



Boekenbranche

Kwantitatief onderzoek naar lees- en aankoopgedrag van boeken

juli 2010
Stefan Peters
Ewout Witte
(24487)



Inhoudsopgave

1 Conclusies

2 Resultaten

- A. Maand van het Spannende Boek 2010
- B. Lezers tijdens de vakantie
- C. E-readers
- D. Leesgedrag
- E. Boeken lenen bij de bibliotheek
- F. De Dwarsligger

B Bijlage: Inleiding, onderzoeksdoel, -opzet en -verantwoording

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



1 Conclusies



Conclusies: de Maand van het Spannende Boek 2010 en lezen tijdens de vakantie

4

Toename bekendheid van het thema van de Maand van het Spannende Boek

De thema's en activiteiten rondom de Maand van het Spannende Boek zijn niet bij alle mensen even bekend. Het bekendste thema is het gratis geschenkboek dat men krijgt bij de aanschaf van minstens € 12,50 aan Nederlandstalige boeken. Net als in 2009 is 30% van de mensen daar (zeer) goed mee bekend. De korting op een eerste klas treinkaart op vertoon van het geschenkboek is daarna de bekendste "activiteit". Het thema van de Maand van het Spannende Boek ("Scandinavische Thriller") is in bekendheid toegenomen ten opzichte van 2009, toen het thema "wraak" was.

9% heeft geschenkboek *Onmacht* van Charles den Tex gekregen bij de aankoop van boeken

9% van de mensen heeft het geschenkboek (*Onmacht* van Charles den Tex) gekregen bij de aankoop van boeken. Dat aandeel is 4% lager dan het aandeel mensen dat dit jaar het Boekenweekgeschenk heeft gekregen bij de aankoop van boeken. 2% van de mensen heeft het geschenkboek van iemand cadeau gekregen en bij 3% ligt het wel in het huishouden, maar heeft iemand anders het cadeau gekregen bij de aankoop van boeken. Onder de mensen die het geschenkboek cadeau hebben gekregen, bevinden zich relatief veel vrouwen en hoog opgeleiden.

Slechts 20% leest niet of nauwelijks tijdens de vakantie

Ruim een derde van de Nederlanders koopt speciaal voor de vakantie boeken. Bijna 30% koopt voor de vakantie een actuele reisgids en 23% van de Nederlanders geeft aan pas tijdens de vakantie aan het lezen van boeken toe te komen. Dat ruimte in de bagage een probleem is voor het voldoende kunnen meenemen van boeken, wordt door 22% van de Nederlanders onderkend. 20% leest niet of nauwelijks tijdens de vakantie. Deze niet-lezers zijn vaak man of laag opgeleid. Actuele reisgidsen worden vaker door mannen gekocht dan door vrouwen.

Conclusies: e-readers en e-boeken

5

Bekendheid e-boek en e-reader is stabiel, aantrekkelijkheid is toegenomen

De bekendheid met het e-boek en de e-reader ligt net als bij de vorige meting rond de 30%. Een kwart van de mensen vindt het aantrekkelijk om een boek als e-boek te lezen. Dat aandeel is gestegen en weer net zo hoog als in november 2009. De koopintentie van het e-boek (8%) en van de e-reader (7%) zijn gelijk aan die van de aprilmeting. Ook de leenintentie van het e-boek (9%) is niet significant gewijzigd ten opzichte van de vorige meting.

E-readers: profiel is hoger opgeleid, jonger dan 35 jaar of ouder dan 50 jaar

Van alle mensen die inmiddels een e-reader bezitten, is op basis van twee metingen een ruw profiel te maken. Het bezit onder hoog opgeleiden is hoger dan onder middelbaar opgeleiden. De leeftijdscategorie waarin het bezit van de e-reader het laagst is, is de categorie 35-49 jaar. Bij alle overige categorieën is het aandeel dat een e-reader bezit hoger. Ook regionaal is er een significant verschil waar te nemen: in de regio Noord heeft nog geen 1% een e-reader in bezit terwijl dat in de overige regio's op of boven de 2% ligt.

Conclusies: het profiel van de boekenkoper

6

Vrouwen kopen vaak literatuur, romantische fictie, kinderboeken en streekroman

Spanning is in de Maand van het Spannende Boek veruit het meest gekochte genre. Literatuur, romantische fictie, kinderboeken en de streekroman zijn genres die vooral door vrouwen worden gekocht. Populair wetenschappelijke boeken, hobbyboeken, stripboeken en naslagwerken zijn "typische mannenboeken".

Zowel voor de internetboekhandel als voor de reguliere boekhandel ligt de gemiddelde bezoekfrequentie iets hoger dan eenmaal per maand

Vrouwen komen vaker in de reguliere boekhandel dan mannen. Mannen bezoeken vaker de internetboekhandel; zowel om te oriënteren als om te kopen. Gemiddeld brengen Nederlanders 15 x per jaar een bezoek aan de reguliere boekhandel en bezoeken ze 14 x per jaar een internetboekhandel.

Profiel boekenkopers: omslag zeer belangrijk

Voordat een boek gekocht wordt, leest 83% van de Nederlanders eerst de tekst op de achterkant. Dit wordt relatief vaak gedaan door vrouwen en hoog opgeleiden. De aantrekkelijkheid van de omslag van een boek is voor 38% van de mensen belangrijk. Voor vrouwen en personen in de categorie 35-49 jaar is de aantrekkelijkheid van de omslag belangrijker dan voor mannen en de overige leeftijdscategorieën. Laag opgeleiden en mensen die jonger dan 25 of ouder dan 50 jaar zijn, weten vaker vooraf welk boek (titel en auteur) of van welke auteur ze een boek gaan kopen. Het belang van milieuvriendelijk papier wordt het sterkst onderkend door jongeren (<25 jaar).

Conclusies: gemiddelde leesduur, imago Openbare Bibliotheek en de Dwarsligger

7

Vrouwen lezen in vergelijking met mannen tweemaal zo lang

Gemiddeld lezen Nederlanders ruim een uur per dag (op de dagen dat ze überhaupt lezen). Als we dat vergelijken met het gemiddeld aantal dagen dat ze per week lezen, kunnen we dat vertalen naar week- en daggemiddelden. Opvallend is het dan dat mannen gemiddeld een klein kwartier per dag boeken lezen en vrouwen bijna een half uur gemiddeld (!) De groep 50+ en de groep hoog opgeleiden leest ook gemiddeld bijna een half uur. Bij de overige leeftijdscategorieën en opleidingsniveaus ligt het gemiddelde rond de 20 minuten per dag.

Overall imago van de Openbare Bibliotheek is vergelijkbaar met het imago bij bezoekers

Het imago van de Openbare Bibliotheek is onder Nederlanders vooral nuttig en uitgebreid. Het sociale aspect van de Openbare Bibliotheek wordt nauwelijks herkend. De Openbare Bibliotheek heeft bij vrouwen een sterker imago dan bij mannen. Onder (recente) bezoekers van de bibliotheek is het imago veel sterker dan bij Nederlanders in het algemeen. De volgorde en verhouding tussen de diverse imagokenmerken zijn wel vergelijkbaar. Ten opzichte van april is het imago van de Openbare Bibliotheek onder mensen die de afgelopen maand de bibliotheek hebben bezocht niet veranderd.

Bekendheid Dwarsligger is 11%, maar na doorvragen blijkt circa 7% te weten wat de Dwarsligger is

De bekendheid van de Dwarsliggers ligt op 11%. De Dwarsligger is het best bekend onder hoog opgeleiden (17%) en vrouwen (14%). Van de 11% die heeft aangegeven wel eens iets gezien, gehoord of gelezen te hebben over Dwarsliggers denkt 80% te kunnen uitleggen wat een Dwarsligger daadwerkelijk is. Als we mensen dit laten invullen blijkt een ruime meerderheid het inderdaad te weten en een klein deel geeft een verkeerde beschrijving.

2 Resultaten



A Maand van het Spannende Boek

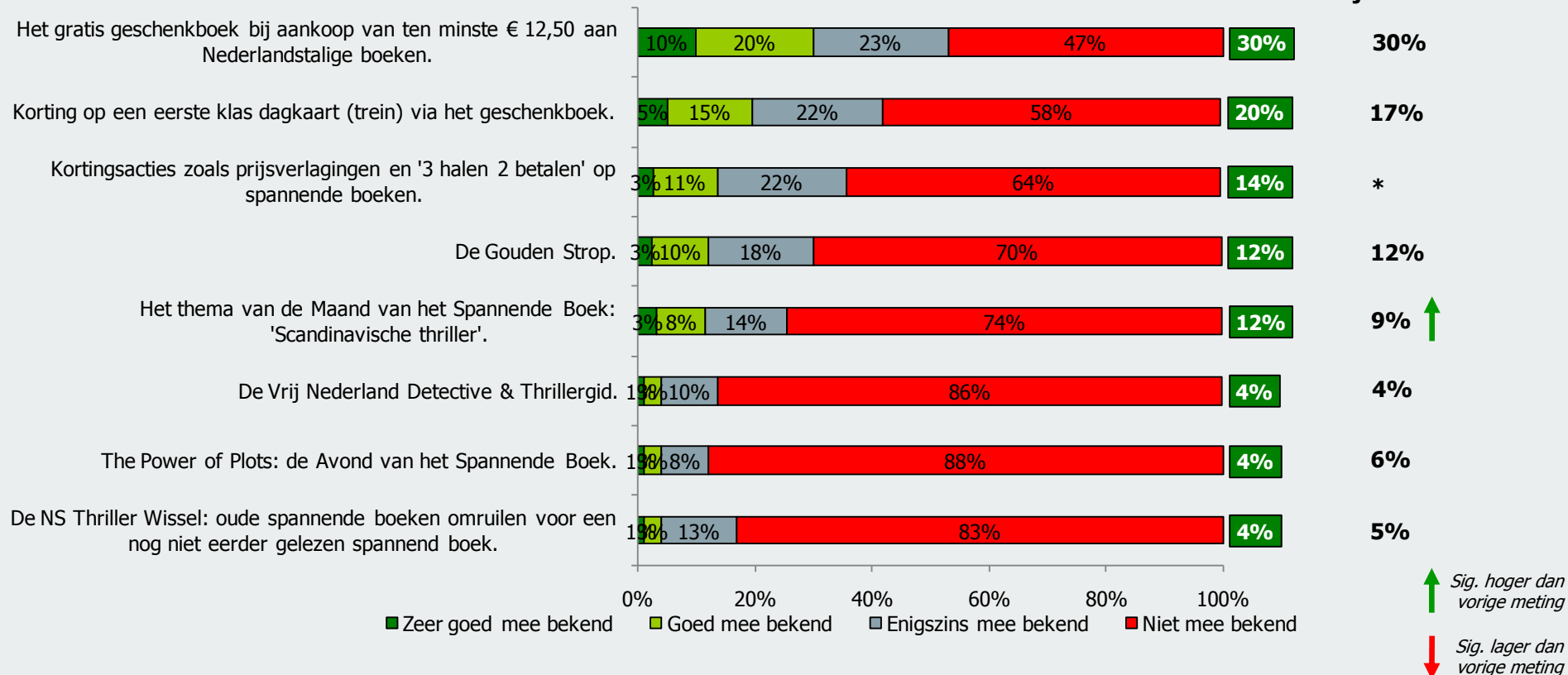


Het thema van de maand van het Spannende boek is bij meer mensen bekend dan in 2009; het gratis geschenkboek is en blijft het bekendste onderdeel van de Maand van het Spannende Boek

10

Activiteiten Maand van het Spannende Boek 2010

% (zeer) goed mee bekend juli 2009



* = niet gevraagd in 2009

Basis: alle respondenten (n = 1315)

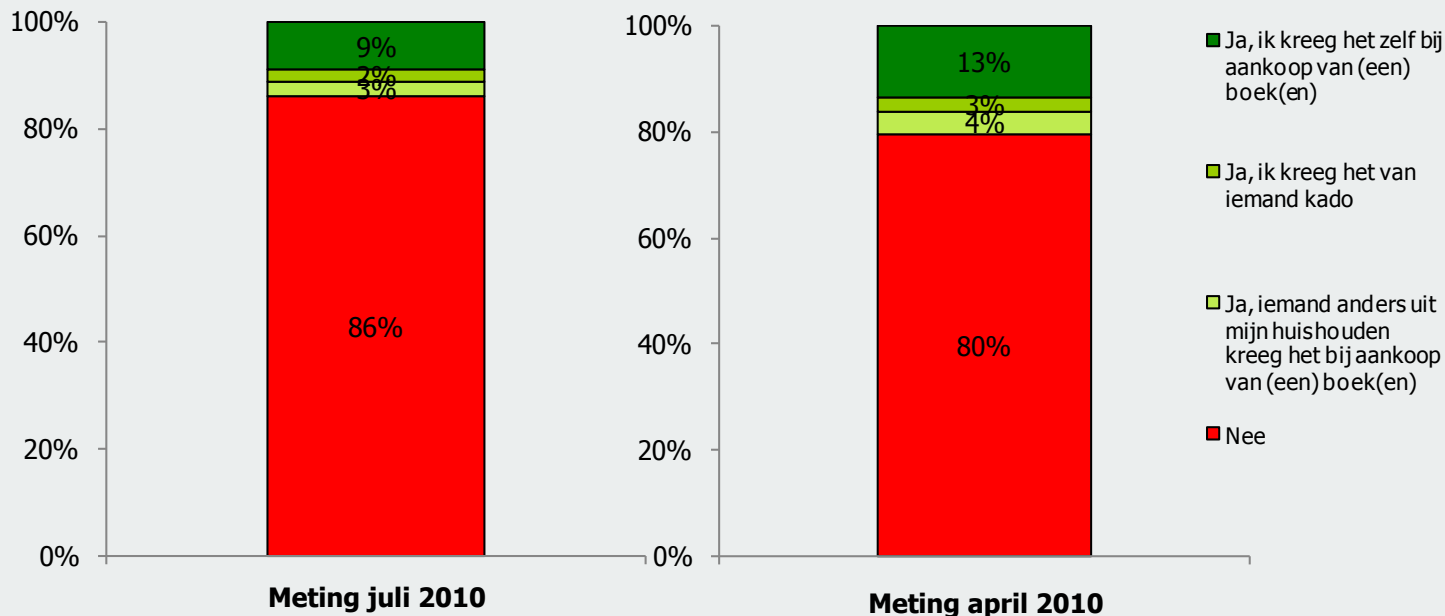
A17. In hoeverre bent u bekend met onderstaande onderdelen en activiteiten die betrekking hebben op de Maand van het Spannende Boek 2010?

9% van de mensen heeft het geschenkboek (*Onmacht* van Charles den Tex) gekregen bij de aankoop van boeken; dat is in vergelijking met het Boekenweekgeschenk een iets lager percentage

11

Bezit geschenkboek Maand van het Spannende Boek
Onmacht van Charles den Tex

Bezit Boekenweekgeschenk 2010
Duel van Joost Zwagerman



Verschillen tussen doelgroepen

- 11% van de vrouwen heeft het *Onmacht* gekregen bij de aankoop van (een) boek(en), tegenover 7% van de mannen.
- Hoog opgeleiden hebben het geschenkboek vaker bij de aankoop van boeken gekregen dan laag opgeleiden
- Daarnaast hebben ze ook vaker het geschenkboek cadeau gekregen en hebben ze vaker iemand anders in het huishouden die het in bezit heeft dan laag opgeleiden.

A23. Heeft u het gratis geschenkboek van de Maand van het Spannende Boek (*Onmacht* van Charles den Tex) in huis?

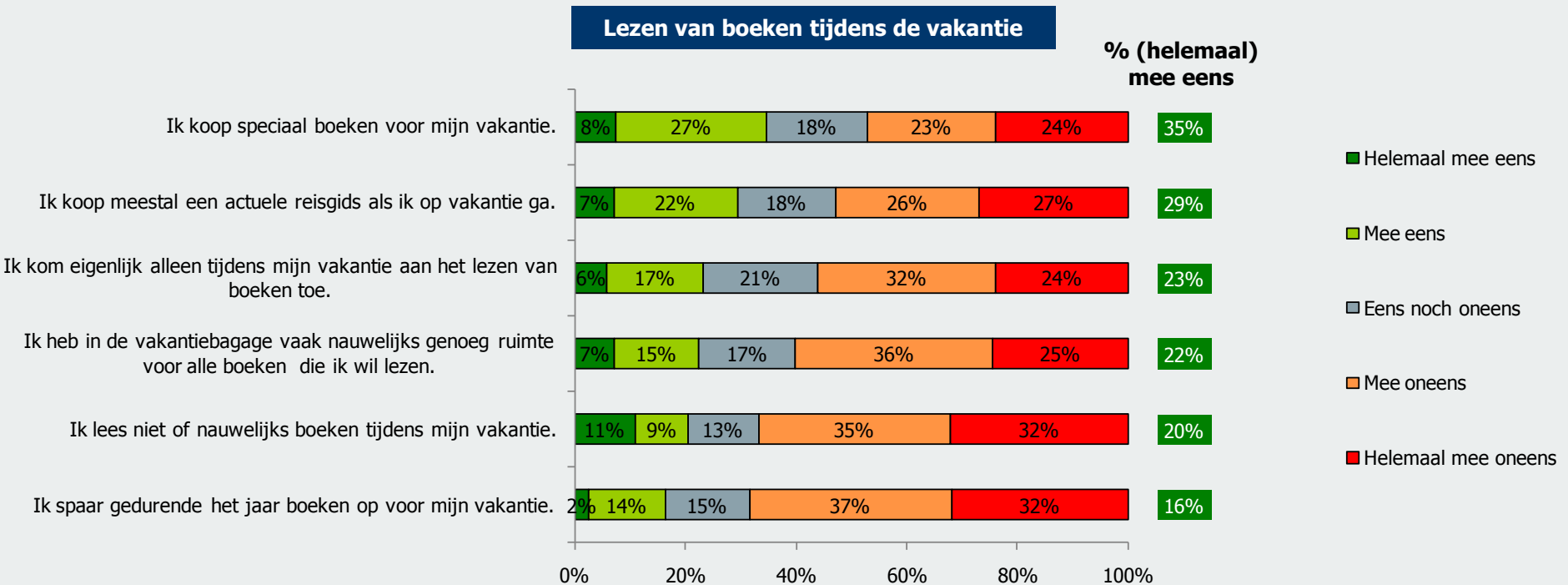
Basis: alle respondenten (n = 1315)

B Lezers tijdens de vakantie



Ruim een derde van de Nederlanders koopt boeken speciaal voor de vakantie

13



Basis: alle respondenten (n = 1315)

A25. Er volgt nu een aantal stellingen over het lezen van boeken tijdens de vakantie. Kunt u aangeven in hoeverre u het met de onderstaande uitspraken eens bent?

Lezen van boeken tijdens de vakantie: verschillen naar doelgroepen

14

Boeken kopen speciaal voor de vakantie

- Vrouwen, hoog opgeleiden en mensen met een hoog inkomen kopen relatief vaak boeken speciaal voor de vakantie

Het kopen van een reisgids

- Mannen kopen vaker een actuele reisgids wanneer ze op vakantie gaan dan vrouwen
- Ook mensen met een hoge opleiding of een hoog inkomen kopen vaker een reisgids dan lager opgeleiden en mensen met een lager inkomen
- Ouderen (50+) kopen vaker een reisgids dan jongeren (< 25 jaar)

Alleen tijdens de vakantie aan het lezen van boeken toekomen

- Hoger opgeleiden, jongeren (< 25 jaar) en volwassenen in de leeftijd van 35-49 jaar komen relatief vaak alleen tijdens de vakantie aan het lezen van boeken toe

Ruimte in de bagage voor boeken

- Vrouwen hebben vaker een gebrek aan ruimte voor boeken in de bagage dan mannen
- Ook de hoog opgeleiden hebben verhoudingsgewijs vaak een gebrek aan ruimte in de bagage waardoor het lastig wordt alle boeken mee te nemen die ze willen lezen

Niet lezen tijdens de vakantie

- De niet-lezers tijdens de vakantie zijn vaak man of laag opgeleid

Boeken sparen voor de vakantie

- Vrouwen en hoog opgeleiden sparen vaker boeken voor de vakantie dan mannen en lager opgeleiden

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

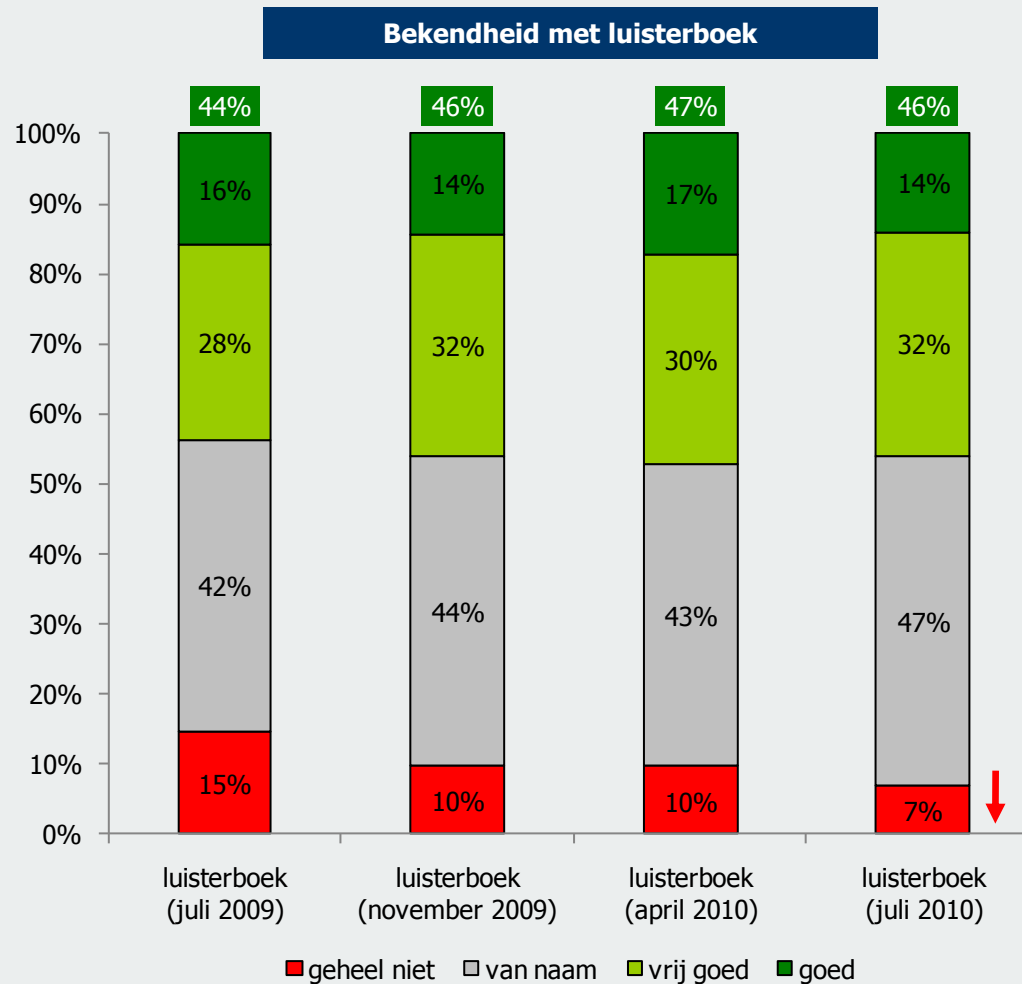
A25. Er volgt nu een aantal stellingen over het lezen van boeken tijdens de vakantie. Kunt u aangeven in hoeverre u het met de onderstaande uitspraken eens bent?

C E-readers



Ongeveer de helft van de consumenten is (vrij) goed bekend met het luisterboek; onbekendheid afgenomen ten opzichte van april 2010

16



Vergelijking met vorige meting

Doordat er deze meting niet is gequoteerd, zijn de resultaten niet volledig te vergelijken met de resultaten van de vorige meting. Omdat de verhouding binnen de afzonderlijke groepen nagenoeg gelijk zijn, is het effect van het niet quoteren echter nihil en rapporteren we ook de voorgaande metingen om ontwikkelingen over tijd zichtbaar te maken.

↑ Sig. hoger dan vorige meting

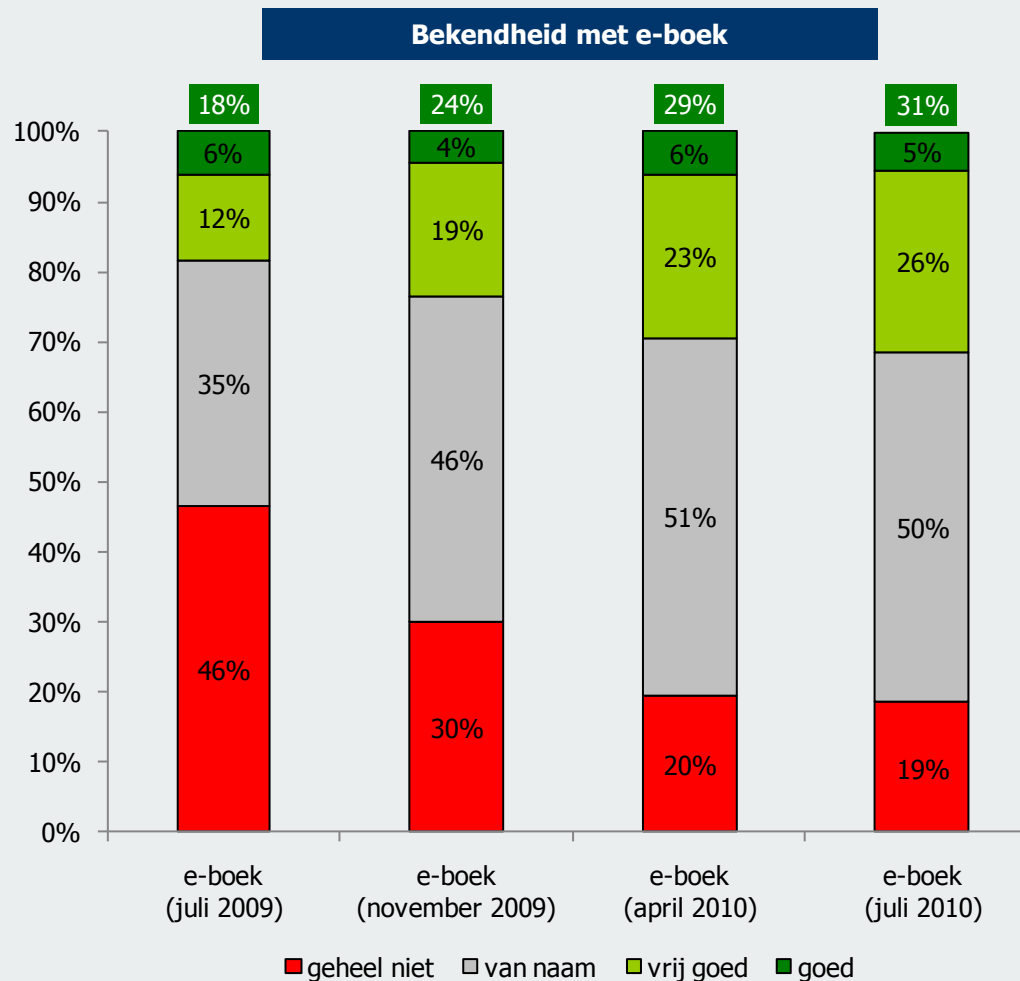
↓ Sig. lager dan vorige meting

Basis: alle respondenten (n = 1315)

A18. In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen:

Bekendheid van het e-boek niet significant toegenomen ten opzichte van april 2010; op de langere termijn is er wel een duidelijke toename in bekendheid zichtbaar

17



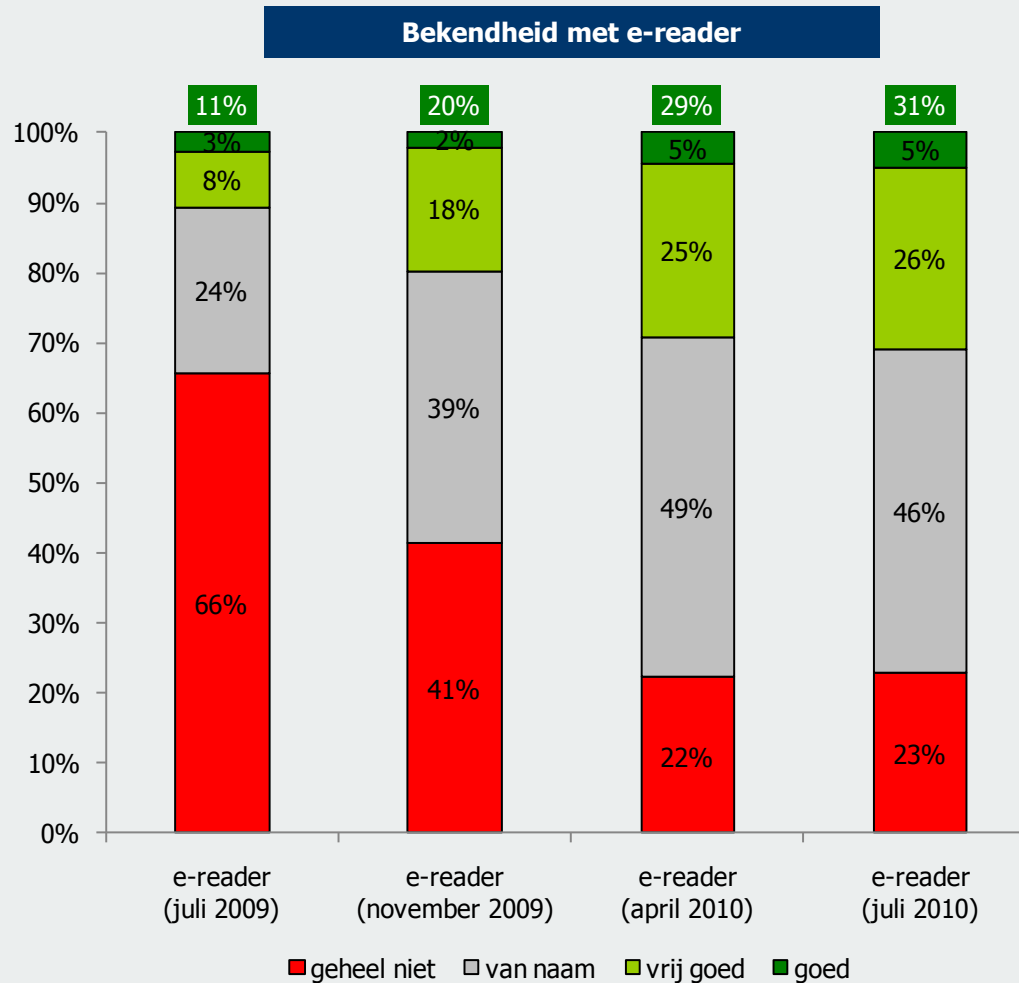
Er zijn geen significante verschillen met de vorige meting

Basis: alle respondenten (n = 1315)

A18. In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen:

Bekendheid van de e-reader gelijk aan april 2010

18



Er zijn geen significante verschillen met de vorige meting

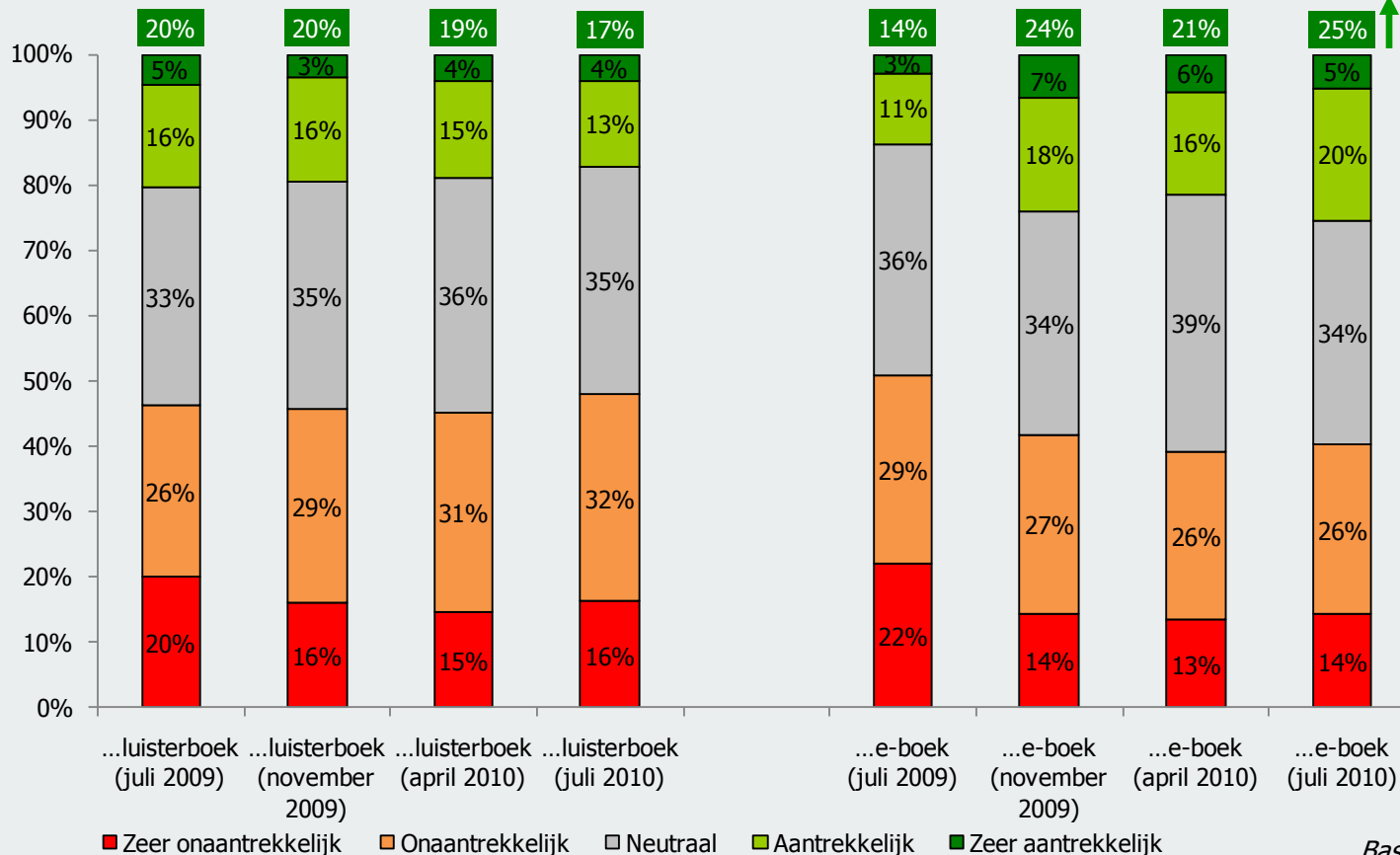
Basis: alle respondenten (n = 1315)

A18. In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen:

Een kwart van de Nederlanders vindt het (zeer) aantrekkelijk een boek als e-boek te lezen

19

Aantrekkelijkheid van luisterboek en e-boek



Conclusies doelgroepen

- Aantrekkelijkheid van het e-boek bij mannen is hoger dan bij vrouwen (29% versus 22%)
- Hoger opgeleide mensen en mensen met een hoog inkomen vinden het e-boek aantrekkelijker dan lager opgeleiden en mensen met een lager inkomen

↑ Sig. hoger dan vorige meting

↓ Sig. lager dan vorige meting

Er zijn geen significante verschillen met de vorige meting

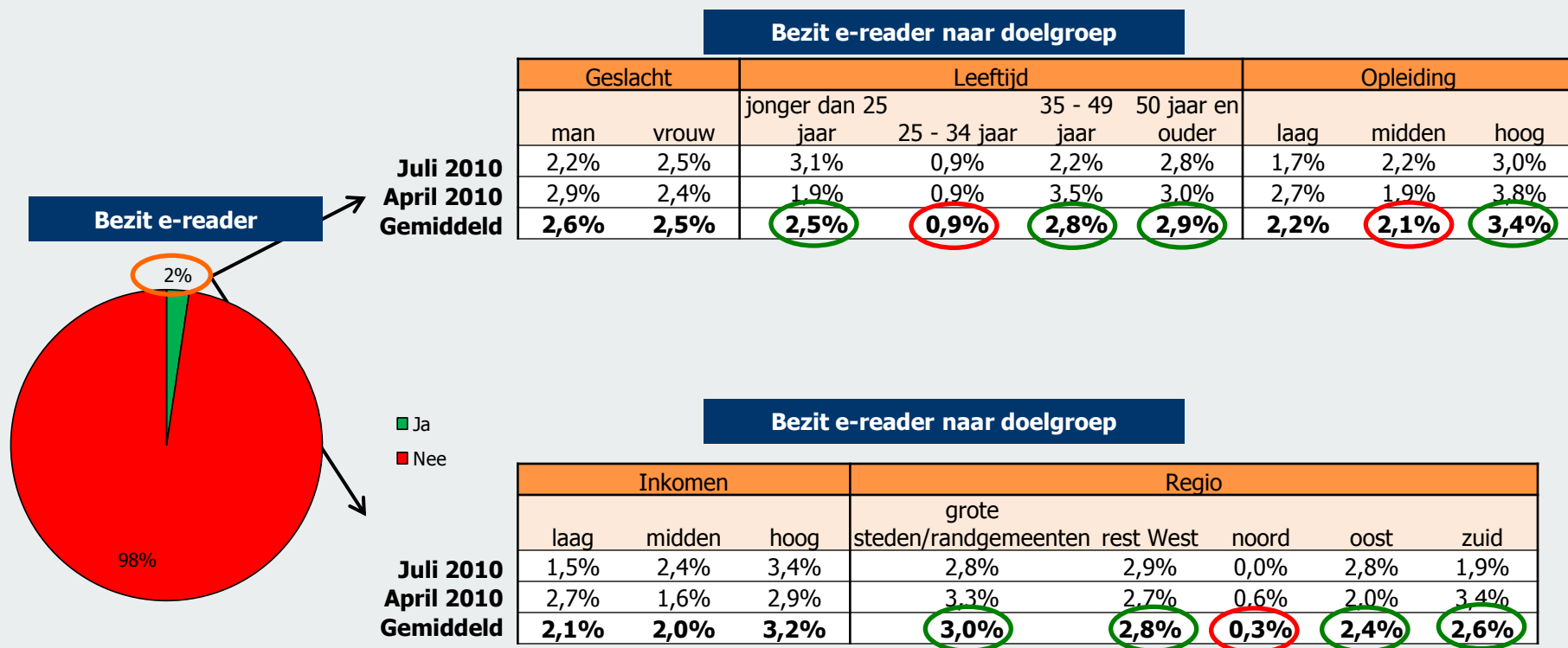
Basis: alle respondenten (n = 1315)

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



Circa 2% van de Nederlanders is inmiddels in het bezit van een e-reader; hoog opgeleiden en mensen met een hoog inkomen bezitten relatief vaak een e-reader; bezit e-reader in categorie 25-34 jaar het laagst

20



○ = significant hoger dan de rood omcirkelde doelgroep

○ = significant lager dan de groen omcirkelde doelgroep

* Totale n van de inkomens is lager dan 1.315 omdat de "weet niet" buiten beschouwing is gelaten

Basis: alle respondenten (n = 1315)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

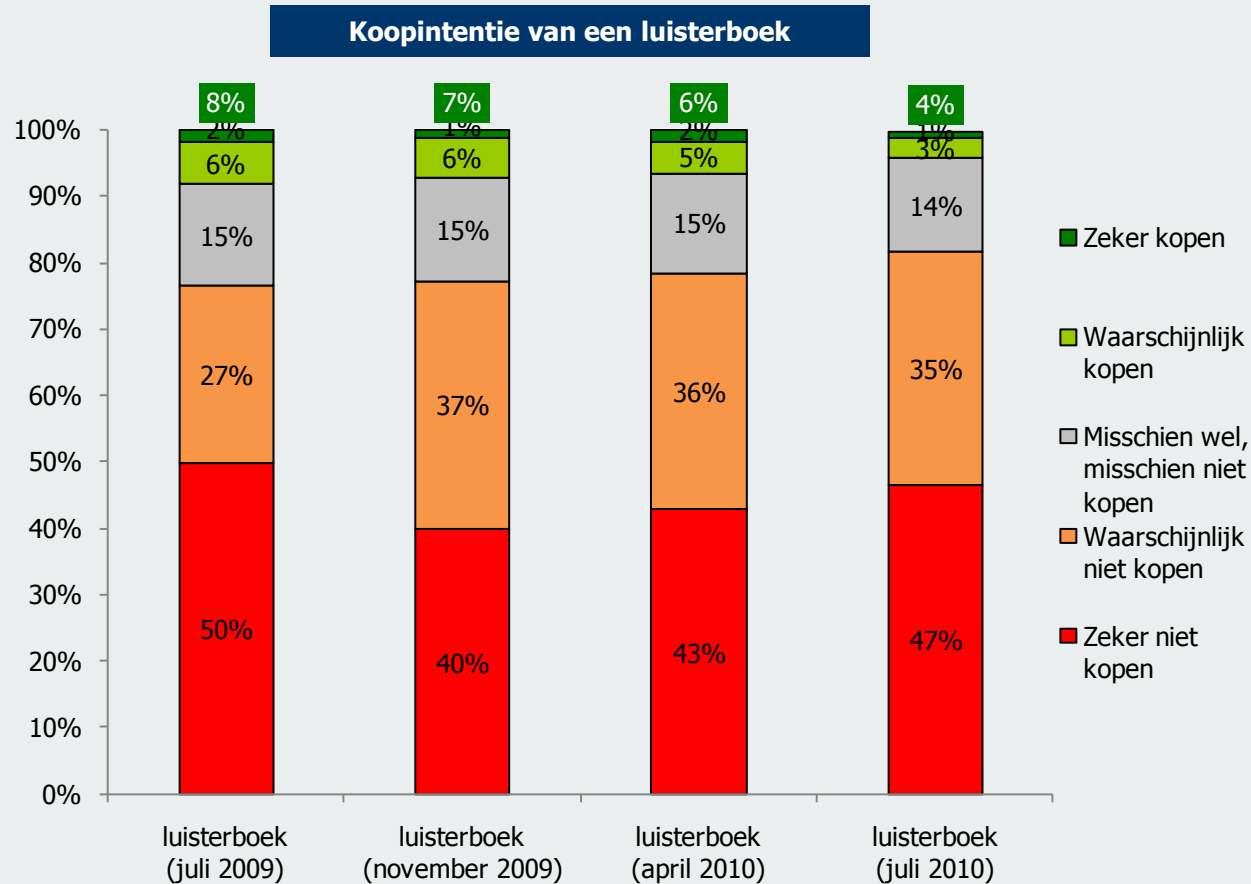


A20a. Bent u in het bezit van een e-reader?

INTOMART GfK

Koopintentie van het luisterboek is 4%

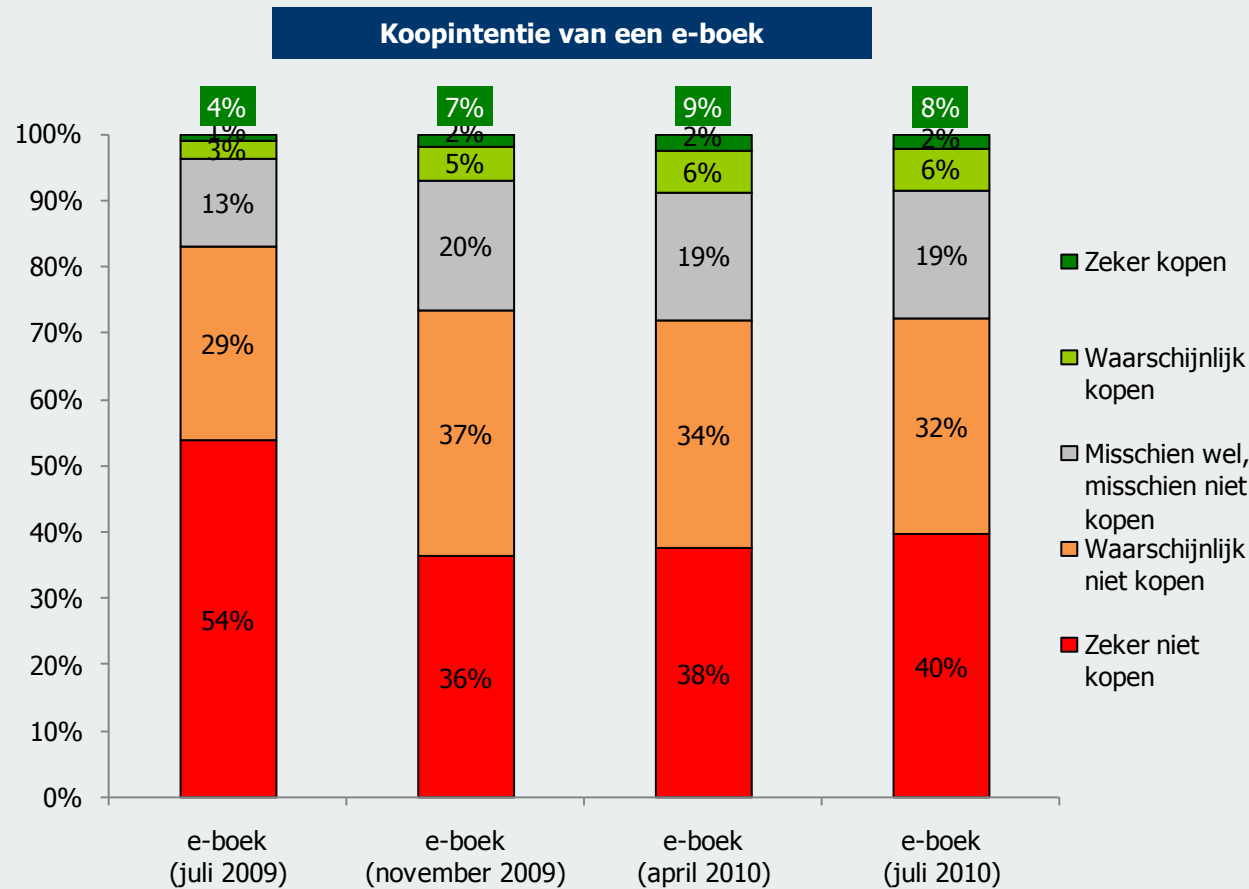
21



A20b. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-reader (het apparaat waarmee e-boeken gelezen kunnen worden), e-boek of luisterboek gaat kopen?

Koointentie van het e-boek is ten opzichte van de vorige meting niet veranderd en ligt op 8%

22



Conclusies doelgroepen

- De koointentie van een e-boek is van mannen hoger dan van vrouwen (10% versus 7%)
- Hoger opgeleide mensen en mensen met een hoog inkomen zijn eerder geneigd een e-boek te kopen dan lager opgeleiden en mensen met een lager inkomen

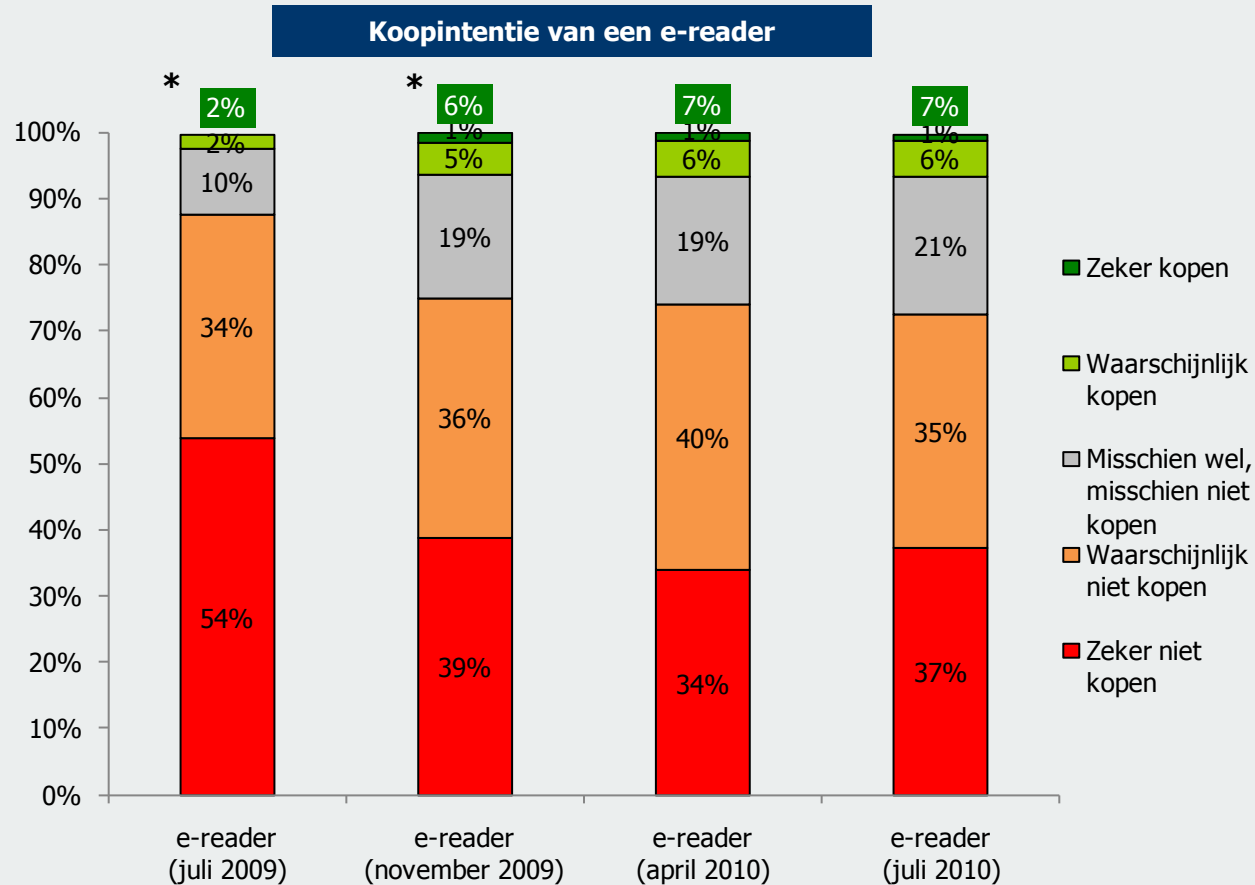
Er zijn geen significante verschillen met de vorige meting

Basis: alle respondenten (n = 1315)

A20b. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-reader (het apparaat waarmee e-boeken gelezen kunnen worden), e-boek of luisterboek gaat kopen?

Koopintentie van de e-reader is net als bij de vorige meting 7%

23



* Bezit e-reader

Voor het eerst is deze vraag onder selectie gesteld van mensen die zelf nog geen e-reader bezitten. De resultaten zijn dus niet exact vergelijkbaar met de meting vanaf november 2009

Conclusies doelgroepen

- De koopintentie van hoogopgeleiden is hoger dan van de lager opgeleiden respondenten (11% versus 6 en 4%)
- De koopintentie van mannen is hoger dan die van vrouwen (8% versus 5%)

↑ Sig. hoger dan vorige meting

↓ Sig. lager dan vorige meting

Selectie: heeft geen e-reader in bezit (n = 1284)

A20b. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-reader (het apparaat waarmee e-boeken gelezen kunnen worden), e-boek of luisterboek gaat kopen?

E-reader vooral handig voor op reis of om schoolboeken mee te lezen; de afwijzers vinden het lezen vanaf een scherm niet prettig en houden vast aan de charme van het lezen vanaf papier

24

Koopintentie van de e-reader: toelichting

Toelichting zeker / waarschijnlijk wel kopen

- Familieleden hebben e-readers gekocht en ik ben zeer onder de indruk. ik ben aan het sparen, maar wacht ook tot het aanbod van e-books groter wordt én de prijs van de e-books lager. De prijs van de e-reader maakt me minder uit, want die is eenmalig.
- Ooit in de toekomst. ik hoop dat alle schoolboeken eruit gaan en dat het dus een e reader wordt, we verwachten een kleine en dus hoop ik voor hem het ooit te kopen.
- Gewoon makkelijk tijdens vakantie je kan 100 boeken mee nemen en weeg niks.
- Ik ga regelmatig met de trein en dan is het handig om een e-boek bij je te hebben. het is licht/klein zodat je het in je handtas mee kunt nemen.
- Ik vind e-readers op dit moment nog te duur en het aanbod e-boeken te beperkt. Als in de toekomst de prijs van de readers ongeveer de helft lager ligt en het aanbod e-boeken in de buurt komt van de gewone boeken, zal ik zeker een e-reader aanschaffen.
- Ik vind het makkelijk om ook op die manier boeken te kunnen lezen, ik hoef dan niet meer bang te zijn dat mijn kaffen stuk gaan of er gebruikerssporen op komen daar heb ik een hekel aan.

Toelichting zeker / waarschijnlijk niet kopen

- Absolute onzin. Waarom moet zoiets? Alleen maar omdat het kan? Voegt niets toe.
- Ben slechtziend. Het lezen, ook op de computer is nogal vermoeiend voor mij. Ik kan dit ongeveer een kwartier vol houden.
- De aanschaf is nog duur, geen idee wat de boeken kosten; eventuele problemen met het "downloaden" van het boek, ik ben niet zo handig hiermee.
- De charme van het boek is weg.
- Een boek hoort van papier te zijn en niet weer het zoveelste apparaat. heerlijk met een echt boek in de tuin, op het strand, op de bank, in bed. Een apparaat op schoot, ik vind het niks.
- Gaat niks boven een papiertje (bladzijde) omslaan en met je boek half op het hoofd in slaap vallen.
- Ik houd niet van lezen van een scherm. Ik heb een aantal e-readers getest, maar het haalt het niet bij een substantieel boek. En ik houd er van mijn gelezen boeken in de kast neer te zetten.
- Boeken horen op papier niet op de computer of dergelijke veel te makkelijk om neppe te verkopen als de echte vooral ook omdat ze dan van internet gehaald kunnen worden voor nop.

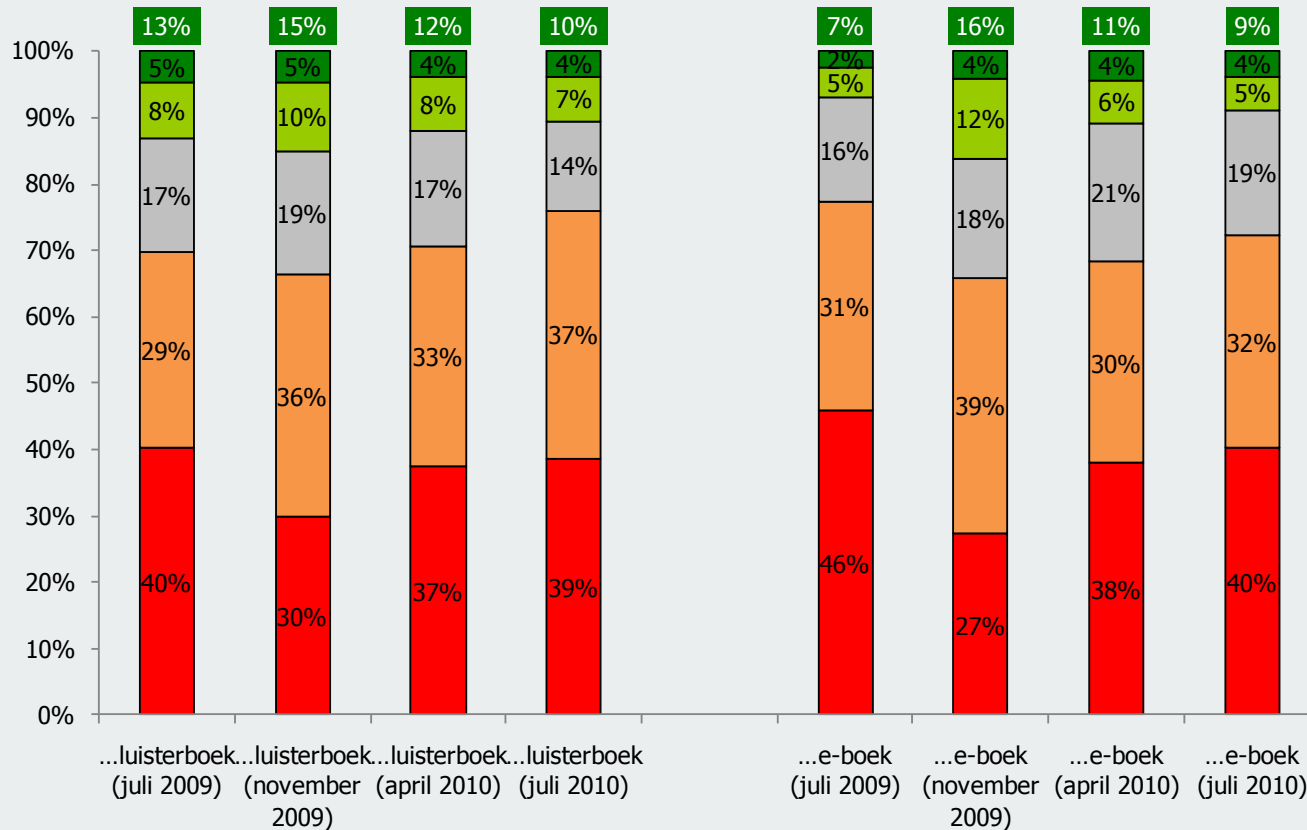
Selectie: heeft geen e-reader in bezit (n = 1284)

A20c. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-reader (het apparaat waarmee e-boeken gelezen kunnen worden), e-boek of luisterboek gaat kopen?
A20d. Kunt u uw antwoord toelichten?

Ongeveer één op de tien "leners" denkt waarschijnlijk of zeker een e-boek te gaan lenen bij de bibliotheek

25

Leenintentie van luisterboek en e-boek



Leenintentie naar doelgroep

- Onder hoog opgeleiden is de leenintentie van e-boeken bovengemiddeld: 16%

- Zeker lenen
- Waarschijnlijk wel lenen
- Misschien wel, misschien niet lenen
- Waarschijnlijk niet lenen

*Er zijn geen significante verschillen met de vorige meting
Basis: afgelopen maand boek geleend; n = 349*

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENNAK



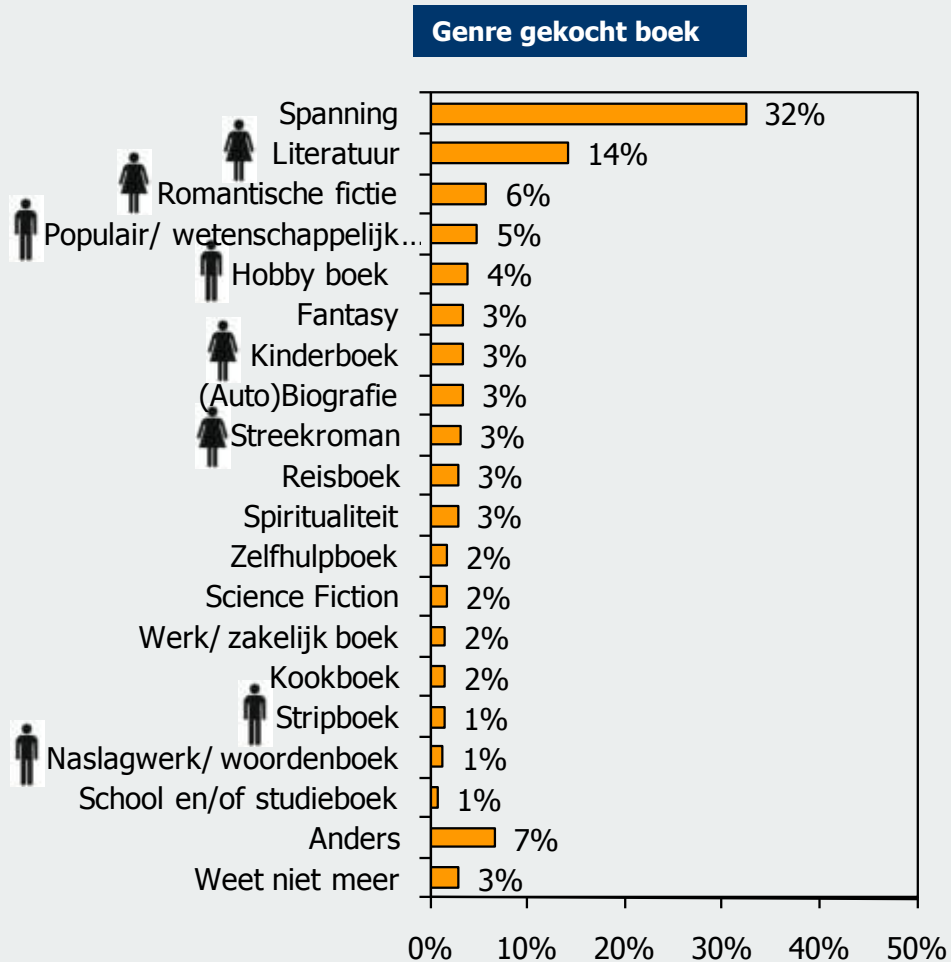
D10. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-boek of luisterboek gaat lenen bij de bibliotheek?

C De boekenkoper



Spanning het meest gekochte genre; literatuur en romantische fictie vooral vaak gekocht door vrouwen

27



= een vrouwengenre (vaker gekocht door vrouwen dan door mannen)



= een mannengenre (vaker gekocht door mannen dan door vrouwen)

Selectie: aantal gekochte boeken
(n=1214)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



A1. U heeft zojuist aangegeven dat u <INVOEGEN VANUIT VRAAG S2> boeken heeft gekocht. Kunt u nu per boek aangegeven welk genre dat boek geweest is?

Ruim de helft van de boekkopers bezoekt minimaal maandelijks de boekhandel; bijna de helft van de boekkopers bezoekt minimaal maandelijks de internetboekhandel

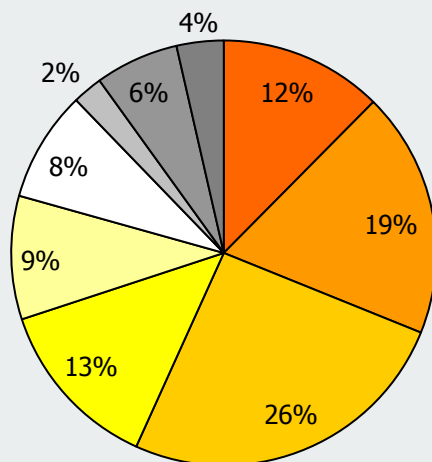
28

A. Bezoek boekhandel

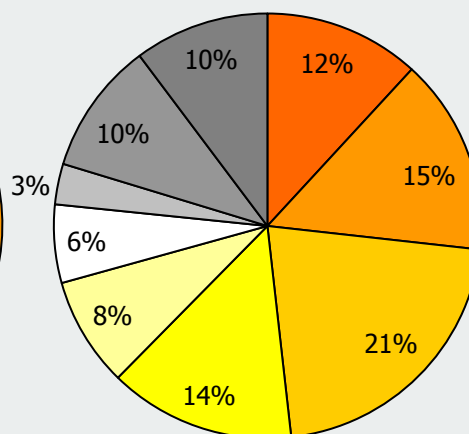
B. Bezoek internetboekhandel

C. Bezoek website voor oriëntatie

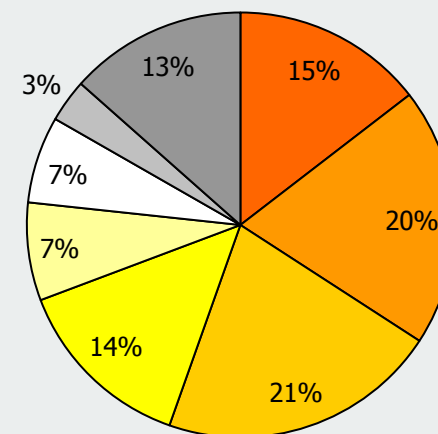
- Iedere week
- Twee keer in de maand
- Één keer per maand
- Één keer in de twee maanden
- Één keer in de vier maanden
- Één keer per half jaar
- Één keer per jaar
- Minder frequent
- Ik kom nooit in een boekhandel/website van de internetboekhandel

**Gemiddelde:**

- 15 keer per jaar (totaal)
- Mannen: 14 x per jaar
- Vrouwen: 16 x per jaar

**Gemiddelde:**

- 14 keer per jaar (totaal)
- Mannen: 15 x per jaar
- Vrouwen: 13 x per jaar

**Gemiddelde:**

- 16 keer per jaar (totaal)
- Mannen: 17 x per jaar
- Vrouwen: 16 x per jaar

Basis A2a/b: heeft afgelopen maand een boek gekocht ; n=553

A2c: Bezoekt wel eens internetboekhandel; n=495

A2a. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld een boekhandel?

A2b. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld een internetboekhandel?

A2c. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld de website van een internetboekhandel om uzelf te oriënteren / uzelf te informeren?

Mannen lezen vaker uit interesse in een specifiek onderwerp en wanneer ze een boek nodig hebben voor een hobby

29

Reden om boek te kopen is...



= een vrouwenmotief (vaker genoemd door vrouwen dan door mannen)



= een mannenmotief (vaker genoemd door mannen dan door vrouwen)

Selectie: aantal gekochte boeken
(n=1216)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

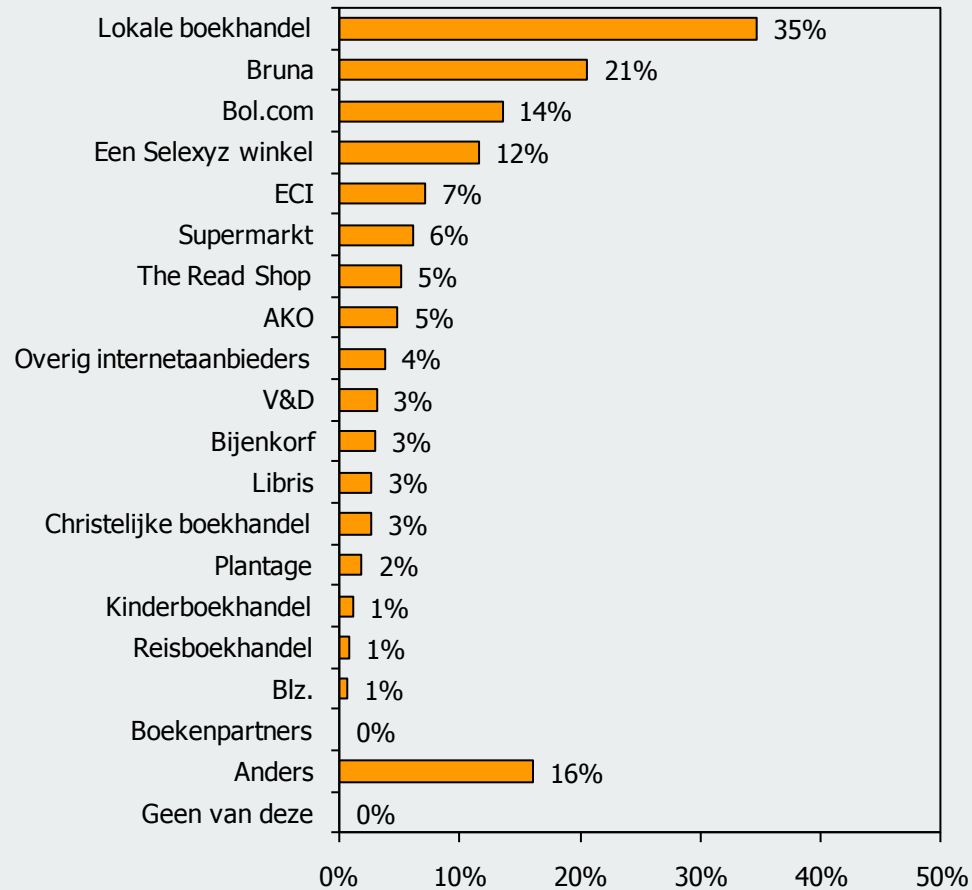


A4A. Kunt u hieronder per boek aangeven wat de reden(en) voor u was/waren bij de aanschaf van deze boek(en)?

Ruim een derde van de mensen die de afgelopen maand een boek hebben gekocht, hebben dat gedaan bij de lokale boekhandel

30

Laatste maand boeken gekocht bij...



Selectie: heeft in de afgelopen maand een boek gekocht (n=553)

A8a: Waar heeft u de laatste maand uw boek(en) gekocht?

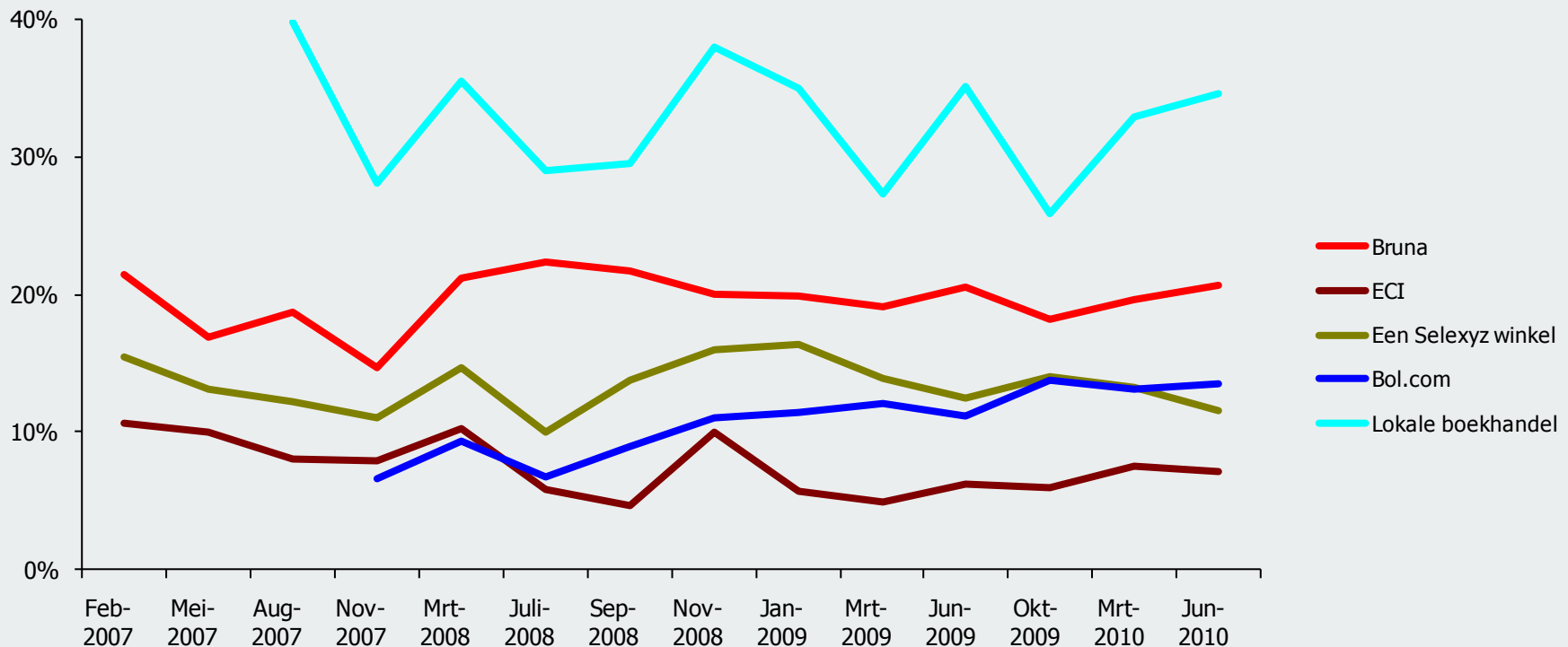
STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Marktaandelen wijzigen weinig; Bruna stijgt licht, Selexyz daalt; ten opzichte van juni 2009 zijn Bol.com en ECI gestegen

31

Laatste maand boeken gekocht bij...(trend)



Selectie: heeft in de afgelopen maand een boek gekocht (n=553)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



A8a: Waar heeft u de laatste maand uw boek(en) gekocht?

De persoonlijke bediening, goede adviezen van het personeel en de ligging ("dicht bij mij in de buurt") zijn belangrijke motieven om boeken bij de lokale boekhandel te kopen

32

Redenen om boeken te kopen

Redenen	Basis: n=122 n=118 n=68 n=155 n=25				
	Lokale boekhandel	Bruna	Een Selexyz winkel	Bol.com	Supermarkt
Veelal grote en ruime keuze	33%	22%	75%	60%	7%
Persoonlijke bediening	43%	4%	8%	0%	0%
Goede adviezen van het personeel	28%	6%	22%	0%	0%
Vaak leuke aanbiedingen	14%	22%	19%	27%	59%
Makkelijk te bereiken	33%	21%	29%	35%	20%
Dicht bij mij in de buurt	46%	50%	25%	0%	20%
Kom ik langs als ik aan het winkelen ben	32%	30%	13%	0%	36%
Ligt op route van mijn woon-werk verkeer	3%	6%	6%	0%	9%
Verkopen ook andere zaken, die ik vaak nodig heb, dan alleen boeken	9%	12%	6%	6%	33%
Verplicht lidmaatschap van een boekenclub	0%	2%	0%	1%	0%
Boekenwinkel waarin ook postkantoor is gevestigd	2%	10%	0%	0%	0%
De boeken zijn er goedkoper	3%	2%	1%	19%	29%
Vanwege de snelle bezorging	2%	1%	4%	48%	0%
Anders	8%	2%	10%	10%	5%
Weet niet / kan niet zeggen	1%	3%	0%	1%	0%

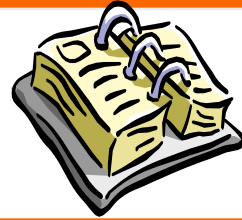
- =Hoogste percentage per aankoopplaats,
- =Hoogste percentage per reden,
- =Hoogste percentage aankoopplaats en reden.

Basis: heeft afgelopen maand een boek gekocht bij desbetreffende winkel

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

Uitleg iconen die op de volgende sheets worden getoond

Leeswijzer



33



= Uitspraak die vooral bij vrouwen past



= Uitspraak die vooral bij mannen past

35-49

= Uitspraak die vooral bij de betreffende leeftijdscategorie past



= Uitspraak die vooral bij hoog opgeleide mensen past

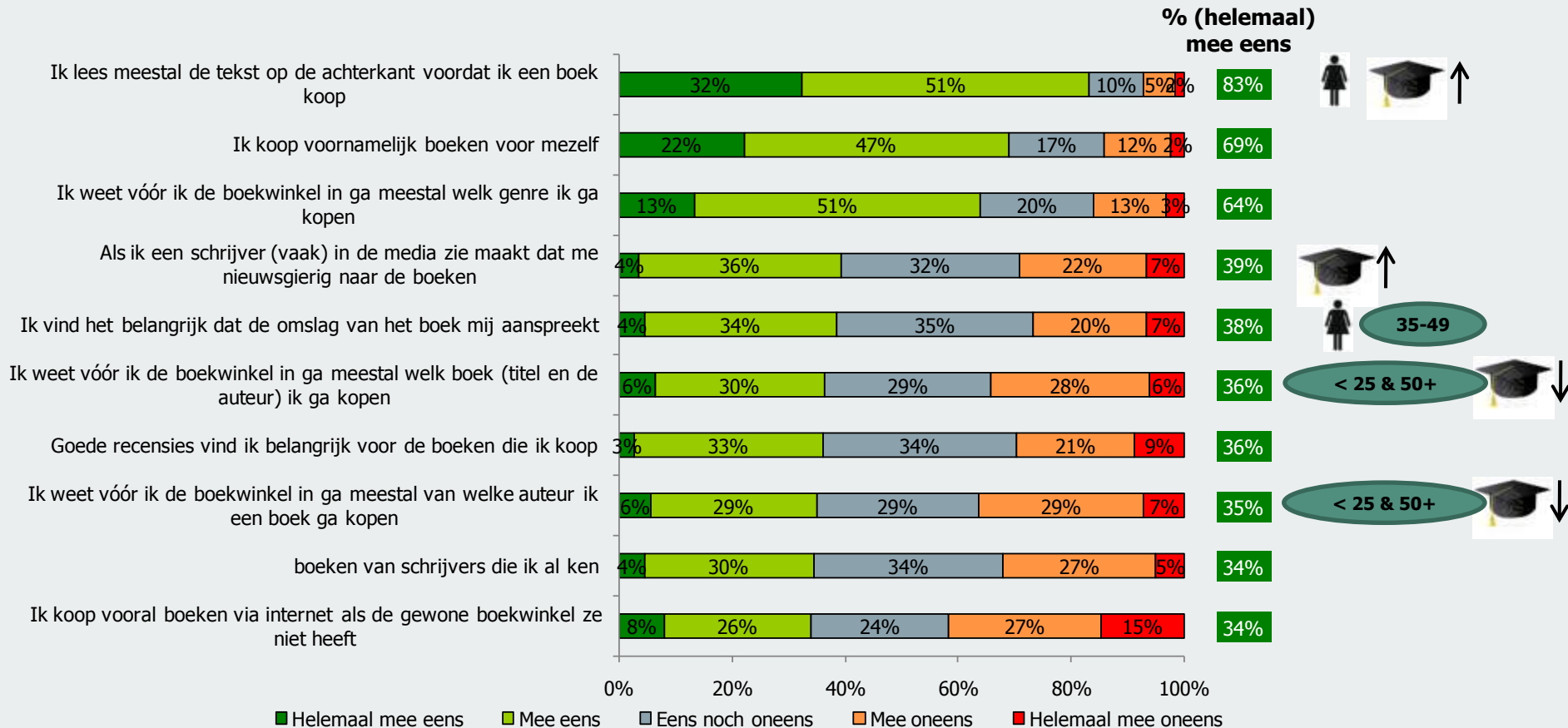


= Uitspraak die vooral bij laag opgeleide mensen past

Ruime meerderheid leest meestal de tekst op de achterkant van het boek; voor vrouwen is de tekst en een aansprekende omslag relatief belangrijk

De 10 meest kenmerkende uitspraken over boekenkopers

34



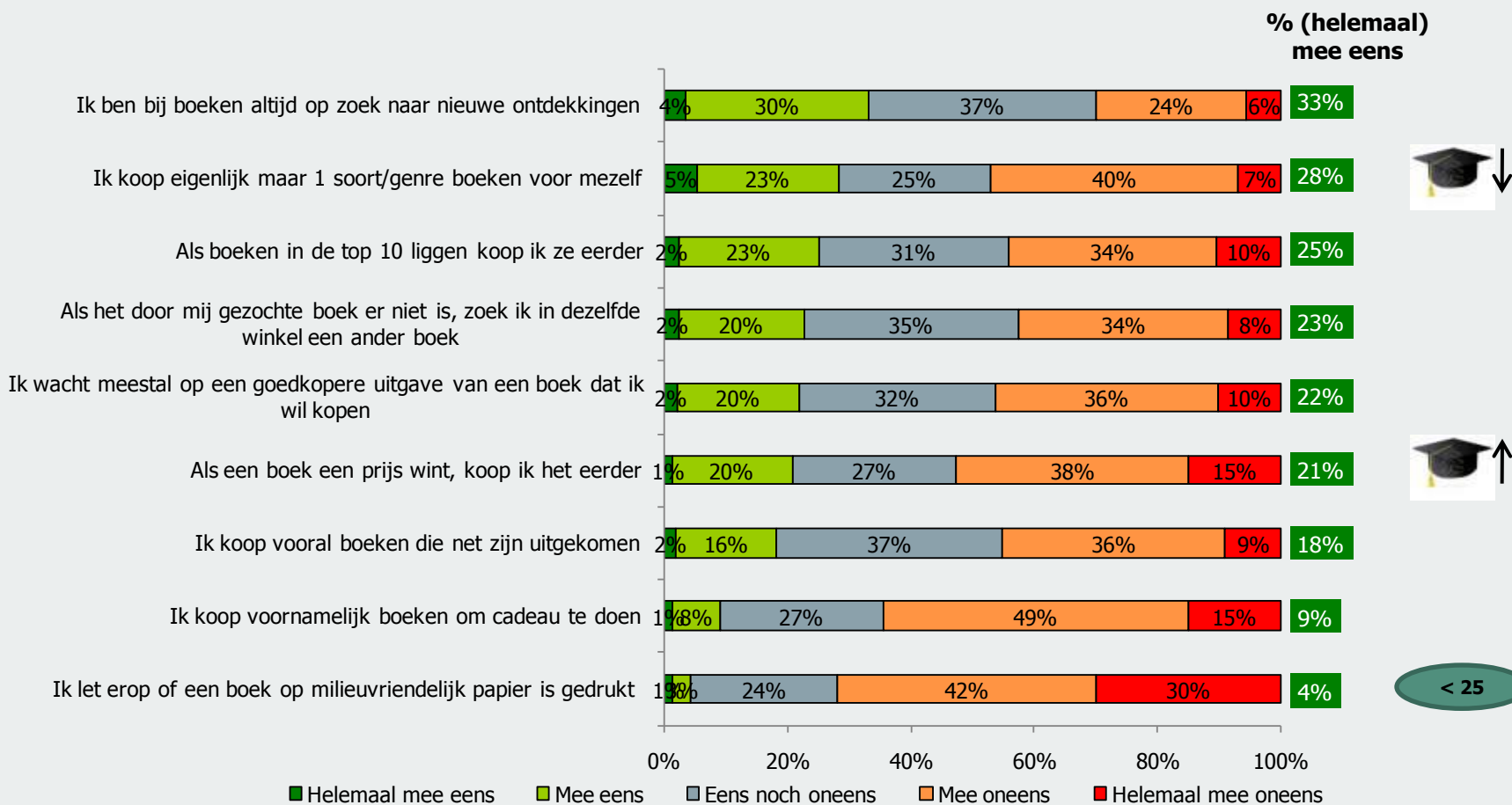
Basis: koopt minstens één keer per jaar boeken (n = 553)

A24. In hoeverre bent u het eens met onderstaande uitspraken?

Milieuvriendelijkheid voor jongeren (< 25 jaar) relatief belangrijk; lager opgeleiden kopen meestal één soort of genre boeken voor zichzelf

De 10 minst kenmerkende uitspraken over boekenkopers

35



Basis: koopt minstens één keer per jaar boeken (n = 553)

A24. In hoeverre bent u het eens met onderstaande uitspraken?

D Leesgedrag

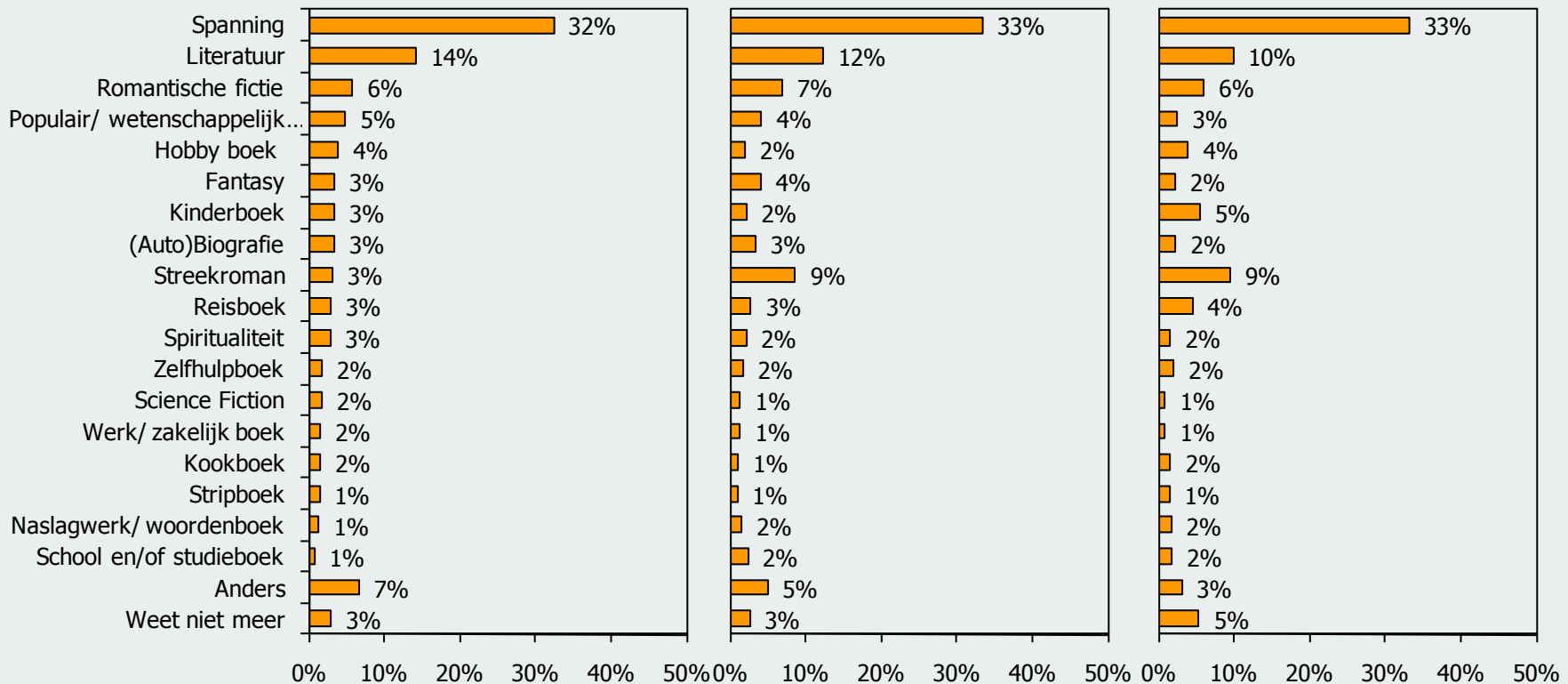


Spanning is het meest gekochte en gelezen genre; literatuur wordt relatief vaak gekocht; de streekroman wordt minder gekocht dan gelezen

Genre gekocht boek

Genre gelezen boek

Genre geleend boek



Basis: A1: aantal gekochte boeken; n = 1214

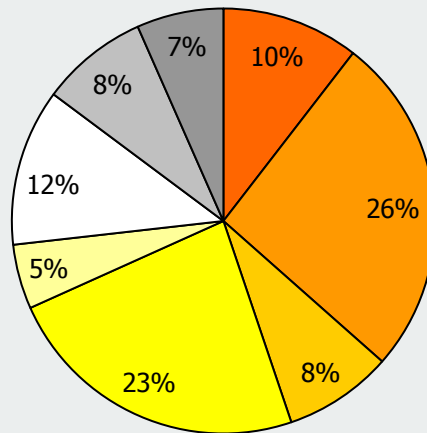
Basis: C1a: aantal gelezen boeken; n = 2781

Basis: D3: aantal geleende boeken; n = 1479

De mensen die in de afgelopen maand een boek gelezen hebben, lezen gemiddeld 66 minuten per dag dat ze lezen; ruim de helft van hen leest langer dan een half uur per leesdag

38

Leesduur per dag



- 1-15 minuten
- 16-30 minuten
- 31-45 minuten
- 46-60 minuten
- 61-90 minuten
- 91-120 minuten
- 121 minuten en meer
- weet niet

Gemiddelde leesduur naar doelgroep

- Vrouwen lezen gemiddeld 71 minuten, mannen gemiddeld 60 minuten
- Opvallend is dat laagopgeleiden gemiddeld meer lezen met 72 minuten dan hoogopgeleiden 64 minuten.

Basis: respondent heeft afgelopen maand een boek gelezen; n = 925

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

De gemiddelde boekenleestijd per week is 2,5 uur; vrouwen lezen in vergelijking met mannen meer dan tweemaal zo lang

39

Tabel gemiddelde leesduur verdeeld naar socio-demografische achtergrondkenmerken

Basis: Totaal	Totaal	Geslacht		Leeftijd				Opleiding		
		man	vrouw	< 25	25-34	35-49	50+	Laag	midden	Hoog
Gemiddelde boekenleestijd per week	2:31	1:40	3:25	2:16	1:58	2:11	3:15	2:24	2:16	3:12
Gemiddelde boekenleestijd per dag	0:21	0:14	0:29	0:19	0:16	0:18	0:27	0:20	0:19	0:27
Gemiddelde boekenleestijd per leesdag	1:06	0:59	1:11	1:05	0:54	0:57	1:18	1:12	1:05	1:04
Gemiddeld aantal leesdagen per week	2,3	1,7	2,9	2,1	2,2	2,3	2,5	2,0	2,1	3,0

Basis C2: totaal aantal respondenten $n = 1315$

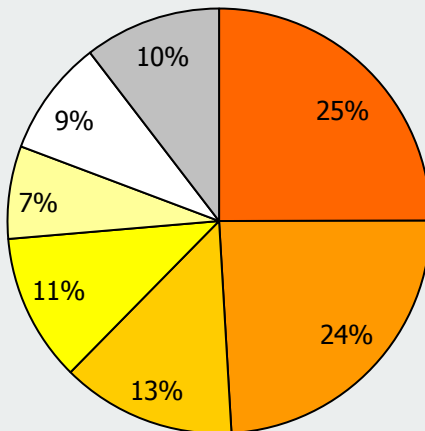
Basis C3: heeft in de afgelopen maand een boek gelezen $n = 925$

C2. Hoe vaak leest u gemiddeld boeken?

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

Gemiddeld worden er 17 boeken per jaar gelezen waarvan er 7 nieuw (recent) gekocht of gekregen zijn; bij mannen is de helft van de boeken die ze gemiddeld lezen recent nieuw gekocht of gekregen, bij vrouwen is dat minder dan 40%

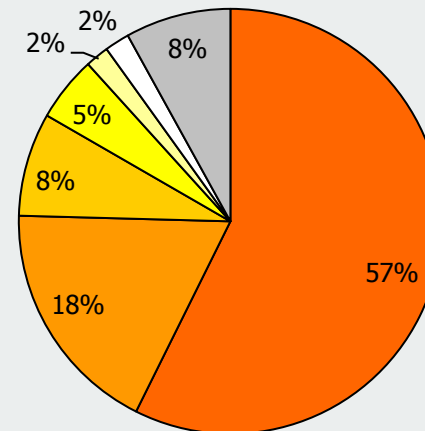
Lezen boeken per jaar



Gemiddelde:

- 17 boeken per jaar (totaal)
- Mannen: 14 boeken per jaar
- Vrouwen: 18 boeken per jaar

Waarvan nieuw recent gekocht of gekregen



Gemiddelde:

- 7 boeken per jaar (totaal)
- Mannen: 7 boeken per jaar
- Vrouwen: 7 boeken per jaar

Basis: heeft afgelopen maand een boek gelezen; n = 925

C4A. Hoeveel boeken leest u gemiddeld per jaar?
C4B. Hoeveel van deze boeken zijn nieuw (recent) gekocht of gekregen?

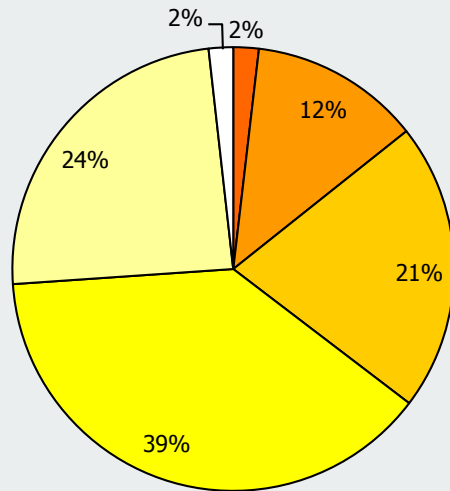
E Boeken lenen bij de bibliotheek



Leners brengen gemiddeld 1,9 keer per maand een bezoek aan de bibliotheek; 12% van de leners komt minstens eenmaal per week in de bibliotheek

42

Frequentie bibliotheek bezoek



Gemiddelde: 1,9 bezoeken aan de bibliotheek per maand

- Dagelijks
- Minstens één keer per week
- Minstens één keer per twee weken
- Eens per maand
- Minder dan één keer per maand
- Weet niet / kan niet zeggen

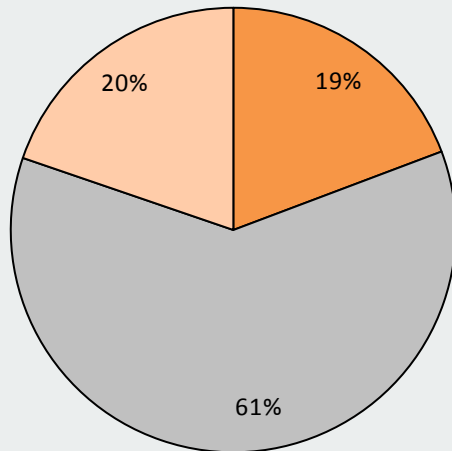
Basis: allen die afgelopen maand bij de bibliotheek hebben geleend; n = 349

D1. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld de bibliotheek?

Ruim 60% van de leners beslist pas in de bibliotheek welke boeken ze gaan lenen; mannen weten vaker van tevoren welk boek ze gaan lenen dan vrouwen

43

Keuze voor boek in bibliotheek



- Ik weet van te voren meestal al welk boek ik ga lenen
- Ik beslis meestal in de bibliotheek welk boek ik ga lenen
- Dat wisselt sterk / kan niet zeggen

Vooraf beslissen over keuze boek naar doelgroep

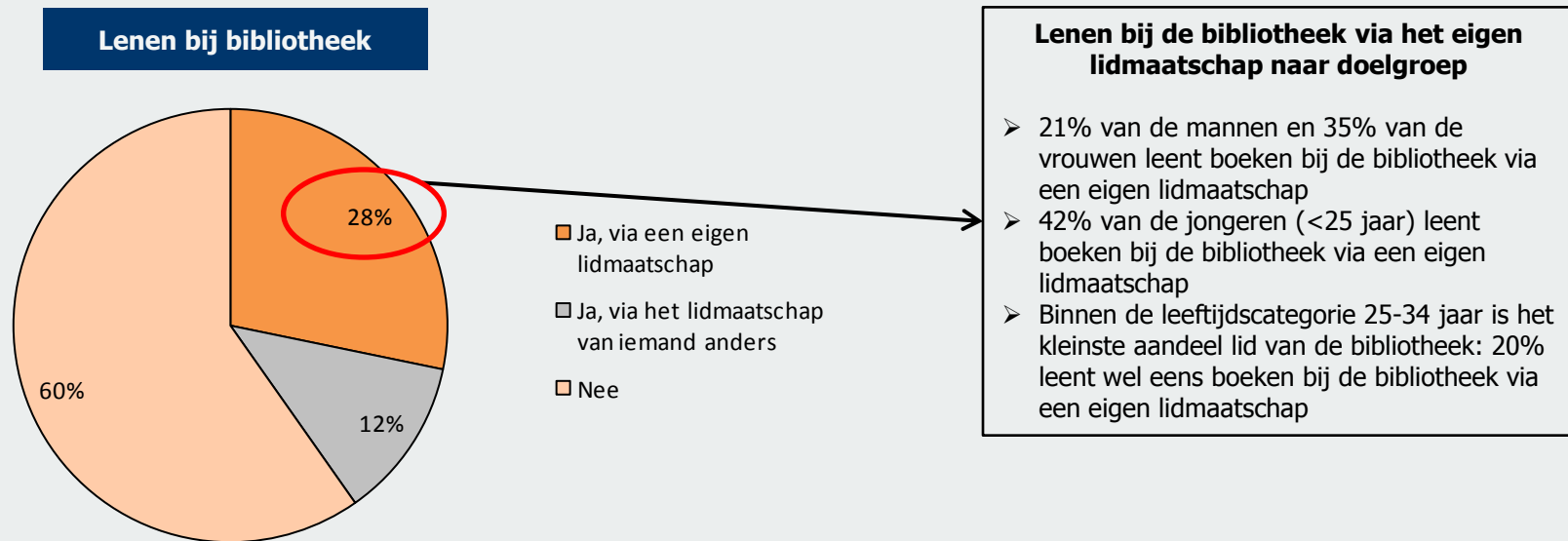
- Mannen weten vaker vooraf welk boek ze gaan lenen bij de bibliotheek in vergelijking met vrouwen (24% versus 16%)

Basis: allen die afgelopen maand bij de bibliotheek hebben geleend; n = 349

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

Een kwart van de Nederlanders leent wel eens boeken bij de bibliotheek via een eigen lidmaatschap; 12% leent wel eens boeken bij de bibliotheek via het lidmaatschap van iemand anders

44



Basis: alle respondenten (n = 1315)

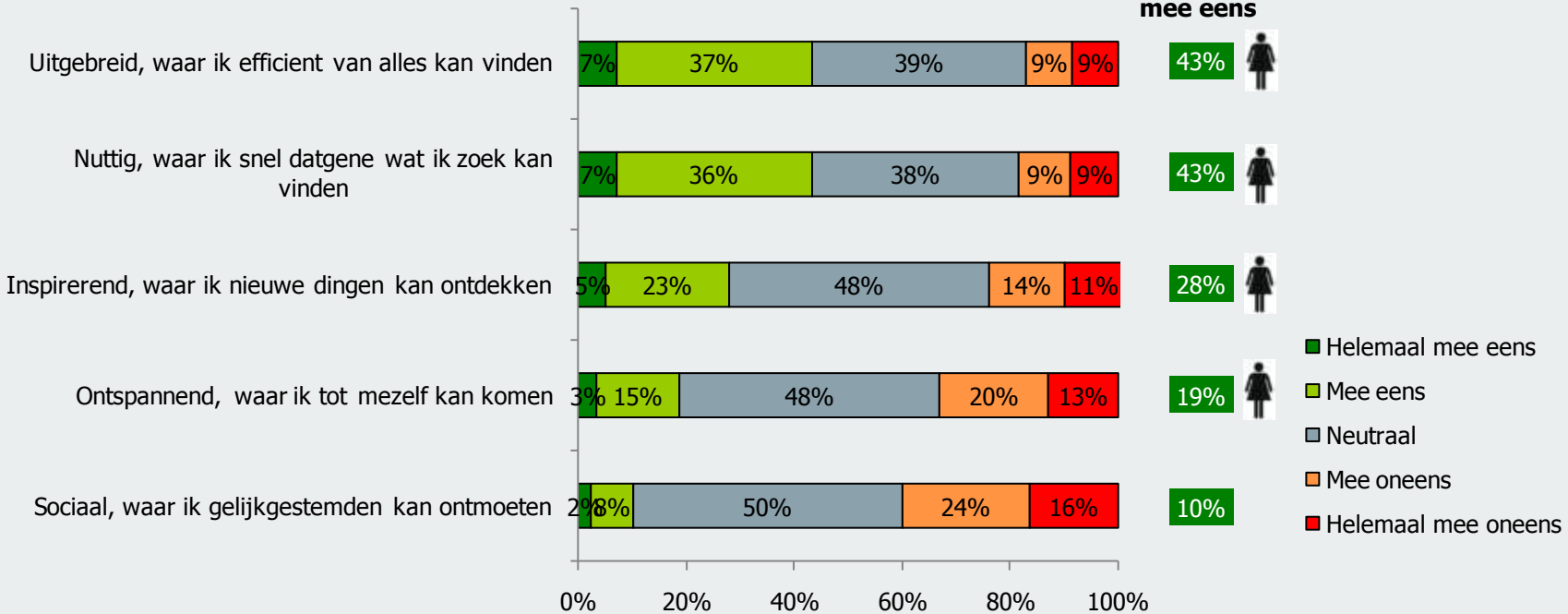
S6. Leent u wel eens boeken bij de bibliotheek?

Het overall imago van de openbare bibliotheek onder de Nederlanders is vooral nuttig en uitgebreid; sterker imago bij vrouwen dan bij mannen

45

Imago openbare bibliotheek overall

% (helemaal
mee eens)



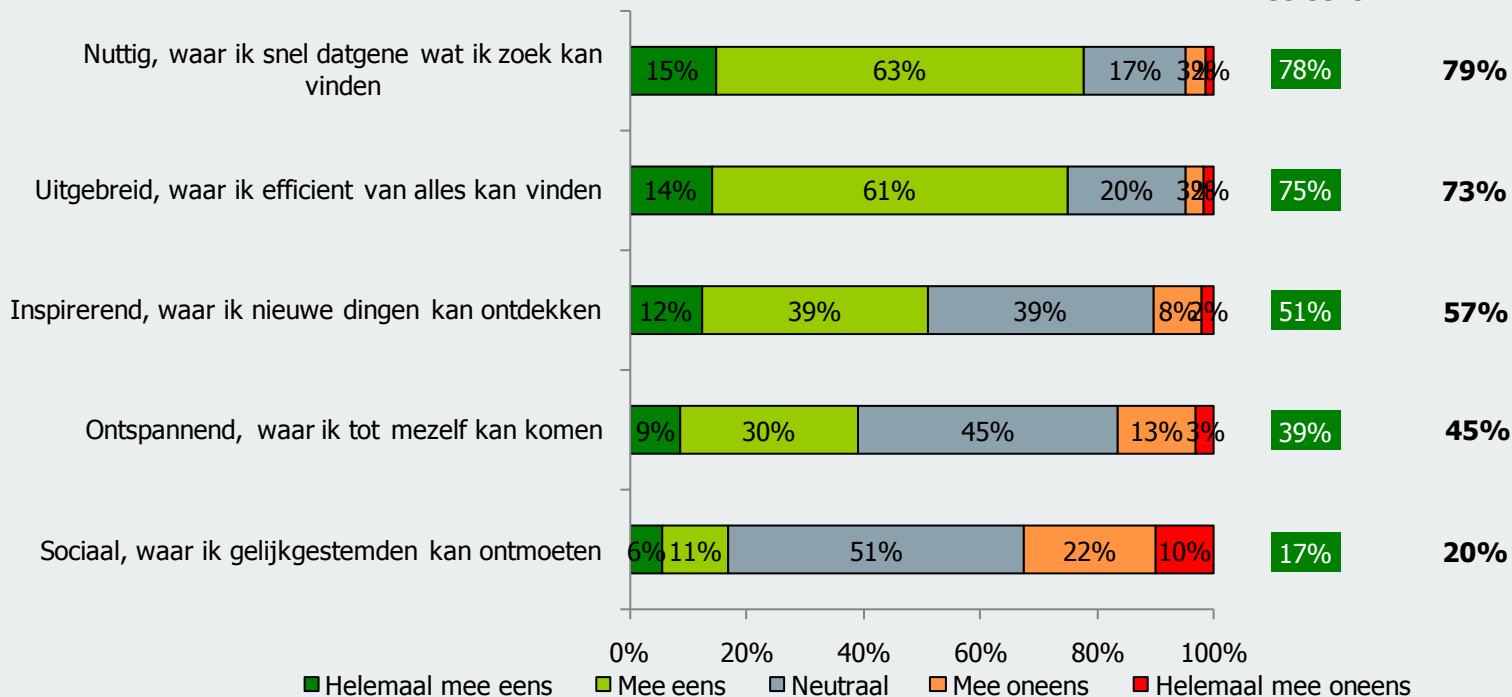
Basis: alle respondenten (n = 1315)

D11B. Voor mij is de Openbare Bibliotheek... ..

Ook bij leners van de bibliotheek is het imago vooral nuttig en uitgebreid; ook vindt een meerderheid de openbare bibliotheek inspirerend

Imago openbare bibliotheek bij mensen die de afgelopen maand een boek hebben geleend

% (helemaal)
mee eens **Meting 13**



*Er zijn geen significante verschillen met de vorige meting
Basis: respondenten die de afgelopen maand een boek hebben geleend (n = 349)*

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



D11B. Voor mij is de Openbare Bibliotheek... ..

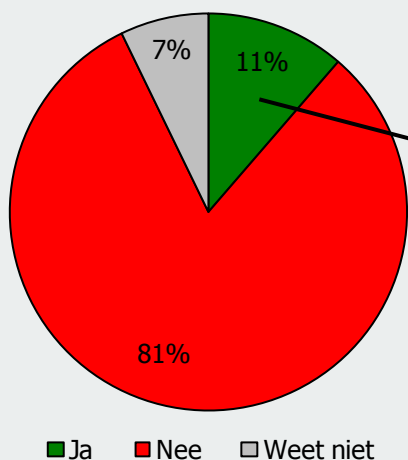
F De Dwarsligger



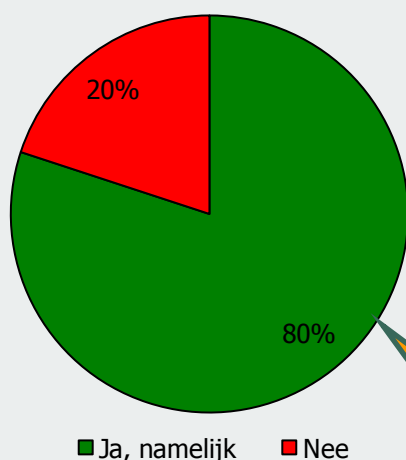
11% heeft wel eens iets gehoord, gezien of gelezen over Dwarsliggers en van deze groep kan 80% ook uitleggen wat een Dwarsligger is, zij het niet allemaal correct...

48

Bekend met de Dwarsligger



Weet wat een Dwarsligger is



Correcte toelichting

- Dan klap je het boekje open om over de gehele lengte het boek te lezen, in plaats van eerst de linker en dan de rechter bladzij.
- Een volledig boek in mini uitvoering dat overdwars gelezen wordt.
- Klein formaat boek dat langwerpiger is en smal, wordt dwars gelezen
- Een boek dat heel breed is met brede pagina's i.p.v. lange pagina's.
- Een boekje waarbij het verhaal verticaal ipv horizontaal geschreven staat.

Foute toelichting

- Biels die tussen / onder de rails ligt.
- Het is een reactie op de e-reader.
- Iemand die alles net even anders wil, dan een ander.
- Mijn ex!
- Een stuk in de krant
- Volgens mij waar je stopt met lezen.

Hoge bekendheid bij doelgroepen:

- Bekendheid bij vrouwen: 14%
- Bekendheid onder hoog opgeleiden: 17%

Basis: alle respondenten; n = 1315

Basis: heeft wel eens iets gezien, gehoord of gelezen over de Dwarsligger; n = 150

A26A. Heeft u wel eens iets gezien, gehoord of gelezen over Dwarsliggers?

A26B. Kunt u in eigen bewoordingen aangeven wat een Dwarsligger is?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



SMB 28 1106

Bijlage: Inleiding, onderzoeksdoel, -opzet en -verantwoording

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



SMB 28 1106

Inleiding en onderzoeksdoel

Inleiding

In opdracht van GfK Benelux en de Stichting Marktonderzoek Boekenvak heeft Intomart GfK een onderzoek uitgevoerd onder consumenten naar het lees- 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?

Deze rapportage betreft de meting over juli 2010. Nieuw in dit onderzoek zijn de volgende thema's:

- Maand van het Spannende Boek 2010 (wel al eerder uitgevraagd in de meting van vorig jaar)
- Lezen tijdens de vakantie (vorig jaar in een andere vorm uitgevraagd)
- Profielen van de boekenkoper aan de hand van stellingen
- Het imago van de bibliotheek binnen heel Nederland (de vorige meting alleen aan een selectie van respondenten gesteld)
- De Dwarsligger

Onderzoeksopzet en -verantwoording

51

Vragenlijst en methode

De vraagpunten werden in nauw overleg met de 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 5 juli 2010. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 12 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 niet gequoteerd.

Onderzoeksopzet en -verantwoording

52

Responsverantwoording meting 14 (juli 2010):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen:	1999
Vragenlijst niet afgemaakt:	90
Afgevallen:	
Quotafail:	68
Vragenlijst niet geopend:	526
Totaal aantal ingevulde vragenlijsten:	1315

Onderzoeksopzet en -verantwoording

53

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 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.

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



SMB 28 1106