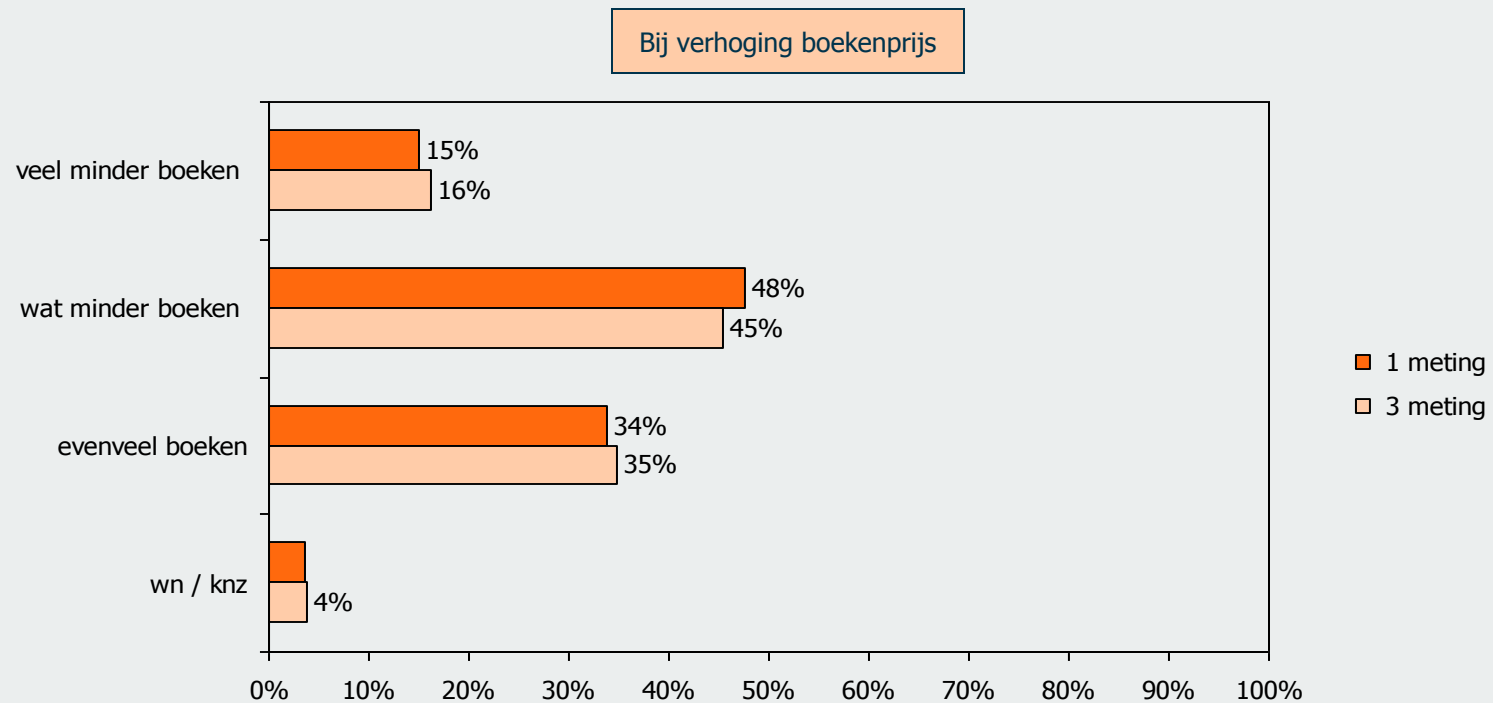
38



Vraag B4a. Stel dat de prijs van de boeken in z'n algemeenheid verlaagd zou worden, in hoeverre zou u dan meer, minder of evenveel boeken kopen als u nu ook al doet?

# De prijs van boeken

39

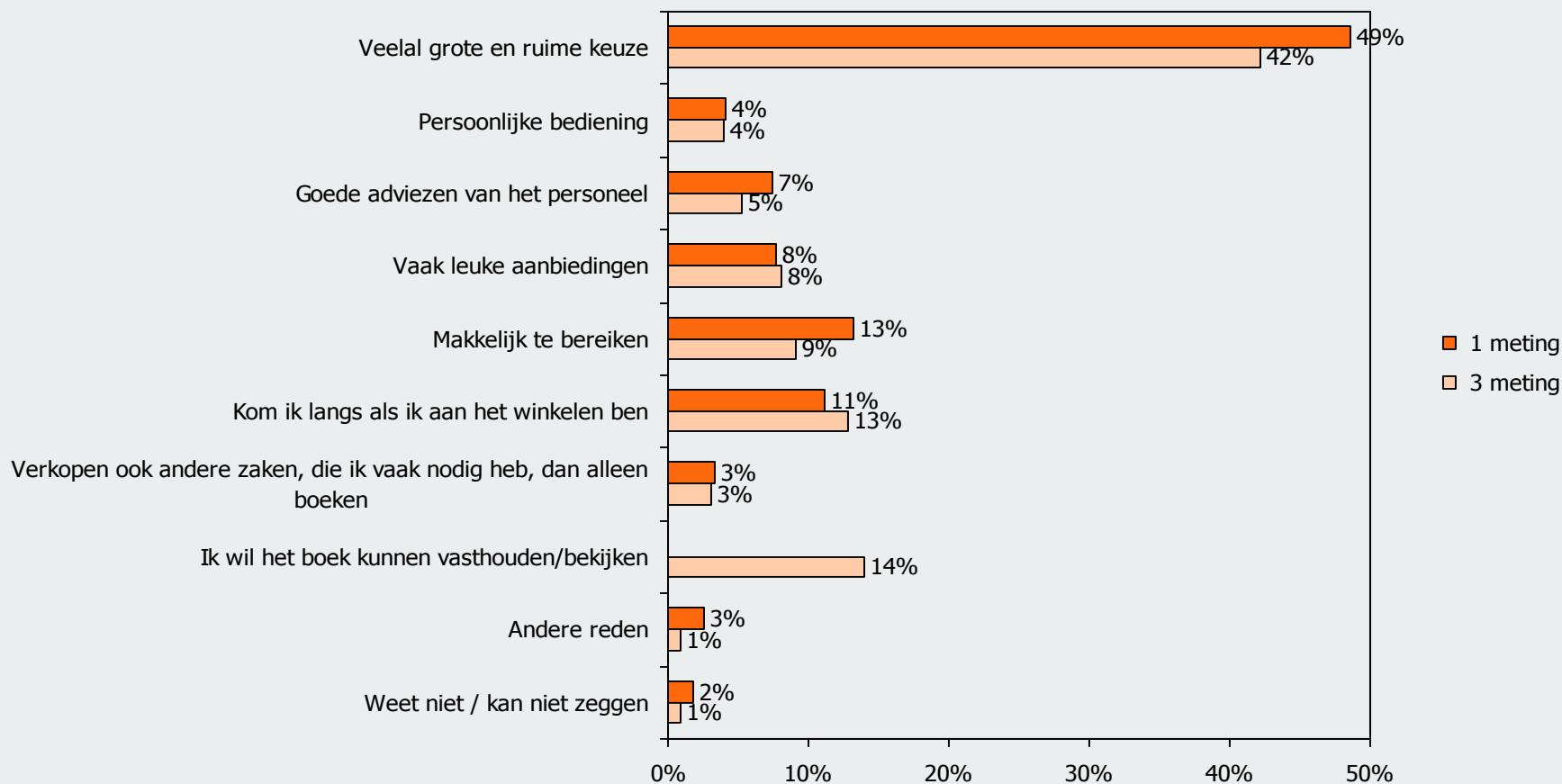


Vraag B4b. Stel dat de prijs van de boeken in z'n algemeenheid verhoogd zou worden, in hoeverre zou u dan meer, minder of evenveel boeken kopen als u nu ook al doet?

# Reden voor aankoop bij assortiments boekhandel

40

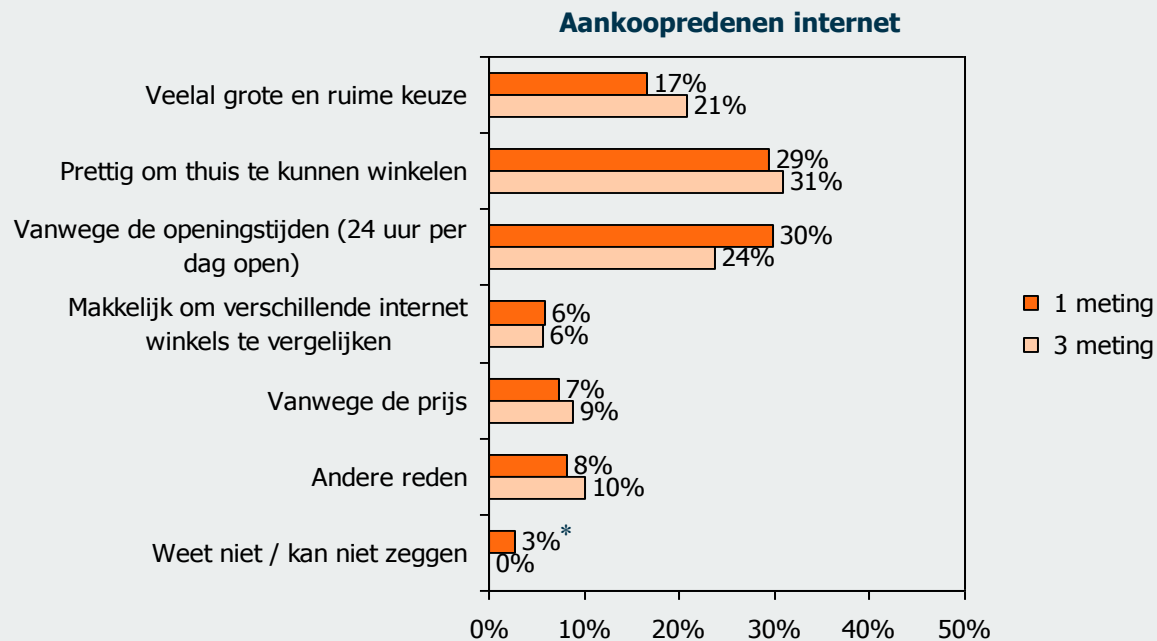
## Aankoopredenen assortimentsboekhandel





# Reden voor aankoop op het internet

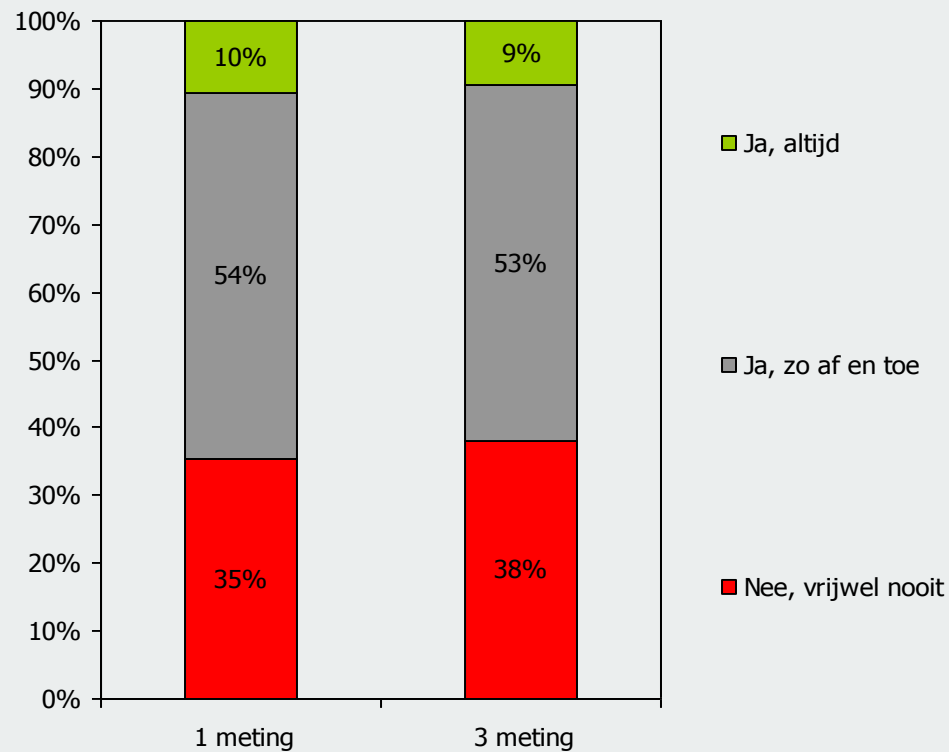
41



# Boekrecensies

42

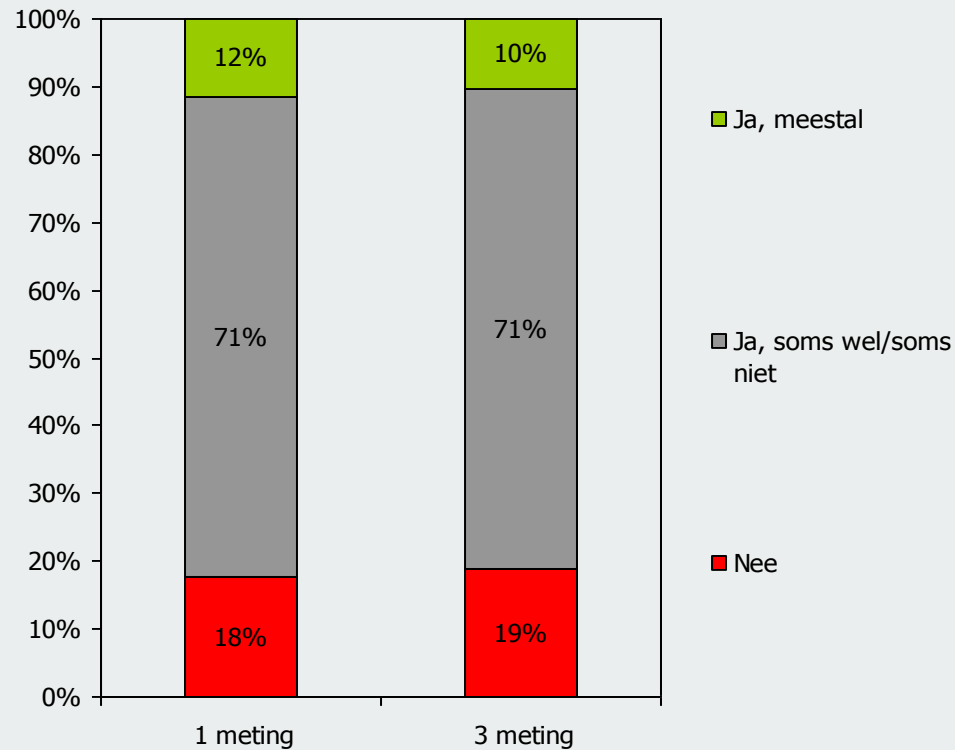
## Lezen van boekrecensies



# Aanschaf bepaalde titel

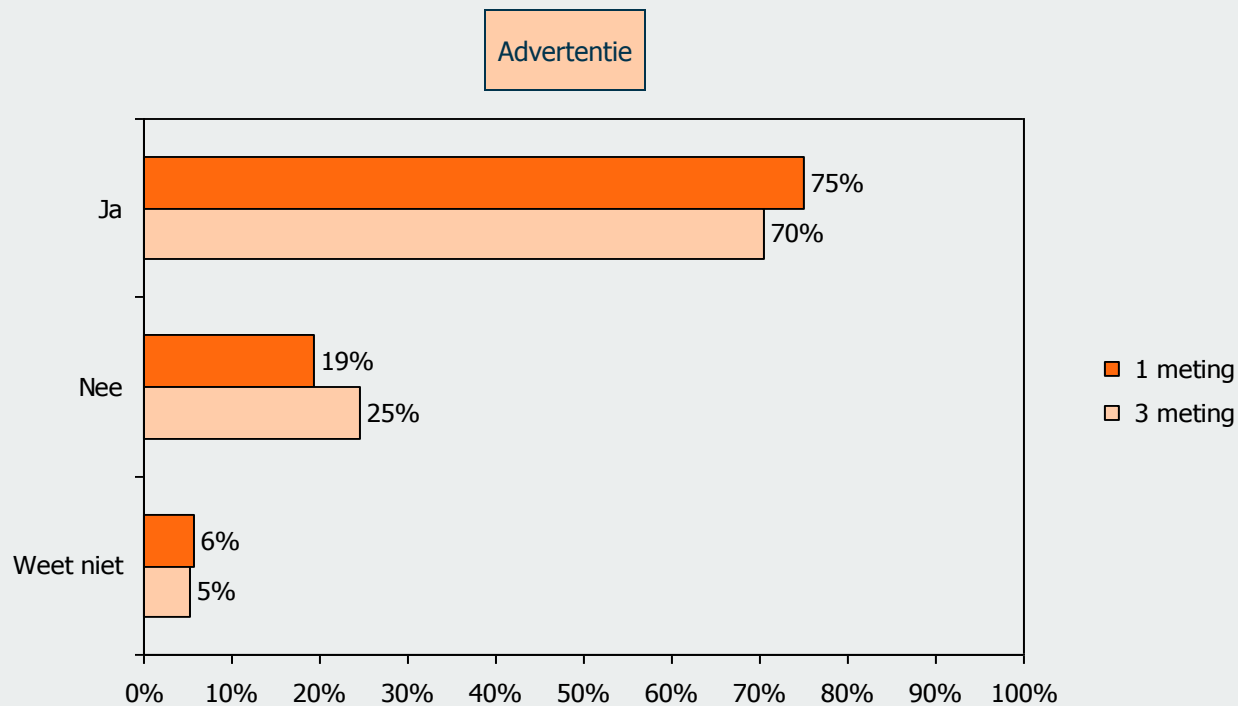
43

### Boekrecensies reden tot aankoop



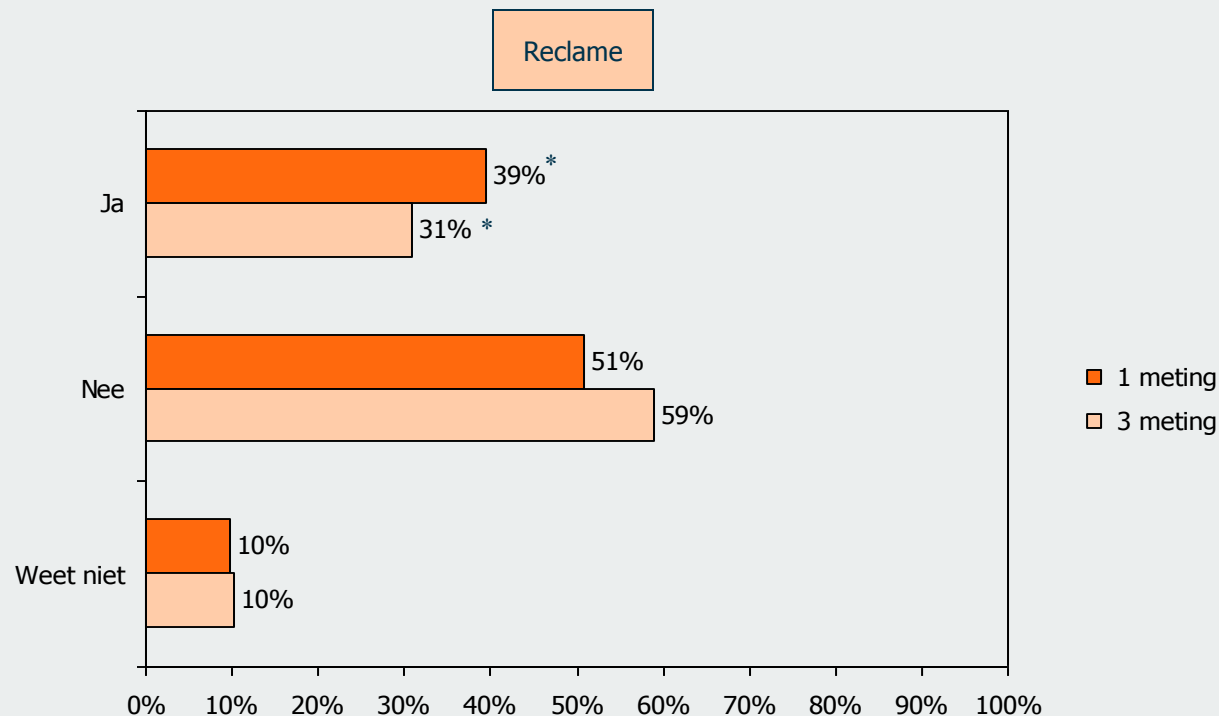
# Boek kopen naar aanleiding van: advertentie

44



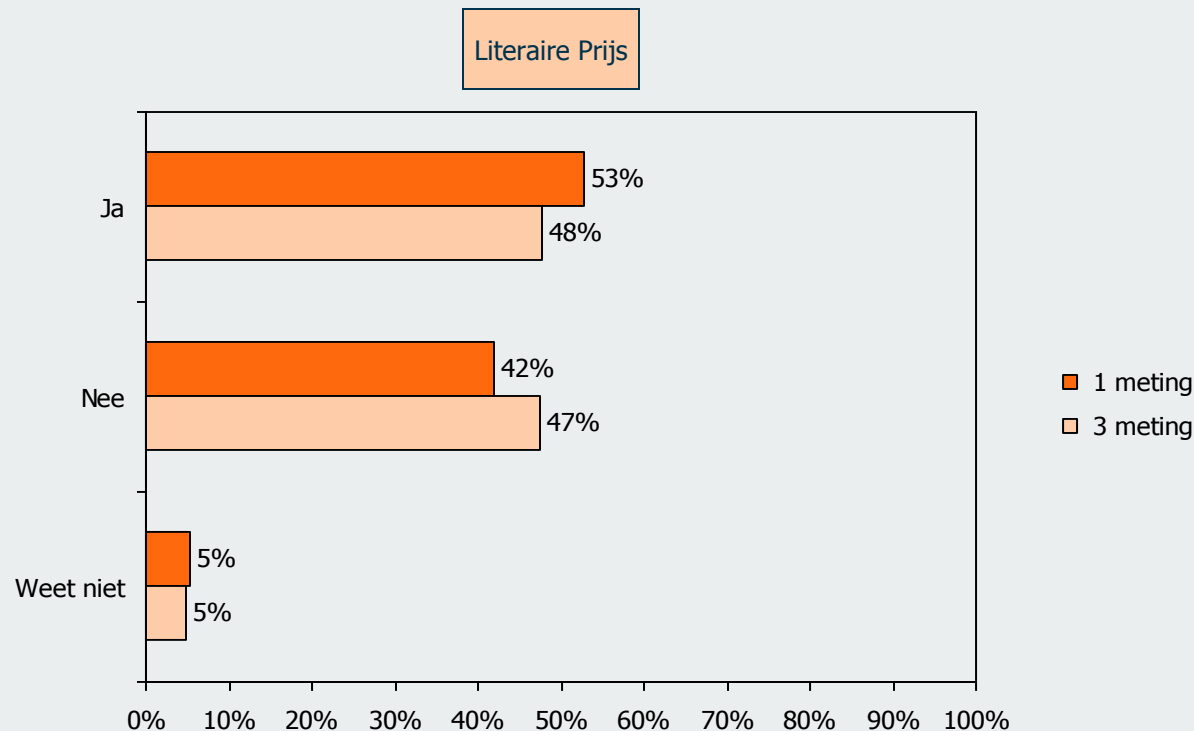
# Boek kopen naar aanleiding van: reclame

45



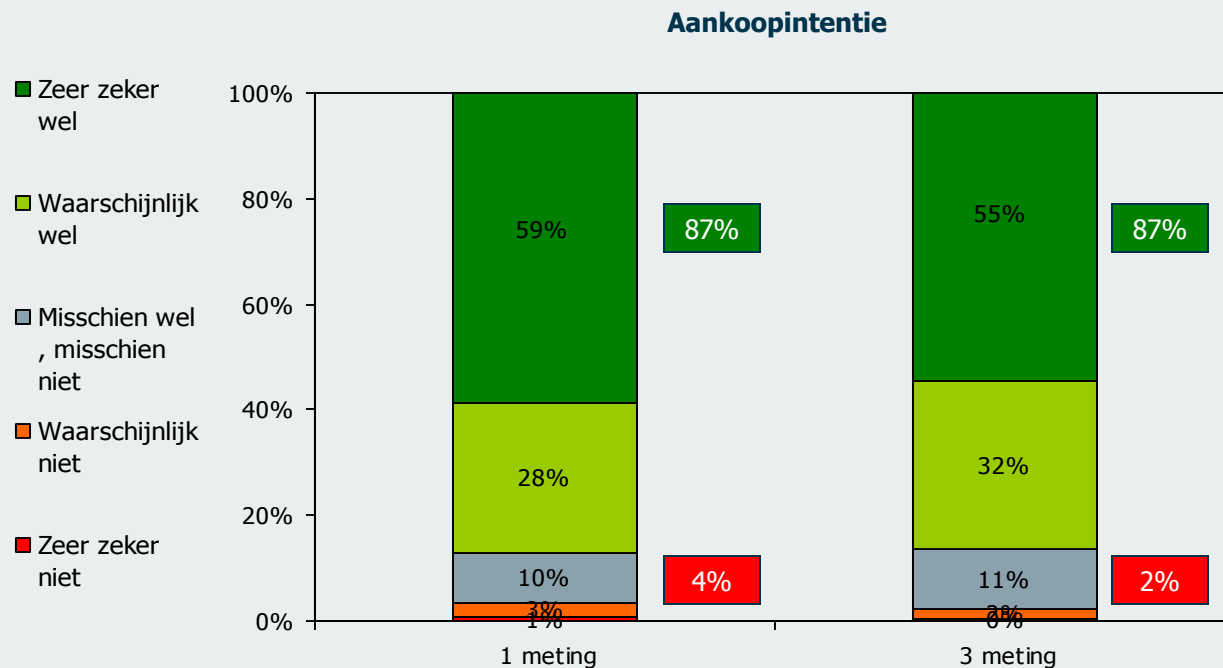
# Boek kopen naar aanleiding van: literaire prijs

46



# Aanschaf intentie voor komend half jaar

47



# Belangrijkste conclusies koopmotieven

48

- Het belangrijkste koopmotief is nog altijd het “willen ontspannen met een goed boek”. Ten opzichte van februari worden er meer boeken cadeau gegeven en meer studie- of werkboeken gekocht. Aangezien er in augustus weer een nieuw schooljaar op het punt van beginnen staat, is dat een logisch resultaat.
- De gemiddelde prijs van een boek wordt in de augustus-meting hoger ingeschat dan tijdens de februari-meting: €19,35 gemiddeld in februari tegenover €22,27 in augustus. Het grootste deel van de kopers is van mening dat de boekenprijs tamelijk hoog is. Een verlaging van de boekenprijs zal bij het grootste gedeelte van de kopers leiden tot het kopen van “wat meer boeken”, terwijl een verhoging van de prijs in een iets mindere mate zal leiden tot het kopen van “wat minder boeken”. Deze resultaten zijn gelijk aan de februari-meting.
- De consumenten die nog wel eens een boek bij de traditionele boekhandel kopen, doen dit vooral omdat er een ruime keus aan boeken te vinden is (zij het dat significant minder kopers dit als verklaring aangeven dan in februari). Het op één na belangrijkste motief is de wil om het boek vast te kunnen houden. Het voordeel van het winkelen via het internet is dat mensen het prettig vinden om thuis te winkelen en vanwege het feit dat je er 24 uur per dag terecht kan.
- Boekrecensies worden door het merendeel van de kopers af en toe gelezen. De kopers die een recensie lezen, gebruiken dit soms als reden om een boek aan te schaffen. Naar aanleiding van een schriftelijke advertentie schaft 70% van de kopers wel eens een boek aan. Reclame op radio of op televisie is minder vaak de aanleiding om een boek te kopen dan tijdens de februari-meting. Met een daling van 39% naar 31% is dit significant afgenomen. Het aandeel boekenkopers dat naar aanleiding van een literaire prijs een boek aanschaft, ligt op 48%. Een ruime meerderheid van 87% van de kopers is waarschijnlijk of zeker van plan het komende half jaar een boek aan te schaffen. Dat percentage is gelijk aan dat van februari.

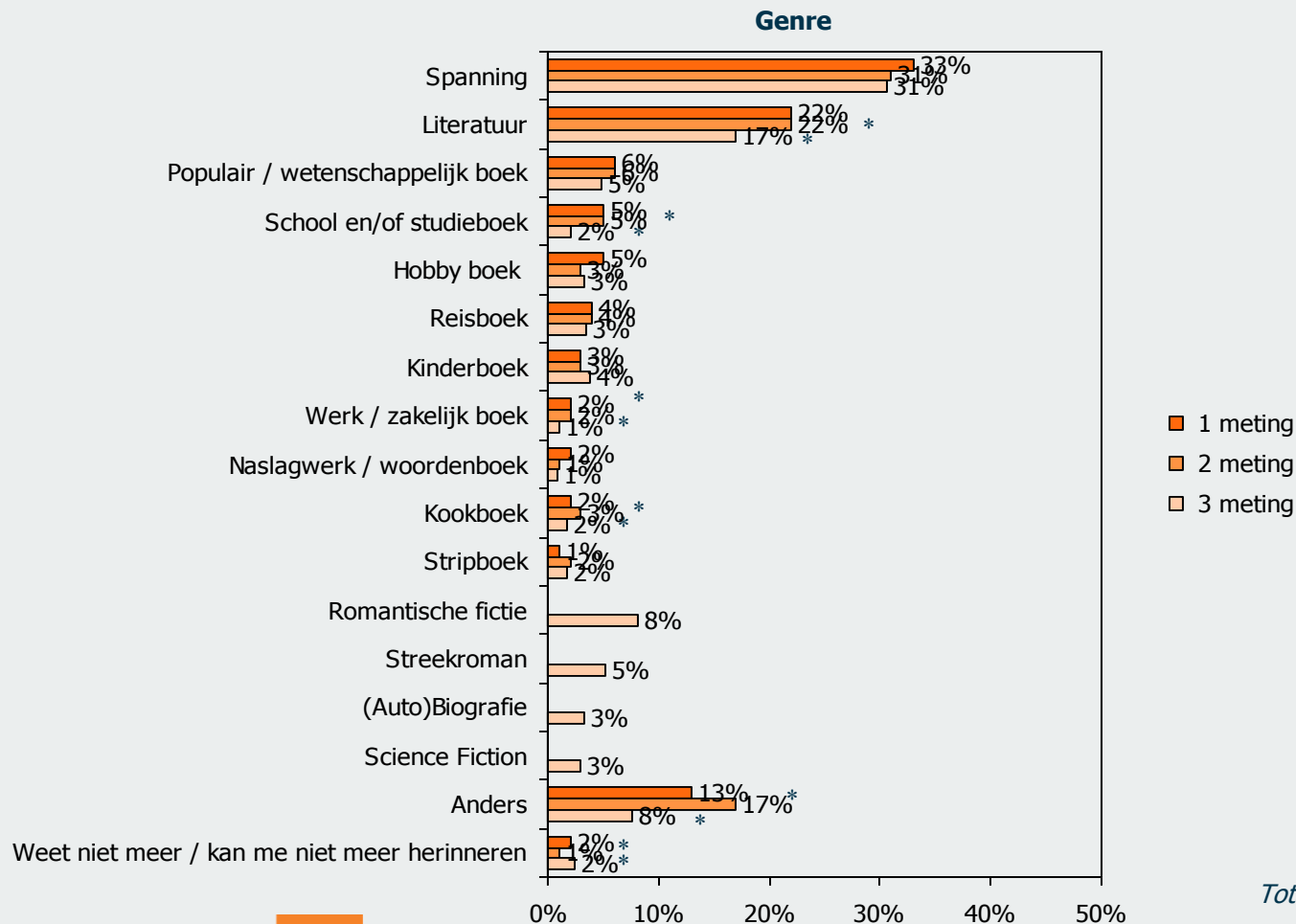


## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies
4. **Resultaten**
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven
  -  **4.3 Lezers**
  - 4.4 Informatiebronnen
  - 4.5 Vrije tijd
  - 4.6 Niet kopers
  - 4.7 Niet lezers

# Genre gelezen boek(en)

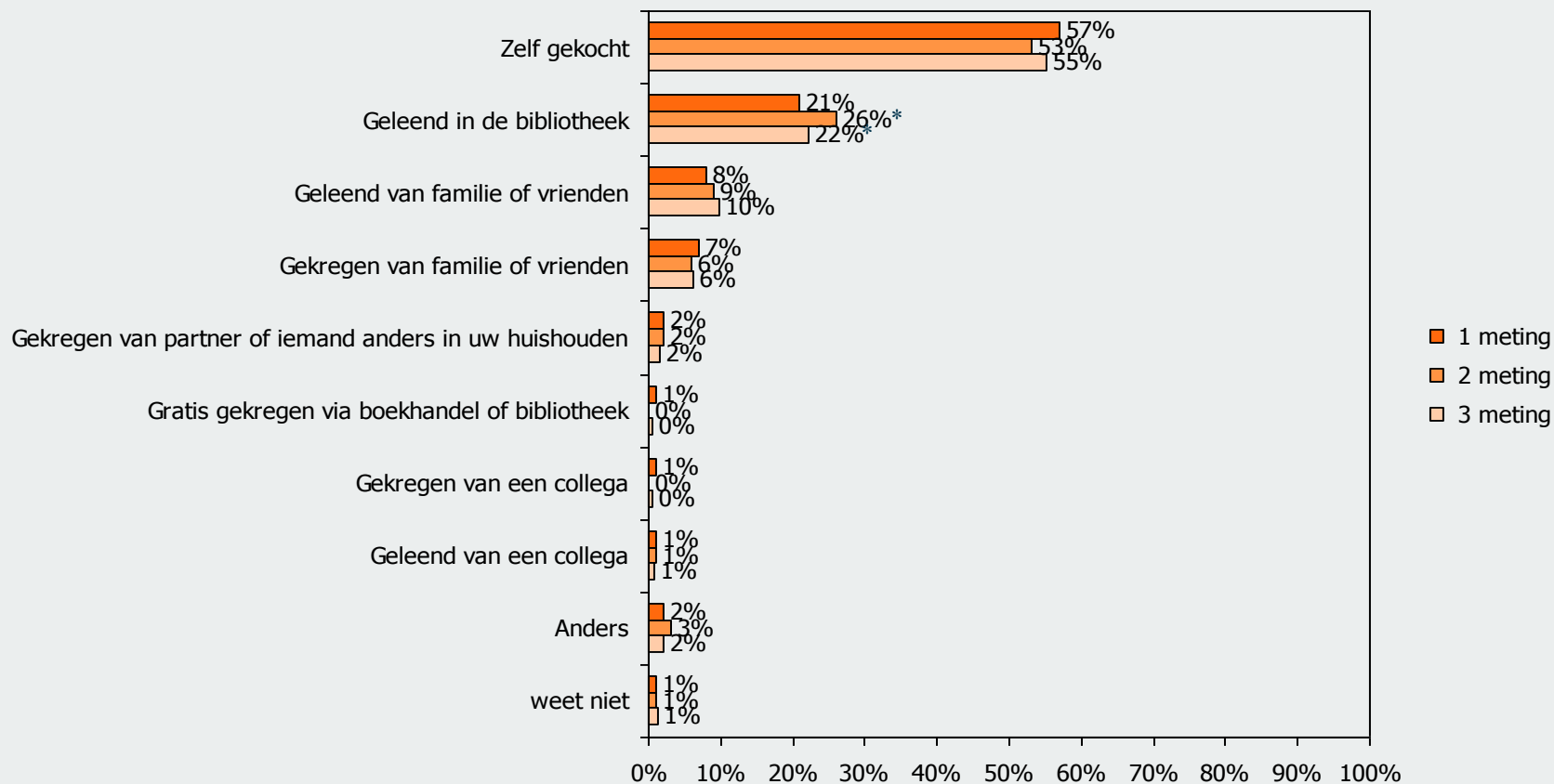
50



# Herkomst gelezen boek

51

## Herkomst boek



Totaal aantal boeken: basis n meting 1= 2041

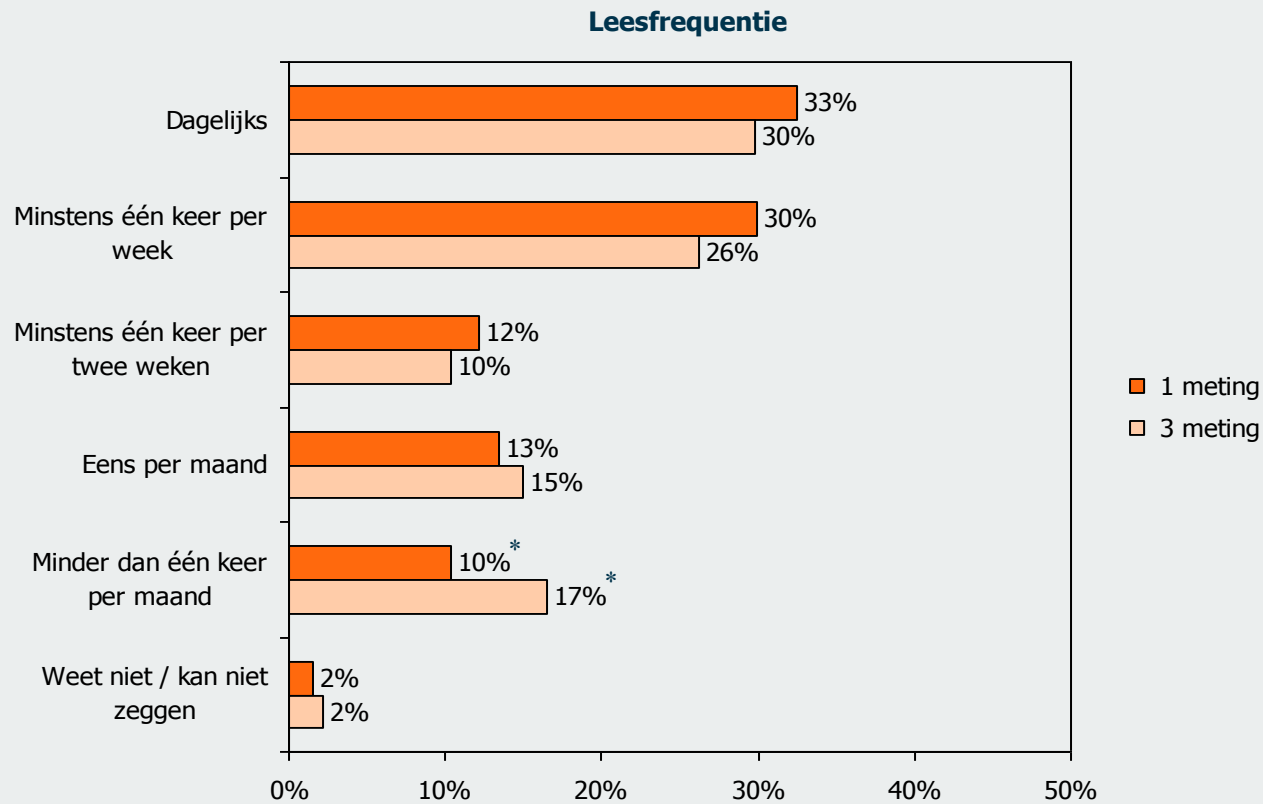
Totaal aantal boeken: basis n meting 2= 2017

Totaal aantal boeken: basis n meting 3= 2090

\* = sign. versch. tussen 2- & 3-meting

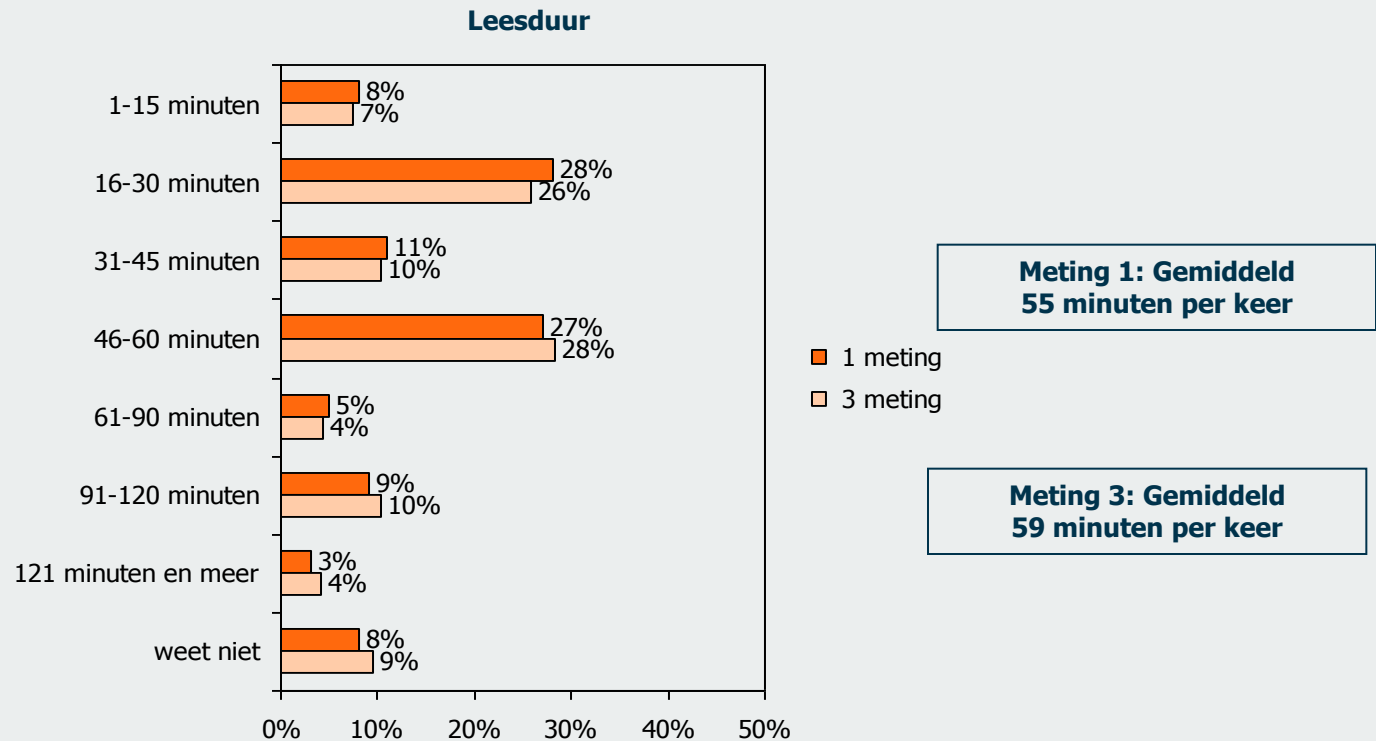
# Leesfrequentie

52



# Leesduur

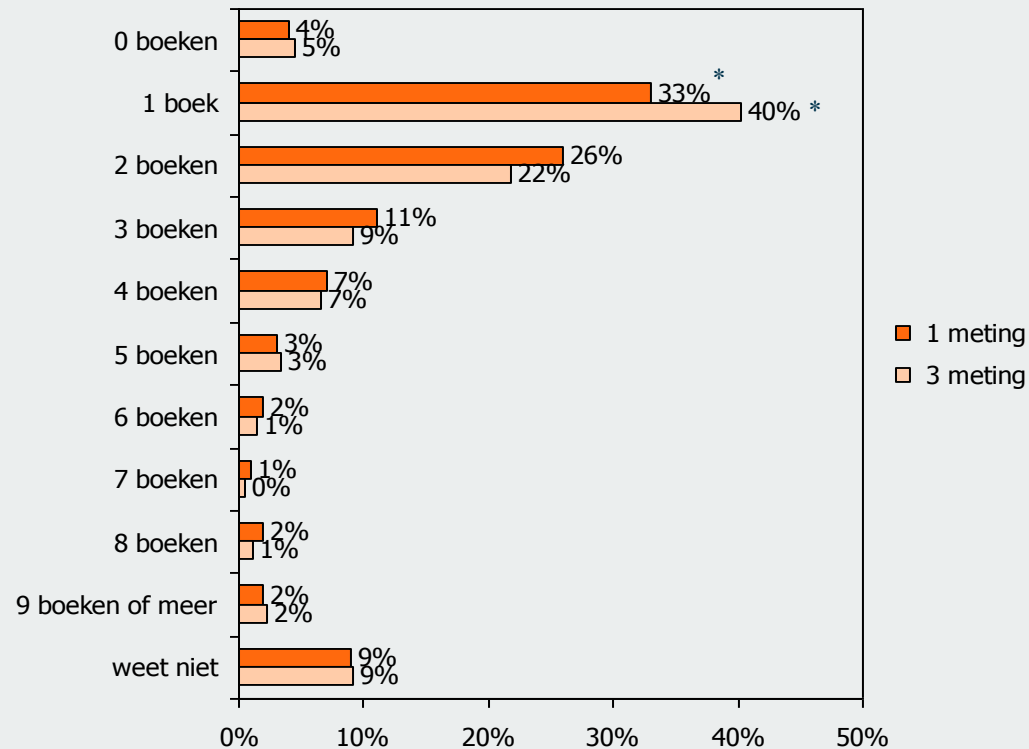
53



# Aantal gelezen boeken per maand

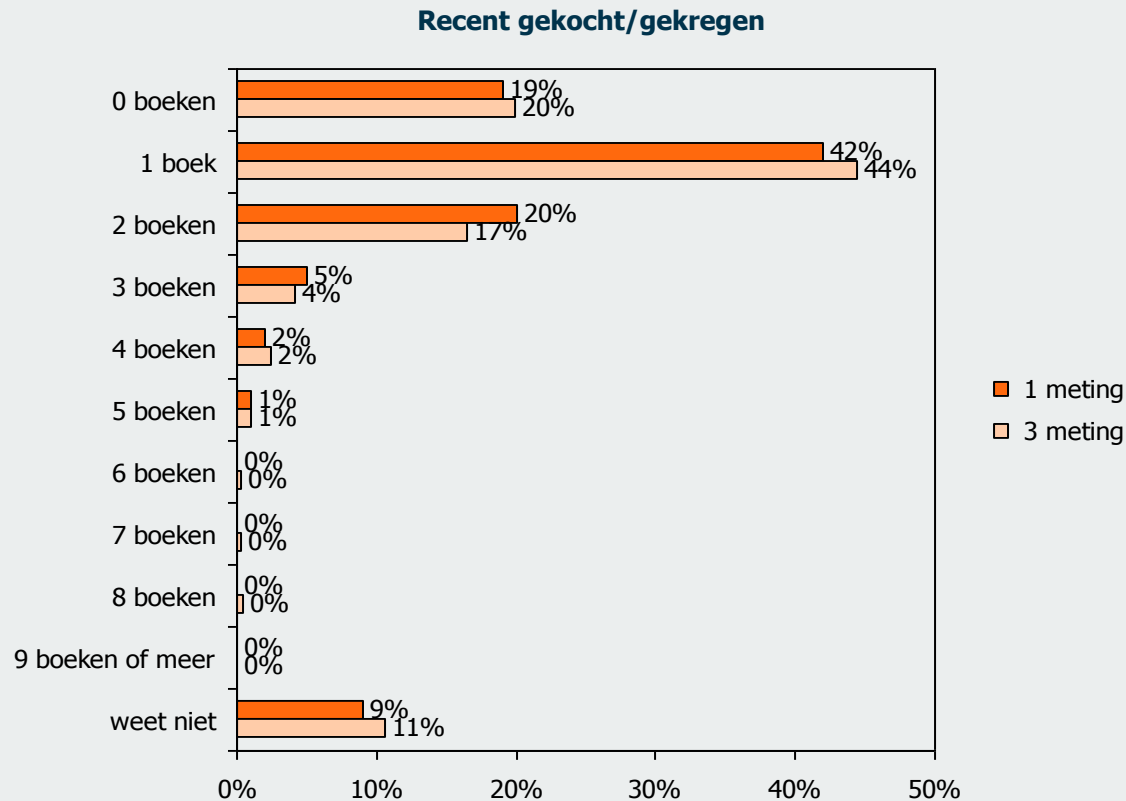
54

Gemiddeld per maand



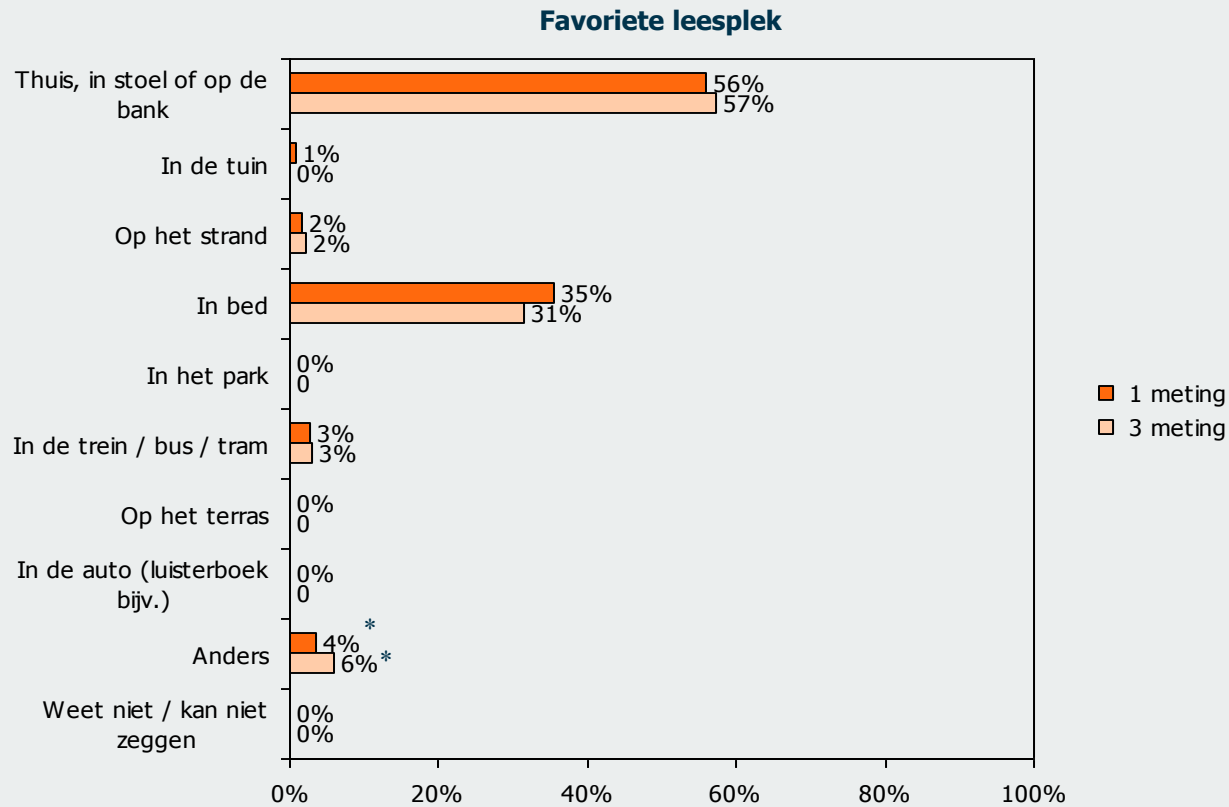
# Aantal recent gekochte/gekregen boeken

55



# Favoriete leesplek

56

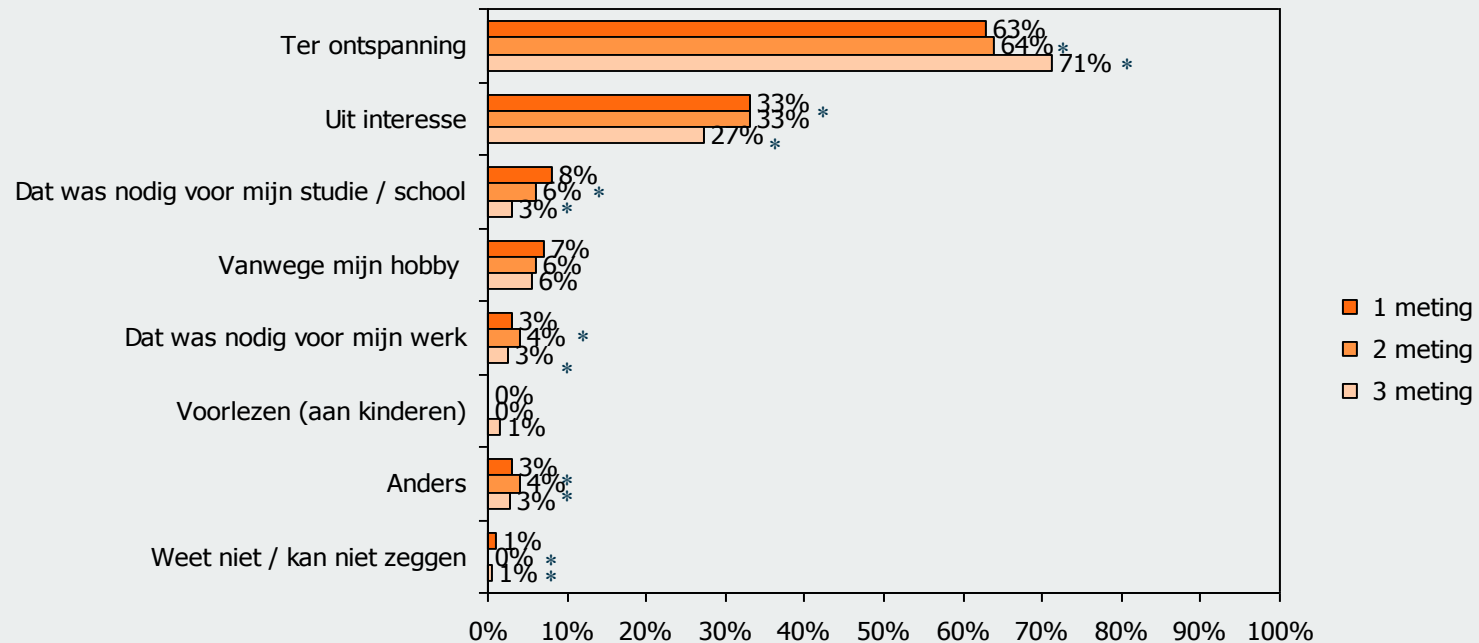




# Leesmotief

57

## Leesmotieven laatste maand

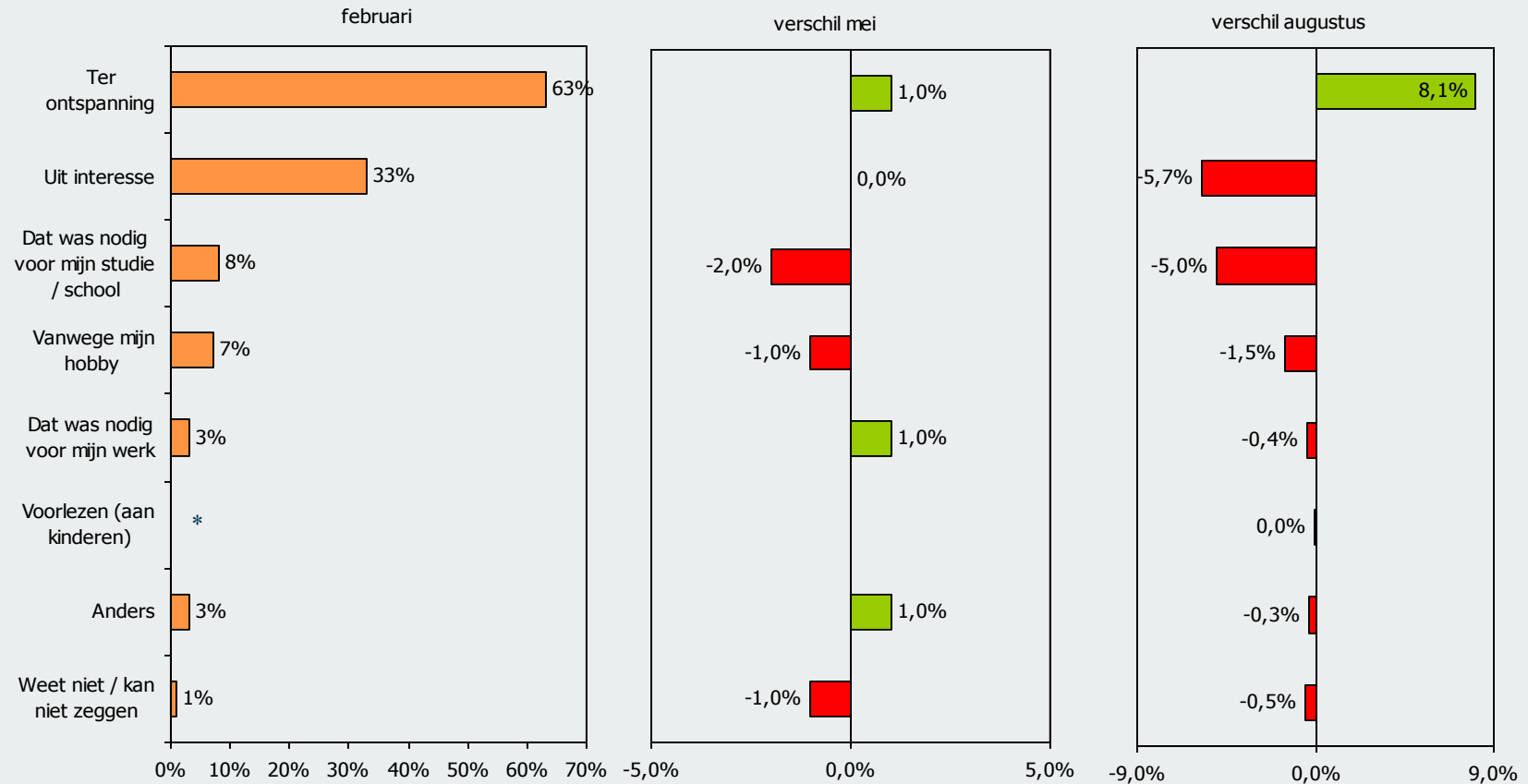


Vraag C6a. U heeft eerder aangegeven dat u de afgelopen maand .. boeken heeft gelezen. Kunt u hieronder per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren voor het lezen van deze boek(en)?

# Leesmotief

## Vershil februari-mei-augustus

58

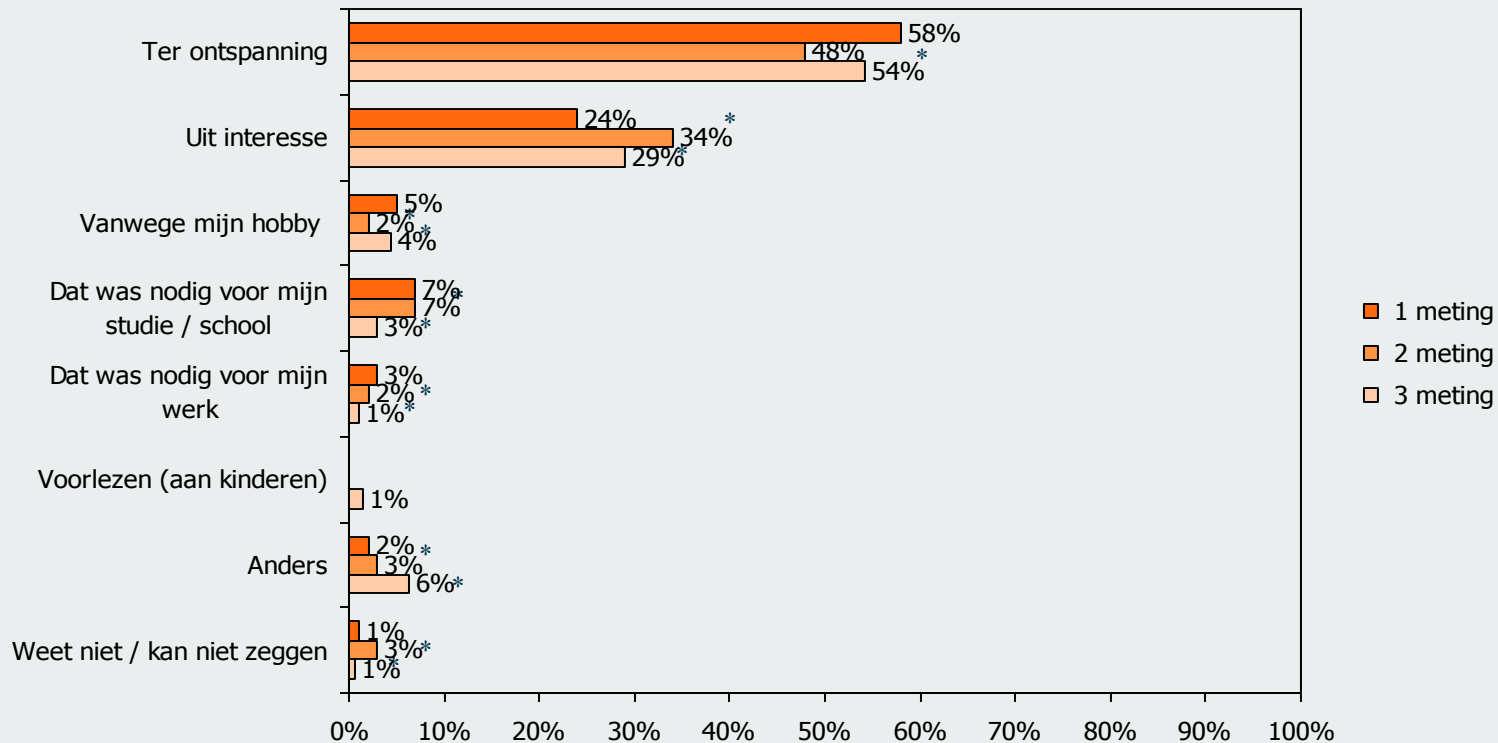


\* Sinds augustus gesteld

# Leesmotief

59

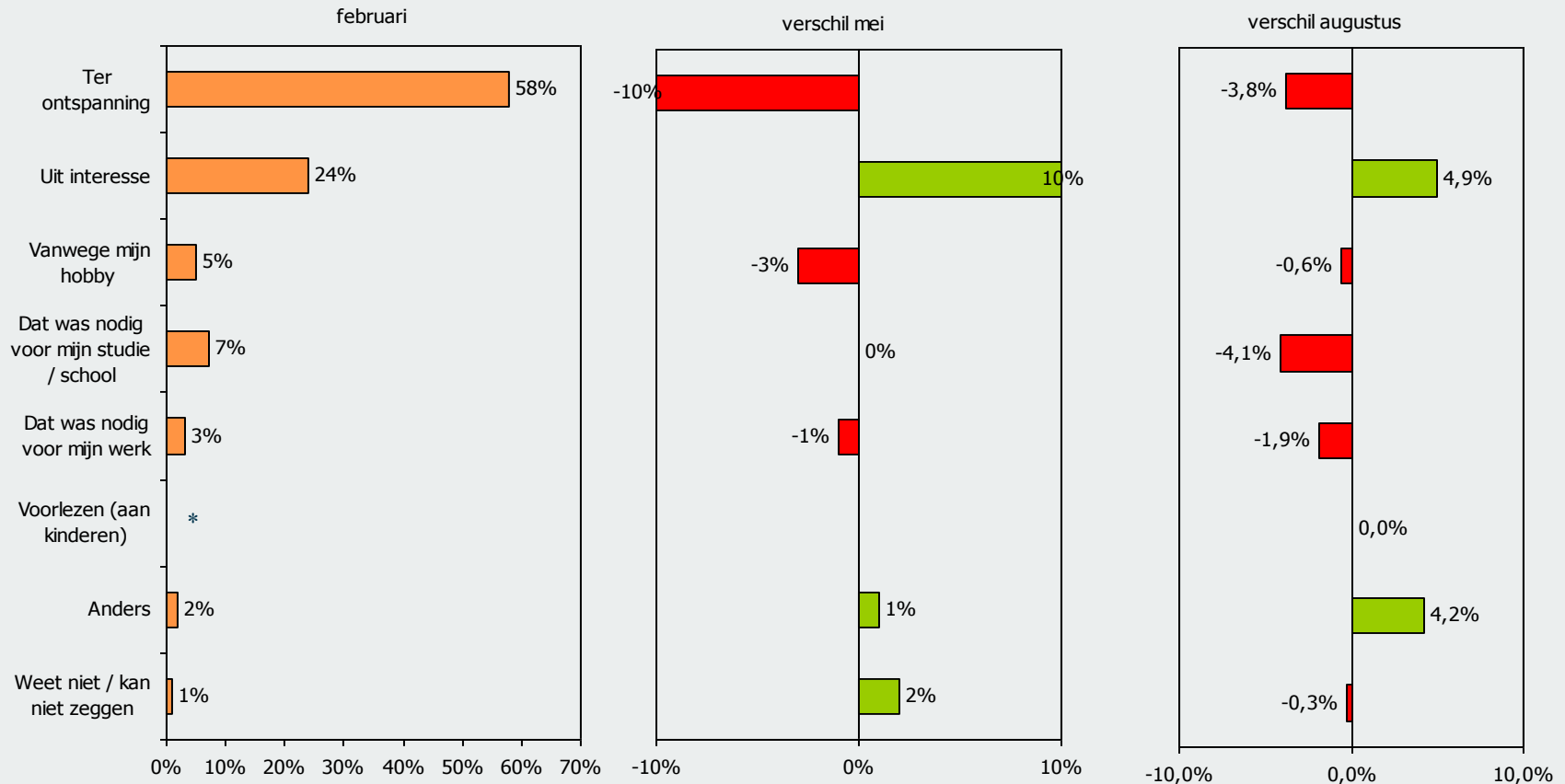
## Belangrijkste leesmotieven laatste maand



# Leesmotief

## Verschil februari-mei-augustus

60

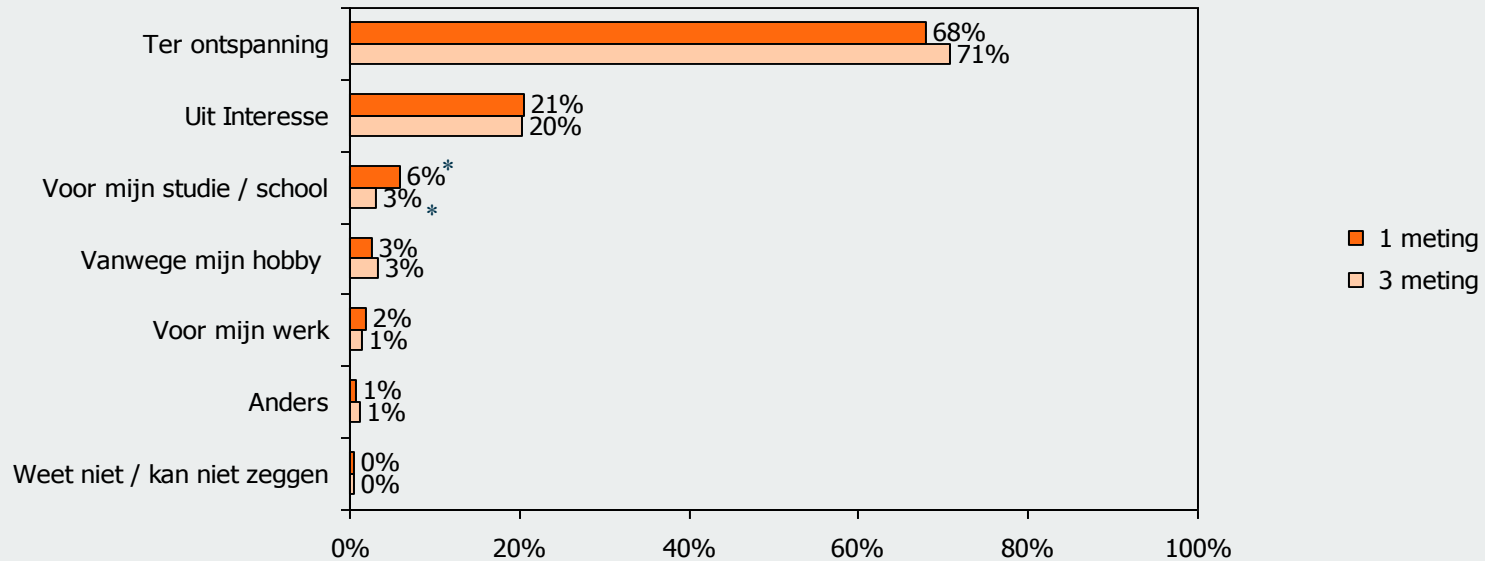


\* Sinds augustus gesteld

# Leesmotief

61

### Belangrijkste leesmotieven in het algemeen



Vraag C7. En wat is over het algemeen voor u de belangrijkste reden om te lezen?

Totaal aantal boeken: basis n meting 1= 2041

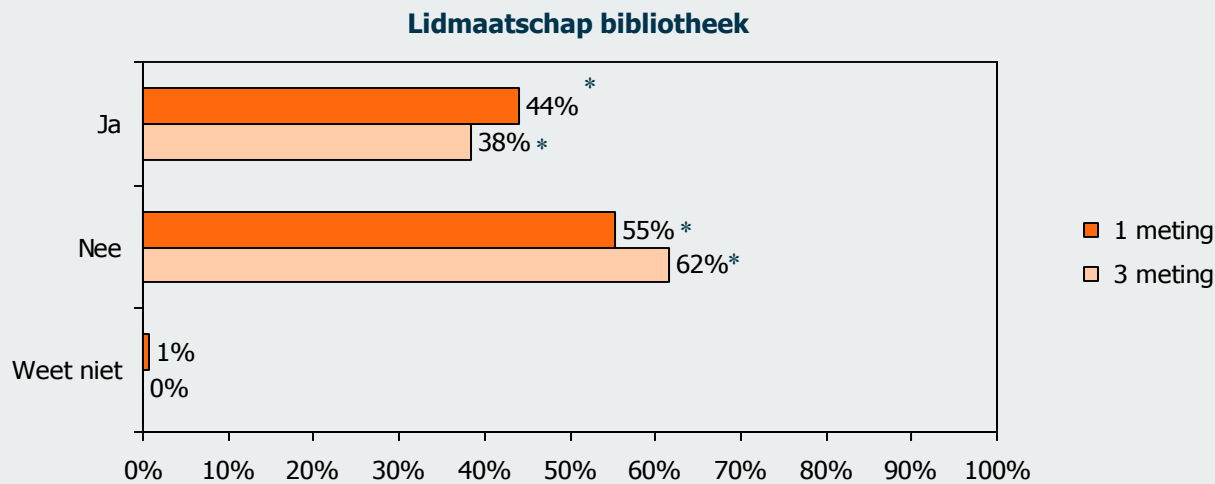
Totaal aantal boeken: basis n meting 3=2090

Lezers: basis n meting 1= 707

Lezers: basis n meting 3= 702

# Lid van een bibliotheek

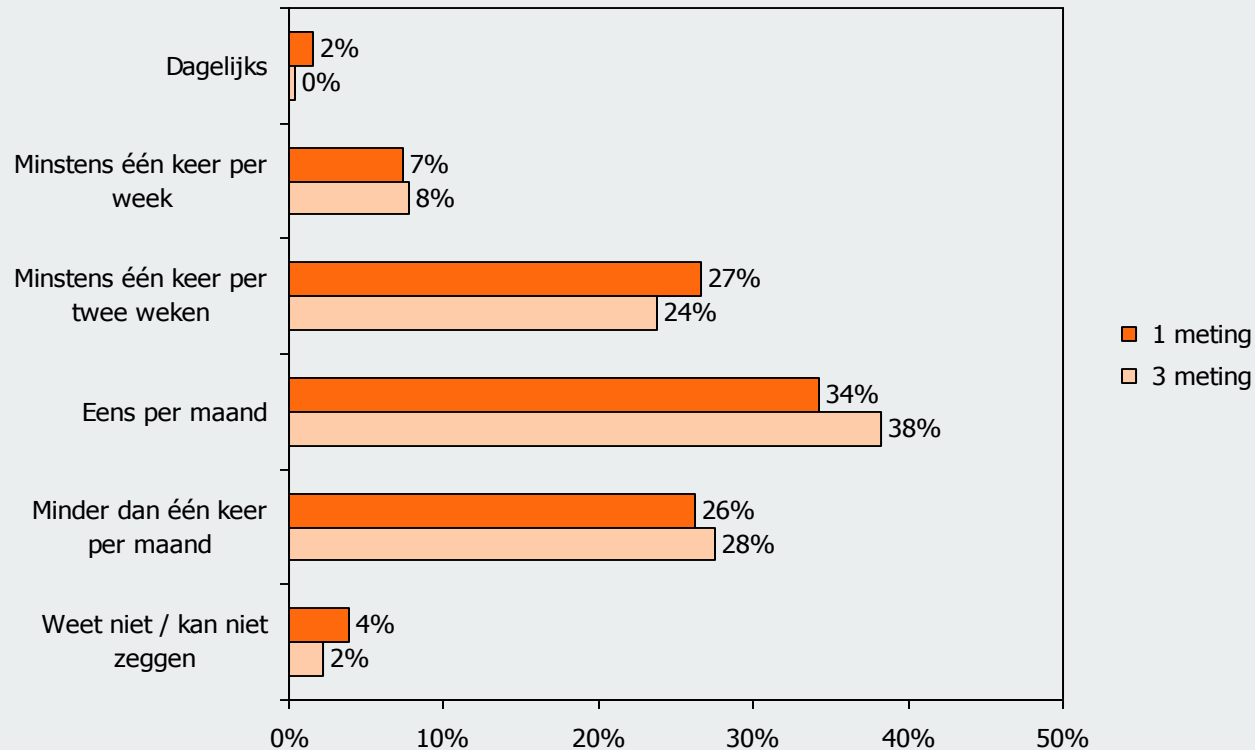
62



# Bezoek bibliotheek

63

## Bezoekfrequentie bibliotheek



## Belangrijkste conclusies lezers

64

- Het meest gelezen genre is nog steeds spanning. Het aantal lezers dat literatuur leest, is significant gedaald. Van de genres die sinds de augustus-meting zijn ingevoerd, zijn romantische fictie en de streekroman de meest gelezen genres.
- Veruit de meeste boeken die worden gelezen, zijn gekocht. Het aandeel boeken dat geleend is in de bibliotheek is afgenomen ten opzichte van de mei-meting. Toch staat deze aanschafplek nog steeds op de tweede plaats als het gaat om de herkomst van gelezen boeken.
- De grootste groep lezers leest dagelijks of minstens één keer per week. Het aandeel lezers dat minder dan één keer per maand leest, is toegenomen. De gemiddelde leesduur bedraagt 59 minuten per keer: een lichte (zij het niet significante) stijging ten opzichte van de februari-meting. Het percentage lezers dat één boek per maand leest, is ten opzichte van de februari-meting significant toegenomen.
- Thuis in de stoel, op de bank of in bed zijn nog steeds de favoriete leesplekken. Ten opzichte van mei wordt er nog vaker gelezen ter ontspanning terwijl het lezen uit interesse is afgenomen. Waarschijnlijk wordt in de zomermaanden meer uit ontspanning gelezen omdat er minder lezers zijn die voor hun werk of studie een boek hoeven te lezen. Ook als belangrijkste leesmotief is het lezen ter ontspanning nog steeds het meest genoemde motief en is het significant toegenomen ten opzichte van de mei-meting.
- Het lidmaatschap van de bibliotheek is afgenomen ten opzichte van de februari-meting. Een minderheid van 38% van de lezers is lid. Indien een lezer de bibliotheek bezoekt, is dat in de meeste gevallen eenmaal per maand, gevolgd door minder dan één keer per maand. Slechts 8% van de bibliotheekbezoekers brengt minstens één keer per week een bezoek aan de bibliotheek.



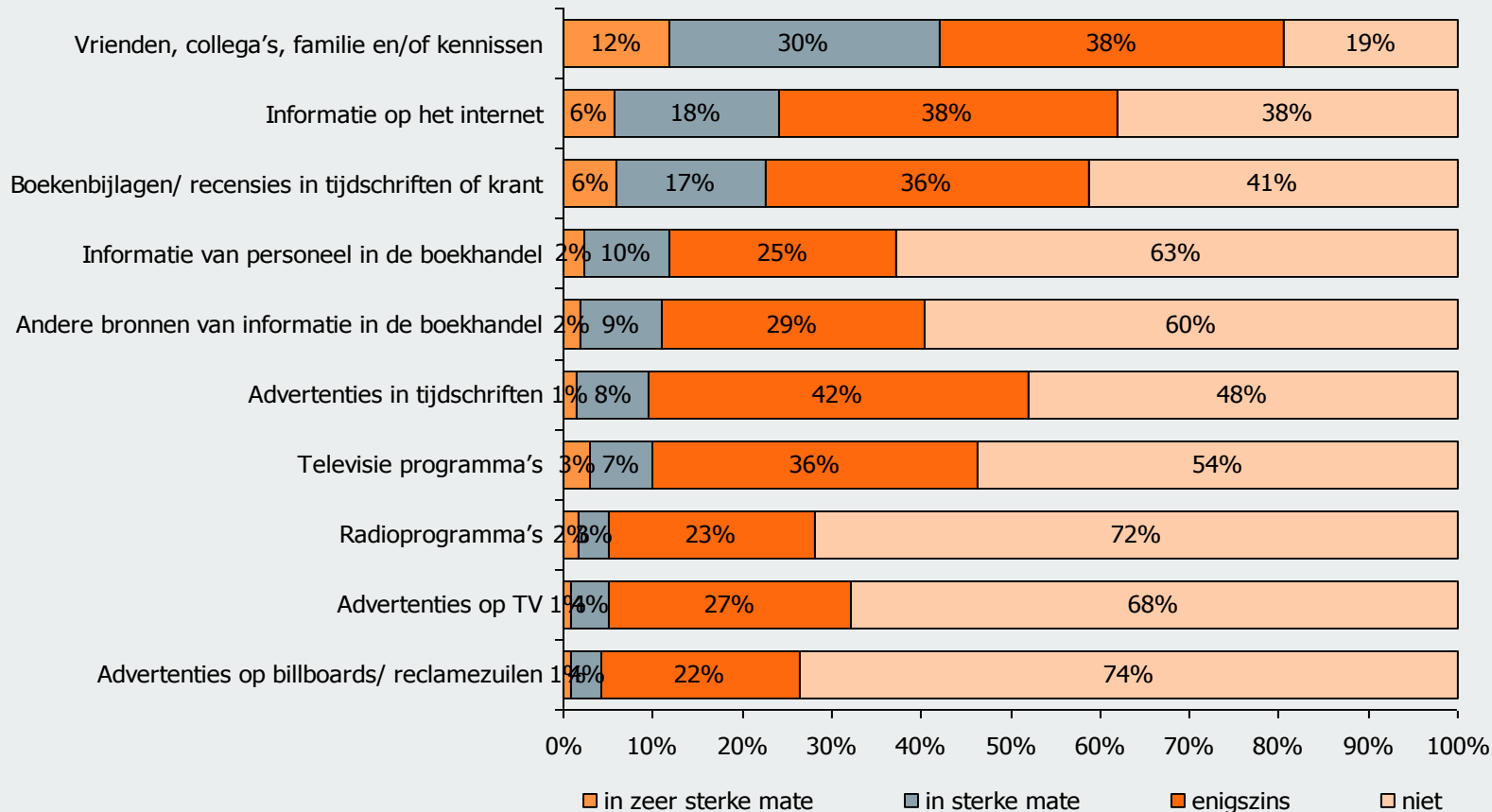
## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies
4. **Resultaten**
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven
  - 4.3 Lezers
  - ➔ **4.4 Informatiebronnen**
  - 4.5 Vrije tijd
  - 4.6 Niet kopers
  - 4.7 Niet lezers

# Kennis over het boekenaanbod

66

## Informatiebronnen over boekenaanbod



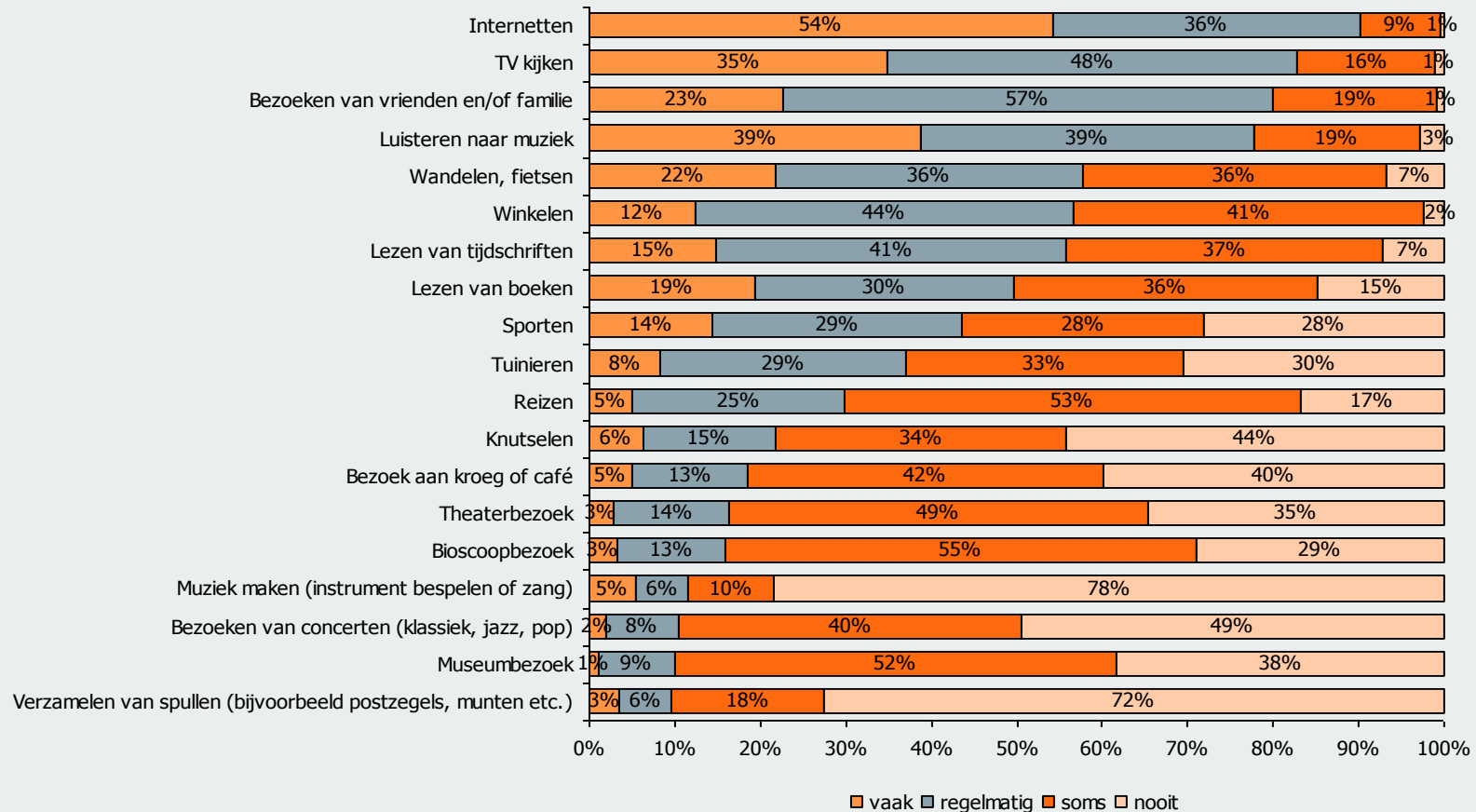
## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies
4. **Resultaten**
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven
  - 4.3 Lezers
  - 4.4 Informatiebronnen
  - 4.5 Vrije tijd**
  - 4.6 Niet kopers
  - 4.7 Niet lezers

# Vrije tijd

68

## Activiteiten in vrije tijd



# Conclusies kennis boekenaanbod en vrije tijdsbesteding

69

- De kennis over het boekenaanbod wordt nog steeds voornamelijk gehaald bij vrienden, collega's, familie en / of kennissen. Informatie op het internet en de boekenbijlagen / recensies in tijdschriften of kranten zijn net zoals in februari op ruime afstand de één en twee na belangrijkste informatiebronnen.
- De zware boekenlezers- en kopers bezoeken in verhouding vaker het theater en musea dan de minder zware lezers en kopers. Internet is de belangrijkste vrije tijdsbesteding, gevolgd door tv-kijken. Het lezen van boeken staat in de middenmoot en is ten opzichte van de februari-meting licht gezakt, zij het niet significant. Opvallend is dat ruim dan twee keer zoveel vrouwen als mannen aangeven vaak een boek te lezen. Tegelijkertijd ligt ook het aandeel vrouwen dat regelmatig een boek leest stukken hoger dan het aandeel mannen dat regelmatig een boek leest. Verder zijn er relatief veel hoog opgeleiden die vaak een boek lezen en zijn van de vier doelgroepen de combinaties: oud / rijk én jong / arm de groepen die in verhouding het meest aangeven dat ze vaak lezen. De jongere rijken en ouderen met minder geld lezen in verhouding vaak minder.

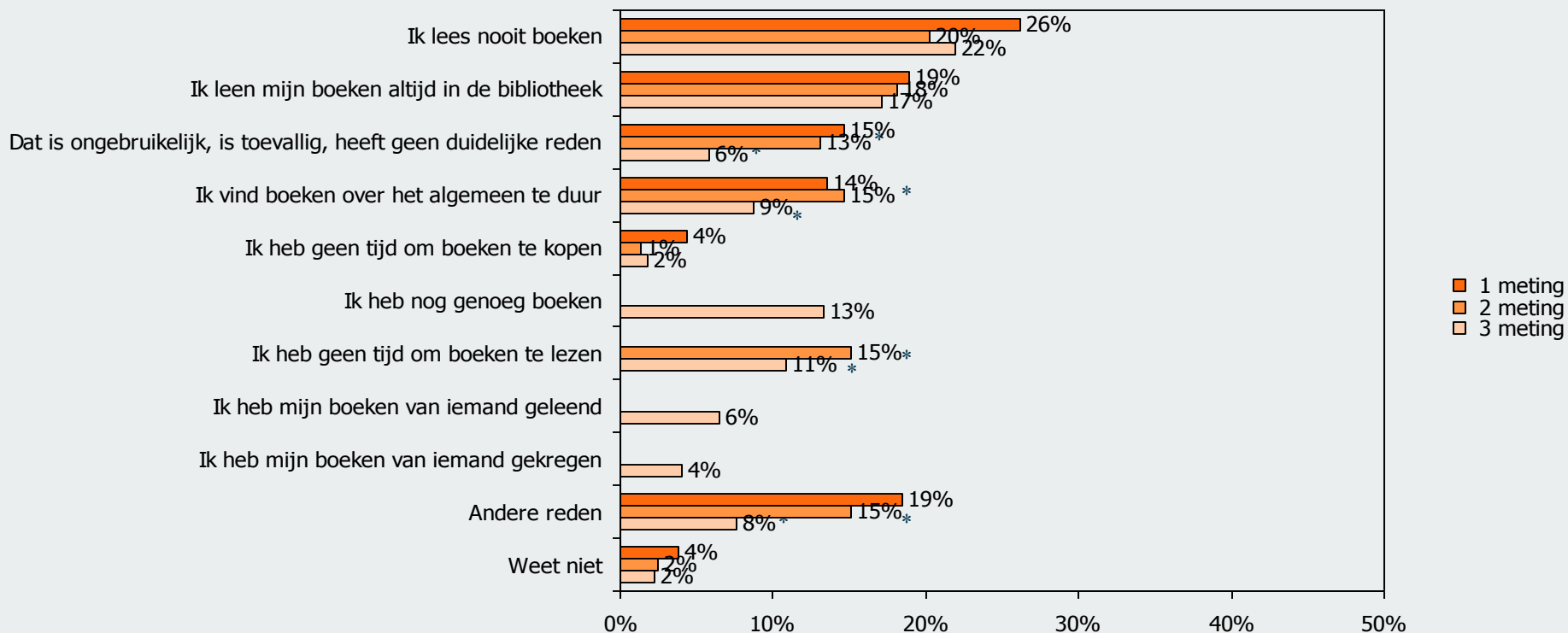
## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies
4. **Resultaten**
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven
  - 4.3 Lezers
  - 4.4 Informatiebronnen
  - 4.5 Vrije tijd
  - 4.6 Niet kopers**
  - 4.7 Niet lezers

# Reden voor het niet aanschaffen van een boek

71

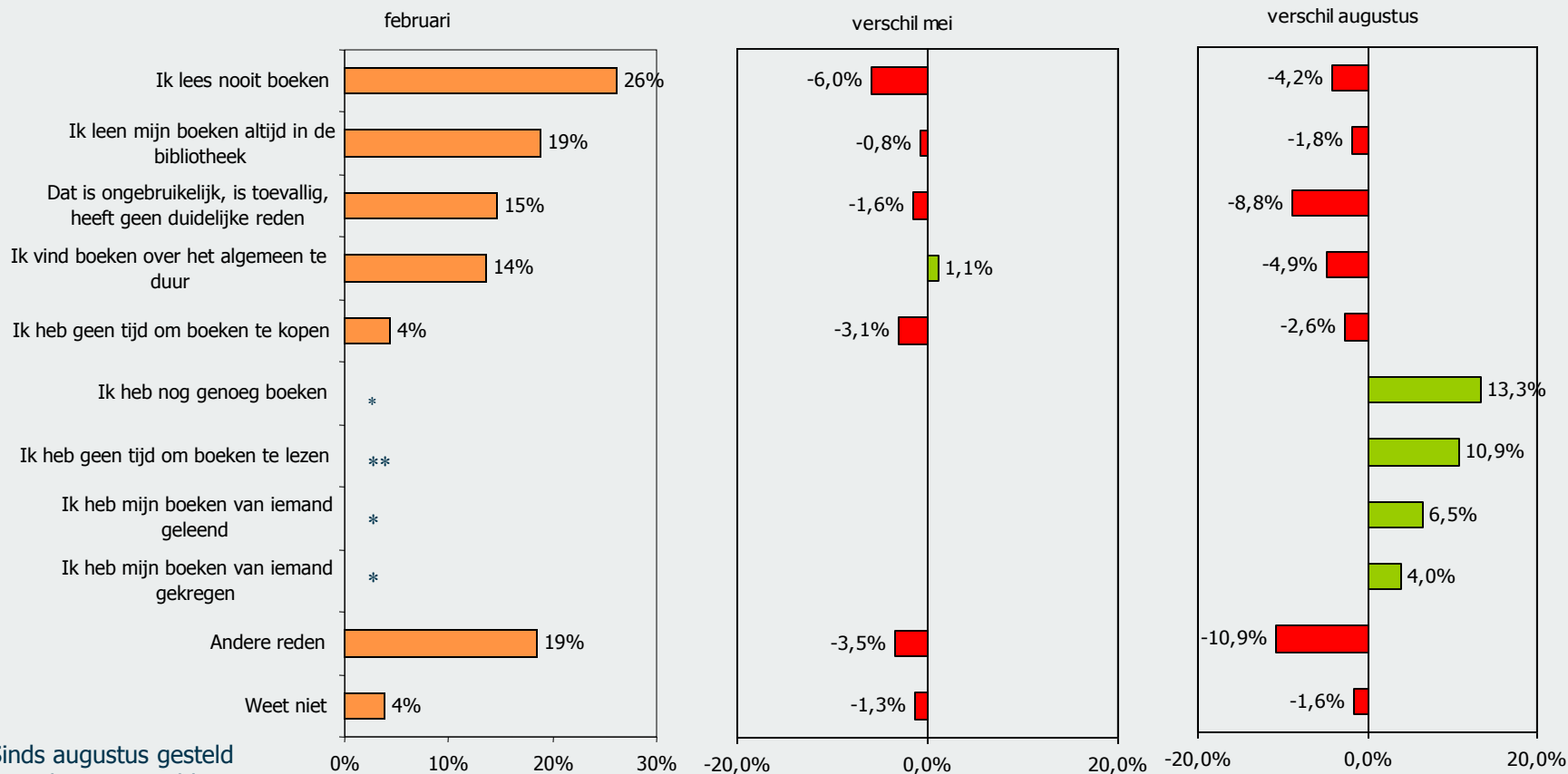
## Redenen om geen boeken te kopen



# Reden voor het niet aanschaffen van een boek

## Verschil februari-mei-augustus

72



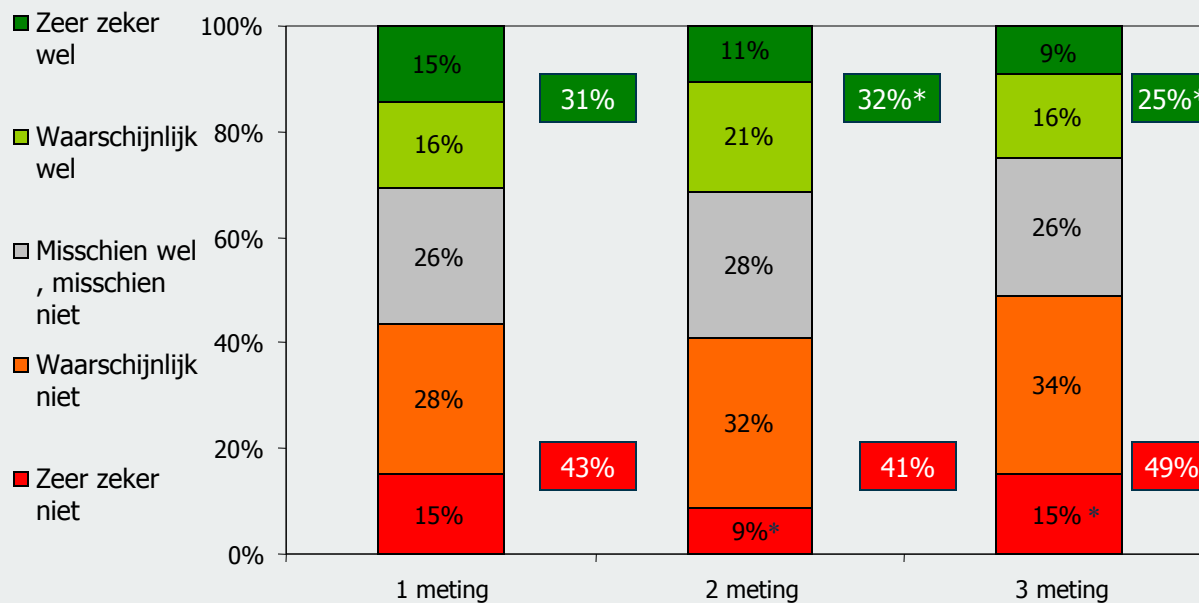
\*Sinds augustus gesteld

\*\* Sinds mei gesteld



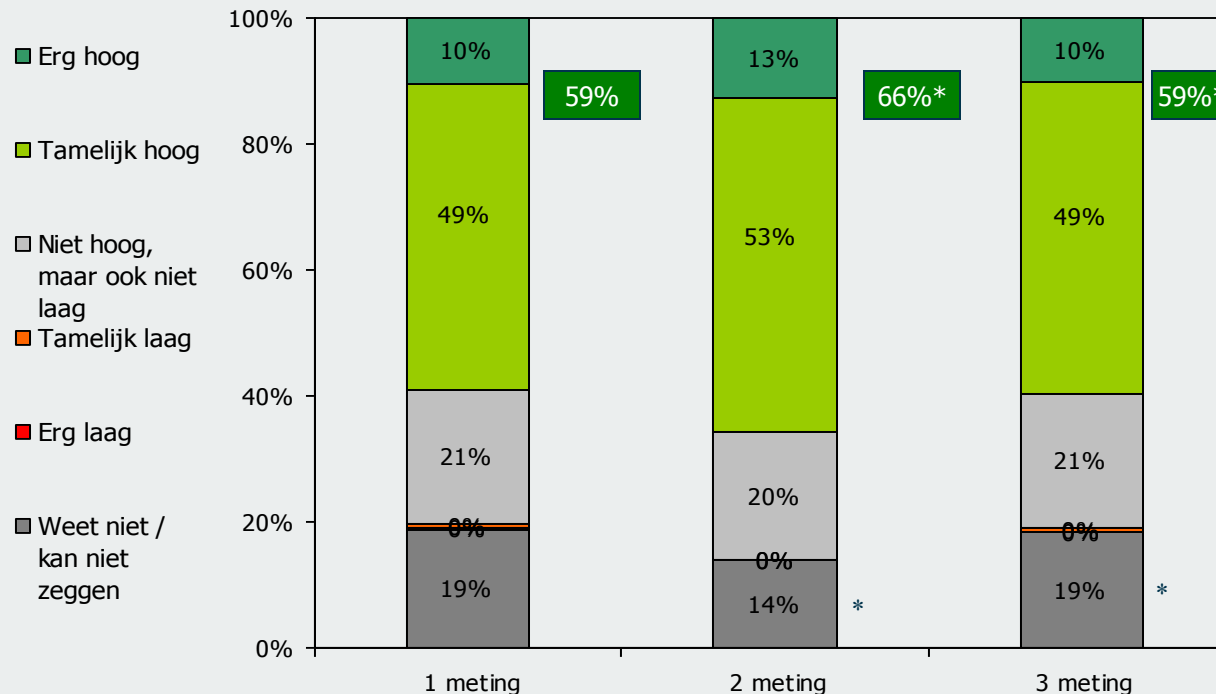
# Aankoopintentie voor komend half jaar

73



# Prijs van boeken, lagere/hogere prijs van boeken

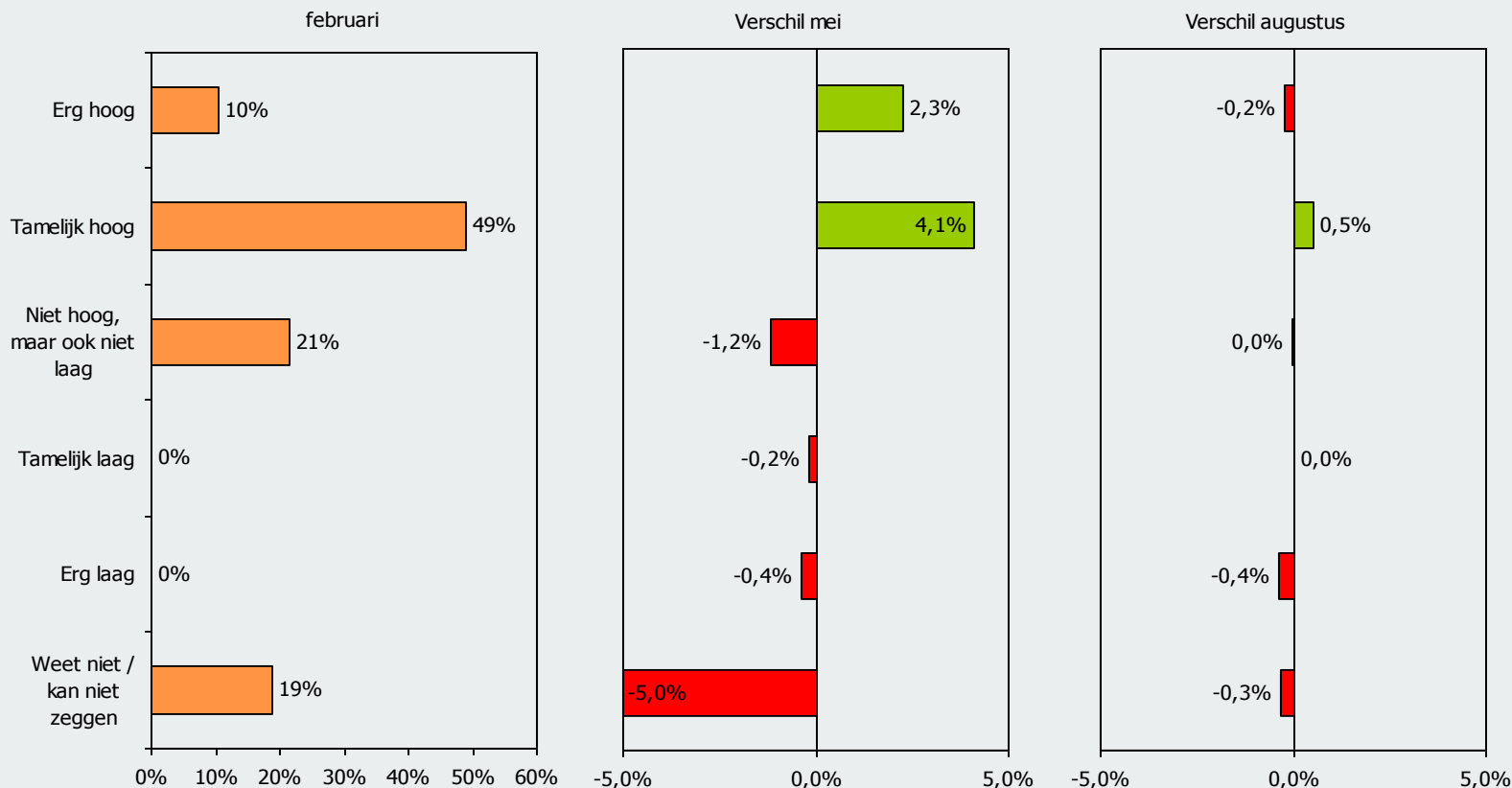
74



# Prijs van boeken, lagere/hogere prijs van boeken

## Verschil februari-mei-augustus

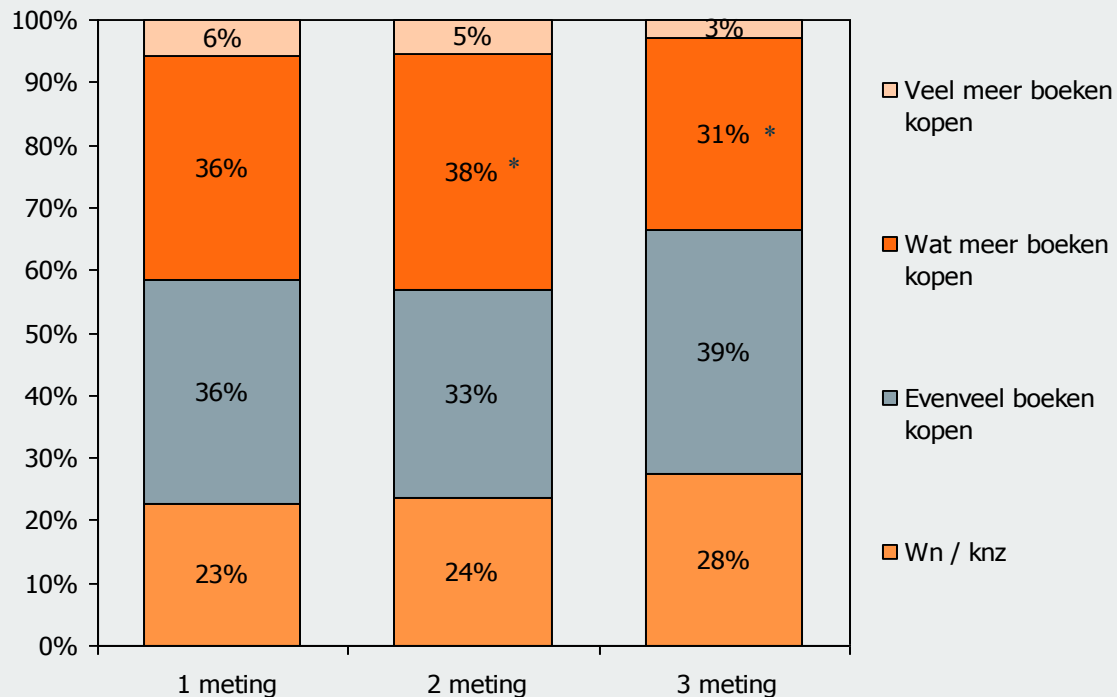
75



# Prijs van boeken, lagere prijs van boeken

76

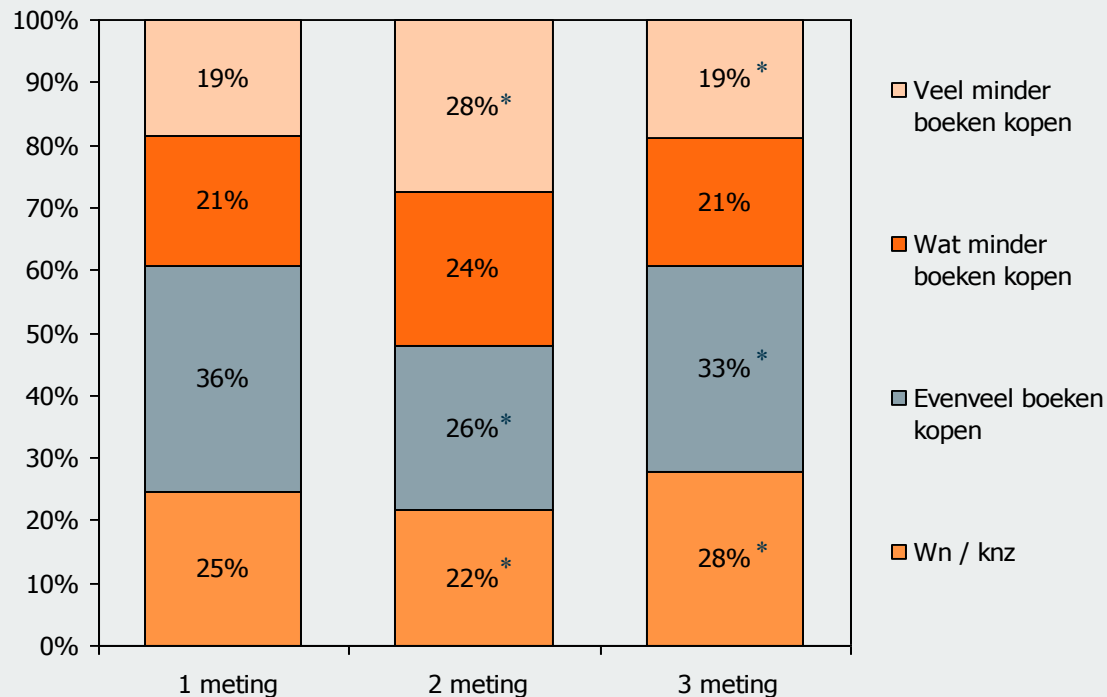
## Bij verlaging



# Prijs van boeken, hogere prijs van boeken

77

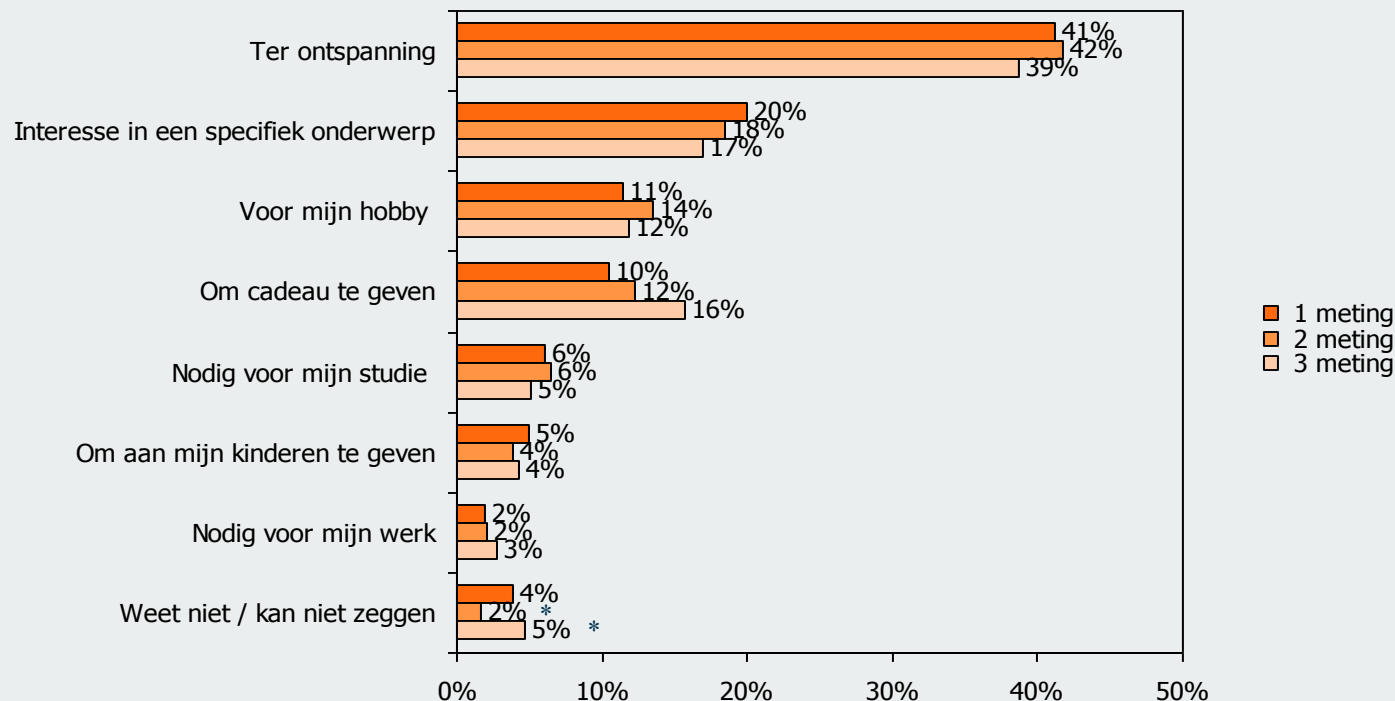
## Bij verhoging



# Belangrijkste reden om in de toekomst een boek te kopen

78

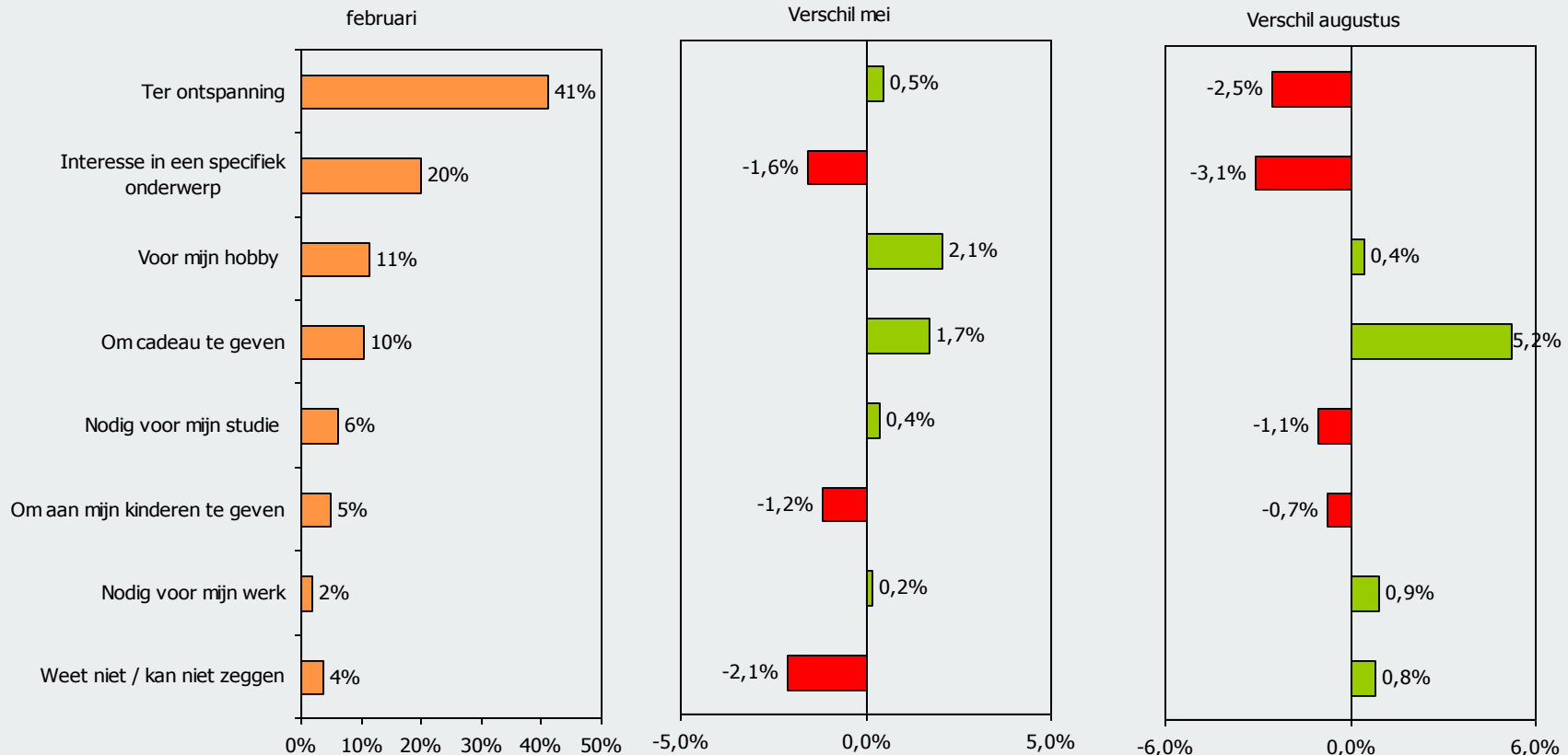
## Toekomstige aankoopmotieven



# Belangrijkste reden om in de toekomst een boek te kopen

## Verschil februari-mei-augustus

79



## Belangrijkste conclusies niet kopers

80

- De belangrijkste redenen om geen boek te kopen zijn "ik lees nooit boeken" en "ik leen mijn boeken altijd in de bibliotheek". Nog genoeg boeken hebben, is een argument dat sinds de augustus-meting in de vragenlijst is opgenomen, dat komt op de derde plaats. Het argument "geen tijd om een boek te lezen" wordt minder vaak genoemd dan tijdens de mei-meting.
- De aankoopintentie onder de niet-lezers is gedaald ten opzichte van mei. 25% van de niet-lezers is waarschijnlijk of zeker van plan het komende half jaar een boek aan te schaffen, terwijl 32% dit in mei van plan was. 49% van de niet-kopers vindt de gemiddelde boekenprijs tamelijk hoog, 10% vindt het erg hoog. Dit wijkt niet sterk af van de resultaten van de kopers en de resultaten van mei.
- Een lagere boekenprijs leidt minder vaak tot het meer aanschaffen van boeken dan tijdens de mei-meting. Een hogere boekenprijs leidt daarentegen minder vaak tot het kopen van minder boeken dan tijdens de mei-meting. Een verandering van de boekenprijs is dus minder van invloed op de niet-kopers tijdens de augustusmeting dan tijdens de mei-meting.
- Niet kopers zouden in de toekomst wellicht een boek willen kopen ter ontspanning. Een stijgend percentage niet-kopers overweegt een boek cadeau te doen.



## Inhoudsopgave

1. Inleiding en onderzoeksdoel
2. Onderzoekopzet en -verantwoording
3. Conclusies
4. **Resultaten**
  - 4.1 Aankoopgedrag
  - 4.2 Koopmotieven
  - 4.3 Lezers
  - 4.4 Informatiebronnen
  - 4.5 Vrije tijd
  - 4.6 Niet kopers

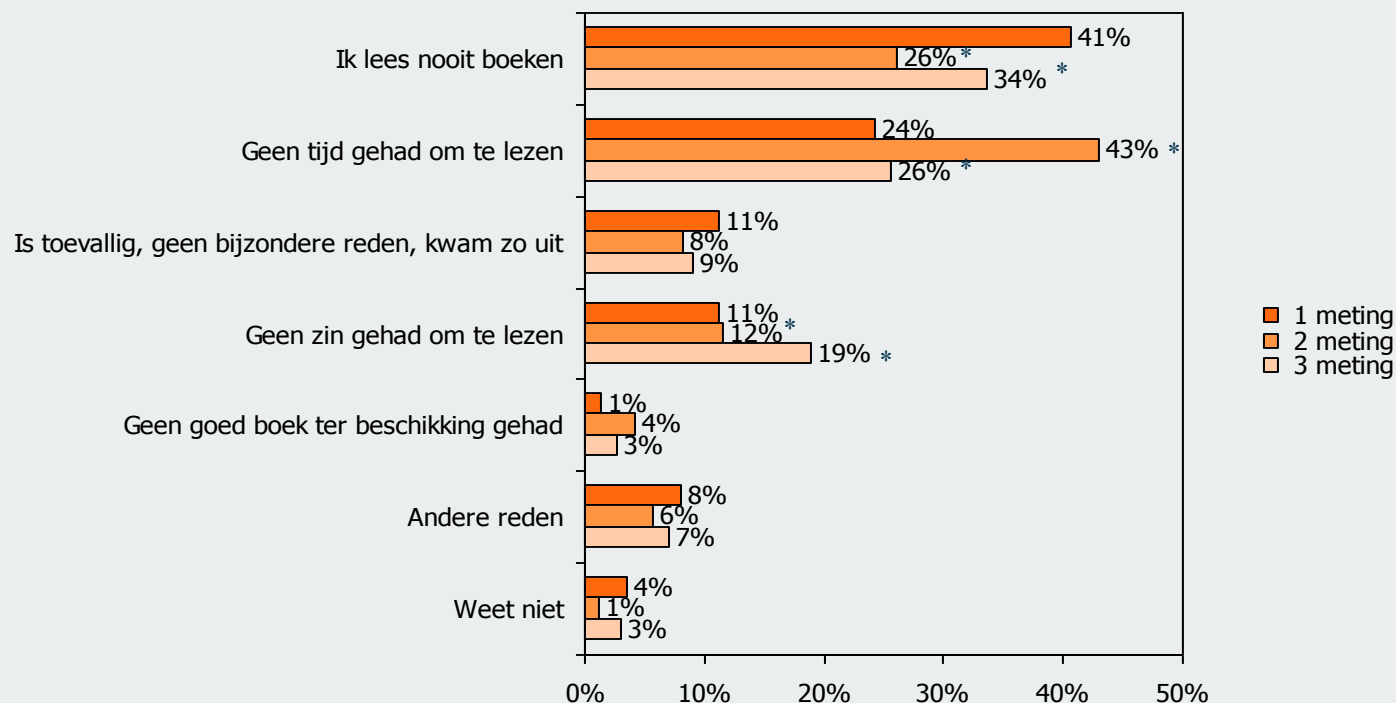


### **4.7 Niet lezers**

# Reden voor het niet lezen van een boek

82

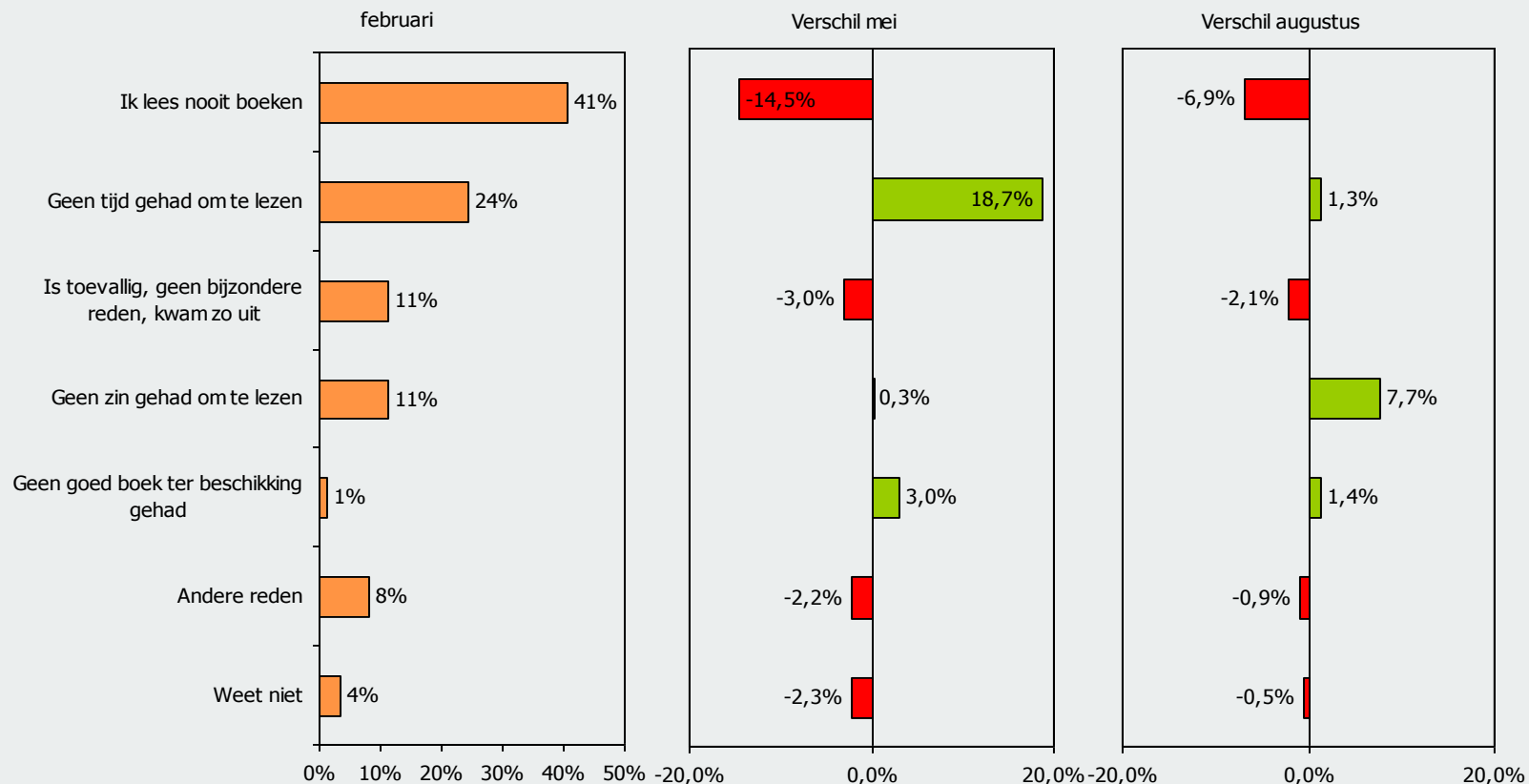
## Redenen om geen boek te lezen



# Reden voor het niet lezen van een boek

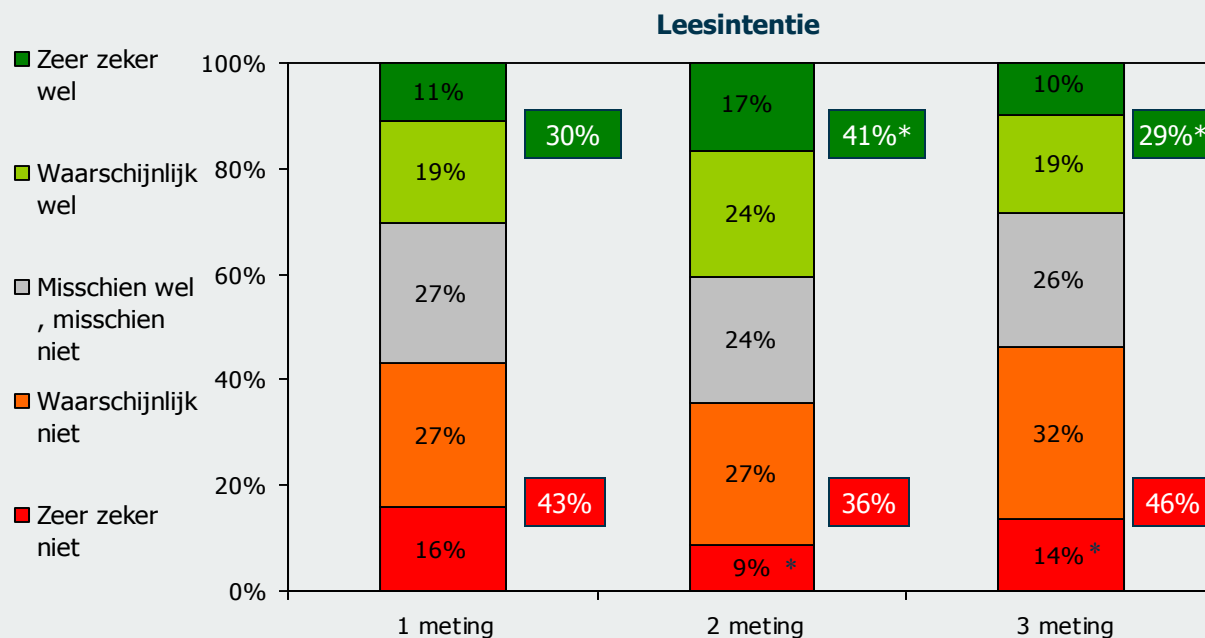
## Vershil februari-mei-augustus

83



# Boek lezen de komende tijd

84



## Conclusies niet lezers

85

- De belangrijkste redenen om geen boek te kopen zijn "ik lees nooit boeken" en "ik leen mijn boeken altijd in de bibliotheek". Nog genoeg boeken hebben, is een argument dat sinds de augustus-meting in de vragenlijst is opgenomen, dat komt op de derde plaats. Het argument "geen tijd om een boek te lezen" wordt minder vaak genoemd dan tijdens de mei-meting.
- De aankoopintentie onder de niet-lezers is gedaald ten opzichte van mei. 25% van de niet-lezers is waarschijnlijk of zeker van plan het komende half jaar een boek aan te schaffen, terwijl 32% dit in mei van plan was. 49% van de niet-kopers vindt de gemiddelde boekenprijs tamelijk hoog, 10% vindt het erg hoog. Dit wijkt niet sterk af van de resultaten van de kopers en de resultaten van mei.
- Een lagere boekenprijs leidt minder vaak tot het meer aanschaffen van boeken dan tijdens de mei-meting. Een hogere boekenprijs leidt daarentegen minder vaak tot het kopen van minder boeken dan tijdens de mei-meting. Een verandering van de boekenprijs is dus minder van invloed op de niet-kopers tijdens de augustusmeting dan tijdens de mei-meting.
- Niet kopers zouden in de toekomst wellicht een boek willen kopen ter ontspanning. Een stijgend percentage niet-kopers overweegt een boek cadeau te doen.