

Boekenbranche

Kwantitatief onderzoek naar lees- en aankoopgedrag van boeken

Juli 2009

Stefan Peters

Ewout Witte

(20686)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Inhoudsopgave

1 Conclusies

2 Resultaten

- A. Maand van het spannende boek & informatiebronnen
- B. E-books, luisterboeken en e-readers
- C. De recessie en de boekenbranche
- D. Motieven en genres
- E. Retailers
- F. Lenen bij de bibliotheek
- G Trends

Bijlage I: Inleiding en onderzoeksverantwoording

Bijlage II: Onderzoeksopzet

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



SMB 28 1106

1 Conclusies

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



SMB 28 1106

Conclusies maand van het spannende boek

4

Het geschenkboek is het bekendste onderdeel van de Maand van het Spannende Boek

Van alle acties die horen bij de Maand van het Spannende Boek, is het gratis geschenkboek het meest bekend. De korting die met het geschenkboek behaald kan worden op een 1^e klas treinkaart en de Gouden Strop zijn daarna de bekendste onderdelen. De NS Thriller Wissel en de Vrij Nederland Detective en Thrillergids zijn het minst bekend. In vergelijking met de actie-onderdelen van de Boekenweek, zijn die van de Maand van het Spannende Boek minder bekend.

Uitgaven tijdens Maand van het Spannende Boek vergelijkbaar met vorig jaar

De uitgaven tijdens de Maand van het Spannende Boek zijn vrij stabiel: 12% geeft aan meer te hebben uitgegeven in vergelijking met vorig jaar, 16% geeft aan minder te hebben uitgegeven. Voor 46% van de mensen die tijdens de Maand van het Spannende Boek geld hebben uitgegeven zijn de uitgaven (ongeveer) gelijk aan die van vorig jaar. In vergelijking met de Boekenweek is dat een duidelijke verbetering: vooral de groep die aangaf minder te hebben uitgegeven dan in 2008 was toen groter (29%).

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Conclusies e-books, luisterboeken en e-readers

5

Iets meer dan de helft van de mensen kent het e-book in ieder geval van naam

Consumenten zijn aardig bekend met het luisterboek: 85% kent het minstens van naam. De e-reader en het e-book zijn minder bekend: 54% van de consumenten kent het e-book wel van naam, 34% kent de e-reader minstens van naam. Onder recente kopers, lezers en leners zijn deze alternatieve leesvormen beter bekend dan onder mensen die in de afgelopen maand geen boek gelezen, gekocht of geleend hebben. Mannen zijn beter bekend met de e-reader en het e-book dan vrouwen.

Luisterboek iets beter beoordeeld dan het e-book

Voor 14% van de consumenten is het e-book een (zeer) aantrekkelijk alternatief voor het lezen van een boek. Onder deze 14% bevinden zich in verhouding veel hoog opgeleiden. 20% van de consumenten vindt het luisterboek een aantrekkelijke vervanger van het traditionele boek. Vrouwen vinden luisterboeken aantrekkelijker dan mannen. Het verschil in aantrekkelijkheid is ook terug te zien in de leen-, lees- en koopintentie: deze ligt voor het luisterboek hoger dan voor het e-book.

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Conclusies: de recessie en de boekenbranche

6

Verwachting over bestedingen aan boeken lijkt te stabiliseren: het komende kwartaal denken we ongeveer even veel geld uit te geven aan boeken als in het afgelopen kwartaal.

De recessie houdt nog steeds haar grip op de wereld. Ten opzichte van de vorige meting (over maart 2009), lijkt de houding van consumenten zich te stabiliseren. Zowel de groep die meer aan boeken verwacht te besteden als de groep die minder aan boeken verwacht te besteden, blijft stabiel. Net als in maart is de groep die verwacht minder aan boeken te besteden iets groter dan de groep die meer geld aan boeken verwacht te besteden. Opgemerkt moet wel worden dat in deze meting gevraagd is naar het afgelopen en komende kwartaal terwijl bij de vorige meting naar de periode van een half jaar gevraagd is.

Ook de invloed van de huidige economische situatie op de bestedingen in het algemeen en die aan boeken blijft op hetzelfde niveau.

De huidige economische situatie is voor 13% van de mensen die ooit een boek hebben gekocht aanleiding om minder te besteden in het algemeen en voor 14% aanleiding om minder geld te besteden aan boeken. Deze percentages zijn vergelijkbaar met de resultaten uit eerdere metingen. De verschillen zijn niet significant. Vooral vrouwen, mensen die lager opgeleid zijn of een lager inkomen hebben zijn in verhouding vaker van plan minder aan boeken te besteden dan mannen, mensen die hoger opgeleid zijn of een hoger inkomen hebben.

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Conclusies informatiebronnen en betaalmiddelen

7

Ouderen raadplegen internet relatief weinig voor hun informatie over het boekenaanbod.

Vrienden, collega's, familie en/of kennissen spelen voor de meeste consumenten (37%) een rol bij hun kennis over het boekenaanbod. Vooral vrouwen hechten veel waarde aan de informatie van bekenden. Boekbijlagen en recensies in tijdschriften en kranten vormen daarna de belangrijkste informatiebron. Van alle informatie die via internet over boeken te vinden is, spelen recensies de belangrijkste rol. Ouderen (50+) hebben - in vergelijking met mensen van 49 jaar of jonger - internet nog niet goed ontdekt als bron van informatie over het boekenaanbod.

Meeste boeken worden door middel van PIN betaald.

De meeste mensen (61%) die in de afgelopen maand boeken hebben gekocht, betalen deze door te pinnen. Daarnaast betaalt nog 26% zijn/haar boeken contant, maar dit aandeel lijkt af te nemen ten opzichte van eerdere metingen (augustus 2007 en maart 2008).

Een tegenovergestelde trend is te zien voor iDEAL: steeds meer mensen maken gebruik van deze (online) betaalmethode. De Boekenbon als betaalmiddel blijft stabiel op 9% staan. Hoger opgeleiden betalen relatief veel boeken via PIN; lager opgeleiden betalen in vergelijking met hoog opgeleiden vaker cash.

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Conclusies gedrag in de boekhandel & vindbaarheid boeken

8

Bijna niemand koopt bij elk bezoek aan de boekhandel boeken.

Slechts 3% van de mensen koopt boeken, elke keer dat ze de boekhandel bezoeken. Bij 35% komt het zelfs regelmatig voor dat ze geen boeken kopen tijdens hun bezoek aan de boekhandel. Dit komt vooral vaak voor bij vrouwen en hoger opgeleiden. De meest genoemde reden waarom mensen geen boeken kopen is omdat ze het leuk vinden om te snuffelen in een boekhandel. Daarnaast komt 26% van de consumenten in de boekhandel om andere artikelen te kopen (zoals bijvoorbeeld tijdschriften of rookartikelen).

Vindbaarheid van boeken in boekhandel en bibliotheek zeer goed.

De vindbaarheid van boeken is over het algemeen zeer goed: in ruim 80% van de gevallen zijn de boeken die men zoekt goed te vinden. Uitgesplitst naar boekhandels, blijken er geen (significante) verschillen te zijn. De percentages variëren van 77% (Bol.com) tot 86% (de lokale boekhandel). Ook in de bibliotheek kunnen mensen de door hen gezochte boeken meestal goed vinden: 77% van de mensen die in de afgelopen maand een boek hebben geleend, kunnen de door hen gezochte boeken meestal goed vinden.

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Conclusies trends

9

Het geschenkboek is het bekendste onderdeel van de Maand van het Spannende Boek.

Van alle acties die horen bij de Maand van het Spannende Boek, is het gratis geschenkboek het meest bekend. De korting die met het geschenkboek behaald kan worden op een 1^e klas treinkaart en de Gouden Strop zijn daarna de bekendste thema's. De NS Thriller Wissel en de Vrij Nederland Detective en Thrillergids zijn het minst bekend. In vergelijking met de acties rondom de Boekenweek, zijn die van de Maand van het Spannende Boek minder bekend.

Uitgaven tijdens Maand van het Spannende Boek vergelijkbaar met vorig jaar.

De uitgaven tijdens de Maand van het Spannende Boek zijn vrij stabiel: 12% geeft aan meer te hebben uitgegeven in vergelijking met vorig jaar, 16% geeft aan minder te hebben uitgegeven. Voor 46% van de mensen die tijdens de Maand van het Spannende Boek geld hebben uitgegeven zijn de uitgaven (ongeveer) gelijk aan die van vorig jaar. In vergelijking met de Boekenweek is dat een duidelijke verbetering: vooral de groep die aangaf minder te hebben uitgegeven in vergelijking met 2008 was toen groter (29%).

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



2 Resultaten

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



SMB 28 1106

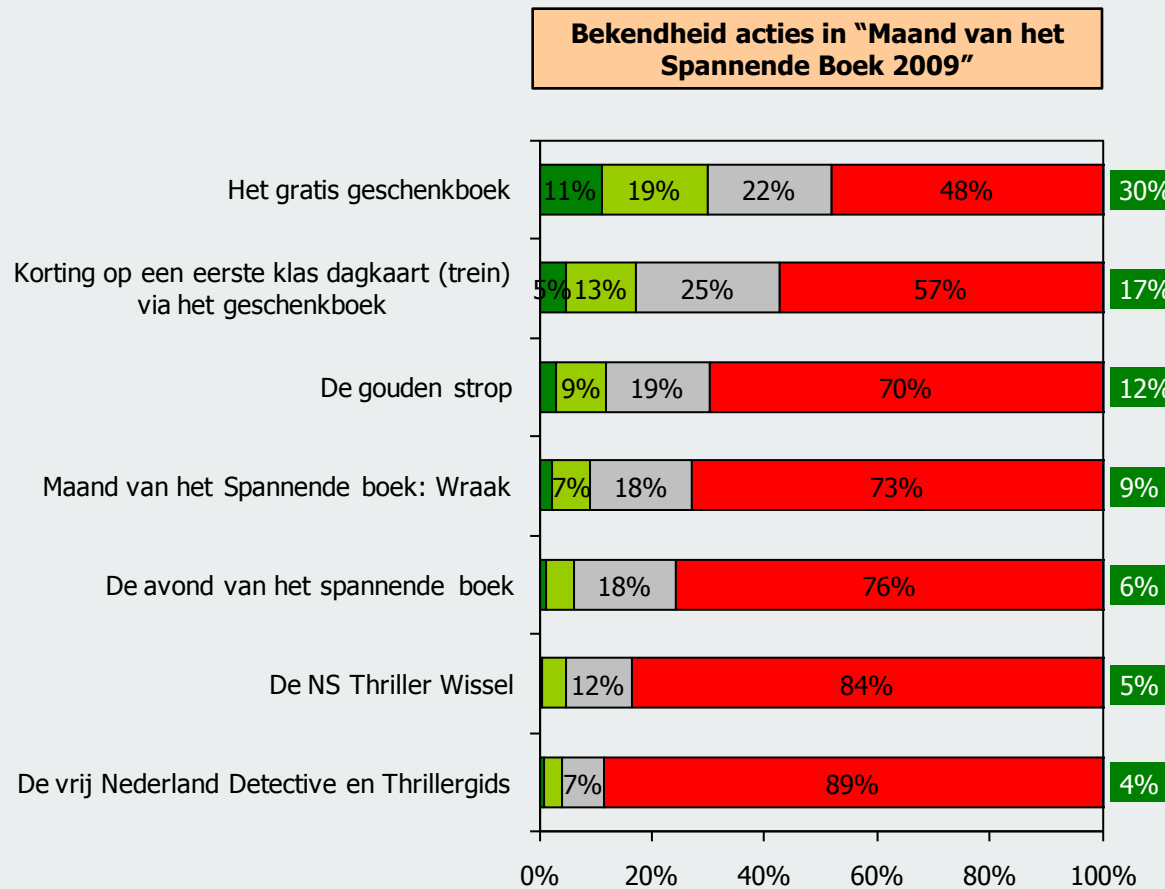
A Maand van het spannende boek & informatiebronnen



Gratis geschenkboek het bekendst van "Maand Spannende Boek"

Boekenweekacties zijn overall beter bekend dan acties in "Maand Spannende Boek"

12



Overall zijn de elementen van de Boekenweek beter bekend dan die van de "Maand van het spannende Boek". De bekendheid van het Boekenweekgeschenk (bekendste onderdeel van de Boekenweek 2009) bedroeg 56%.

■ Zeer goed mee bekend ■ Goed mee bekend ■ Enigszins mee bekend ■ Niet mee bekend

Basis: alle respondenten; n=1200

A17. In hoeverre bent u bekend met onderstaande acties die betrekking hebben op de Maand van het spannende boek 2009?

INTOMART GfK

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

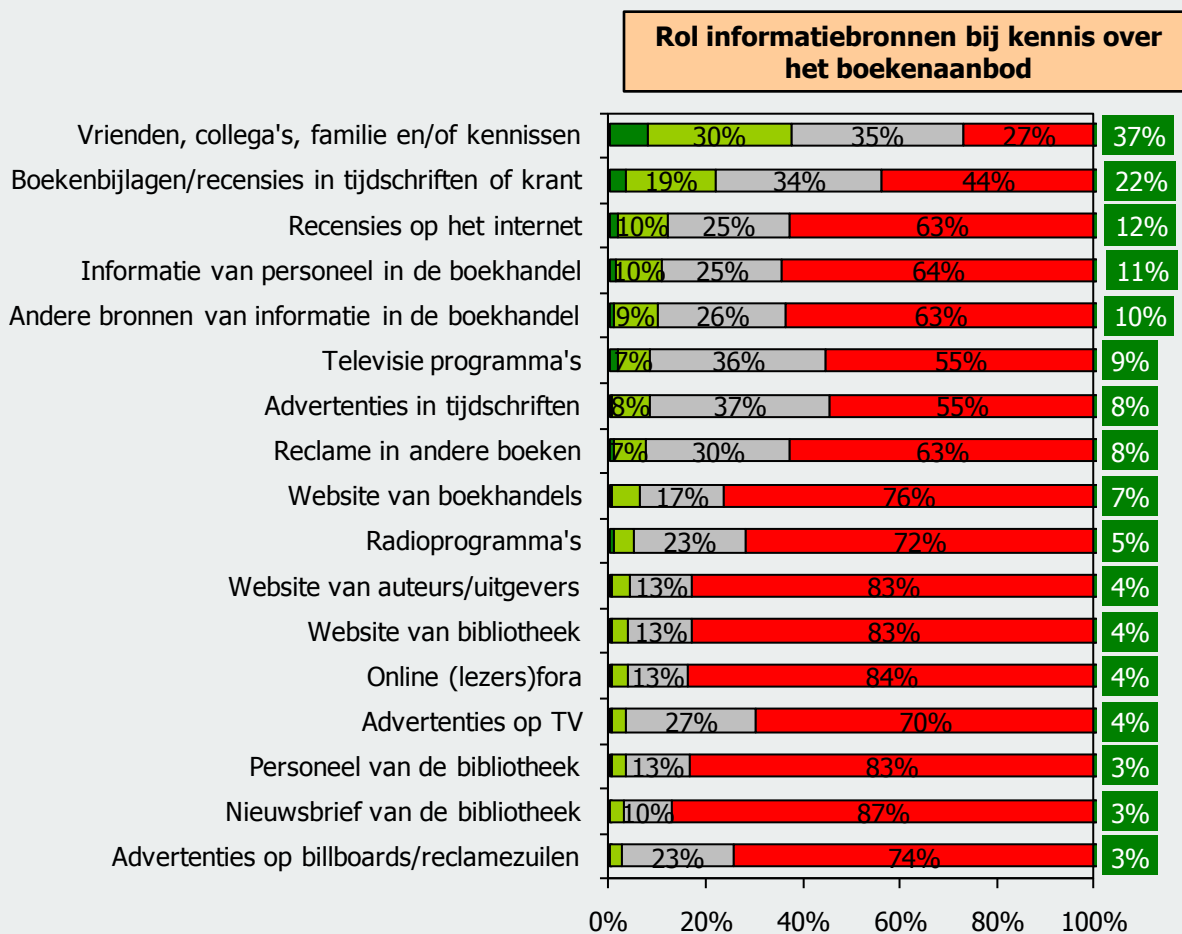


SMB 28 1106

Vrienden, collega's en familie belangrijkste informatiebron

Ouderen raadplegen minder vaak het internet dan jongeren

13



Vrienden, familie en collega's spelen een belangrijkere rol voor vrouwen dan voor mannen

Ouderen (50+) lezen minder vaak recensies op internet en online lezersfora en kijken ook minder vaak op websites van boekhandels dan mensen tot en met 49 jaar



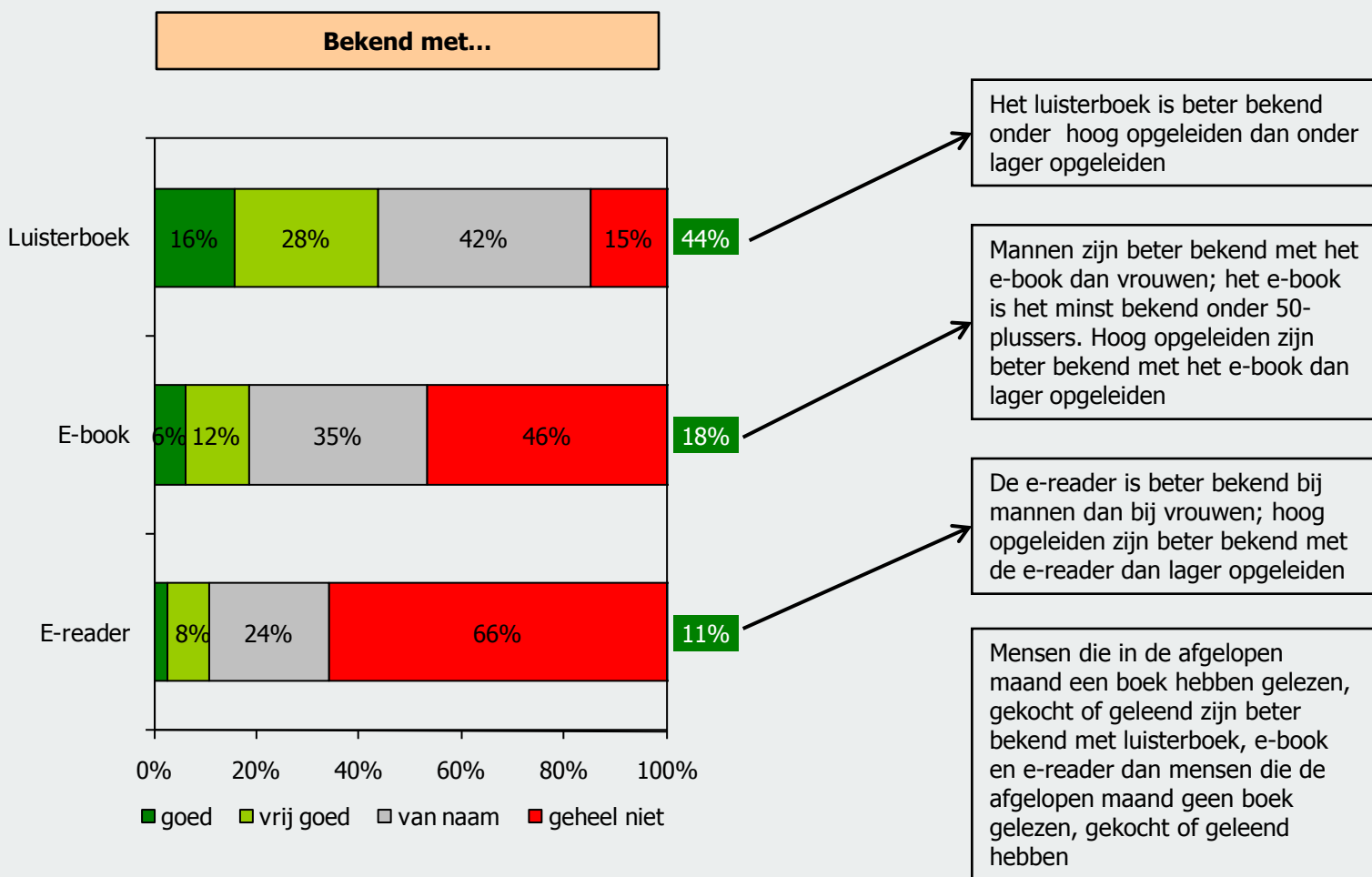
B E-books, luisterboeken en e-readers

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Luisterboek bij bijna de helft van de consumenten goed bekend

Het e-book en de e-reader genieten minder bekendheid, maar een meerderheid van de consumenten kent het e-book minstens van naam



15

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A18A. In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen?

Basis: alle respondenten; n=1200

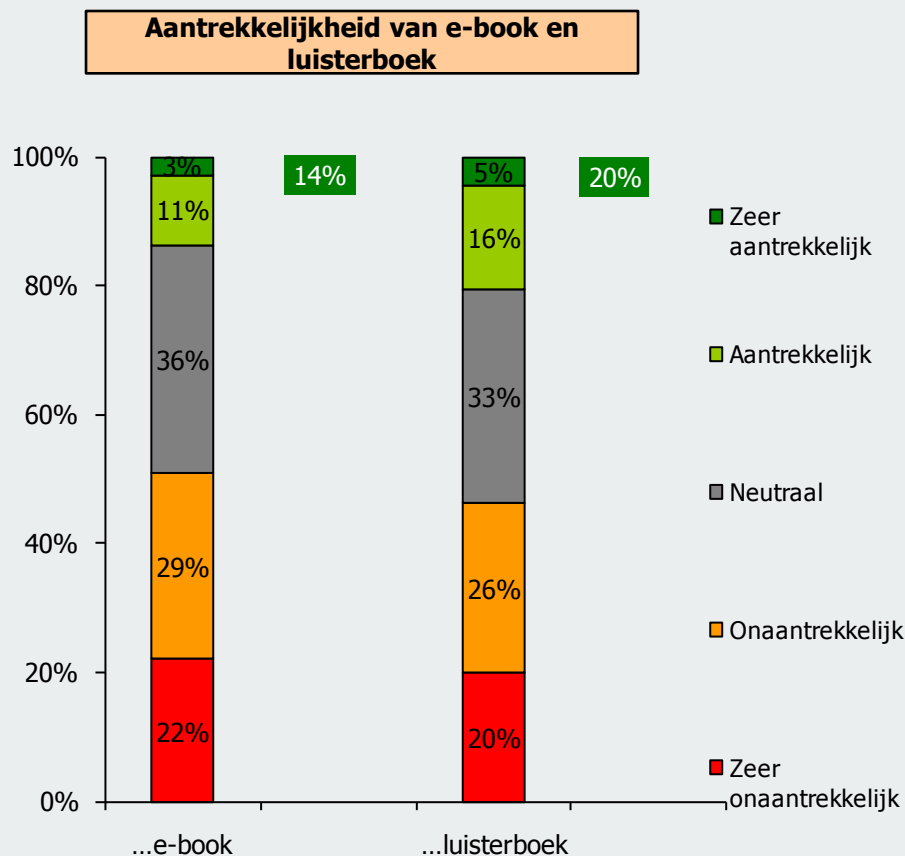
INTOMART GfK



Luisterboek aantrekkelijker om te 'lezen' dan e-book

E-book vooral aantrekkelijk bij hoger opgeleiden; luisterboek vooral aantrekkelijk bij vrouwen

16



Vrouwen vinden luisterboeken aantrekkelijker dan mannen; hoog opgeleiden vinden het e-book aantrekkelijker dan lager opgeleiden

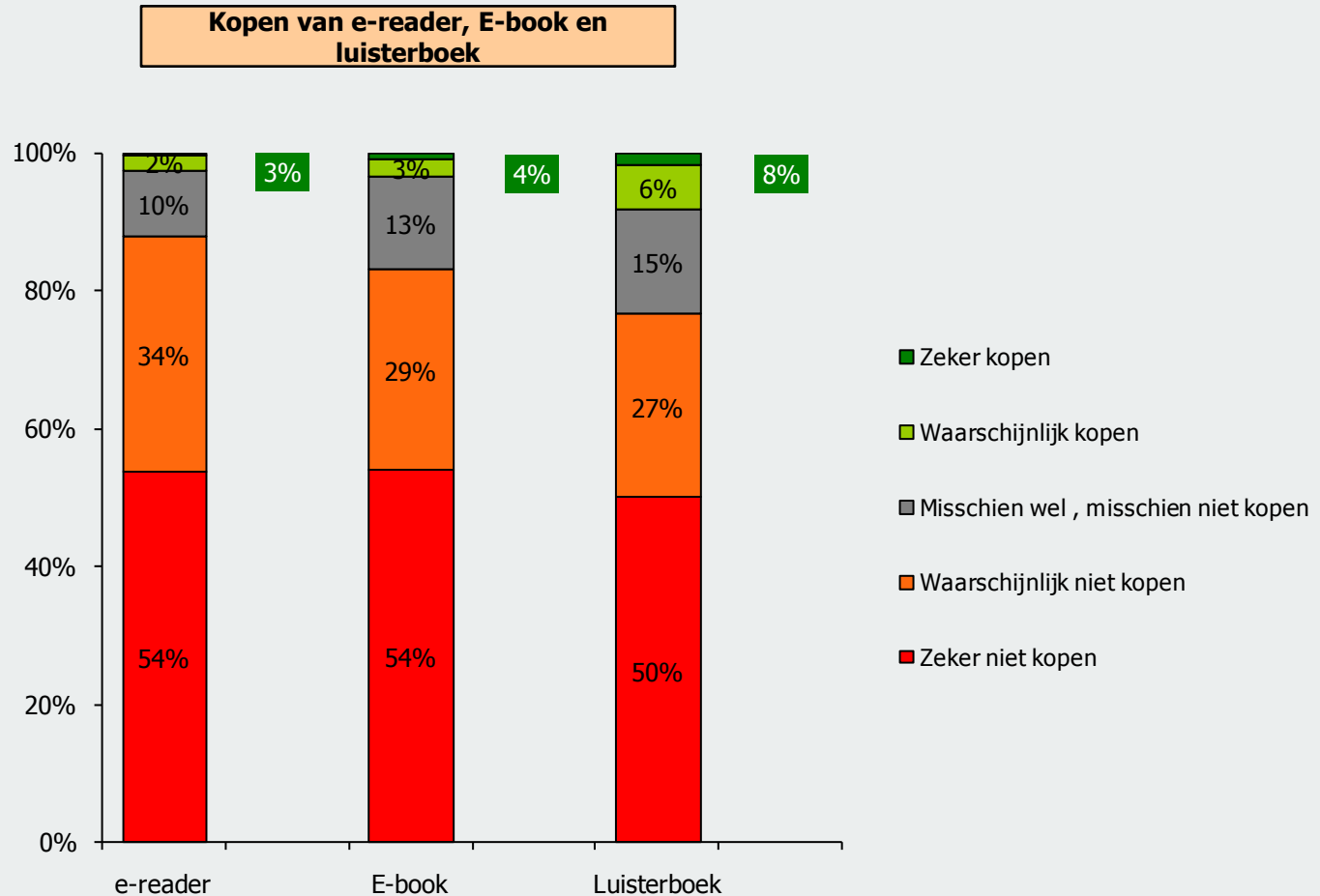
A19. In hoeverre vindt u het aantrekkelijk om een boek als e-book of luisterboek te lezen?

Basis: alle respondenten; n=1200

Koopintentie luisterboek het hoogst

Geen onderscheidend sociodemografisch profiel potentiële kopers; koopintentie wel hoger onder mensen die in de afgelopen maand een boek gekocht, gelezen of geleend hebben

17



A20. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-reader (het apparaat waarmee e-books gelezen kunnen worden) gaat kopen?

A20A. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-book gaat kopen?

A20B. Hoe waarschijnlijk is het dat u een luisterboek gaat kopen?

Basis: alle respondenten; n=1200

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



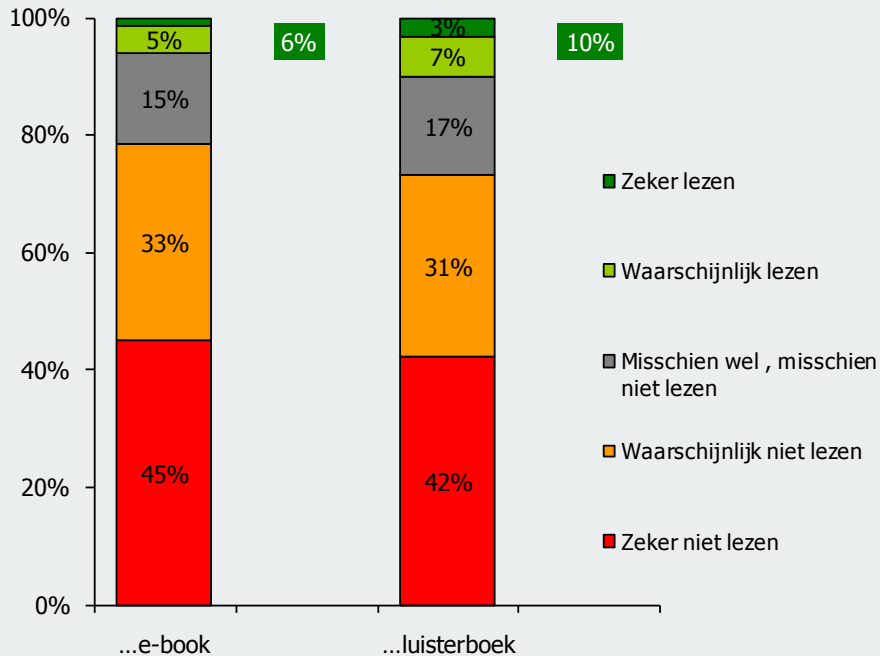
INTOMART GfK

13% is van plan een luisterboek te lenen bij de bibliotheek

Intentie om een e-book te lezen / lenen ligt lager dan voor luisterboek; mannen zijn meer geïnteresseerd in e-books dan vrouwen

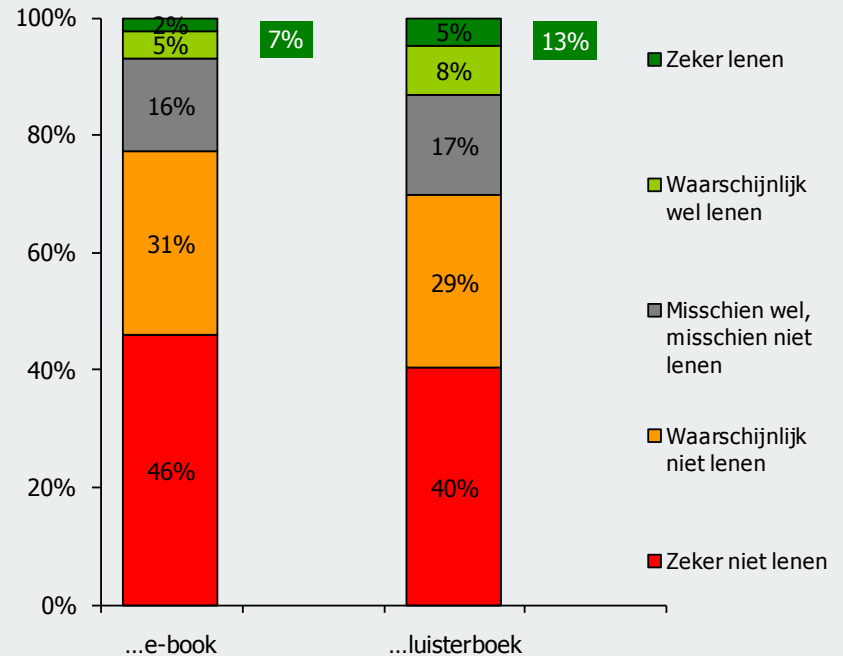
18

Lezen van e-book en luisterboek



Basis: heeft in de afgelopen maand een boek gelezen; n=835

Lenen van e-book en luisterboek



Basis: heeft in de afgelopen maand boeken bij de bibliotheek geleend n=295

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

C9. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-book of luisterboek gaat lezen?
D10. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-book of luisterboek gaat lenen bij de bibliotheek?



C De recessie en de boekenbranche

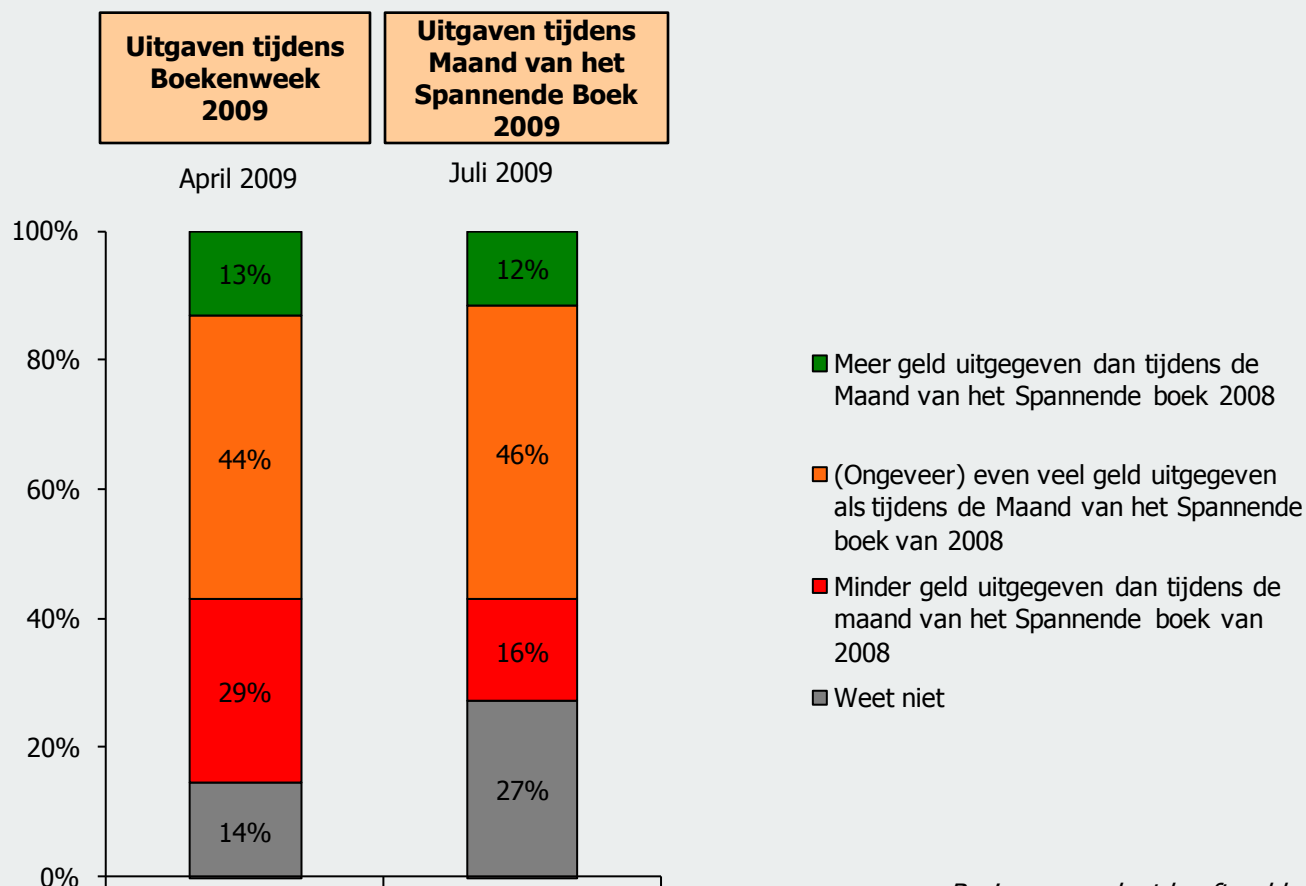
STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



SMB 28 1106

Uitgaven tijdens "Maand van het Spannende Boek" blijven stabiel

Recessie heeft minder invloed op de uitgaven tijdens de "Maand van het Spannende Boek" dan op de uitgaven tijdens de Boekenweek 2009



Basis: respondent heeft geld uitgegeven
 Meting 10: n=328
 Meting 11: n=540

STICHTING
 MARKTONDERZOEK
 BOEKENVAK

A13. Heeft u tijdens uw inkopen voor de afgelopen Maand van het Spannende Boek (29 mei t/m 30 juni 2009) meer of minder geld aan boeken uitgegeven dan tijdens de Maand van het Spannende Boek van 2008?

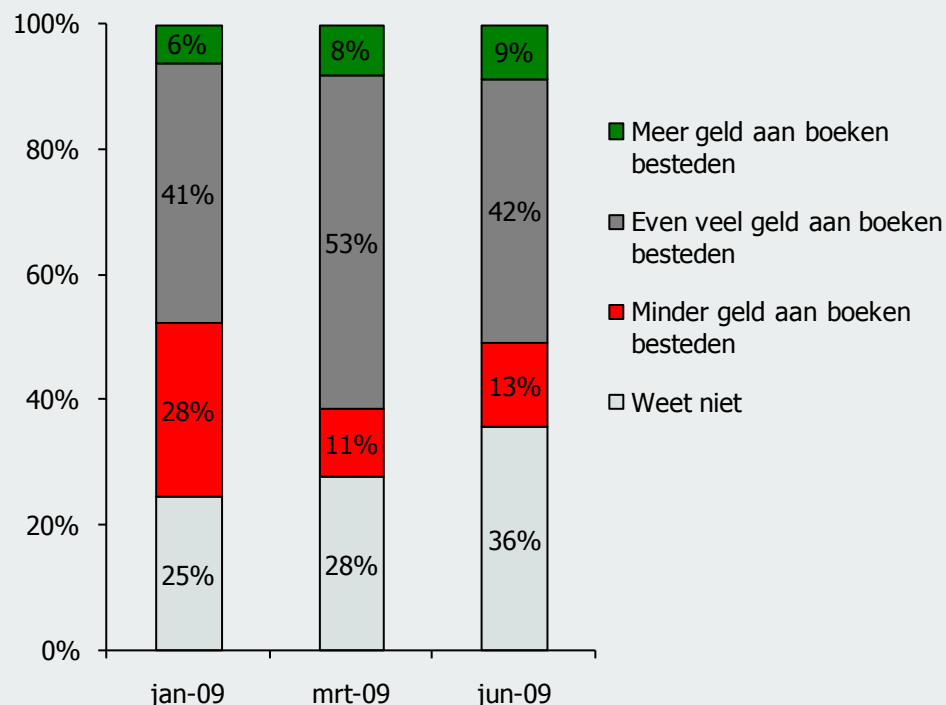


Intentie om minder geld aan boeken te besteden blijft stabiel

Na de sterke afname tussen januari en maart, is de intentie om het komende kwartaal minder aan boeken te besteden gelijk aan die van maart*

21

Bestedingen aan boeken in het komende periode ten opzichte van vorige periode*



➤ Geen duidelijk profiel van de mensen die meer of minder aan boeken verwachten te besteden; alleen *heavy* kopers (> 3 of meer boeken in de afgelopen maand) verwachten in sterkere mate minder aan boeken te besteden dan de minder *heavy* kopers

*in januari afgelopen maand

*in april afgelopen half jaar

*in juli afgelopen kwartaal

Basis:

Meting 9: n=574 (heeft in de afgelopen maand boek gekocht)

Meting 10: n = 981 (heeft ooit een boek gekocht)

Meting 11: n =1002 (heeft ooit een boek gekocht)

A14. Bent u in het komende kwartaal van plan meer of minder geld aan boeken te besteden dan in het afgelopen kwartaal?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

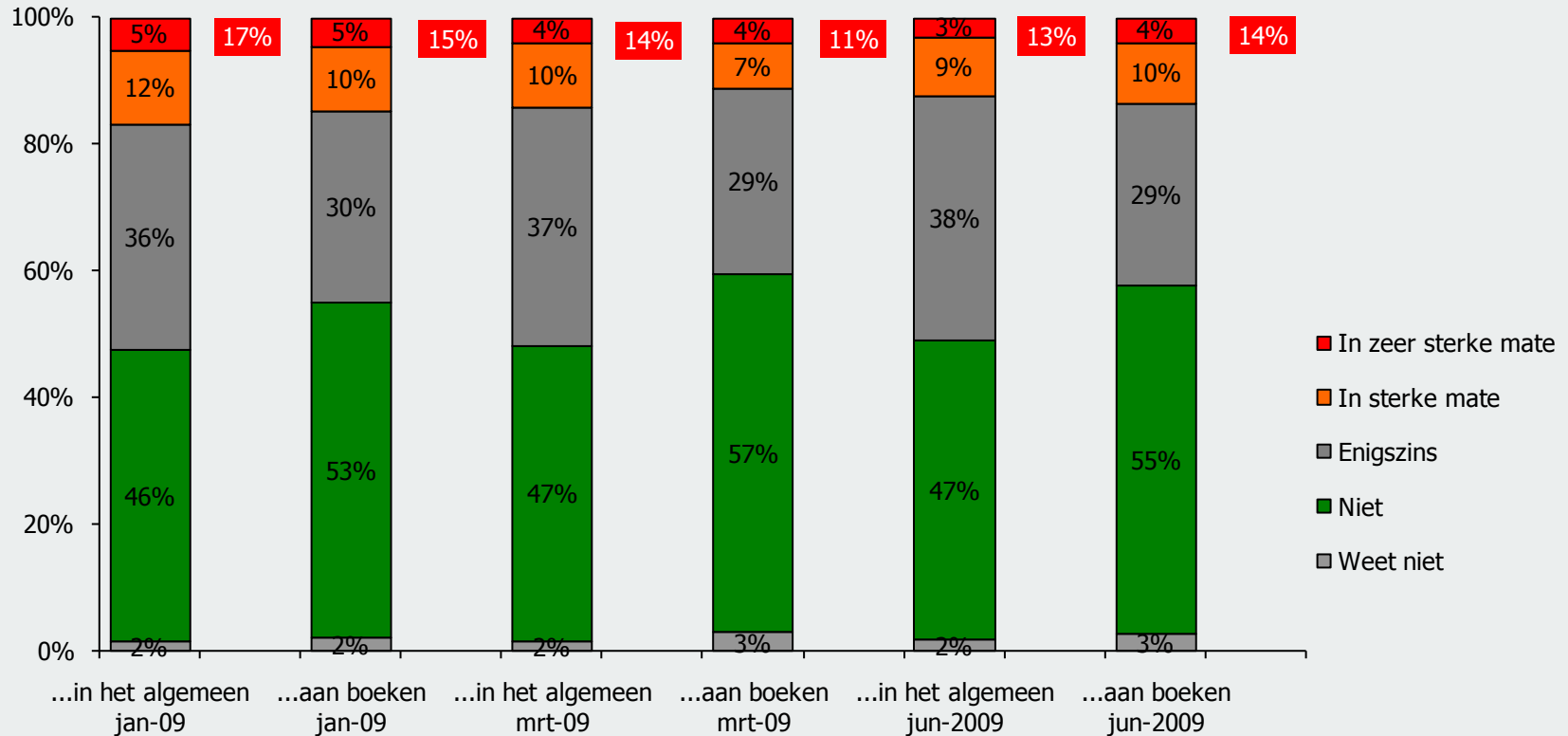


Invloed economische situatie op bestedingen aan boeken blijft stabiel

Vooral voor vrouwen, lager opgeleiden en mensen met een laag inkomen, is de huidige economische situatie aanleiding om minder aan boeken te besteden

22

Invloed economische situatie op bestedingen...



Basis:

Meting 9: n=574 (heeft in de afgelopen maand boek gekocht)

Meting 10: n = 981 (heeft ooit een boek gekocht)

Meting 11: n =1002 (heeft ooit een boek gekocht)

A15. In welke mate is de huidige economische situatie voor u een aanleiding om minder geld te besteden in het algemeen?

A16. In welke mate is de huidige economische situatie voor u een aanleiding om minder geld te besteden aan het kopen van boeken?

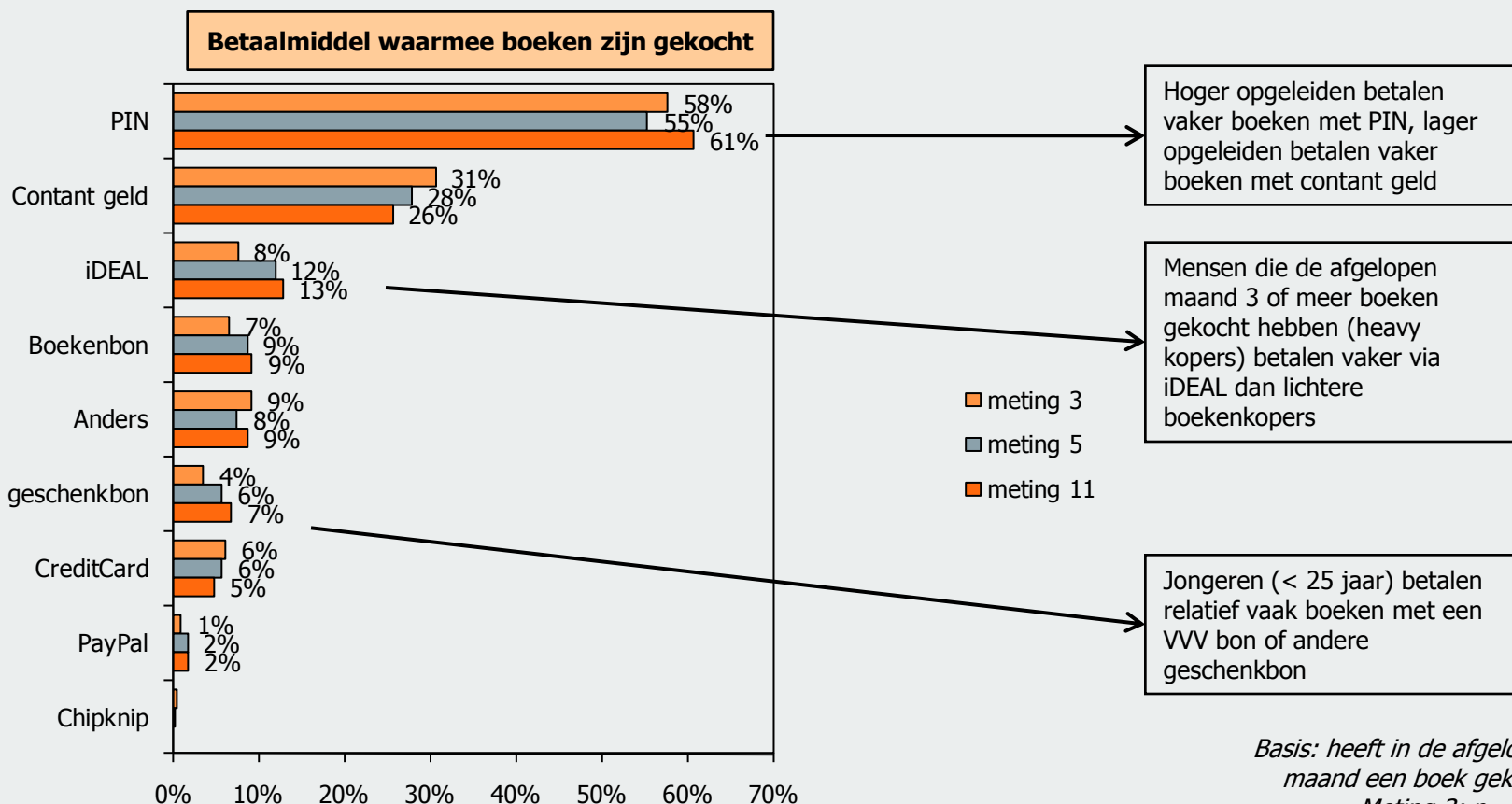
STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Meerderheid betaalt boeken via PIN

Dalende trend voor het betalen van boeken met contant geld

23



Basis: heeft in de afgelopen maand een boek gekocht
 Meting 3: n = 503
 Meting 5 : n = 601
 Meting 11: n = 480

A9. Waarmee heeft u de boeken die u de afgelopen maand heeft gekocht betaald?

STICHTING
 MARKTONDERZOEK
 BOEKENVAK



D Motieven & Genres

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



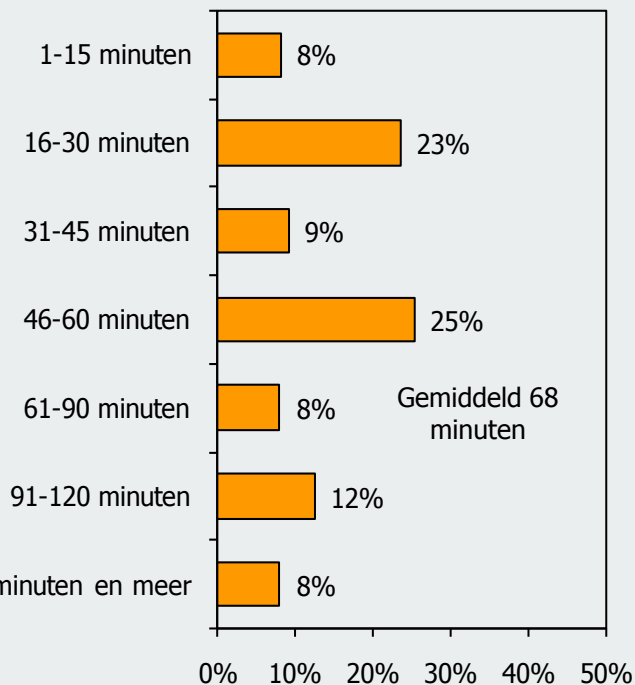
SMB 28 1106

Gemiddeld lezen mensen 2,5 boek per maand*

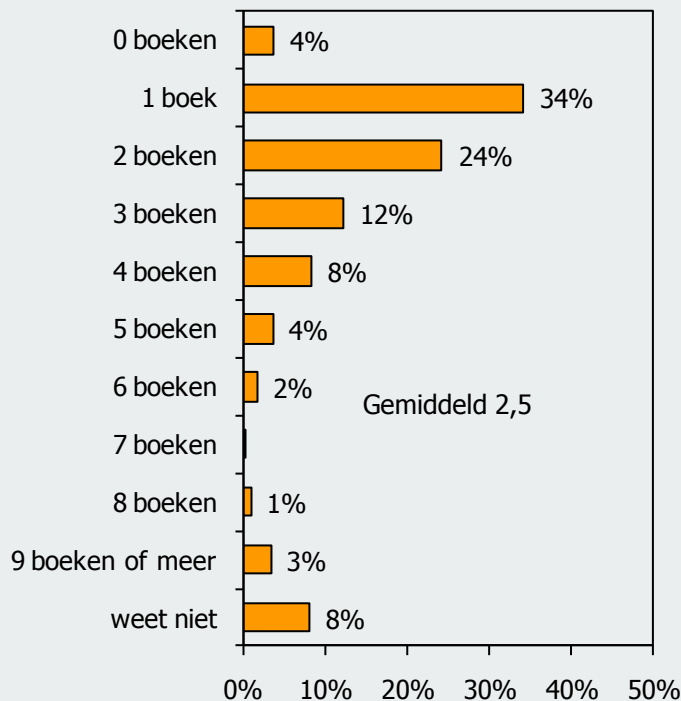
Van de 2,5 boeken die men leest is gemiddeld 1,4 nieuw gekocht of gekregen

25

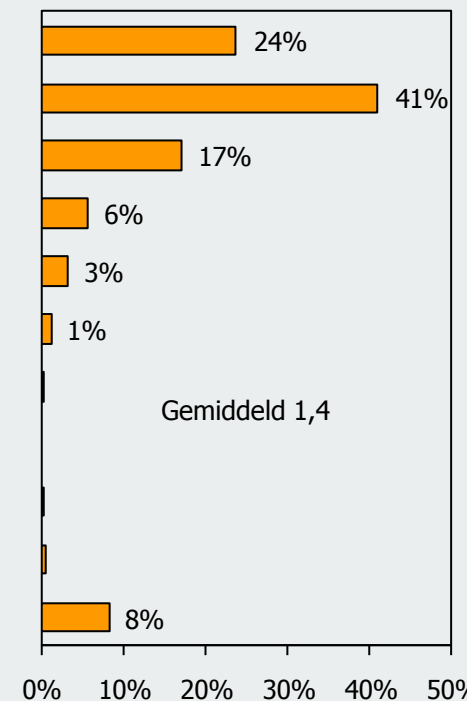
Gemiddelde leesduur per dag



Gemiddeld aantal boeken lezen per maand



Gemiddeld aantal nieuwe boeken per maand gekocht / gekregen



* Mensen die in de afgelopen maand minstens één boek hebben gelezen

Basis: heeft in de afgelopen maand een boek gelezen; n=835

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

C3. Hoe lang leest u gemiddeld per dag dat u boeken leest?

C4a. Hoeveel boeken leest u gemiddeld per maand?

C4b. Hoeveel van deze boeken zijn "nieuw" (recent) gekocht of gekregen?

INTOMART GfK



SMB 28 1106

Vrouwen letten vaker op aanbiedingen dan mannen

Ontspanning voor bijna de helft van de gekochte boeken een koopargument

Redenen voor aanschaf boeken

Aantal boeken=1173

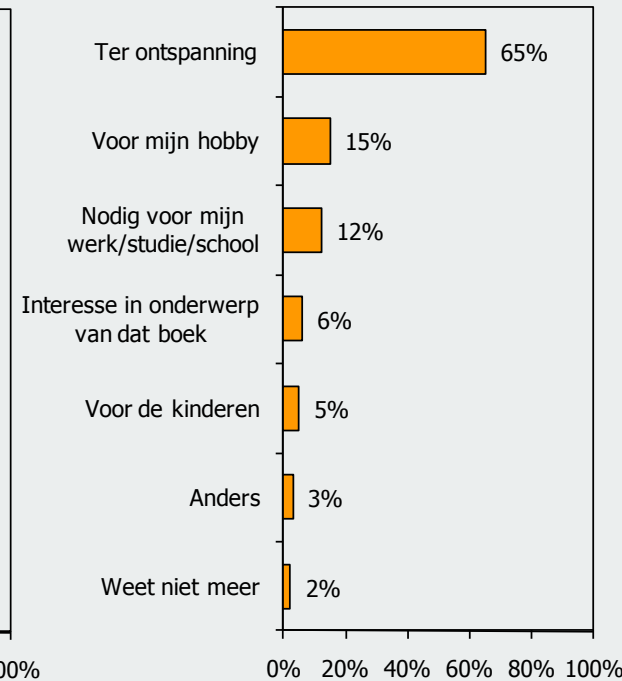
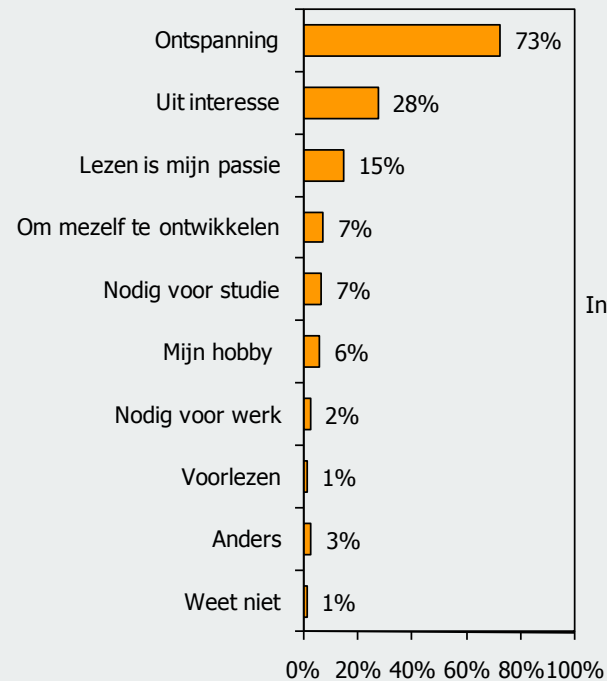
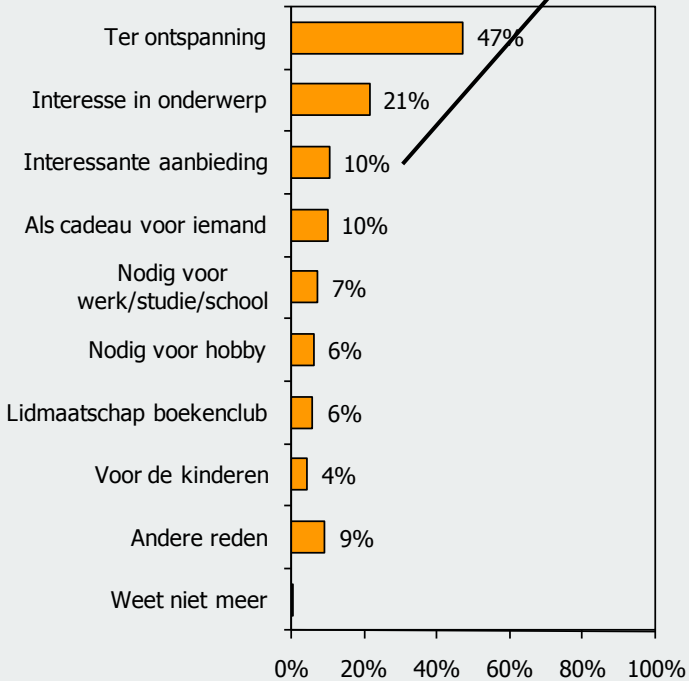
➤ 13% van de vrouwen geeft een interessante aanbieding op als koopmotief; 7% van de mannen

Leesmotieven

Aantal boeken=2374

Leenmotieven

Aantal boeken=1190



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

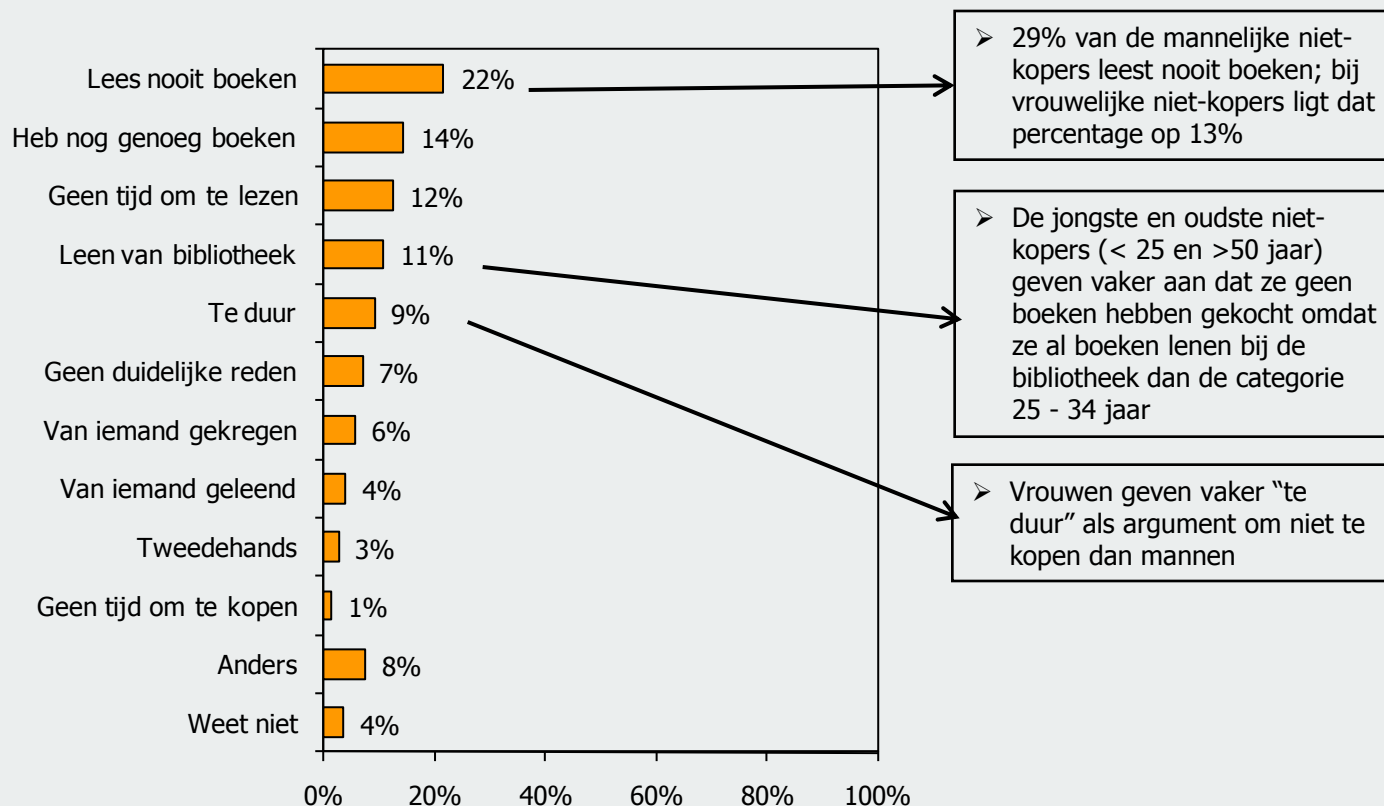


A4a. Wat was de reden voor de aanschaf van deze boeken?
C6a/D5. U heeft eerder aangegeven dat u de afgelopen maand boeken heeft gelezen/geleend. Kunt u hieronder per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren bij het lezen/lenen van deze boek(en)?

“Nooit lezen” nog steeds het argument om geen boeken te kopen

Prijs van het boek is voor vrouwen vaker een argument om geen boeken te kopen dan voor mannen; “nooit lezen” is een argument dat relatief vaak door mannen wordt genoemd

27



Basis: heeft in de afgelopen maand geen boek gekocht ; n=663

H1. U heeft eerder aangegeven dat u de afgelopen maand geen nieuw boek heeft gekocht. Kunt u hieronder aangeven wat hiervan de reden is geweest?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



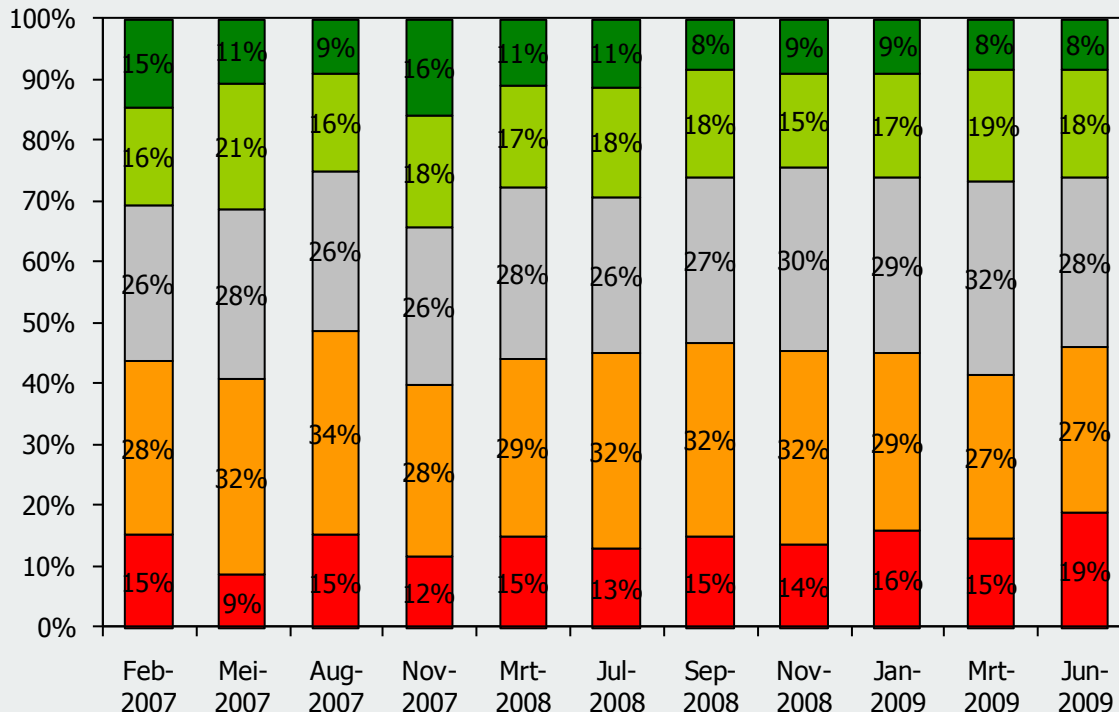
INTOMART GfK

Koopintentie niet-kopers* wijzigt nauwelijks

Vooral jongeren (< 34 jaar) die in de afgelopen maand geen boek hebben gekocht, zijn van plan in het komende half jaar een boek aan te schaffen

Intentie niet-kopers om komend half jaar een boek aan te schaffen (11 metingen)

Niet kopers juli 2009 n=663



- Bijna 40% van de jongeren (<34 jaar) is van plan het komende half jaar waarschijnlijk / zeker een boek aan te schaffen; onder 35-plussers ligt het percentage iets lager dan 20%
- Meer dan 50% van de hoog opgeleiden is van plan het komende half jaar waarschijnlijk / zeker een boek aan te schaffen

- Zeer zeker wel
- Waarschijnlijk wel
- Misschien wel, misschien niet
- Waarschijnlijk niet
- Zeer zeker niet

* Mensen die in de afgelopen maand geen boek hebben aangeschaft

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

H2. In hoeverre bent u van plan om de komende tijd, zeg het komende half jaar, een boek aan te schaffen?

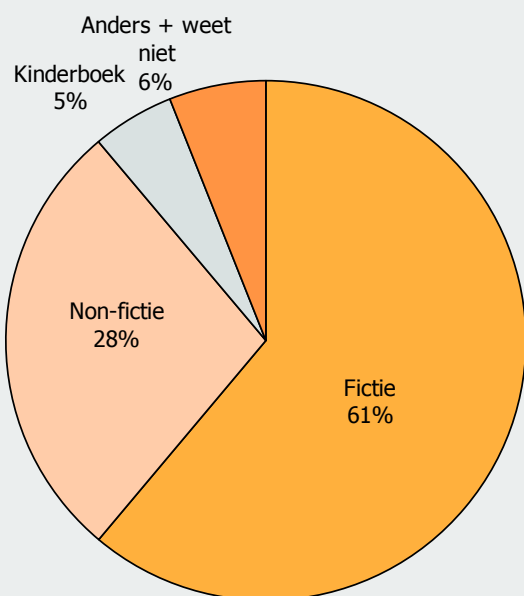


Tweederde van de gelezen boeken is fictie

Non-fictie wordt in verhouding vaak geleend

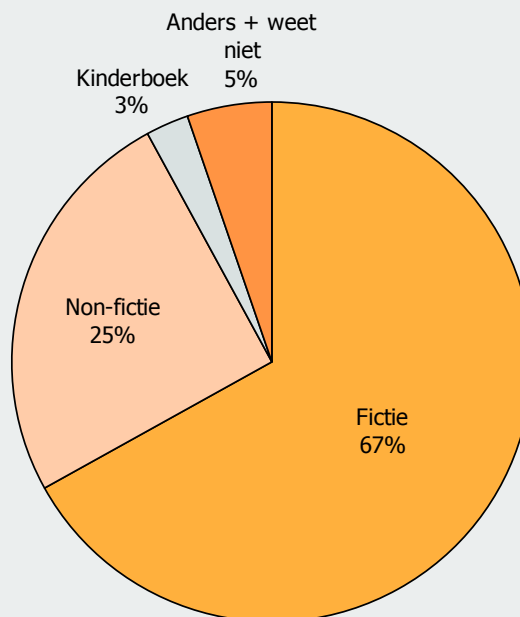
29

Gekochte genres



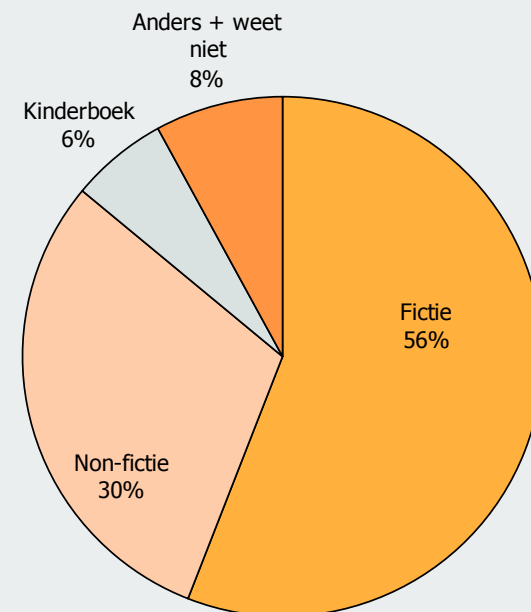
Basis: totaal gekochte boeken; n=1184

Gelezen genres



Basis: totaal gelezen boeken; n=2385

Geleende genres



Basis: totaal geleende boeken; n=1190

A1. U heeft zojuist aangegeven dat u boeken heeft gekocht.
Kunt u nu per boek aangeven welk genre dat boek geweest is?
C1a. U heeft eerder aangegeven dat u boeken heeft gelezen.
Kunt u nu per boek aangeven van welk genre dat boek geweest is?
D3. Kunt u nu per boek aangegeven welk genre dat boek geweest is dat u heeft geleend in de bibliotheek? (fictie/non-fictie)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



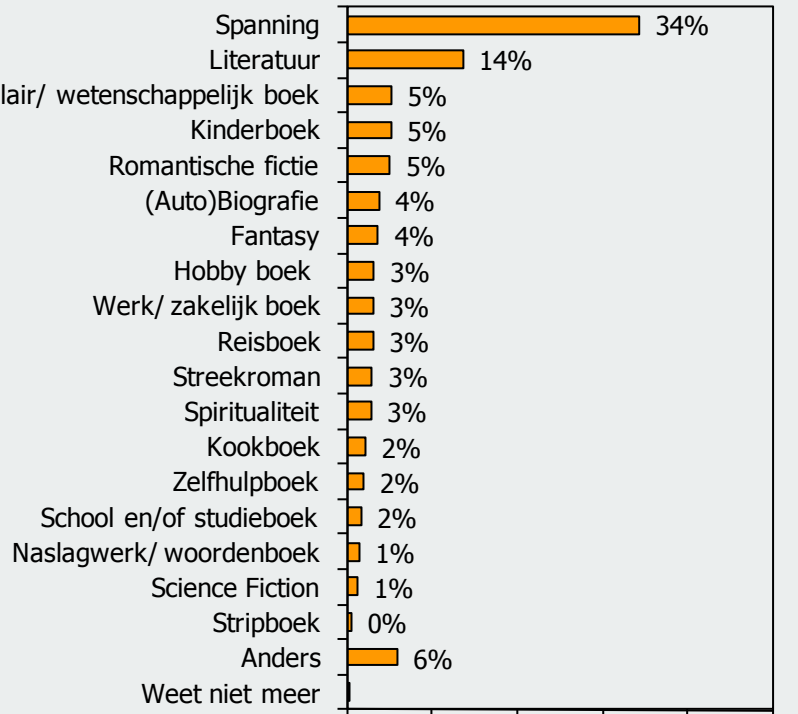
INTOMART GfK

In juni zijn relatief veel reisboeken geleend

Spanning veruit het meest gekochte, gelezen en geleende genre

30

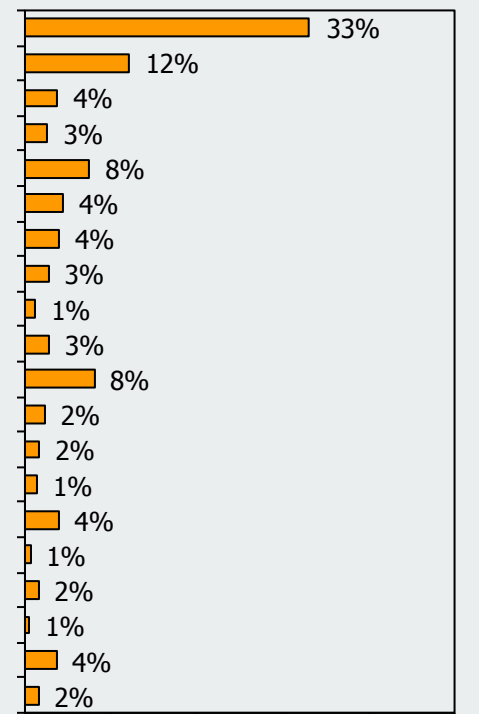
Gekochte genres



0% 10% 20% 30% 40% 50%

Basis: totaal gekochte boeken; n=1184

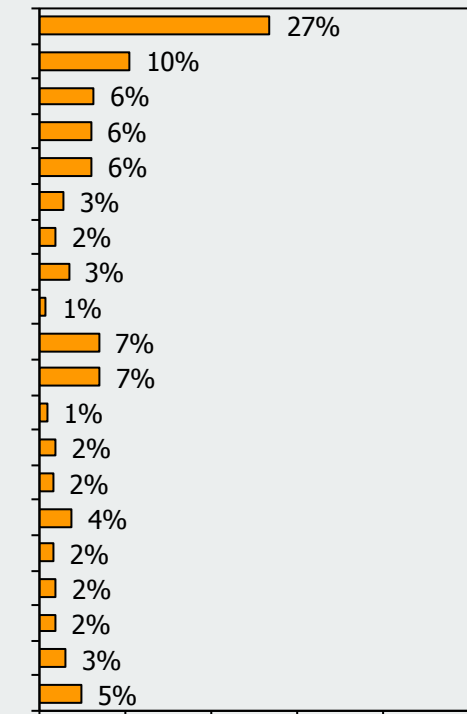
Gelezen genres



0% 10% 20% 30% 40% 50%

Basis: totaal gelezen boeken; n=2385

Geleende genres



0% 10% 20% 30% 40% 50%

Basis: totaal geleende boeken; n=1190

A1. U heeft zojuist aangegeven dat u boeken heeft gekocht.

Kunt u nu per boek aangeven welk genre dat boek geweest is?

C1a. U heeft eerder aangegeven dat u boeken heeft gelezen.

Kunt u nu per boek aangeven van welk genre dat boek geweest is?

D3. Kunt u nu per boek aangegeven welk genre dat boek geweest is dat u heeft geleend in de bibliotheek? (genres)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

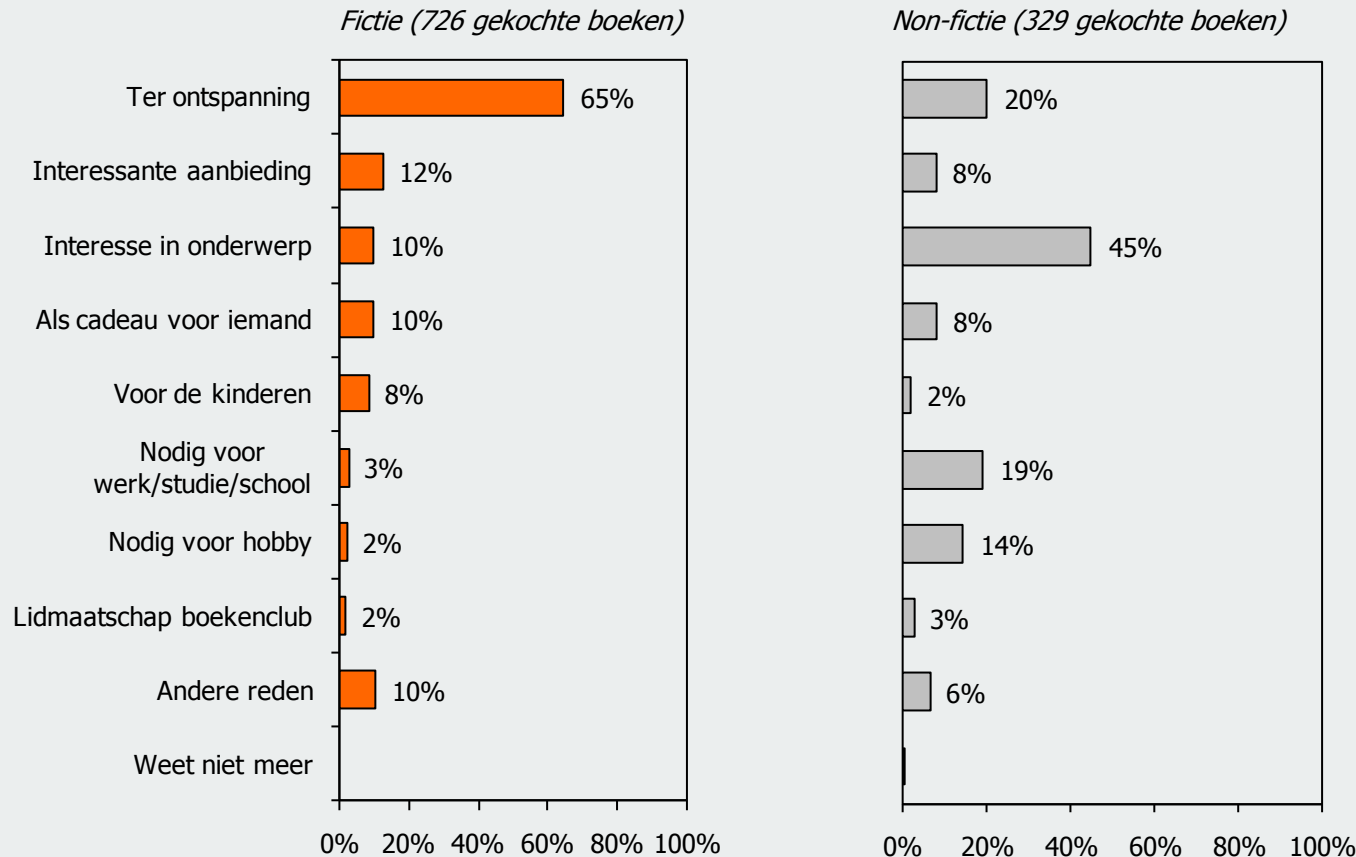


Non-fictie wordt in 20% van de gevallen ter ontspanning gelezen

"Interessante aanbieding" is voor fictie het meest genoemde koopargument na ontspanning

31

Gekochte genres *versus* redenen om te kopen



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A4a. Kunt u per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren bij de aanschaf van deze boek(en)?

A1. Kunt u aangegeven van welk genre dat boek geweest is?



Spanning relatief vaak gekocht vanwege een interessante aanbieding

Kinderboeken worden in vergelijking met spanning en literatuur minder vaak vanwege een interessante aanbieding of vanwege het lidmaatschap van een boekenclub gekocht

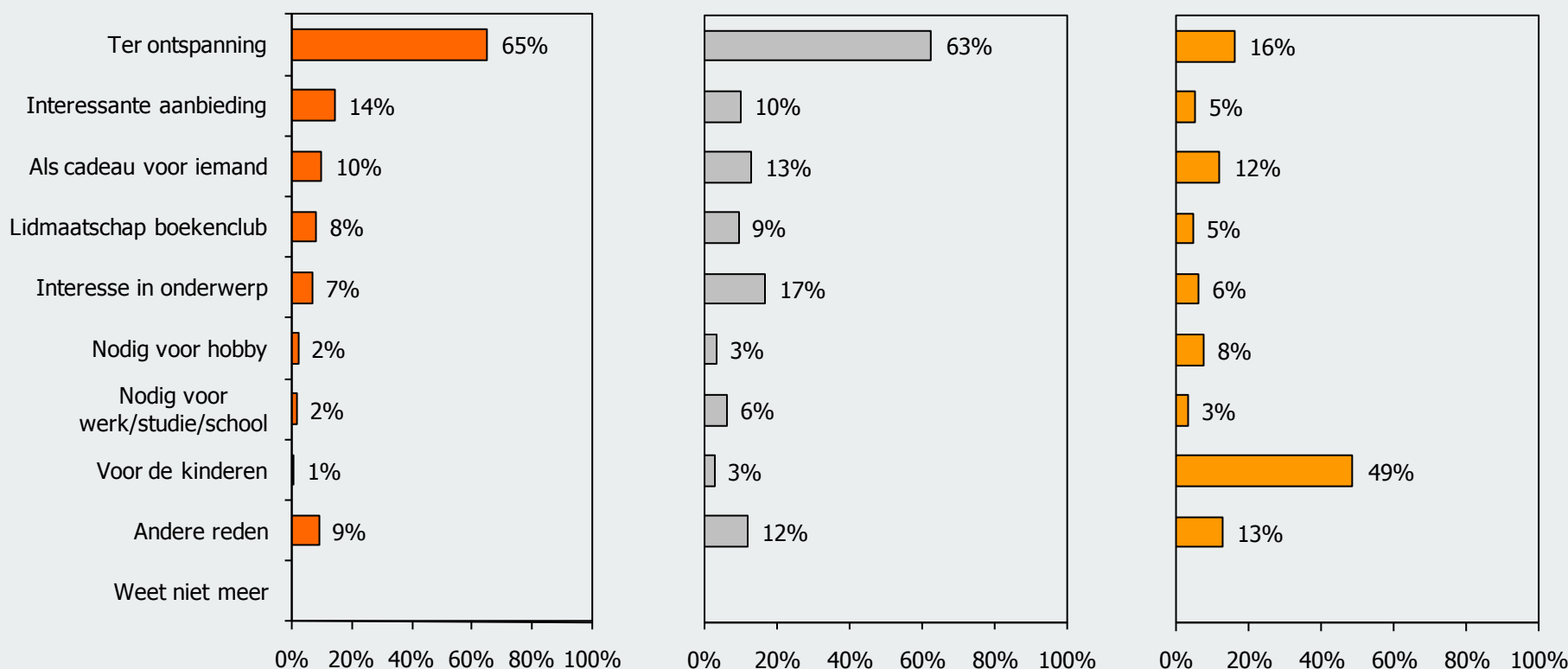
32

Gekochte genres *versus* redenen om te kopen

Spanning (411 gekochte boeken)

Literatuur (160 gekochte boeken)

Kinderboek (59 gekochte boeken)



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A4a. Kunt u per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren bij de aanschaf van deze boek(en)?

A1. Kunt u aangeven van welk genre dat boek geweest is?

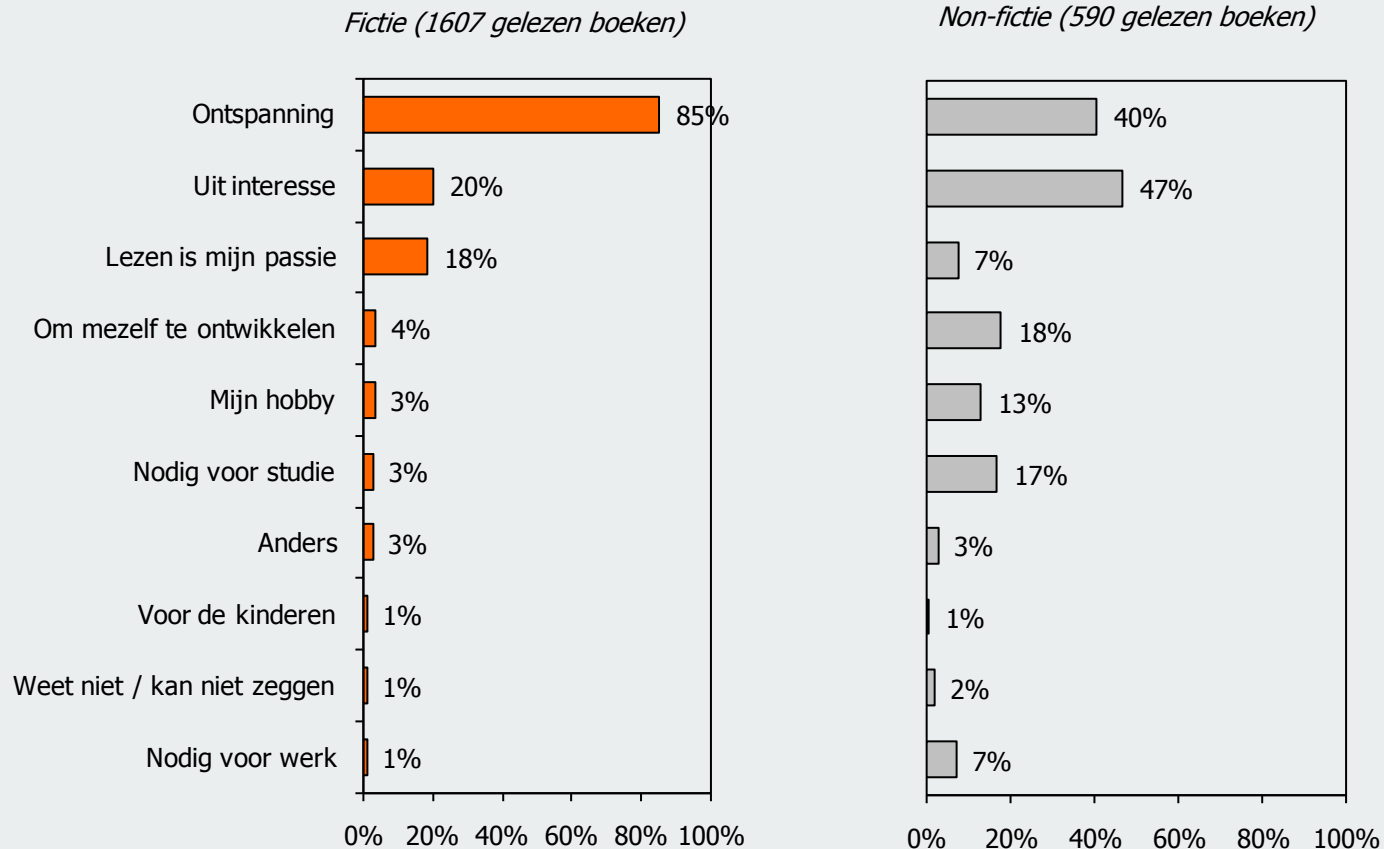


Non-fictie wordt het vaakst gelezen uit interesse

Bij 20% van de gelezen fictie-boeken is het lezen uit interesse een reden om het boek te lezen

33

Gelezen genre *versus* redenen om te lezen



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

C6a. Kunt u per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren voor het lezen van deze boek(en)?

C1a. Kunt u aangegeven van welk genre dat boek geweest is?

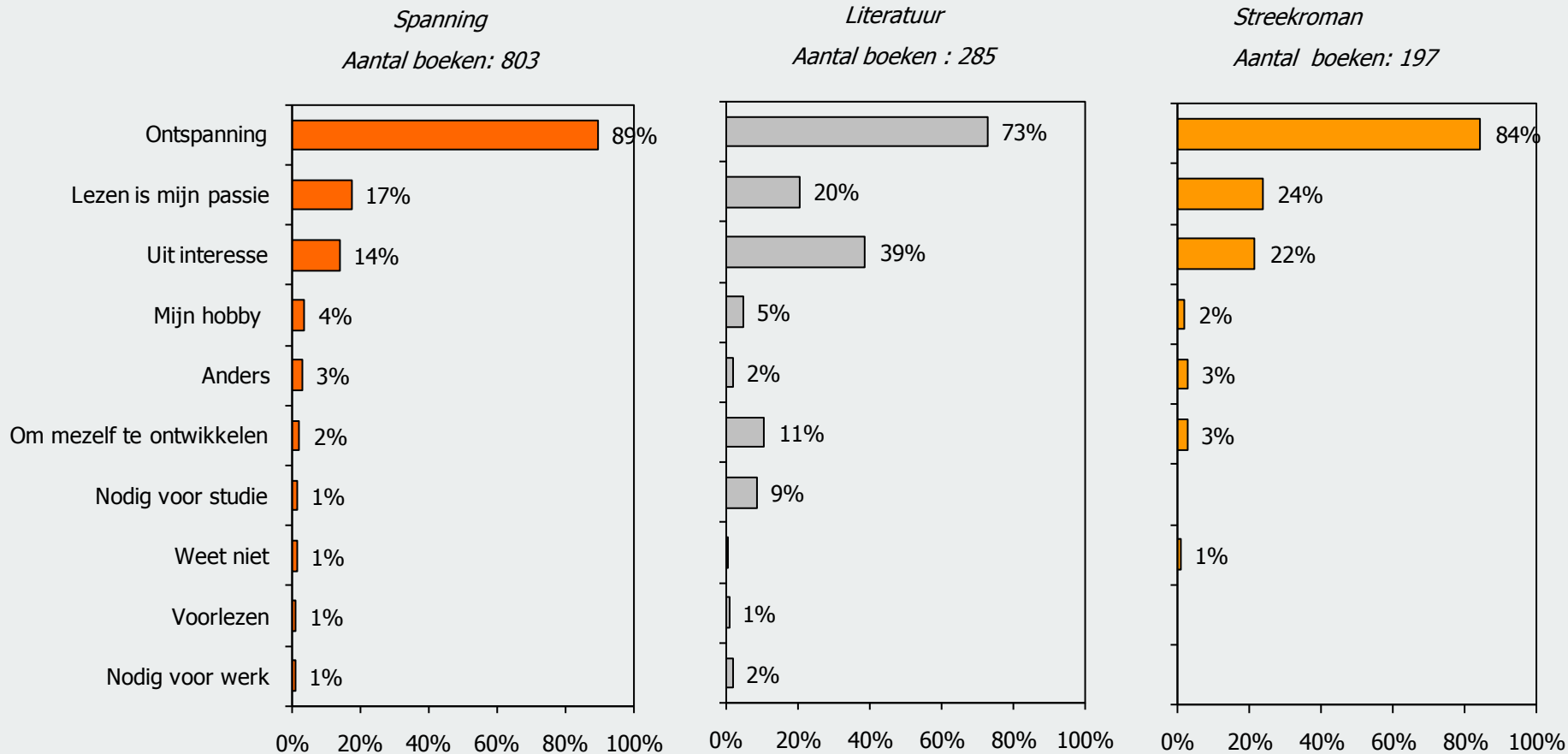


Literatuur in 11% van de gevallen gelezen ter zelfontwikkeling

Voor bijna een kwart van de gelezen streekromannen is het "lezen als passie" een leesmotief

34

Gelezen genres *versus* redenen om te lezen



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

C6a. Kunt u per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren voor het lezen van deze boek(en)?

C1a. Kunt u aangegeven van welk genre dat boek geweest is?



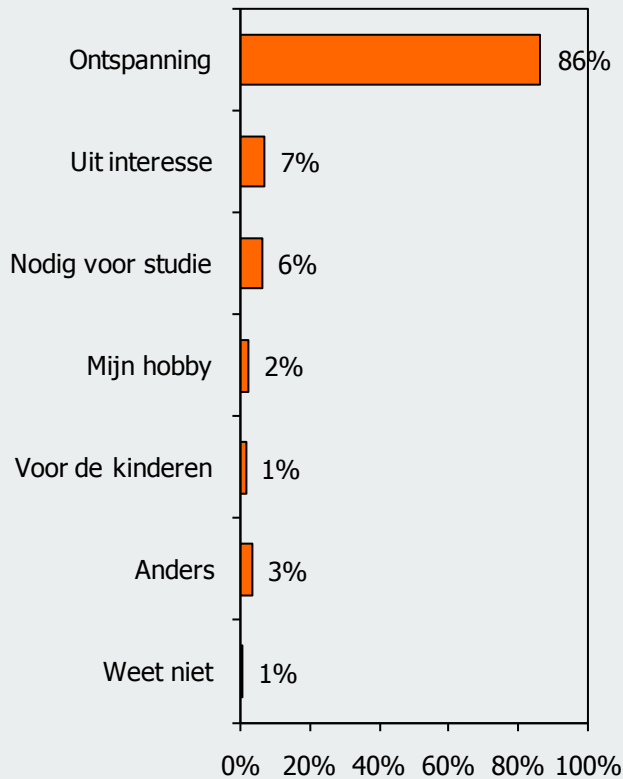
Ruim eenderde van de non-fictie boeken wordt geleend uit interesse

Bijna 90% van de fictieboeken wordt geleend ter ontspanning

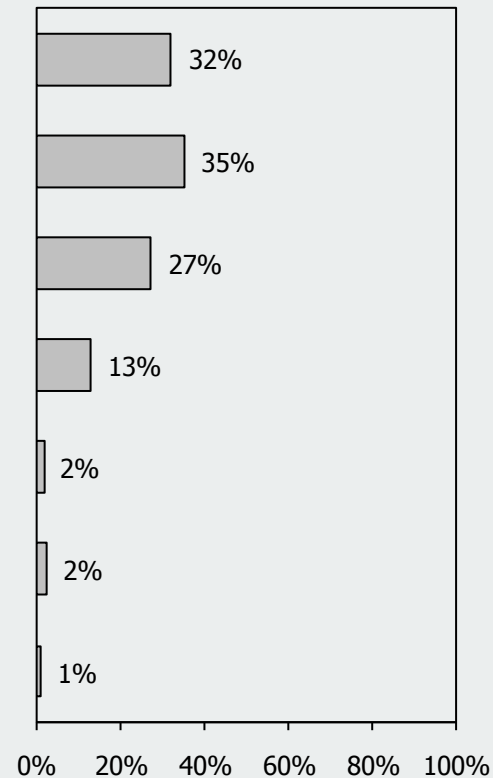
35

Geleende genres versus redenen om te lenen (fictie / non-fictie)

Fictie (674 geleende boeken)



Non-fictie (350 geleende boeken)



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

D5. Kunt u per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren bij het lenen van deze boek(en)?

D3. Kunt u aangegeven van welk genre dat boek geweest is?

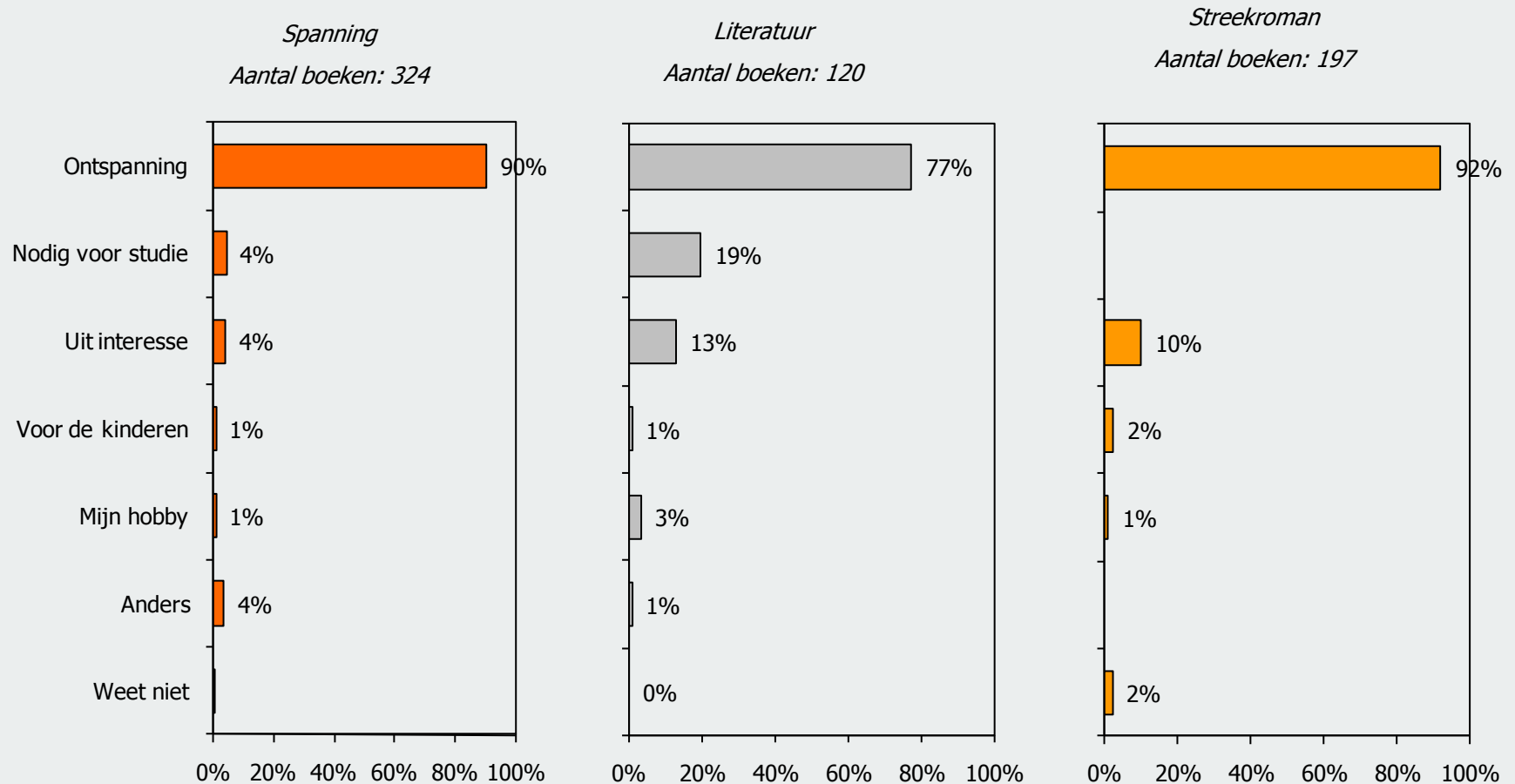


Ontspanning voor elk genre veruit het belangrijkste leenmotief

Overige motieven worden voor de meest geleende genres nauwelijks genoemd

36

Geleende genres versus redenen om te lenen



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

D5. Kunt u per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren bij het lenen van deze boek(en)?

D3. Kunt u aangegeven van welk genre dat boek geweest is?



E Retailers

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



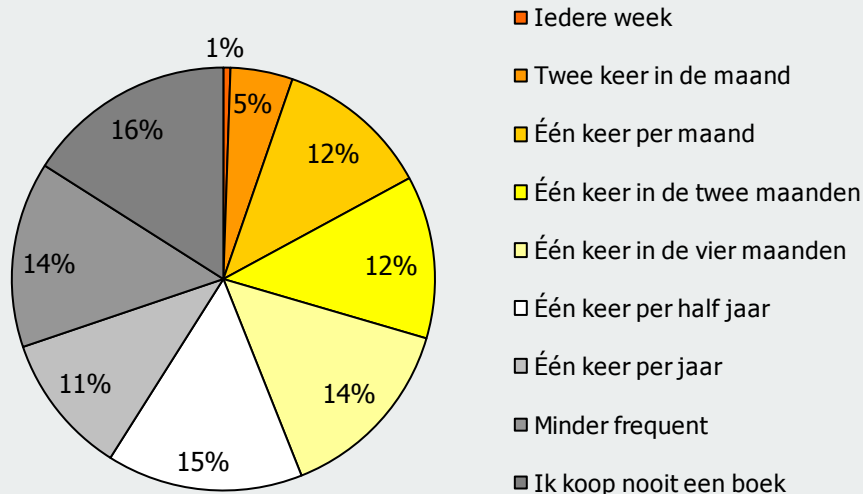
De gemiddelde consument koopt 4,5 keer per jaar boeken

Ruim 20% van de 50-plussers koopt nooit boeken

38

Aankoopfrequentie boeken

Totaal n=1200



- Gemiddelde consument koopt 4,5 keer per jaar boeken
- 18% koopt minstens maandelijks boeken
- De groep die nooit koopt is relatief vaak een man, 50 jaar of ouder en relatief vaak laag opgeleid

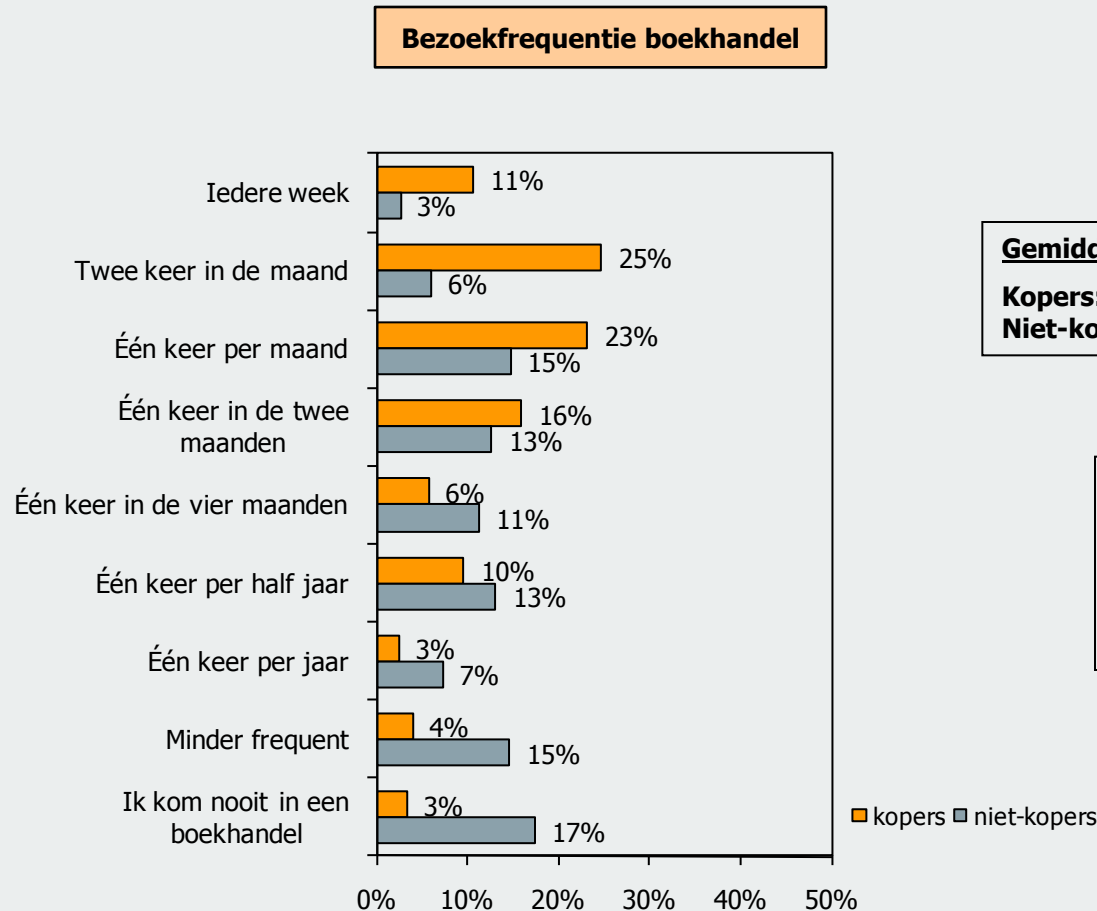
STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A2. Hoe vaak koopt u in de regel een boek?

Kopers brengen gemiddeld 16 keer per jaar een bezoek aan de boekhandel

Niet-kopers komen gemiddeld één keer per twee maanden in de boekhandel

39



Gemiddelde bezoekfrequentie:

Kopers: 15,6 bezoeken per jaar

Niet-kopers: 6,1 bezoeken per jaar

- Vrouwen die in de afgelopen maand geen boek hebben gekocht, komen gemiddeld 7,6 keer per jaar in de boekhandel; het gemiddelde van mannen die in de afgelopen maand geen boek hebben gekocht is 4,8

Kopers, selectie: heeft in de afgelopen maand een boek gekocht, n=537

*Niet kopers, selectie: heeft in de afgelopen maand **geen** boek gekocht, n=663*

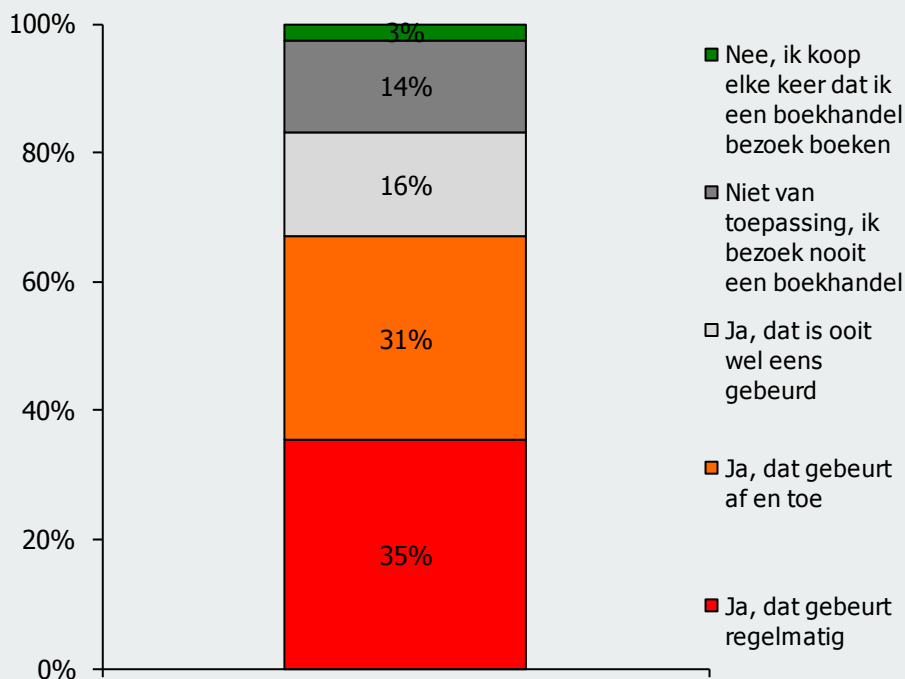


Meerderheid heeft boekhandel weleens bezocht zonder een boek te kopen

Slechts 3% van de consumenten koopt boeken, elke keer dat ze een boekhandel bezoeken

40

Het bezoeken van een boekhandel zonder een boek te kopen



- Vooral bij vrouwen gebeurt het regelmatig dat ze een boekhandel bezoeken zonder een boek te kopen
- Bij midden en hoog opgeleiden komt het vaker regelmatig voor dat ze een boekhandel bezoeken dan bij laag opgeleiden

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

F2a. Komt het wel eens voor dat u een boekhandel bezoekt zonder dat u een boek koopt?

Basis: alle respondenten; n=1200



"Snuffelen" belangrijkste argument om geen boeken te kopen

Ongeveer een kwart geeft aan dat ze de boekhandel voor een ander artikel hebben bezocht

41

Redenen voor een bezoek aan de boekhandel zonder een boek te kopen



- Jongeren (< 25 jaar) geven relatief vaak als argument dat ze het boek te duur vonden of dat ze geen leuk boek konden vinden
- Hoog opgeleiden komen vaker in de boekhandel zonder een boek te kopen dan lager opgeleiden, daarnaast geven ze ook meer redenen aan voor het niet-kopen van boeken. In vergelijking met laag en middelbaar opgeleiden, vaker de volgende argumenten:
 - Snuffelen
 - Gewenste boek was niet te vinden
 - Gewenste boek was niet voorradig

Selectie: heeft een boekhandel bezocht zonder een boek te kopen n=999

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

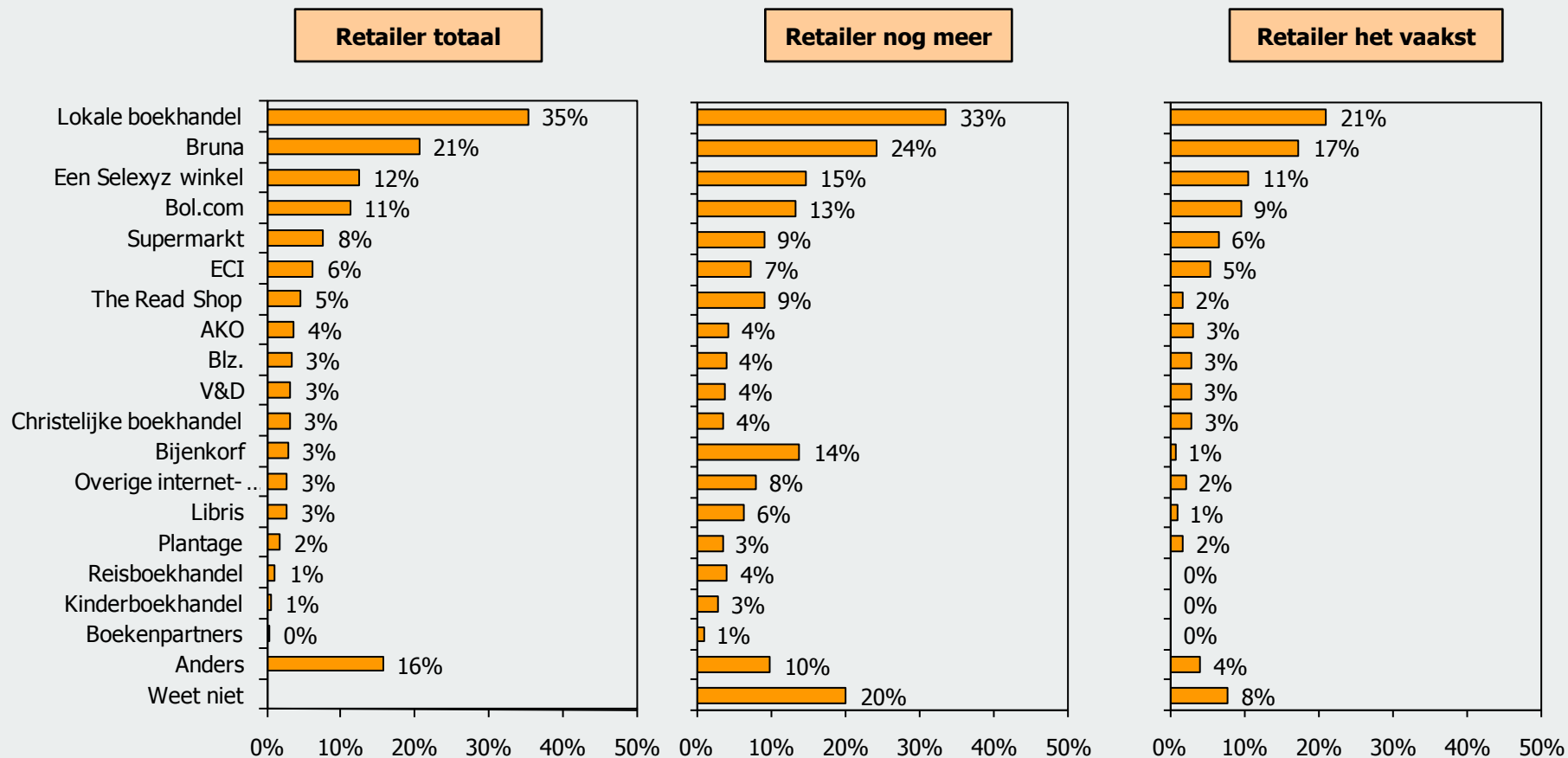
F2b. Welke redenen zijn er dat u een boekhandel bezoekt zonder een boek te kopen?



Top 3 aankoopplaatsen: 1 lokale boekhandel, 2 Bruna & 3 Selexyz

Bijenkorf, The Read Shop en overige internetaanbieders relatief vaak genoemd als secundaire aankoopplaats

42



Selectie: heeft in de afgelopen maand een boek gekocht: n=537

A8a. Waar heeft u de laatste maand uw boeken gekocht?
 A8c. En waar koopt u nog meer wel eens boeken?
 A8d. En waar koopt u het vaakst uw boeken?

13% van de kopers bij Bruna, koopt daar vanwege totale assortiment

Persoonlijke bediening belangrijk argument voor het kopen van boeken bij de lokale boekhandel

43

Redenen om boek te kopen bij diverse retailers

Alleen: n>50

| Redenen | n=129 | n=68 | n=60 | n=118 | n=144 |
|---|-------|------|--------------------|---------|-------------------|
| | Bruna | ECI | Een Selexyz winkel | Bol.com | Lokale boekhandel |
| Dicht bij mij in de buurt | 58% | 6% | 29% | 4% | 50% |
| Veelal grote en ruime keuze | 21% | 30% | 80% | 65% | 38% |
| Kom ik langs als ik aan het winkelen ben | 33% | 3% | 23% | 1% | 27% |
| Vaak leuke aanbiedingen | 25% | 49% | 13% | 29% | 15% |
| Makkelijk te bereiken | 33% | 16% | 31% | 44% | 39% |
| Verkopen ook andere zaken dan alleen boeken | 13% | 1% | 3% | 4% | 7% |
| Persoonlijke bediening | 13% | 1% | 10% | 0% | 44% |
| Goede adviezen van het personeel | 5% | 0% | 18% | 0% | 26% |
| Is ook een postkantoor in gevestigd | 5% | 0% | 0% | 0% | 2% |
| Ligt op route van mijn woon-werk verkeer | 5% | 3% | 1% | 0% | 5% |
| Verplicht lidmaatschap van een boekenclub | 0% | 58% | 0% | 0% | 2% |
| Anders | 5% | 0% | 10% | 16% | 4% |
| Weet niet / kan niet zeggen | 0% | 1% | 0% | 2% | 0% |

- =Hoogste percentage per aankoopplaats,
- =Hoogste percentage per reden,
- =Hoogste percentage aankoopplaats en reden.

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

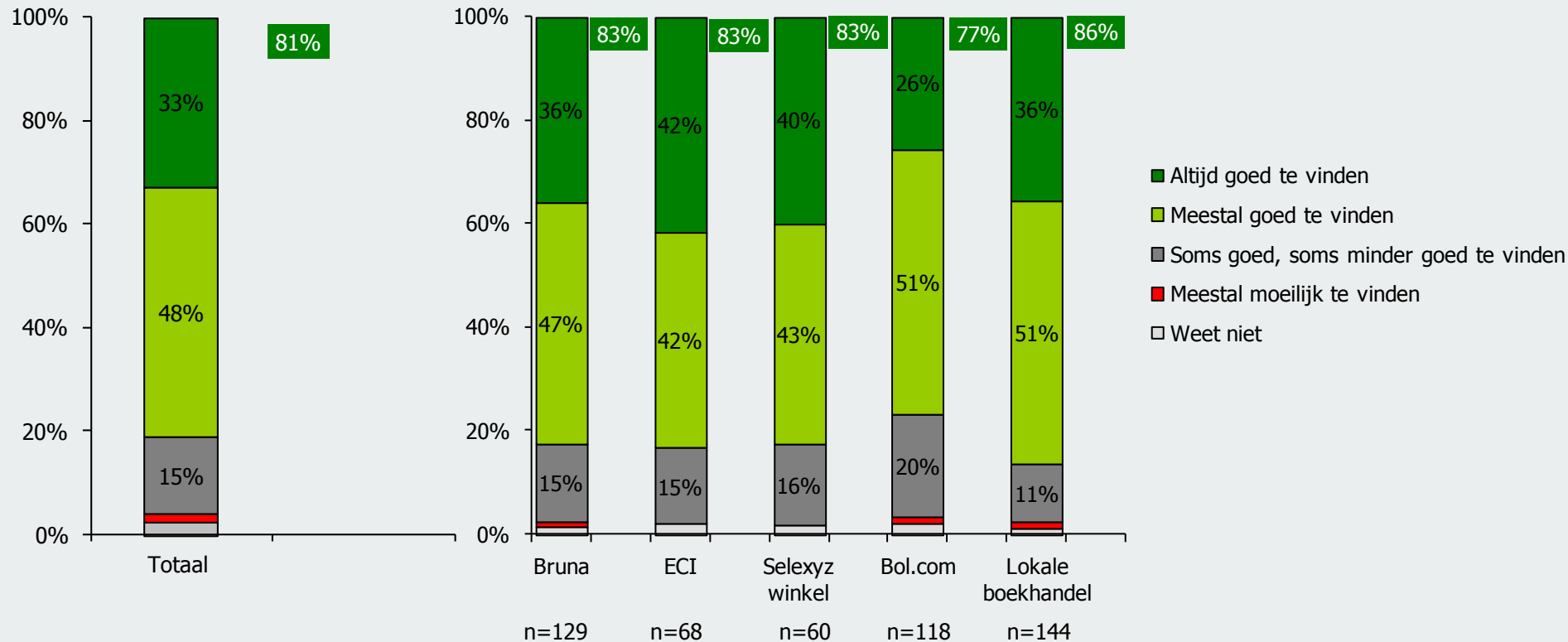
A8b. Wat zijn voor u de redenen om een boek te kopen bij....



Vindbaarheid boeken het best bij de lokale boekhandel

De vindbaarheid van boeken bij de andere retailers is ook zeer goed

Vindbaarheid boeken in de boekhandel



Selectie: koopt wel eens boeken bij de traditionele boekverkoper: n=480

A11. In hoeverre zijn de boeken die u zoekt, goed te vinden in de boekhandel waar u het vaakst uw boeken koopt?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



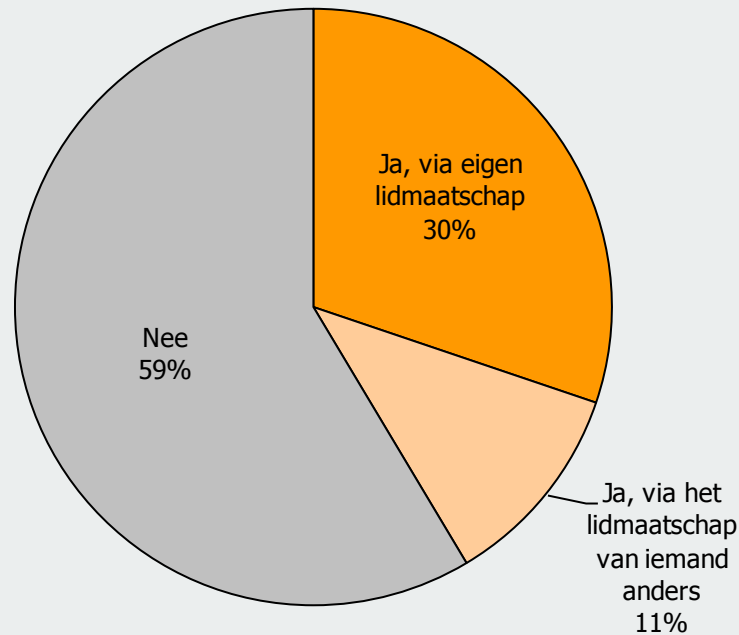
F Lenen bij de bibliotheek



11% van de consumenten leent boeken via andermans lidmaatschap

Onder die 11% bevinden zich relatief veel mannen

Boeken lenen bij de bibliotheek



- Jongeren (< 25 jaar) zijn in vergelijking met de overige leeftijdscategorieën vaker lid van de bibliotheek via een eigen lidmaatschap
- De meeste mensen die geen lid zijn van de bibliotheek zijn tussen de 25 en 34 jaar oud
- Mannen lenen vaker boeken via het lidmaatschap van iemand anders; vrouwen juist weer vaker via een eigen lidmaatschap

S6. Leent u wel eens boeken bij de bibliotheek?

Basis: alle respondenten; n=1200

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

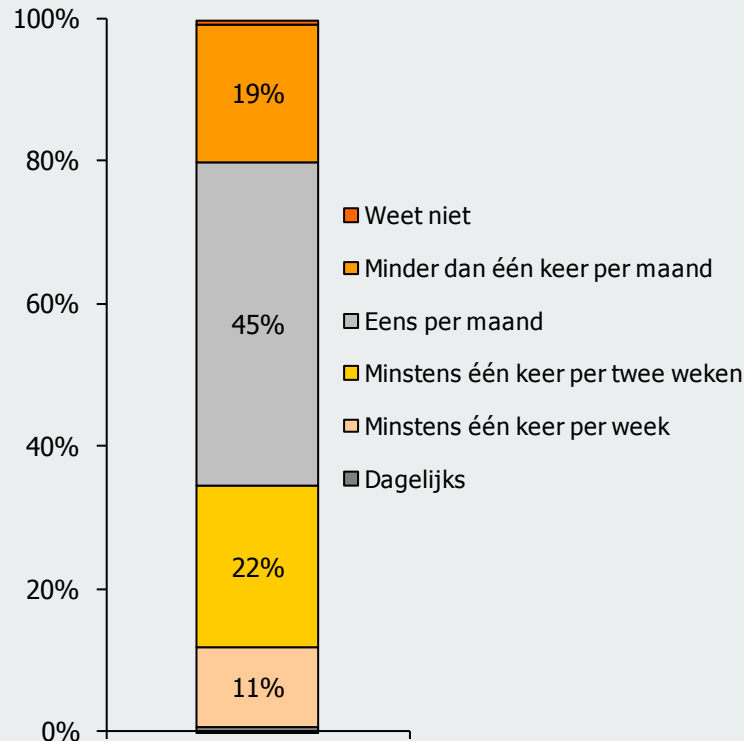


Hoog opgeleiden bezoeken de bibliotheek relatief vaak

Gemiddeld brengen bibliotheekbezoekers* 1,8 keer per maand een bezoek aan de bibliotheek

47

Frequentie bibliotheekbezoek



Gemiddelde: 1,8 bezoeken per maand

➤ Hoog opgeleidenbezoekers de bibliotheek gemiddeld 2,3 keer per maand

* Mensen die in de afgelopen maand minstens één boek hebben geleend bij de bibliotheek

Basis: heeft in de afgelopen maand boeken bij de bibliotheek geleend n=295

D1. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld de bibliotheek?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



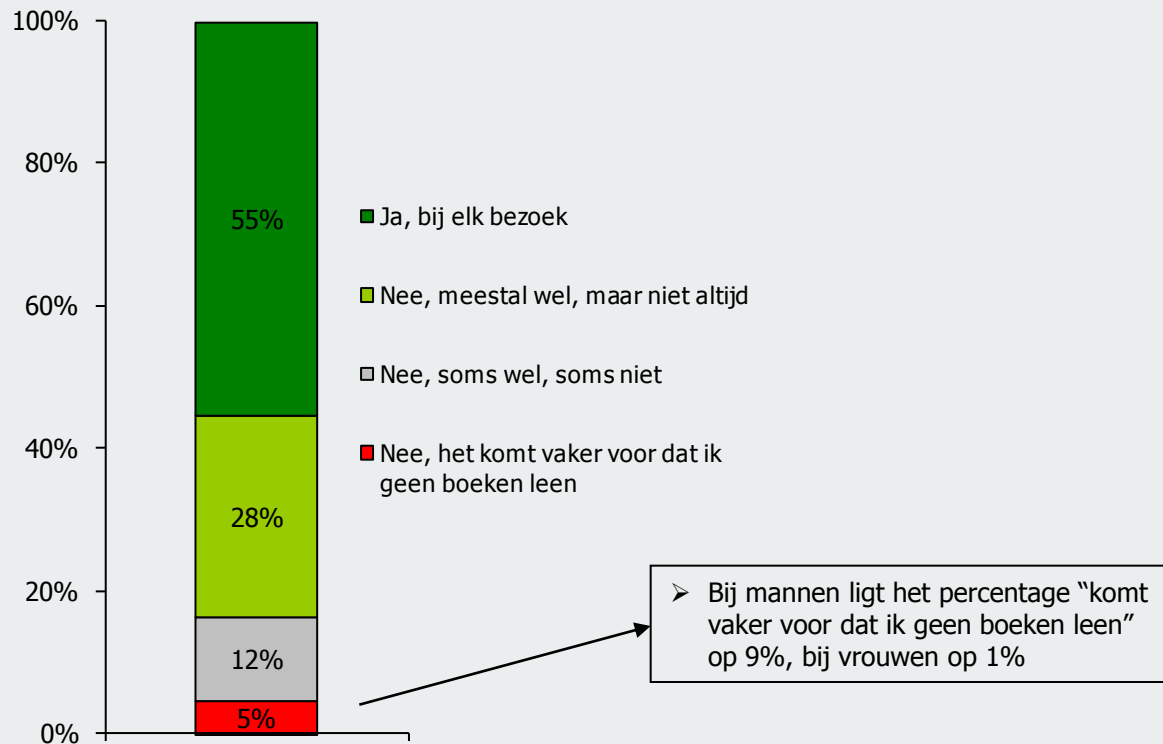
Meerderheid leent bij elk bibliotheekbezoek boeken

Bij mannen komt het vaker voor dat ze geen boeken lenen wanneer ze een bezoek aan de bibliotheek brengen dan bij vrouwen

48

Lenen per bibliotheekbezoek

Leners n=295



Basis: heeft in de afgelopen maand boeken bij de bibliotheek geleend n=295

D2. Leent u boeken bij elk bezoek dat u aan de bibliotheek brengt?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

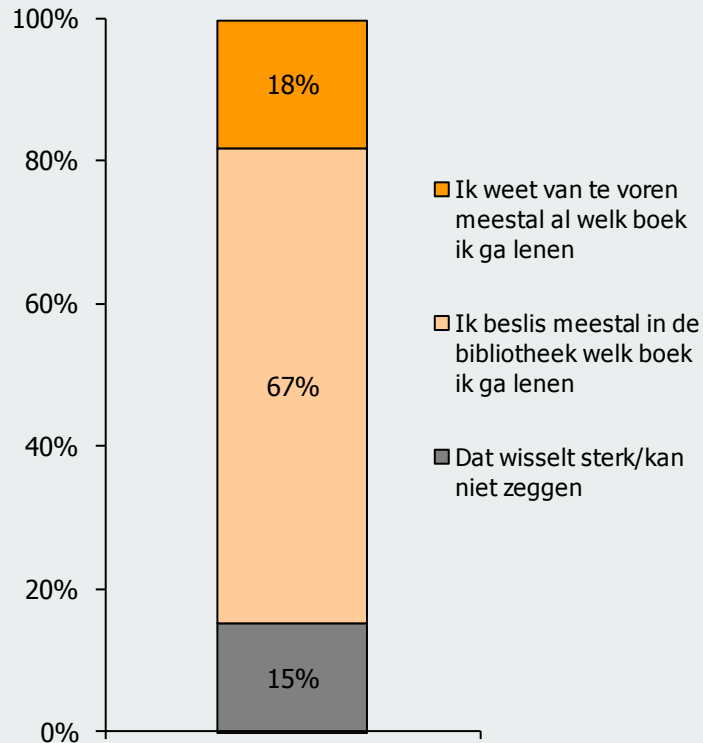


Tweederde beslist in de bibliotheek welke boeken ze gaan lenen

Keuze bij het kopen van boeken ligt vaker vooraf vast

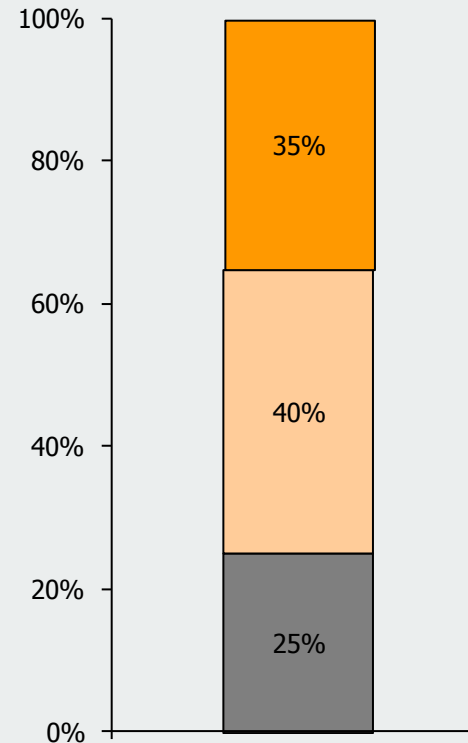
Beslismoment lenen

Basis: heeft in de afgelopen maand boeken bij de bibliotheek geleend n=295



Beslismoment kopen

Basis: heeft in de afgelopen maand boeken gekocht n=537



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

D4. Weet u meestal van te voren welk boek u wilt lenen als u naar de bibliotheek gaat of maakt u die keuze meestal terplekke?

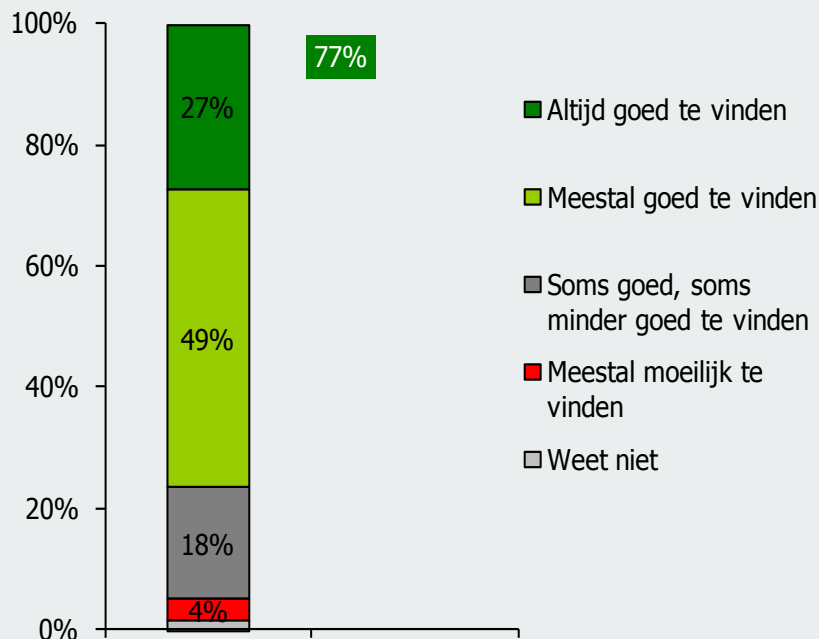
A3. Weet u meestal van te voren welk boek u wilt kopen als u naar de winkel gaat of maakt u die keuze meestal in de winkel?

Boeken zijn over het algemeen goed vindbaar in de bibliotheek

Resultaat komt overeen met de vindbaarheid van boeken in de boekhandel

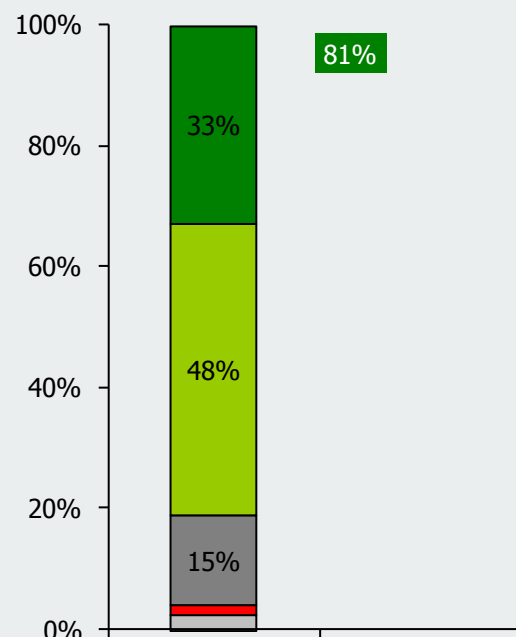
Vindbaarheid boeken in de bibliotheek

Basis: heeft in de afgelopen maand boeken bij de bibliotheek geleend n=295



Vindbaarheid boeken bij de boekhandel

Basis: heeft in de afgelopen maand boeken gekocht n=537



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

D9. In hoeverre zijn de boeken die u zoekt, goed te vinden in de bibliotheek waar u het vaakst uw boeken leent?

A11. In hoeverre zijn de boeken die u zoekt, goed te vinden in de boekhandel waar u het vaakst uw boeken koopt?



G Trends

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



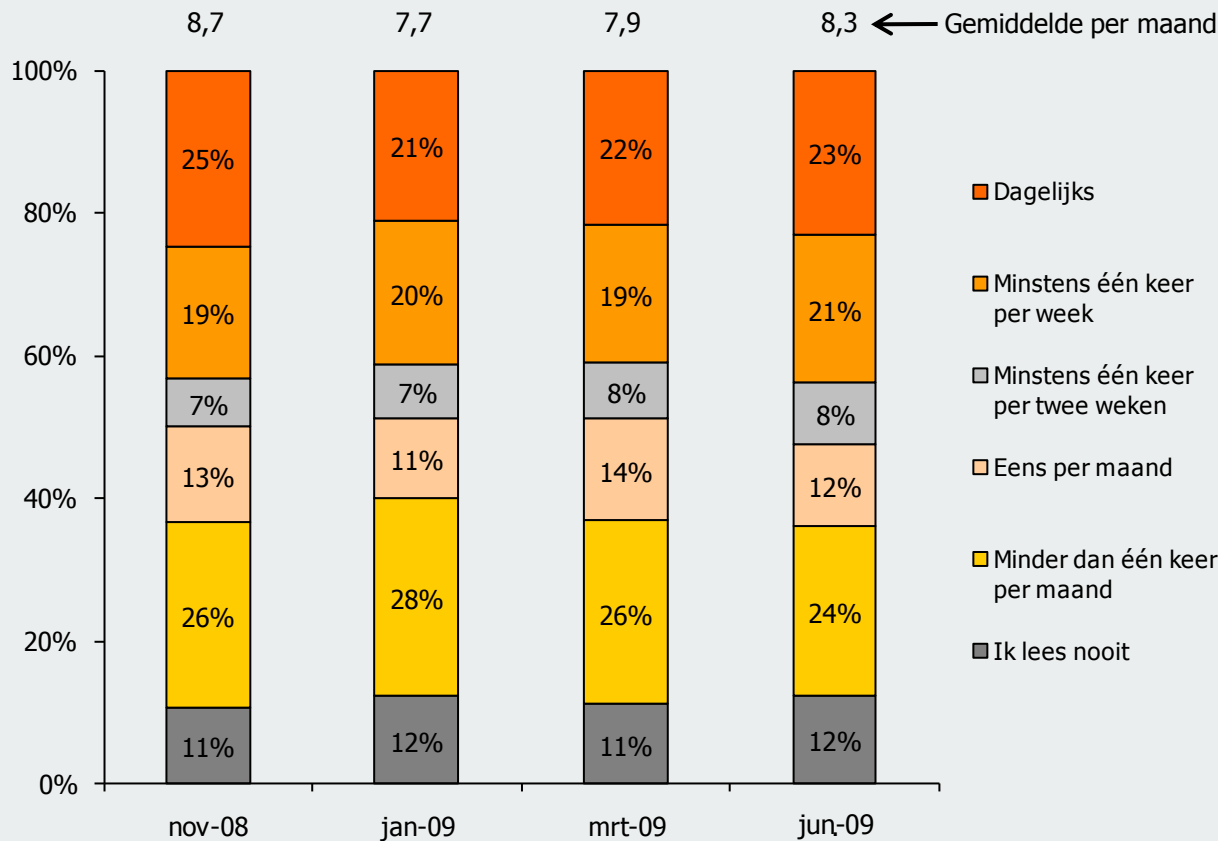
SMB 28 1106

Leesfrequentie hangt sterk samen met geslacht en opleidingsniveau

Vrouwen lezen frequenter dan mannen; hoger opgeleide mensen lezen frequenter dan lager opgeleide mensen; gemiddeld lezen consumenten rond de 8 keer per maand

52

Leesfrequentie (laatste 4 metingen)



- Ruim 30% van de vrouwen leest dagelijks; bij mannen ligt dat percentage op bijna 16%
- Van alle hoog opgeleiden leest 32% dagelijks; bij laag opgeleiden ligt dat percentage op 19%, bij middelbaar opgeleide mensen op 21%

Gemiddelde leesfrequentie:

8,3 keer per maand

- Bijna 16% van alle mannen leest nooit; bij vrouwen ligt dat percentage op 9%
- 22% van de lager opgeleide mensen leest nooit; van alle hoog opgeleide mensen leest 6% nooit

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

C2. Hoe vaak leest u gemiddeld boeken?

Basis: alle respondenten; n=1200

INTOMART GfK

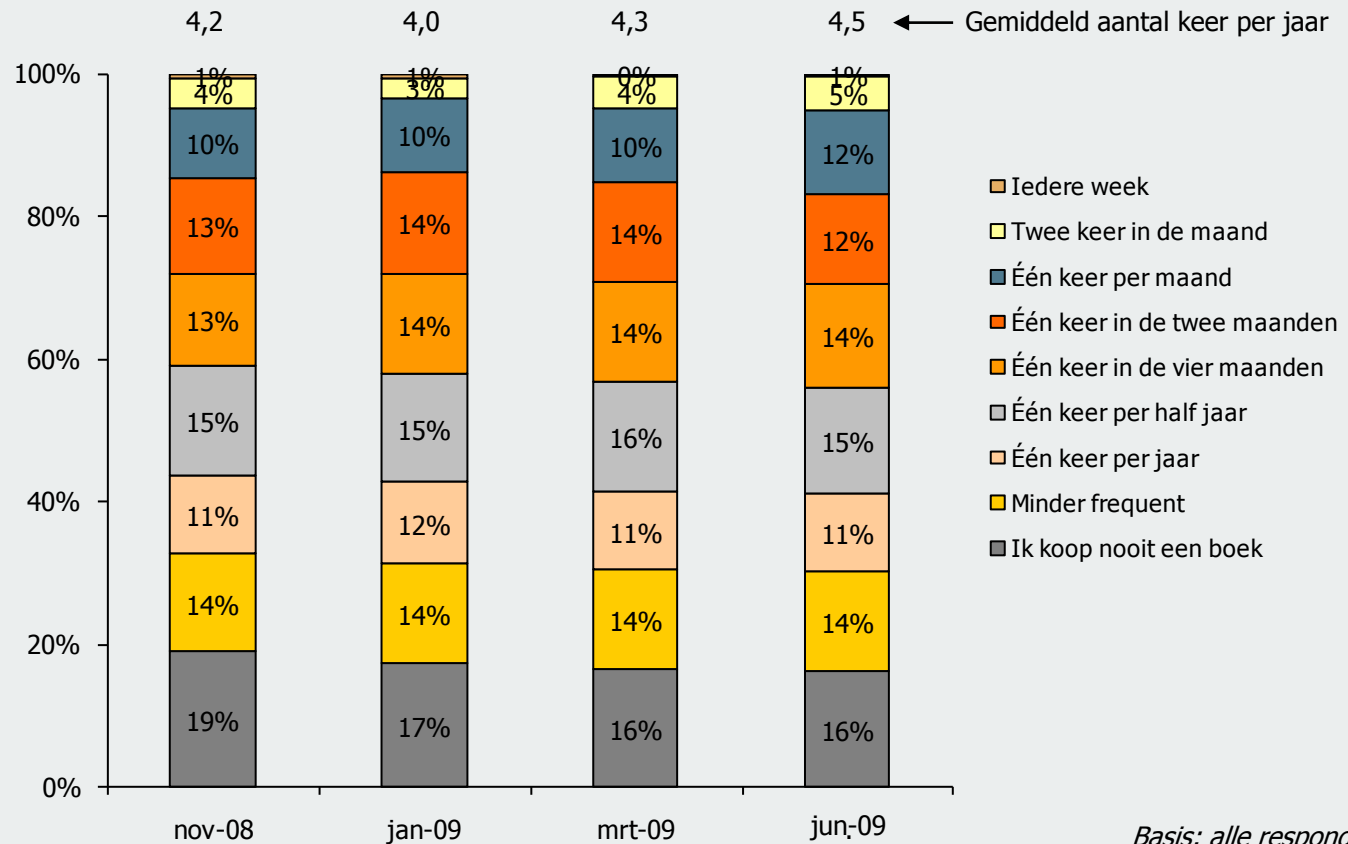


Gemiddeld kopen consumenten vier keer per jaar boeken

Percentages over de laatste vier metingen nauwelijks gewijzigd

53

Trend boeken kopen (laatste 4 metingen)



Basis: alle respondenten; n=1200

A2. Hoe vaak koopt u in de regel een boek. (geen tweedehands)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

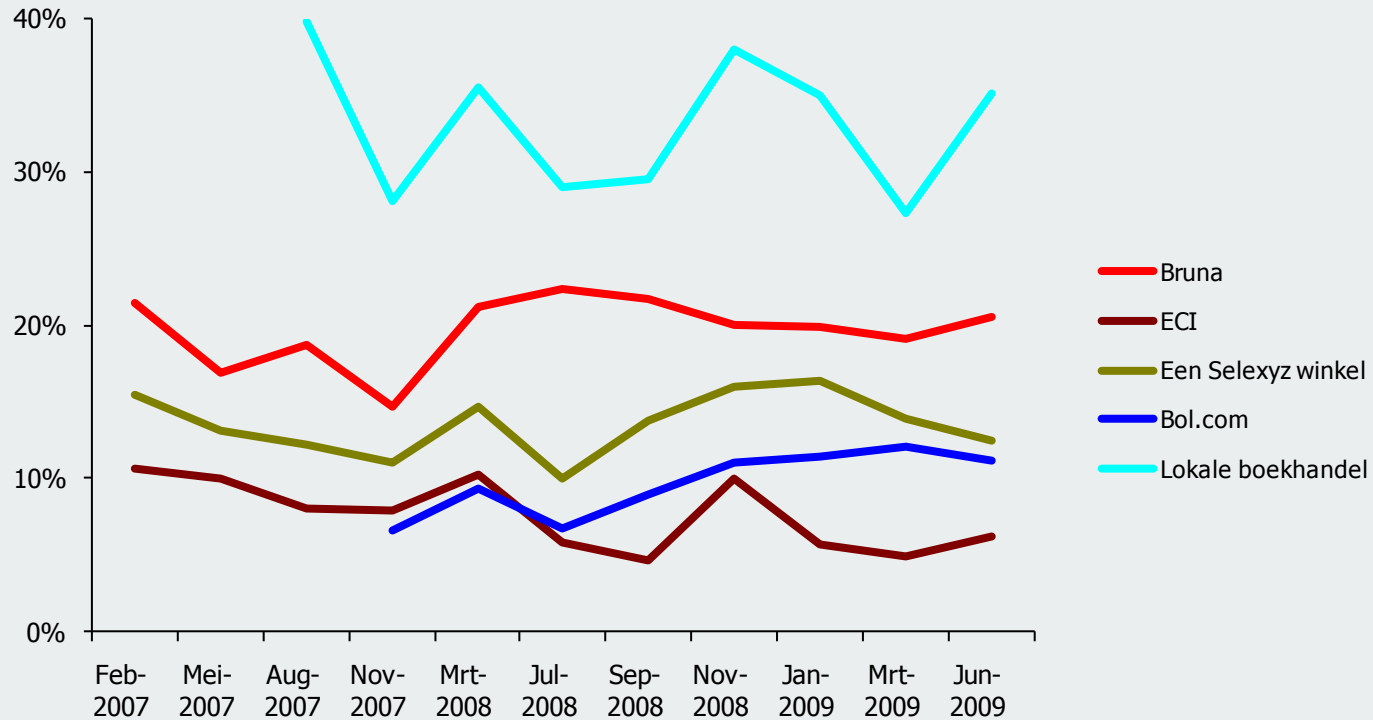


Aandeel Bruna iets gestegen; lokale boekhandel weer op niveau januari

Ten opzichte van vorig jaar is Bol.com gestegen en liggen de overige retailers op gelijk niveau

54

Trend boeken gekocht totaal (top 5) over 11 metingen



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



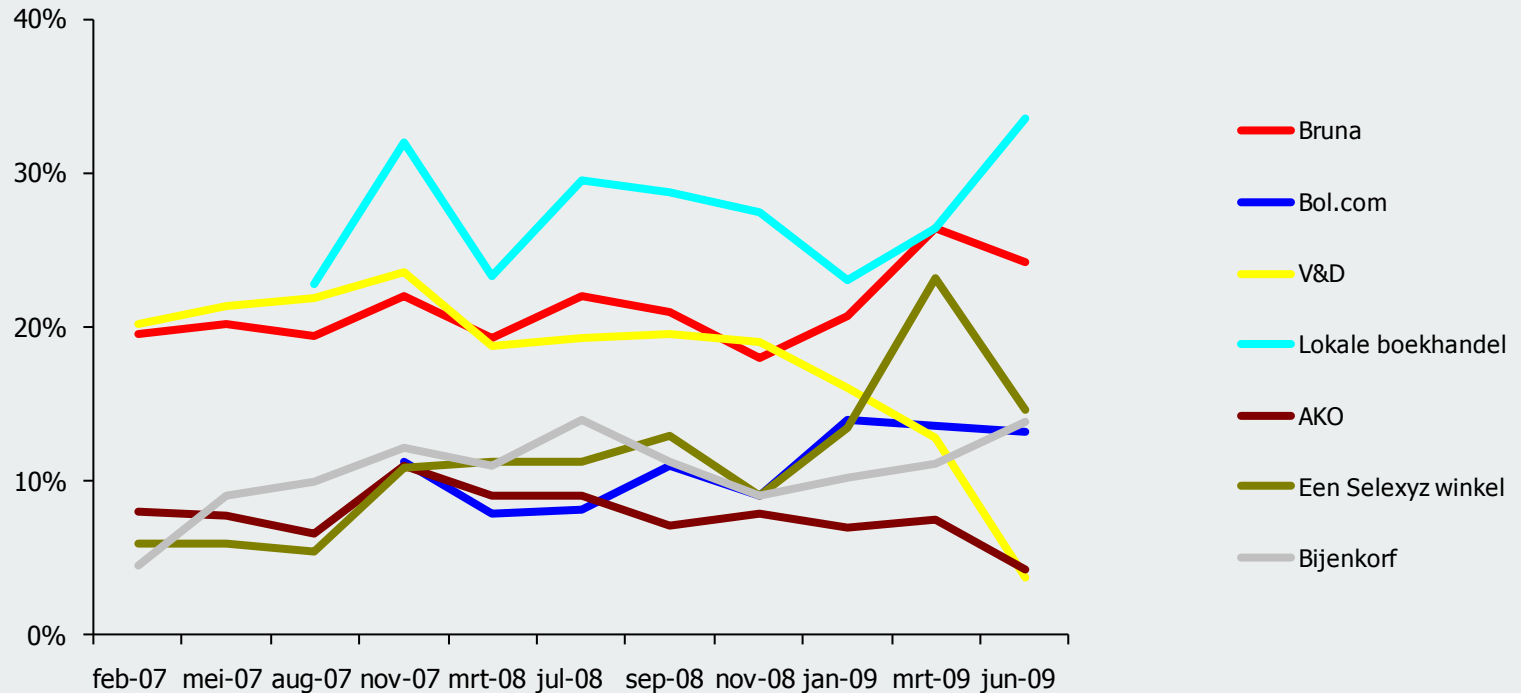
A8a. Waar heeft u de laatste maand uw boeken gekocht?

V & D sterk gedaald als secundaire retailer

Veel grilligheid in de trends; ook Selexyx, Bruna en AKO dalen, terwijl Bijenkorf en de lokale boekhandel beide stijgen

55

Trend overige retailers (top 7) over 11 metingen



A8c. En waar koopt u nog meer wel eens uw boeken?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

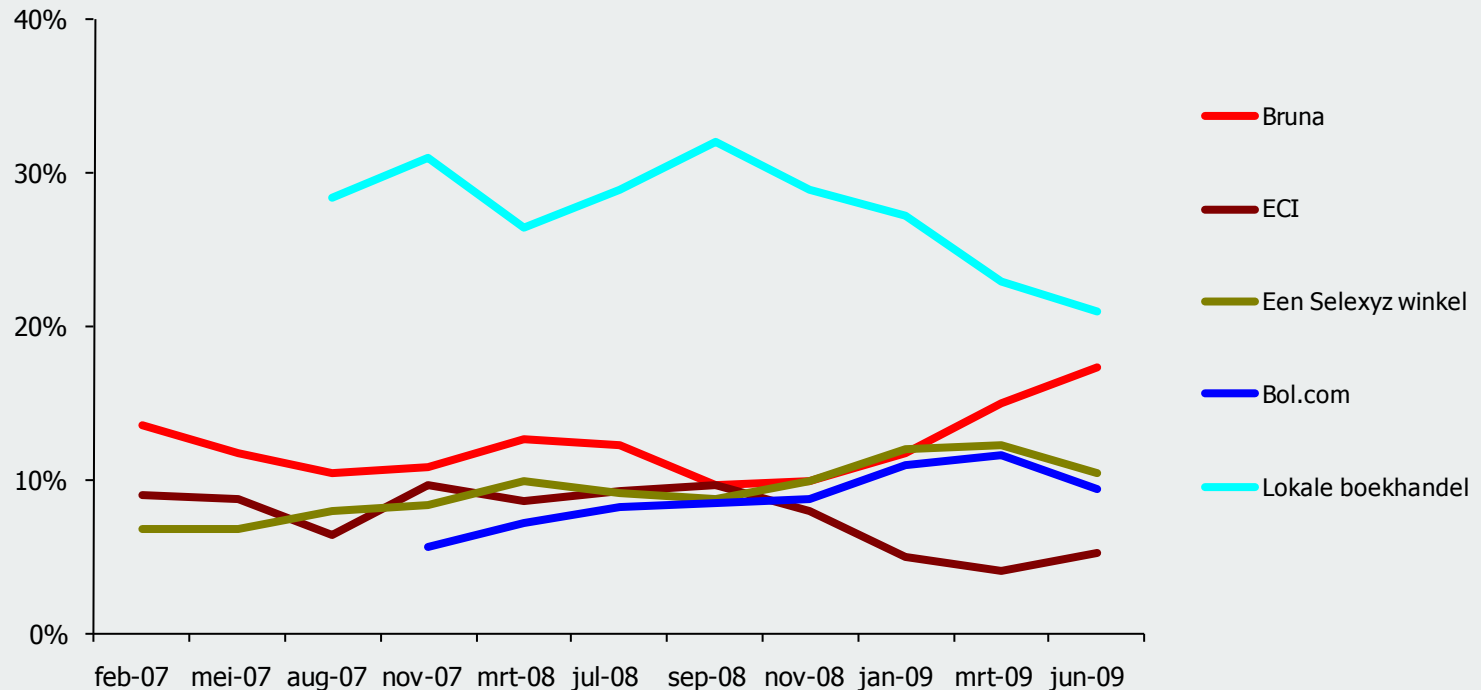


Bruna stijgt als favoriete aankoopplaats

Sterke toename voorkeur secundaire aankoopplaats lijkt voor de lokale boekhandel ten koste te gaan van het percentage bij "favoriete aankoopplaats"; ook aandeel Bol.com en Selexyz iets lager

56

Trend retailer "de meeste boeken gekocht"(top 5) over 11 metingen



STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A8d. En waar koopt u het vaakst boeken?



Bijlage I: Inleiding en onderzoeksdoel

Inleiding

In opdracht van GfK Benelux en de Stichting Marktonderzoek Boekenvak voert Intomart GfK onderzoek uit onder consumenten naar het lees-, leen- en koopgedrag van boeken. Het onderzoek heeft ondermeer ten doel, inzicht te verkrijgen in het gedrag van consumenten ten aanzien van het lezen, lenen en/of kopen van boeken. Hiertoe worden onder andere de volgende aspecten in het onderzoek betrokken:

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

Deze rapportage betreft de meting over juli 2009. Nieuw in dit onderzoek zijn de volgende thema's:

- De Maand van het Spannende boek
- Bekendheid met E-books, luisterboeken en e-readers
- Het effect van de huidige economische situatie op het aankoopgedrag van consumenten (net als bij de vorige meting)
- Hoe vaak komen consumenten in de boekhandel zonder dat zij boeken kopen en wat is de reden waarom zij geen boeken kopen?

Bijlage II: Onderzoeksopzet en -verantwoording

Vragenlijst en methode

De vragen werden in nauw overleg met opdrachtgever Stichting Marktonderzoek Boekenvak 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.

In de vragenlijst wordt allereerst aan de respondenten gevraagd of ze een boek gelezen of gekocht hebben. Een gekocht boek dient nieuw te zijn en dit wordt als volgt beschreven: *nieuwe boeken, dus geen boeken die u bijvoorbeeld op een rommelmarkt, bij een tweedehands winkel of bij Bol.com tweedehands aangeschaft heeft*. Het begrip "boek" wordt niet verder afgebakend, zodoende worden alle categorieën in de vragenlijst verwerkt.

Veldwerk

Het veldwerk voor dit onderzoek werd uitgevoerd in de periode 1 juli t/m 7 juli 2009. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 13 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
- n = 500 consumenten die de afgelopen maand een boek geleend hebben
- n = 500 consumenten die de afgelopen maand geen boek gelezen / gekocht hebben
- De cellen kunnen niet exact afgestopt worden aangezien er een overlap is in lezers, leners en kopers.

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Onderzoeksopzet en -verantwoording

59

Behaalde aantallen van de eerdere metingen zijn als volgt:

| | Lange meting | Korte meting | Lange meting | Korte meting | Lange meting | Korte meting | Korte meting | Lange meting | Lange meting | Korte meting | Lange meting |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Feb '07 | Mei '07 | Aug '07 | Nov '07 | Mrt '08 | Juli '08 | Sep '08 | Nov '08 | Jan '09 | April '09 | Juli '09 |
| Consumenten die de afgelopen maand een boek gelezen hebben | 707 | 696 | 702 | 722 | 873 | 869 | 865 | 873 | 862 | 804 | 835 |
| Consumenten die de afgelopen maand een boek gekocht hebben | 496 | 501 | 503 | 472 | 601 | 617 | 541 | 533 | 574 | 511 | 537 |
| Consumenten die de afgelopen maand een boek geleend hebben | * | * | * | * | 323 | * | * | 323 | 269 | * | 295 |
| Consumenten die de afgelopen maand geen boek gelezen/gekocht hebben | 564 | 583 | 529 | 663 | 710 | 682 | 710 | 717 | 706 | 902 | 701 |

* = leenblok maakte geen onderdeel uit van het onderzoek

Responsverantwoording meting 11 (juli 2009):

| | |
|------------------------------------|------|
| Aantal uitgestuurde uitnodigingen: | 1999 |
| Vragenlijst niet afgemaakt: | 85 |
| Afgevallen: | |
| Quotafail: | 130 |
| Vragenlijst niet geopend: | 584 |

Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1200

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Onderzoeksopzet en -verantwoording

Rapportage

De rapportage bestaat uit een grafische weergave 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 verkregen, 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.