



Boekenbranche

Consumentenonderzoek naar lees-, leen- en aankoopgedrag van boeken

Juli 2011

Stefan Peters

Ewout Witte

(27438)



Inhoudsopgave

1 Conclusies

2 Resultaten

- A. De Maand van het Spannende Boek 2011
- B. Bestsellers
- C. Voorlezen
- D. Lezen in het verleden en in de toekomst
- E. Boekbezit
- F. Mediagebruik
- G. E-boeken, e-readers, tablets en apps
- H. De boekenkoper
- I. Welk genre wordt gelezen?
- J. De bibliotheek

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

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



1 Conclusies

Conclusies 1: de Maand van het Spannende Boek 2011

4

Het gratis geschenkboek blijft het bekendste thema van de Maand van het Spannende boek, maar de bekendheid is in vergelijking met 2010 wel afgenomen

Het bekendste thema van de Maand van het Spannende Boek is het gratis geschenkboek bij de aankoop van minstens € 12,50 aan boeken. De kortingsacties zoals "3 halen, 2 betalen" op spannende boeken is bij 15% bekend en de Gouden Strop, deprijs voor het beste spannende boek, is bij 8% van de mensen bekend. De bekendheid van het gratis geschenkboek en dat van de Gouden Strop is gedaald ten opzichte van 2010. De andere thema's zoals de Avond van het Spannende Boek, de NS thriller wissel en het thema van de maand (dit jaar "Galg & Rad, misdaadverhalen door de eeuwen heen") zijn minder bekend (3-4%). De bekendheid van het thema van de maand van het Spannende Boek is sterk gedaald in vergelijking met 2010.

11% heeft het gratis geschenkboek in huis

11% van de mensen geeft aan het gratis geschenkboek (*Monaldi & Sorti - Versluiering*) in huis te hebben: 7% zelf bij de aankoop van boeken, 2% kreeg het van iemand cadeau en bij een andere 2% heeft iemand anders uit het huishouden het boek gekregen bij de aankoop van boeken. De percentages liggen in vergelijking met 2010 iets lager. Vrouwen hebben vaker het geschenkboek bij de aankoop van boeken gekregen dan mannen.

Conclusies 2: bestsellers

5

Haar naam was Sarah is de bekendste bestseller

Van alle bestsellers is *Haar naam was Sarah* van Tatiana de Rosnay het bekendste boek. Het onlangs verfilmde *Sonny Boy* van Annejet van der Zijl en *Gezond slank met dokter Frank* van Frank van Berkum en Arjan Boogersds completeren de top-3. *Haar naam was Sarah* is heel erg bekend onder vrouwen (maar liefst 73% van de vrouwen kent het boek). Het boek *Wij zijn ons brein* is het meest bekend onder de 50-plussers. Jongeren (<25 jaar) hebben vaker gehoord van de *Twilight Saga*, *Dromen, durven, doen* en *Hoe overleef ik mijn vader (en hij mij!)* dan mensen uit oudere leeftijdscategorieën.

Ruim een kwart van de mensen die bekend is met *Haar naam was Sarah*, heeft het ook gelezen

Haar naam was Sarah is de bestseller die de meeste mensen in bezit hebben en hebben gelezen: ruim een kwart van de mensen die van het boek gehoord hebben (57% in totaal), heeft het ook gelezen. De *Millennium Trilogie* van Stieg Larson (een of meerdere delen) volgt op een tweede plaats en *Sonny Boy* is de nummer 3. Van de mensen die een bestseller hebben gelezen, valt het op dat hoe bekender een titel is, des te vaker men het heeft geleend van vrienden, familie of bekenden.

Waar mensen de bestsellers van kennen, verschilt sterk per titel

Als we inzoomen op de wijze waarop men heeft kennisgemaakt met het boek, zien we dat elke bestseller op verschillende wijzen bekend is geworden bij mensen. De *Millennium Trilogie* wordt het vaakst aangeraden door vrienden of familie, *Op klaarlichte dag* (Simone van der Vlucht) is het vaakst gezien in de boekwinkel, *Wij zijn ons brein* (Dick Swaab) het vaakst naar aanleiding vanwege een recensie in de krant of een tijdschrift. *Gezond slank met dokter Frank* geniet veel bekendheid door een item op radio of televisie en de *Twilight Saga* heeft men relatief vaak bij vrienden, bekenden of familie gezien en op een website.

Conclusies 3: voorlezen

6

Een derde van de mensen die leest, leest wel eens voor

Van alle mensen die wel eens lezen, leest een derde wel eens voor uit een boek. De “voorlezers” zijn vaak tussen de 25 en 49 jaar oud. Vrouwen lezen vaker voor dan mannen. In meer dan de helft van de gevallen wordt voorgelezen aan het eigen kind. Aan kleinkinderen (18%) of een ander kind in de familie (16%) wordt minder vaak voorgelezen, maar dit zijn wel daarna de personen aan wie het vaakst wordt voorgelezen. Van alle “ouderen” aan wie men voorleest, leest men het vaakst voor aan de partner (7%). Maar weinig mensen lezen voor aan een vriend of vriendin (2%) of aan de ouders (1%).

Gemiddeld de helft van de kinderen die worden voorgelezen kunnen zelf lezen

Tussen 38 en 64% van de kinderen die worden voorgelezen kunnen zelf al lezen. Van de kinderen die op school krijgen voorgelezen kan ca 64% zelf lezen, maar als het gaat om een kleinkind, kan 38% zelf lezen. De overige kinderen zitten hier tussenin. Gemiddeld kan ongeveer de helft van de kinderen aan wie wordt voorgelezen zelf lezen. Dat de kinderen van school het vaakst in staat zijn zelf te lezen, houdt waarschijnlijk verband met hun leeftijd: deze groep is gemiddeld het oudst.

Gemiddelde voorleesduur is ongeveer een kwartier

Aan kleinkinderen wordt het vaakst wekelijks voorgelezen, aan het eigen kind het vaakst dagelijks. De gemiddelde voorleesduur is ongeveer een kwartier. Het voorlezen wordt bij ruim de helft van de (klein)kinderen gedaan bij het naar bed gaan. Maar ook wordt vaak thuis in de stoel of op de bank aan kinderen voorgelezen. Vooral aan kinderen binnen de eigen familie.

Conclusies 4: lezen in het verleden en in de toekomst; boekbezit

7

Tijdgebrek en andere hobby's zorgen voor "ontlezing"

De groep die in vergelijking met vijf jaar geleden minder is gaan lezen, is groter dan de groep die meer is gaan lezen. Vooral jongeren en laag opgeleiden hebben "last van ontlezing". Tijdgebrek en andere hobby's vormen vaak de oorzaak van het minder lezen. Aan de andere kant zijn het vooral vrouwen en 25-34-jarigen die meer zijn gaan lezen in vergelijking met vijf jaar geleden. Ook hier zijn tijd en alternatieven oorzaken voor het gewijzigde leesgedrag, alleen net andersom: ze hebben meer tijd voor lezen gekregen en zijn alternatieven (zoals bijvoorbeeld het kijken naar televisie) minder leuk gaan vinden.

Voor de komende 5 jaar heeft een aanzienlijk deel de intentie om meer te gaan lezen

Over de toekomst is men hoopvol: 62% denkt even veel te blijven lezen en 31% verwacht meer te gaan lezen. Veel mensen willen graag tijd vrij maken om te kunnen lezen, maar hebben daar moeite mee. Door bijvoorbeeld minder te werken of andere verplichtingen aan te gaan, verwachten ze in de komende vijf jaar wel meer te gaan lezen. De 7% die minder verwacht te lezen denken dat hun leven juist drukker gaat worden en dat de computer meer tijd in beslag zal nemen.

Gemiddeld bezit men 171 boeken, waarvan de meeste mensen 70% of meer hebben gelezen

De meeste mensen (22%) hebben tussen de 51 en 100 boeken in bezit. Gemiddeld bezit men 171 boeken. Van deze boeken heeft het grootste deel (ook weer 22%) ze bijna allemaal gelezen. In ieder geval de helft van de mensen die papieren boeken bezitten heeft 70% of meer hiervan gelezen.

Conclusies 5: mediumgebruik tijdens het lezen en e-boeken

8

Internet is het "leukste medium", boeken staan op plaats 5

Internet, tv en radio worden het vaakst gebruikt. Internet en tv meer dan 6 keer per week en meer dan 2 uur per dag. De radio bijna vijf keer per week maar wel bijna 3 uur per dag. Internet is het "leukste medium", gevolgd door tv, radio, krant en... boeken. Tijdschriften worden het minst van belang gevonden om te gebruiken.

De radio staat bij meer dan de helft van de lezers wel eens aan tijdens het lezen van boeken

Er worden regelmatig andere media gebruikt tijdens het lezen van boeken. 58% van de mensen die boeken lezen hebben wel eens de radio tegelijkertijd aan staan, 39% leest wel eens met de televisie op de achtergrond en 22% heeft wel eens tegelijkertijd het internet aan staan. Van de mensen bij "wie dit wel eens voorkomt" zegt gemiddeld meer dan 50% dat dit regelmatig tot vrijwel altijd het geval is. Alleen bij televisie is dat iets minder dan de helft (46%). Mannen lezen vaker de krant en gebruiken vaker het internet tijdens het lezen dan vrouwen. Jongeren zitten meer tegelijkertijd op internet wanneer ze aan het lezen zijn in vergelijking met oudere (35+) lezers.

Bekendheid e-boek en e-reader niet toegenomen sinds vorig onderzoek

De groeiende bekendheid van het e-boek en de e-reader stagneert. Een derde van de Nederlanders is bekend met het e-boek. Eenzelfde percentage is bekend met de e-reader en met het tablet. Het bezit van de e-reader groeit gestaag en ligt nu (juli 2011) op 6%. Vooral de groep jonger dan 25 jaar is in opmars. Dit was altijd de groep die het minst vaak een e-reader in bezit hadden, maar in deze meting is het ineens een percentage van 7%. De groep 25-34 jaar bezit het minst vaak een e-reader. Het tabletbezit groeit sterker en ligt nu op 9%. De tablet is meer een "mannending" en is relatief vaak in het bezit van mensen die 49 jaar of jonger zijn.

Conclusies 6: apps en de boekhandel

9

Er is (nog) niet erg veel interesse voor het downloaden van apps om e-boeken te kunnen lezen

De bereidheid om binnen nu en zes maanden een app te downloaden waarmee e-boeken en digitale teksten gelezen kunnen worden, is nog niet erg hoog. 3% denkt dit waarschijnlijk of zeker te gaan doen. Ook wanneer wordt ingezoomd naar doelgroepen is er niet één groep die er echt uitspringt. Weliswaar is de interesse onder mannen en jongeren (zoals verwacht) het hoogst, maar met 4% ligt dat niet significant hoger dan bij de andere doelgroepen.

De boekhandel is voor 50% van de recente boekenkopers de favoriete aankoopplaats

De helft van de mensen die in de afgelopen maand een boek hebben gekocht, koopt het vaakst boeken in de boekwinkel. Het "gevoel" van de boekhandel is daarbij vaak belangrijk: het kunnen bladeren in boeken, de medewerkers die je helpen en het "toevallig" stuiten op een leuke titel. 29% koopt vaker boeken op het internet. Daarbij is gemak (altijd kunnen bestellen vanuit je huis) en het grotere aanbod van internetwinkels vaak een doorslaggevende factor. De overige 22% koopt (ongeveer) even vaak boeken bij de boekhandel en bij het internet.

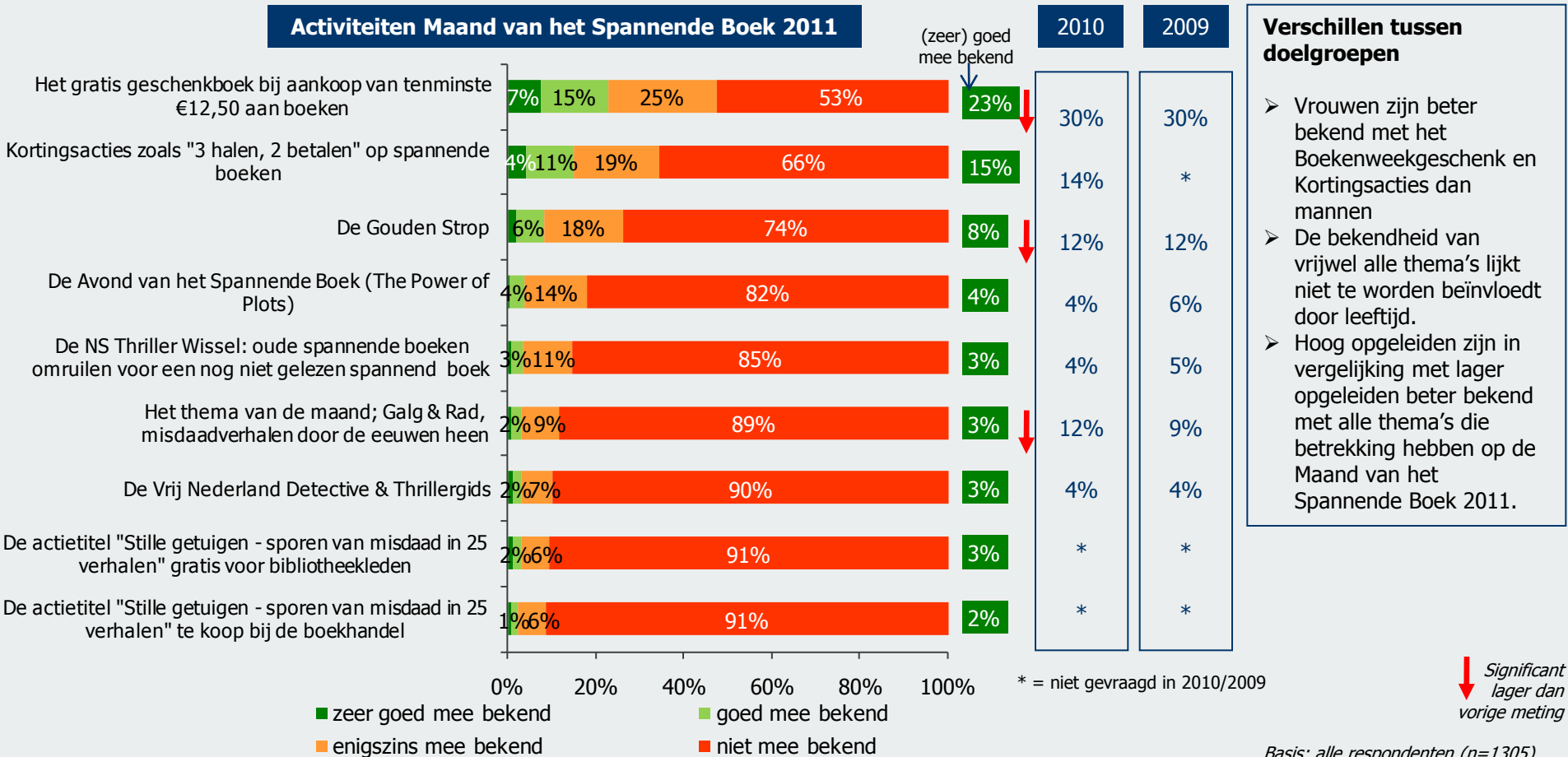
2 Resultaten

A De Maand van het Spannende Boek 2011

Bekendheid van het geschenkboek en het thema zijn afgenomen

Het ontvangen van het gratis geschenkboek is dit jaar wederom het bekendste onderdeel van de Maand van het Spannende Boek.

12

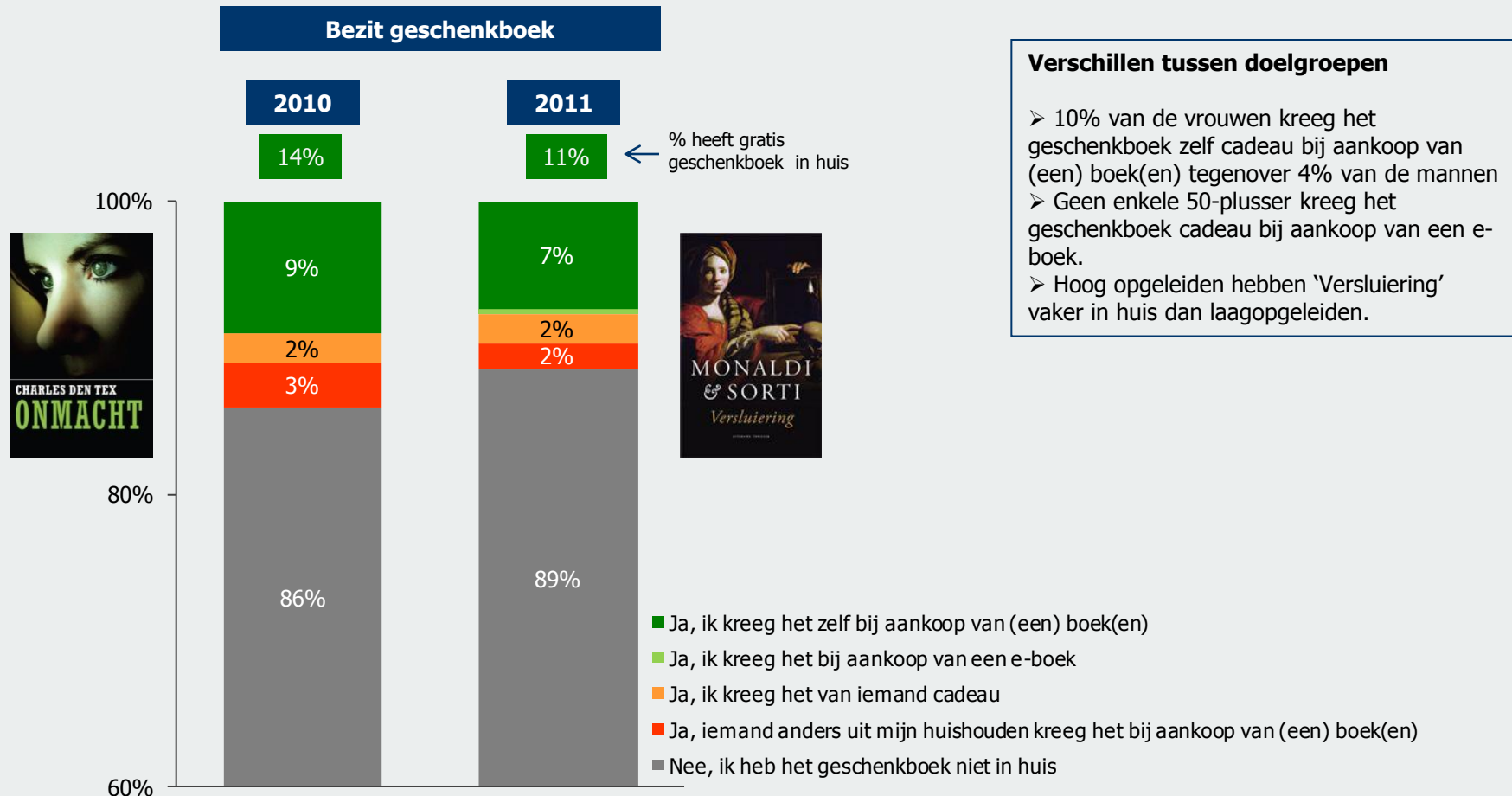


A17. In hoeverre bent u bekend met onderstaande onderdelen en activiteiten die betrekking hebben op de Maand van het Spannende Boek 2011?

11% Van de mensen heeft het geschenkboek in huis

De percentages liggen iets lager dan vorig jaar. De meeste mensen kregen het geschenkboek zelf cadeau bij aankoop van een of meerdere boeken.

13



Basis: alle respondenten (n=1305)

A23. Heeft u het gratis geschenkboek (Versluiering van Monaldi & Sorti) in huis?

 Bestsellers

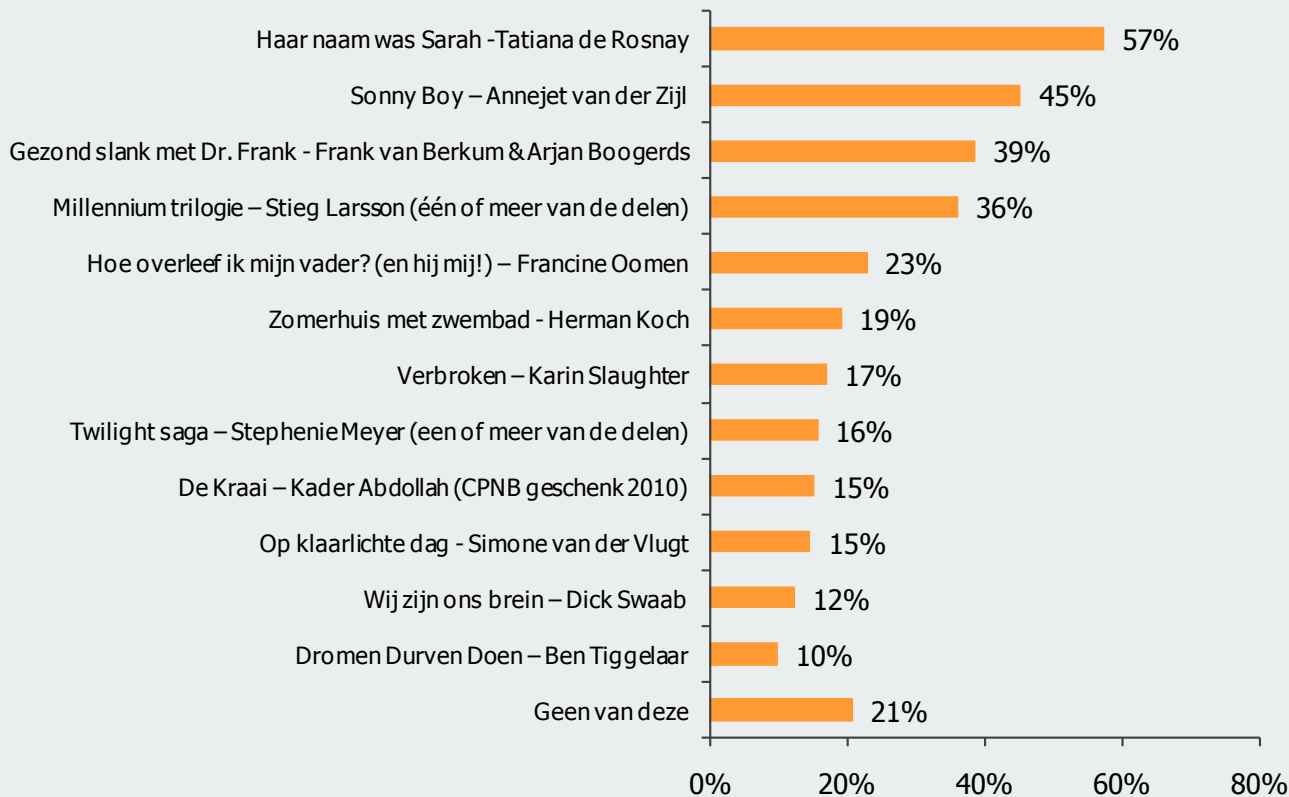
Haar naam was Sarah is de bekendste bestseller

Voor de bekendheid onder vrouwen is erg hoog



15

Bekendheid bestsellers



Verschillen tussen doelgroepen

- 73% van de vrouwen heeft wel eens gehoord van 'Haar naam was Sarah' tegenover 42% van de mannen.
- Het boek 'Wij zijn ons brein' is het meest bekend onder de 50-plussers.
- Jongeren (<25 jaar) hebben vaker gehoord van de 'Twilight Saga'. 'Dromen, durven, doen' en 'Hoe overleef ik mijn vader' dan mensen uit oudere leeftijdscategorieën.
- Hoogopgeleiden hebben vaker gehoord van alle boeken dan laagopgeleiden.

Basis: alle respondenten (n=1305)

A29a. Van welke boeken heeft u wel eens iets gehoord, gezien of gelezen? U hoeft het zelf niet gelezen te hebben.

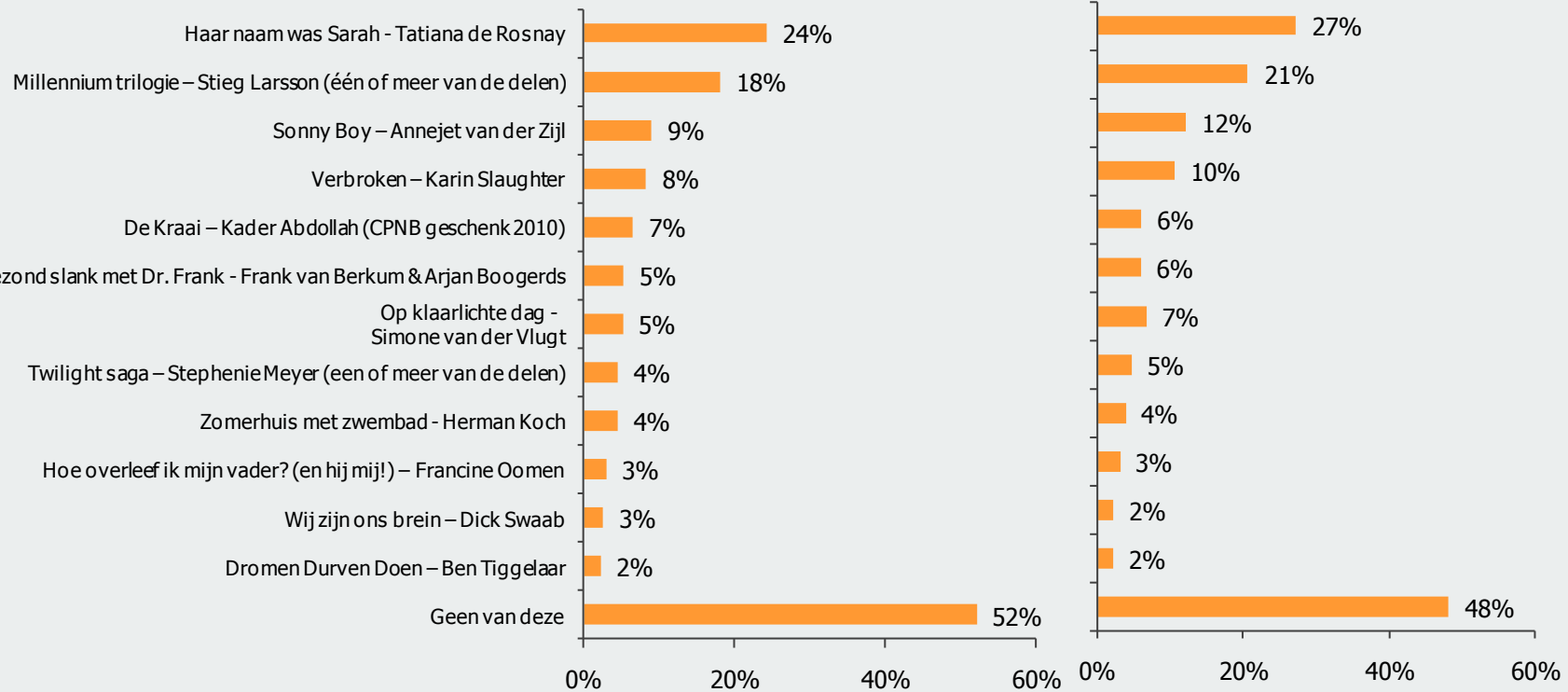
***Haar naam was Sarah* is het vaakst in bezit en het vaakst gelezen.**



16

Bestsellers in bezit

Bestsellers gelezen



Basis: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van deze boeken (n=1055)

A29b. Welke van deze boeken heeft u in uw bezit?

A29c. Welke van deze boeken heeft u gelezen?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

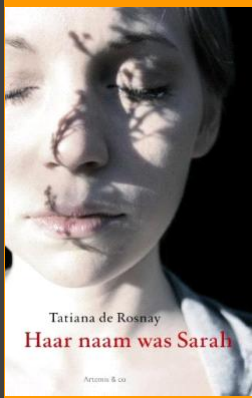
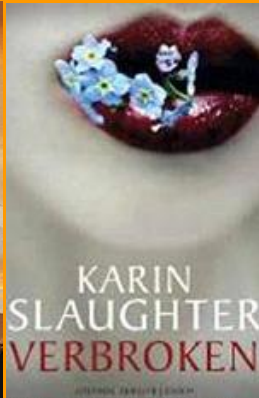
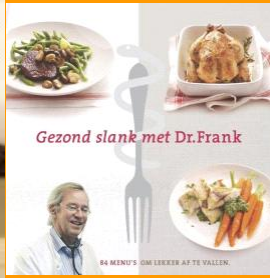


INTOMART GfK

Millennium Trilogie en Sonny Boy meestal uit de boekhandel

17

Herkomst van de bestsellers die men bezit

     							
Herkomst	n=	276	203	104	84	77	56
(Boek)winkel		38%	53%	52%	39%	16%	35%
Cadeau gekregen		35%	34%	30%	28%	66%	13%
Webshop/internetwinkel		17%	21%	11%	26%	5%	43%
Tweedehands gekocht		1%	2%	1%	5%	4%	8%
Anders		9%	8%	6%	2%	10%	2%

Dromen Durven Doen van Ben Tiggelaar is niet opgenomen in de tabel omdat er te weinig waarnemingen zijn (N=22)

Bij de *Millennium Trilogie* en de *Twilight Saga* waren meerdere antwoorden mogelijk omdat men meerdere delen in bezit kan hebben.

Basis: heeft het betreffende boek in bezit

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A30a. Hoe kwam u aan dit boek?

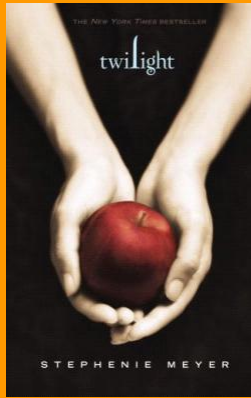
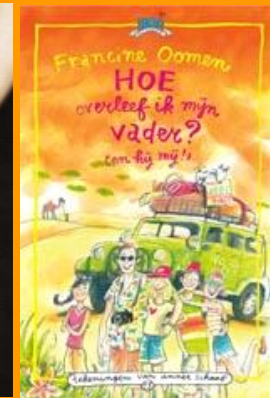
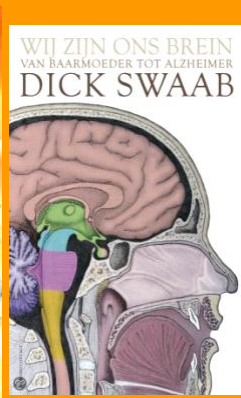
INTOMART GfK



Delen van *Twilight Saga* relatief vaak gekocht bij webshop of webwinkel

18

Herkomst van de bestsellers die men bezit

						
Herkomst	n=	51	56	52	37	29
(Boek)winkel		35%	36%	42%	52%	52%
Cadeau gekregen		33%	25%	17%	24%	33%
Webshop/internetwinkel		30%	30%	46%	11%	6%
Tweedehands gekocht		0%	1%	3%	4%	0%
Anders		2%	8%	6%	9%	9%

Dromen Durven Doen van Ben Tiggelaar is niet opgenomen in de tabel omdat er te weinig waarnemingen zijn (N=22)

Bij de *Millennium Trilogie* en de *Twilight Saga* waren meerdere antwoorden mogelijk omdat men meerdere delen in bezit kan hebben.

Basis: heeft het betreffende boek in bezit

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A30a. Hoe kwam u aan dit boek?

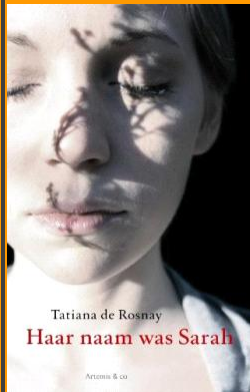
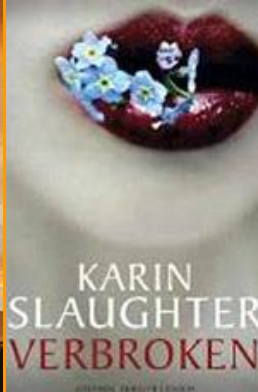
INTOMART GfK



Hoe bekender het boek, des te groter het aandeel dat van vrienden, familie of bekenden wordt geleend.

19

Herkomst van de bestsellers die men heeft gelezen maar niet bezit

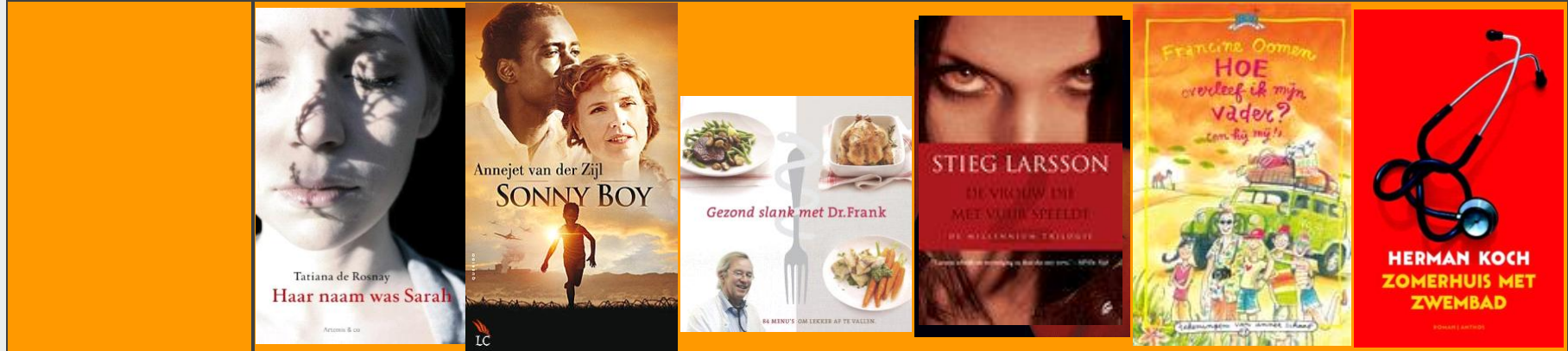
						
Herkomst	n=	92	68	68	44	32
Geleend van vrienden, familie of bekenden		71%	69%	69%	55%	44%
Geleend in de bibliotheek		24%	28%	28%	38%	45%
Anders		5%	7%	3%	7%	11%

De overige titels zijn niet in de tabel opgenomen omdat er te weinig waarnemingen zijn (N<25)

Bij de *Millennium Trilogie* waren meerdere antwoorden mogelijk omdat men meerdere delen gelezen kan hebben.

De *Millennium Trilogie* wordt vaak aangeraden door vrienden of familie

Op welke manier kennisgemaakt met bestseller (1/4)



Kennismaking	n=	779	607	531	501	332	274
Aangeraden door vrienden of familie		41%	21%	15%	55%	22%	16%
Gezien in boekwinkel		18%	17%	13%	19%	29%	27%
Recensie in krant of tijdschrift		19%	21%	25%	17%	13%	34%
Item op radio of tv		14%	34%	36%	12%	13%	31%
Gezien bij vrienden, bekenden, familie		10%	5%	6%	12%	10%	8%
Gezien op een website		6%	5%	4%	5%	7%	6%
Gezien op een toplijst		9%	5%	2%	12%	2%	14%
Iedereen had het erover		9%	5%	14%	13%	3%	4%

A30c. Op welke manier(en) heeft u kennisgemaakt met dit boek? U mag meerdere antwoorden geven.

INTOMART GfK

Basis: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek



***Zomerhuis met zwembad* is het meest bekend via buitenreclame, *Gezond slank met dokter Frank* via advertenties in kranten of tijdschriften**

Op welke manier kennisgemaakt met bestseller (2/4)

Kennismaking	n=	779	607	531	501	332	274
Verfilming gezien		8%	15%	0%	11%	1%	0%
Advertentie in krant of tijdschrift		5%	6%	9%	3%	5%	3%
Reclame op radio of tv		3%	8%	7%	2%	2%	3%
Advertentie op internet		2%	1%	3%	2%	2%	2%
Buitenreclame		1%	1%	0%	2%	0%	4%
Aangeraden door boekwinkel		1%	0%	0%	2%	1%	2%
Via sociale netwerken		1%	1%	2%	1%	0%	0%
Anders		6%	6%	4%	6%	8%	4%

A30c. Op welke manier(en) heeft u kennisgemaakt met dit boek? U mag meerdere antwoorden geven.

INTOMART GfK

Basis: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek



Wij zijn ons brein is de meest bekende titel door recensies in krant of tijdschrift

Op welke manier kennisgemaakt met bestseller (3/4)

Kennismaking	n=	233	207	228	208	175	135
Aangeraden door vrienden of familie		25%	30%	6%	26%	19%	18%
Gezien in boekwinkel		33%	19%	31%	34%	23%	21%
Recensie in krant of tijdschrift		12%	11%	23%	17%	39%	26%
Item op radio of tv		2%	21%	33%	5%	24%	16%
Gezien bij vrienden, bekenden, familie		9%	13%	5%	5%	8%	4%
Gezien op een website		9%	11%	3%	9%	4%	13%
Gezien op een toplijst		6%	9%	3%	3%	7%	2%
Iedereen had het erover		1%	13%	4%	2%	1%	2%

A30c. Op welke manier(en) heeft u kennisgemaakt met dit boek? U mag meerdere antwoorden geven.

Basis: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek

De *Twilight Saga* is het meest bekend doordat mensen de verfilming hebben gezien

Op welke manier kennisgemaakt met bestseller (4/4)

Kennismaking	n=	233	207	228	208	175	135
Verfilming gezien		0%	25%	1%	0%	0%	0%
Advertentie in krant of tijdschrift		3%	4%	5%	2%	3%	3%
Reclame op radio of tv		0%	5%	4%	0%	0%	1%
Advertentie op internet		3%	4%	2%	2%	1%	3%
Buitenreclame		1%	4%	1%	3%	2%	1%
Aangeraden door boekwinkel		0%	1%	2%	2%	1%	3%
Via sociale netwerken		1%	6%	1%	0%	0%	1%
Anders		13%	6%	19%	9%	6%	14%

A30c. Op welke manier(en) heeft u kennisgemaakt met dit boek? U mag meerdere antwoorden geven.

Basis: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek

Vooral de *Millennium trilogie* van Stieg Larsson is vaak cadeau gegeven en aangeraden

24

Bestsellers cadeau doen en krijgen (1/2)

							
Doen	n	779	607	531	501	332	274
Cadeau gegeven		7%	4%	1%	13%	6%	4%
Aangeraden aan anderen		30%	17%	6%	40%	5%	12%
Krijgen	n:	87	27		64		
Eén keer cadeau gekregen		97%	100%		78%		
Meerdere keren cadeau gekregen		3%			22%		

De cijfers voor de overige titels zijn niet opgenomen omdat er te weinig waarnemingen zijn (N<25)

Basis A32: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek
Basis A33a: heeft het betreffende boek cadeau gekregen

A32. Heeft u dit boek zelf aan anderen aangeraden en / of mogelijk cadeau gegeven?

A33: Hoe vaak heeft u dit boek cadeau gekregen?

INTOMART GfK

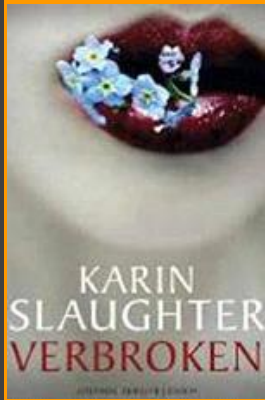
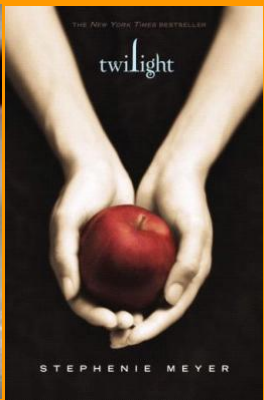
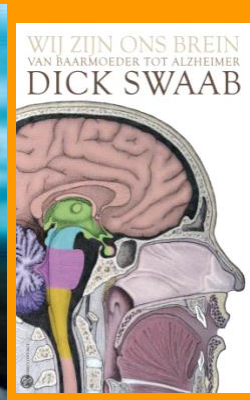
STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Van de overige titels is *Verbroken* van Karin Slaughter het vaakst aangeraden aan anderen

25

Bestsellers cadeau doen en krijgen (2/2)

							
Doen	n	233	207	228	208	175	135
Cadeau gegeven		6%	6%	3%	5%	3%	5%
Aangeraden aan anderen		27%	15%	9%	18%	12%	8%
Krijgen	n=			44			
Eén keer cadeau gekregen				85%			
Meerdere keren cadeau gekregen				15%			

De cijfers voor de overige titels zijn niet opgenomen omdat er te weinig waarnemingen zijn (N<25)

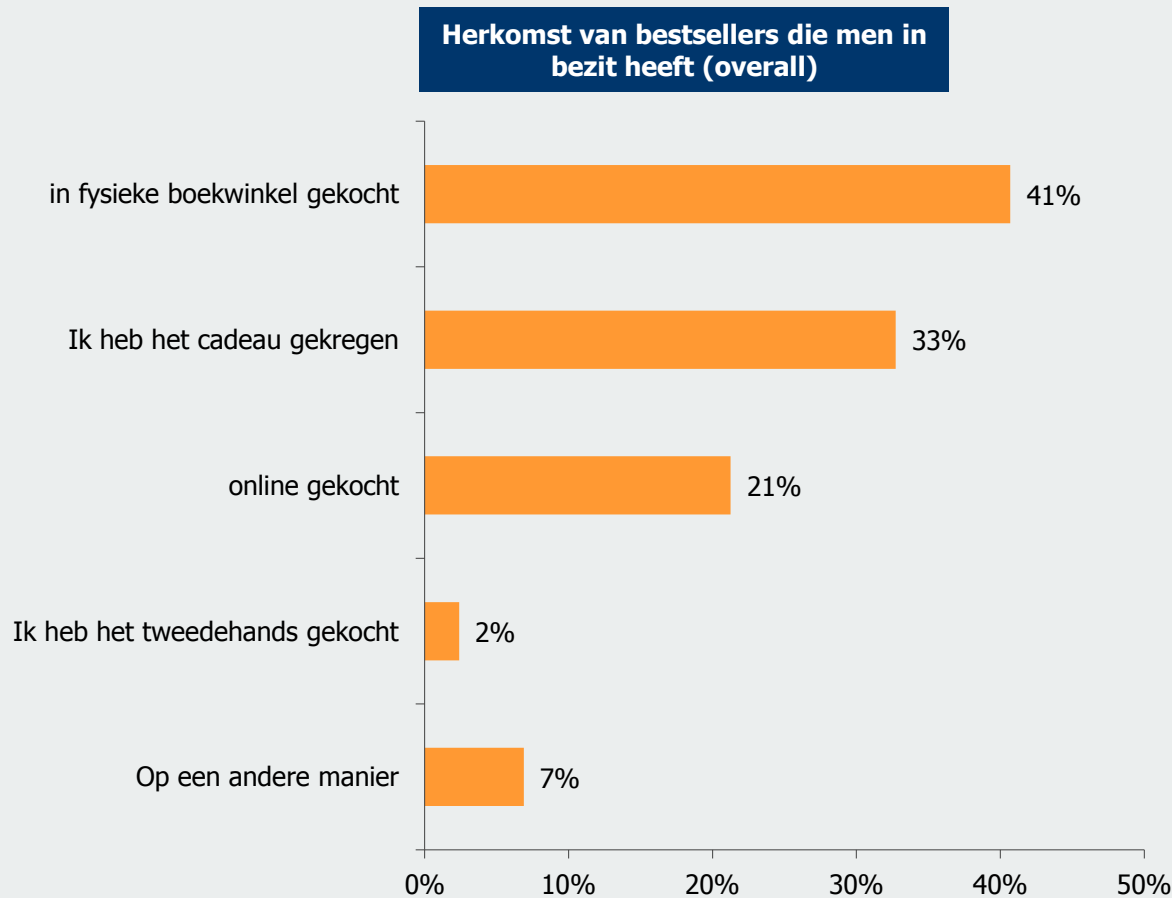
Basis A32: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek
Basis A33a: heeft het betreffende boek cadeau gekregen

A32. Heeft u dit boek zelf aan anderen aangeraden en / of mogelijk cadeau gegeven?

A33: Hoe vaak heeft u dit boek cadeau gekregen?

De meeste bestsellers zijn gekocht in een (fysieke) boekwinkel

26

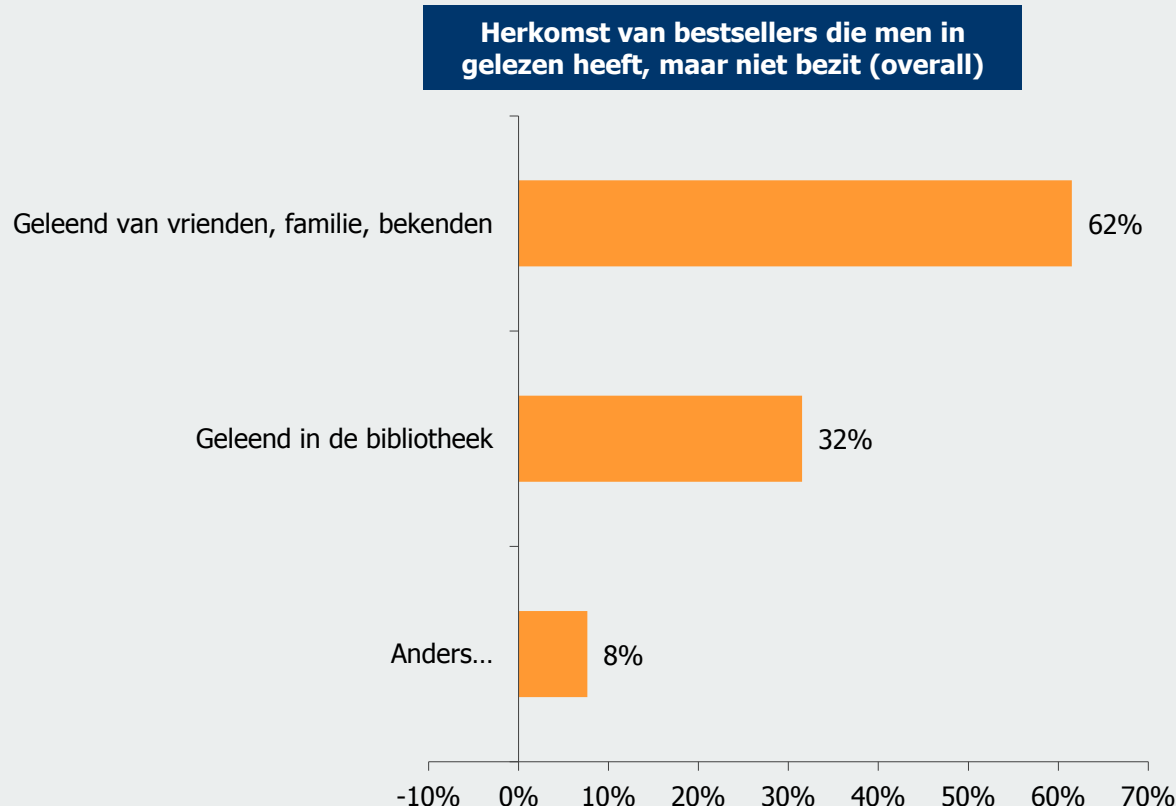
*Basis: heeft het betreffende boek in bezit*

A30a. Hoe kwam u aan dit boek?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

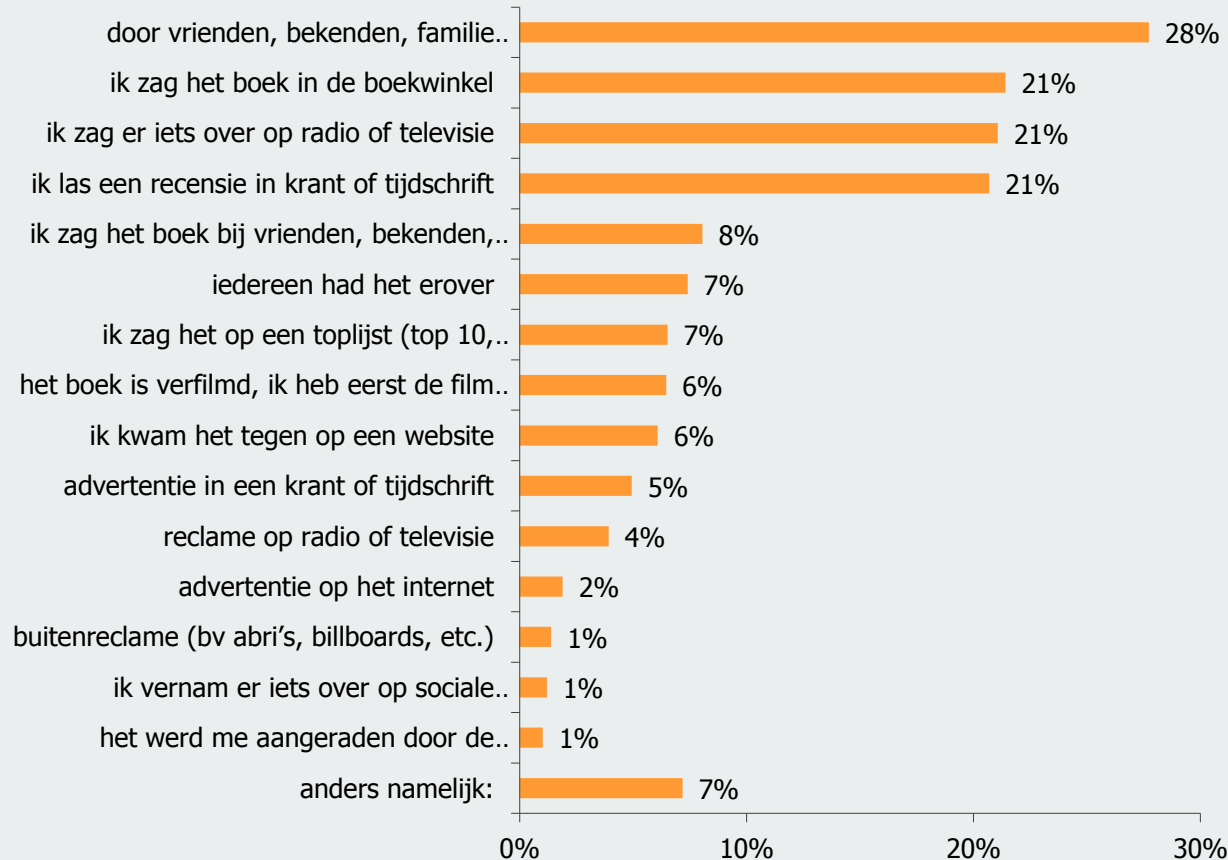
Gemiddeld wordt bijna 2/3 van de bestsellers die men wel heeft gelezen - maar niet in bezit heeft - geleend van vrienden, familie of bekenden.

27



Vrienden, bekenden en familie zijn de belangrijkste promotors van bestsellers

28

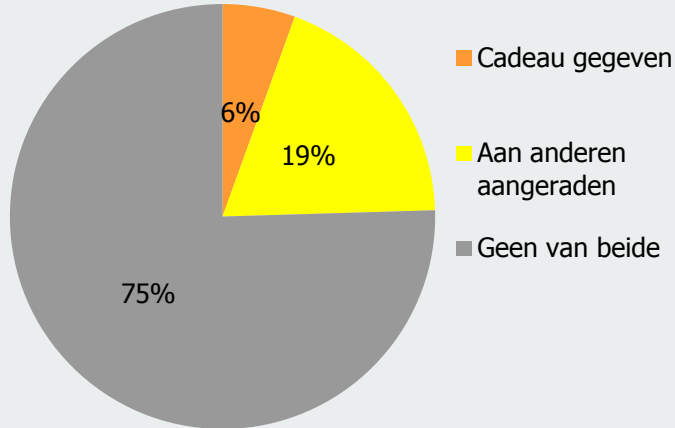
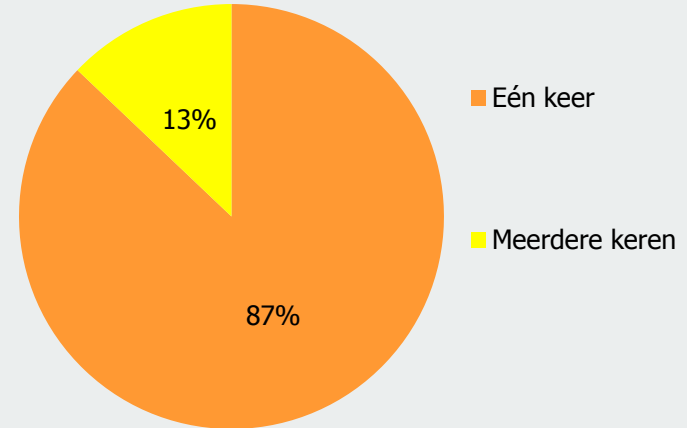


Basis: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek

A30c. Op welke manier(en) heeft u kennisgemaakt met dit boek? U mag meerdere antwoorden geven.

Een kwart van de bestsellers wordt cadeau gegeven of aangeraden aan anderen

29

Cadeau gegeven of aangeraden?**Aantal keer cadeau gekregen**STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

A32. Heeft u dit boek zelf aan anderen aangeraden en / of mogelijk cadeau gegeven?
A33: Hoe vaak heeft u dit boek cadeau gekregen?

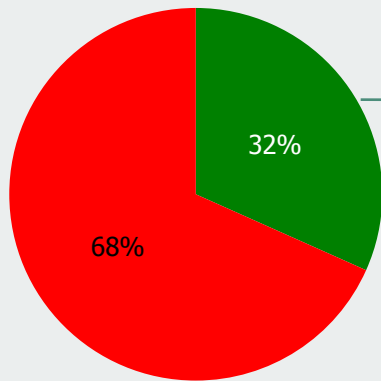
*Basis A32: heeft iets gehoord, gezien of gelezen van het betreffende boek
Basis A33a: heeft het betreffende boek cadeau gekregen*



Een derde van iedereen die leest, leest wel eens voor, meestal aan het eigen kind

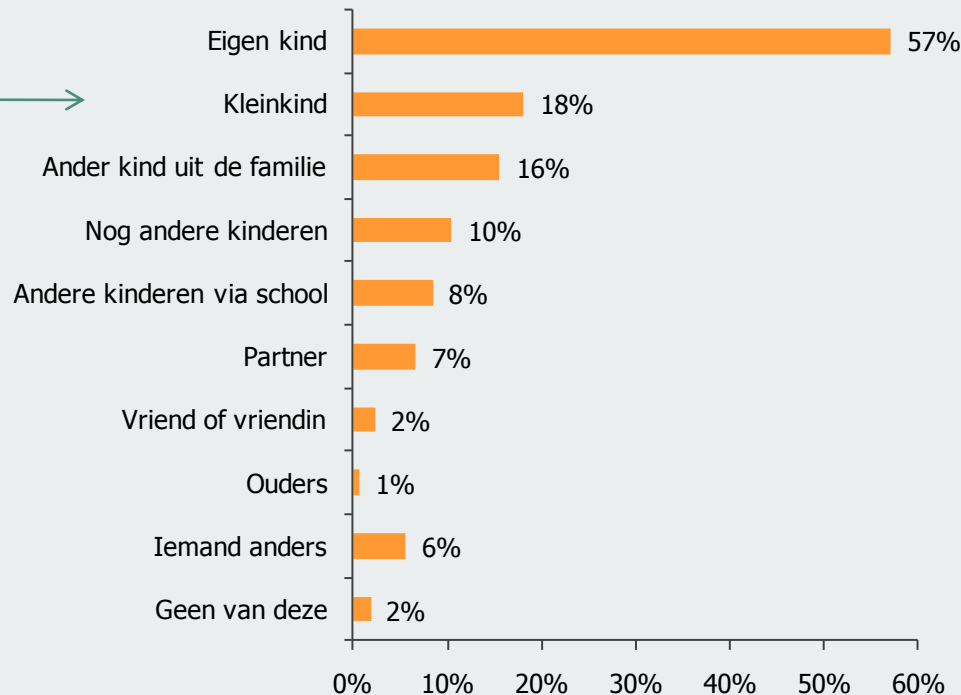
31

Voorlezen



■ Ja, ik lees wel eens voor
■ Nee, ik lees niet voor

Aan wie voorlezen



Verschillen tussen doelgroepen

- Vrouwen lezen vaker voor dan mannen.
- Personen in de leeftijdscategorie 25-49 jaar lezen het vaakst voor
- Vrouwen en personen van 25-49 jaar oud lezen vooral voor aan hun eigen kind.
- Jongeren (<25 jaar) lezen met name voor aan een ander kind uit de familie, of nog andere kinderen.
- Laagopgeleiden lezen vaker voor aan hun kleinkind dan hoogopgeleiden.

Basis C10: allen (n=1305)

Basis C11: allen die wel eens voorlezen (n=351)

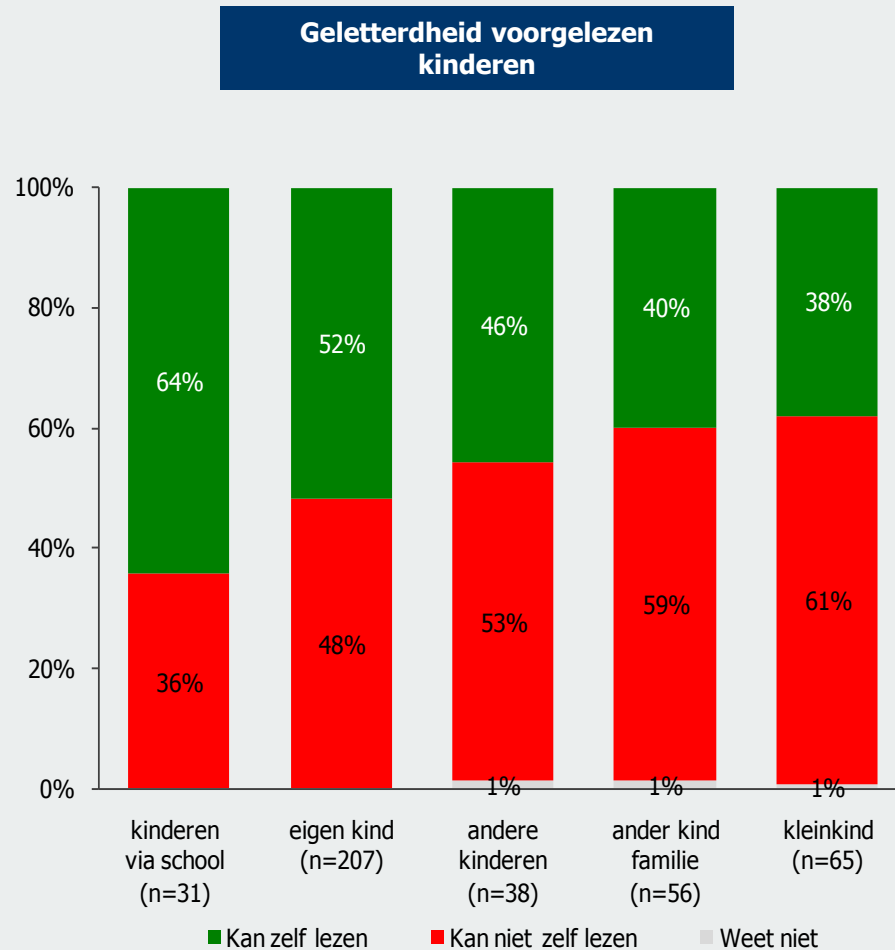
C10. Leest u wel eens voor uit een boek?
C11. Aan wie leest u wel eens voor?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Gemiddeld de helft van de kinderen aan wie wordt voorgelezen, kan zelf lezen

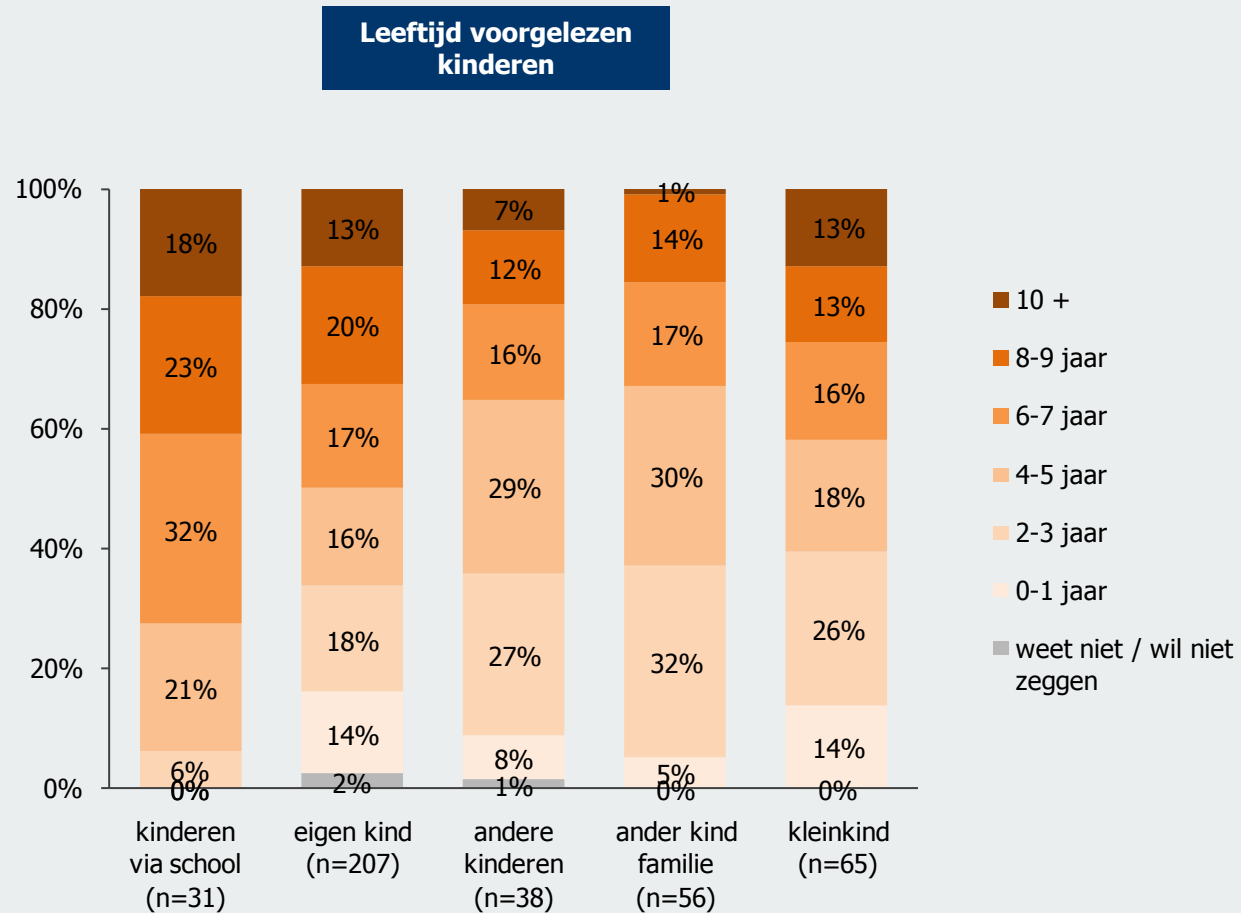
32

*Basis C13: allen die wel eens voorlezen (n=397)*

C13. Is het kind aan wie u voorleest ook in staat om zelf te lezen?

Er wordt voorgelezen aan kinderen uit alle leeftijdscategorieën

33



Basis : allen die wel eens voorlezen (n=351)

C13. Hoe oud is het kind aan wie u voorleest?

Aan het eigen kind wordt meestal dagelijks voorgelezen; aan een kleinkind meestal eenmaal per week

34

Frequentie en duur					
		ander kind via school	eigen kind	ander kind	ander kind familie
Aspect		N = 33	N = 179	N = 37	N = 51
Frequentie	meerdere keren per dag	0%	9%	14%	0%
	eens per dag	2%	27%	4%	2%
	6 dagen per week	0%	3%	2%	1%
	5 dagen per week	2%	6%	3%	0%
	4 dagen per week	3%	5%	0%	2%
	3 dagen per week	22%	14%	1%	0%
	2 dagen per week	12%	9%	19%	4%
	1 dag per week	22%	8%	12%	1%
	1 dag per 2 weken	22%	4%	11%	23%
	eens per maand	2%	5%	19%	27%
	minder dan één keer per maand	13%	9%	14%	39%
					23%
Duur	gemiddeld	15,4	14,6	17,2	15,6

C14. Hoe vaak leest u gemiddeld aan boek voor aan <>?
C15. Hoe lang leest u gemiddeld per keer voor aan <>?

Alleen als n>25

INTOMART GfK

De meeste kinderen worden bij het naar bed brengen voorgelezen

35

De leesplek		ander kind via school	eigen kind	ander kind	ander kind familie	kleinkind
Aspect		N = 33	N = 179	N = 37	N = 51	N = 78
Leesplek	bij het naar bed brengen	0%	61%	29%	43%	68%
	thuis, in stoel of op de bank	10%	52%	44%	52%	57%
	(thuis) in bed	0%	32%	14%	11%	14%
	thuis, aan tafel	6%	15%	15%	7%	8%
	in de wachtkamer / wachtruimte	0%	7%	0%	1%	2%
	in een ziekenhuis / verzorgingshuis	0%	4%	0%	2%	1%
	op het terras	0%	3%	3%	2%	2%
	in de trein / bus / tram	0%	2%	0%	0%	0%
	op het strand	0%	2%	0%	4%	0%
	op het werk	19%	0%	12%	0%	0%
	weet niet / kan niet zeggen	5%	0%	0%	2%	0%
	anders, namelijk	65%	2%	14%	0%	2%

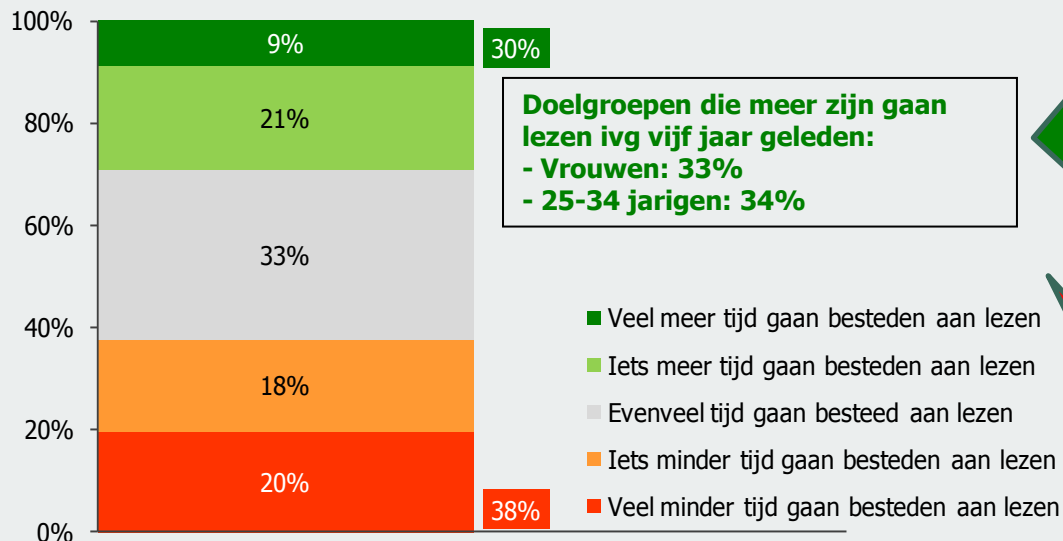
C16. Waar leest u voor aan <> ?

Alleen als n>25

D Lezen in het verleden en in de toekomst

Tijdsgebrek en andere hobby's zijn vaak redenen om minder te gaan lezen, vergeleken met vijf jaar geleden

Tijdsbesteding aan lezen in vergelijking met 5 jaar geleden



Veel of iets meer tijd gaan besteden:

- Ik heb een ipad gekocht waarop ik kan lezen
- Wist eerder nooit wat er leuk was om te lezen
- Ik ben mij pas in de afgelopen 5 jaar gaan interesseren voor lezen
- Ik heb momenteel veel meer (vrije) tijd
- Ik heb geen zin meer in tv kijken
- Ik ben met pensioen gegaan en heb daardoor nu meer tijd
- Groter abonnement bij de bibliotheek + mogelijkheid om ook andere bibliotheken te bezoeken om boeken te lenen (groter aanbod).

Iets of veel minder tijd gaan besteden:

- Weing vrije tijd
- Meer internet, dus minder gaan lezen
- Heb een andere hobby
- Burn out, concentratieproblemen en vermoeidheid
- Druk!

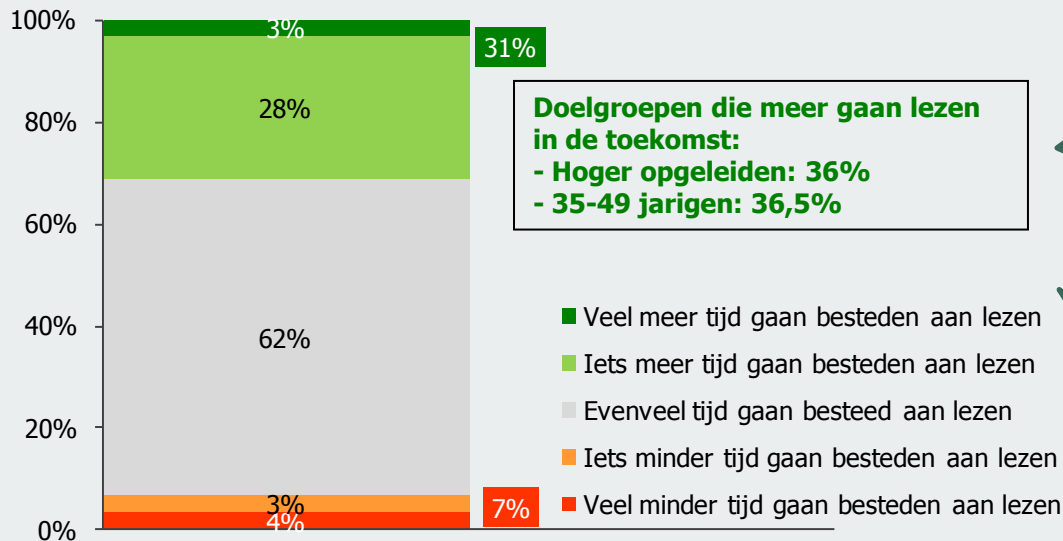
Basis: allen die boeken lezen (n=1163)

C18a. In hoeverre bent u in de afgelopen 5 jaar meer of minder tijd gaan besteden aan het lezen van boeken in vergelijking met 5 jaar geleden?

De meerderheid verwacht de komende 5 jaar evenveel tijd te besteden aan lezen als nu; een derde verwacht meer te lezen

38

Verwachte tijdbesteding aan lezen in de komende 5 jaar



Doelgroepen die meer gaan lezen in de toekomst:

- Hoger opgeleiden: 36%
- 35-49 jarigen: 36,5%

■ Veel meer tijd gaan besteden aan lezen

■ Iets meer tijd gaan besteden aan lezen

■ Evenveel tijd gaan besteed aan lezen

■ Iets minder tijd gaan besteden aan lezen

■ Veel minder tijd gaan besteden aan lezen

Doelgroepen die minder gaan lezen komende 5 jaar:

- Laag opgeleiden: 11%
- 50 jaar en ouder: 10%

Veel of iets meer tijd gaan besteden:

- Ik krijg meer tijd om te lezen, ivm afstuderen
- Ik ga met pensioen dus meer tijd!
- Verwacht de kinderen veel voor te lezen
- Ik hou erg veel van lezen
- Ik ben van plan weer meer te gaan lezen omdat het lezen van boeken mij rust geeft
- Ik wil meer gaan lezen en minder tv kijken
- Mijn interesse voor lezen groeit
- Ik wil mij dmv lezen meer ontwikkelen
- Omdat ik vind dat ik meer moet ontspannen en dat kan ik met lezen en als 't goed is krijg ik meer rust om 't ook te kunnen.

Iets of veel minder tijd gaan besteden:

- Ik denk dat mijn leven de komende 5 jaar drukker gaat worden
- Computer neemt de tijd in van boeken lezen
- Lezen wordt moeilijker (door ouderdom)

Basis: allen die boeken lezen (n=1163)

C18c. In hoeverre verwacht u dat u in de komende 5 jaar meer of minder tijd gaat besteden aan het lezen van boeken in vergelijking met nu?

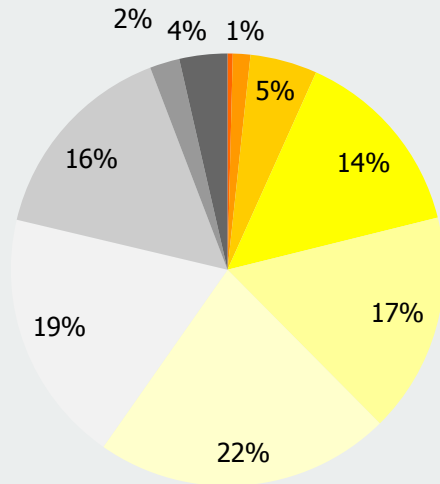
 Boekbezit

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Ruim eenderde van de Nederlanders heeft meer dan 100 boeken in bezit; de helft heeft meer dan 70% van zijn boeken gelezen

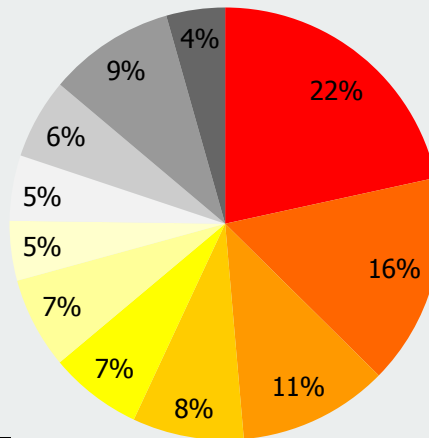
Aantal boeken in bezit



Gemiddelde (totaal):
171 boeken

- meer dan 2.000 boeken
- 1.001-2.000 boeken
- 501 tot 1.000 boeken
- 201-500 boeken
- 101-200 boeken
- 51-100 boeken
- 21-50 boeken
- 1-20 boeken
- geen
- ik heb echt geen idee

Percentage daarvan gelezen



- 91-100%
- 81-90%
- 71-80%
- 61-70%
- 51-60%
- 41-50%
- 31-40%
- 21-30%
- 11-20%
- 0-10%
- ik heb echt geen idee

Gemiddeld aantal boeken	
Geslacht	
man	170
vrouw	172
Leeftijd	
< 25	128
25-34	139
35-49	165
50+	204
Opleiding	
laag	95
midden	148
hoog	266

Basis I1: allen (n=1305)

Basis I2: allen die papieren boeken bezitten (n=1276)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



- I1. Hoeveel papieren boeken heeft u in huis?
I2. Hoeveel procent van deze boeken heeft u gelezen?

Wat vindt u ervan om boeken in uw bezit te hebben ; waarin schuilt voor u de waarde van het bezit van boeken?

41

De waarde van het bezit van boeken

De waarde van het hebben van boeken:

- Als ik een mooi boek heb gelezen staat hij als pronkstuk in mijn kast
- Ik vind een boek een verrijking van mijn interieur
- Boeken moeten voor mij tastbaar zijn, ze zijn een bezit dat je moet kunnen zien en voelen en ruiken.
- Boeken zijn vaak cadeaus en zijn mij om die reden veel waard
- Veelal jeugdnostalgie. Dus veel kinderboeken, zowel van mezelf als van mijn kinderen. Daarnaast heel veel studieboeken en naslagboeken zoals encyclopedieën.
- Het is een mooi overzicht van de onderwerpen / thema's die je interessant vindt
- Mooie boeken lees ik meerdere malen
- Boeken kunnen dienen als naslagwerk
- Het hebben van boeken zorgt voor een authentieke gevoel
- Ik bewaar ze voor andere personen
- Niet heel belangrijk, het gaat om de inhoud, daarom lees ik bijna alles via de bibliotheek.
- Nu staan ze eigenlijk alleen maar stof te vangen, ik lees eigenlijk nooit meer een papieren boek, alleen maar digitaal.
- Soms prettig, als naslag werk, maar ook ruimte vullend. Met grote opruiming is dat wel het eerste wat opgeschoond zal worden...
- Veelal is het naslagwerk. een hele collectie tuinboeken hebben we en die hebben een enorme waarde voor mij (ons).
- Voor mij niet heel erg belangrijk. nadat ik het gelezen heb dient het meer als decoratiestuk in de boekenkast.
- Wanneer een boek een bijzonder aandenken is: dus meestal als cadeau ontvangen. ook wanneer ik geestelijk door een boek bemoedigd ben.
- Vind het prachtig om een grote wand met boeken te hebben, echter ons huis leent zich er niet voor. Vind het een rijkdom.
- Zonder boeken is mijn leven niet compleet. een goed boek die ik graag nog eens lees is dan ook in mijn bezit.

Basis : allen die papieren boeken bezitten (n=1276)

I3. Wat vindt u ervan om boeken in uw bezit te hebben / waarin schuilt voor u de waarde van het hebben van boeken?

INTOMART GfK

 Mediagebruik

Internet en televisie zijn de media die het meest frequent gebruikt worden en men vindt ze ook het leukst om te gebruiken

	Mediagebruik					
	Internet	Tv	Radio	Krant	Tijdschrift	Boeken
Gebruiksfrequentie						
7 dagen per week	77%	68%	44%	20%	4%	15%
6 dagen per week	10%	11%	8%	25%	3%	2%
5 dagen per week	5%	9%	15%	8%	4%	4%
4 dagen per week	3%	4%	7%	5%	5%	5%
3 dagen per week	2%	4%	7%	7%	9%	6%
2 dagen per week	1%	2%	6%	7%	12%	8%
1 dag per week	1%	1%	3%	10%	25%	7%
minder vaak	0%	2%	7%	11%	32%	42%
nooit	0%	1%	4%	7%	6%	12%
Gemiddeld aantal dagen per week	6,5	6,1	4,9	3,9	1,6	2,1
Gemiddeld aantal minuten per dag	130	140	163	30	26	47*
Gemiddelde ranking (leukst)	2,0	2,4	3,5	3,8	4,6	4,3

* Vraag deze meting niet gesteld, resultaat uit meting april-2011

Basis: allen die boeken lezen (n=1163)

K1: Hoeveel dagen per week gebruikt u de volgende media?

K2: Hoeveel minuten per dag gebruikt u deze media?

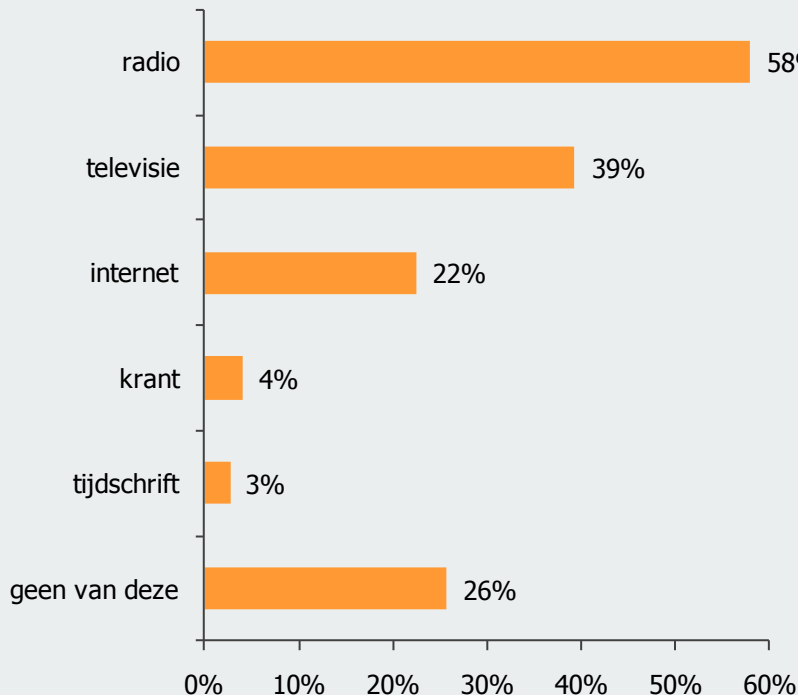
K3: Kunt u deze media in volgorde zetten in de mate waarin u ze het leukst vindt om te gebruiken? Een 1 staat voor het medium dat u het liefst gebruikt.

Drie kwart gebruikt andere media tijdens het lezen, vooral de radio.

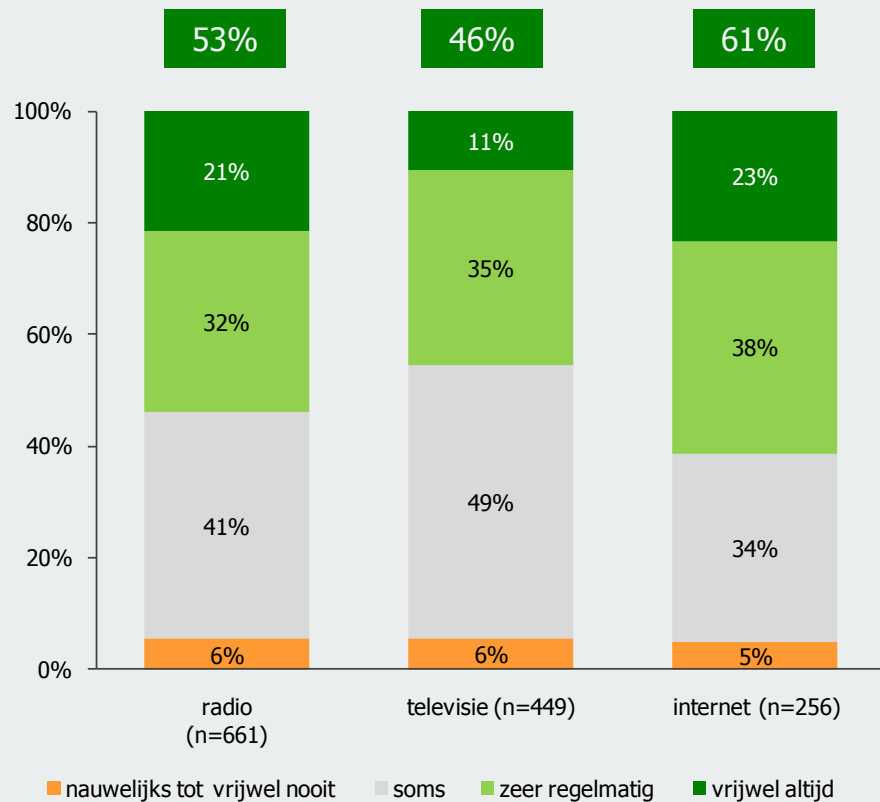
Van degenen die een ander medium gebruiken/aan hebben staan tijdens het lezen doet de helft dat regelmatig of altijd

44

Mediagebruik tijdens lezen



Frequentie mediagebruik tijdens lezen



Basis: allen die boeken lezen (n=1162)

K4a: Welke van onderstaande media gebruikt u wel eens / staat wel eens aan tijdens het lezen van boeken?

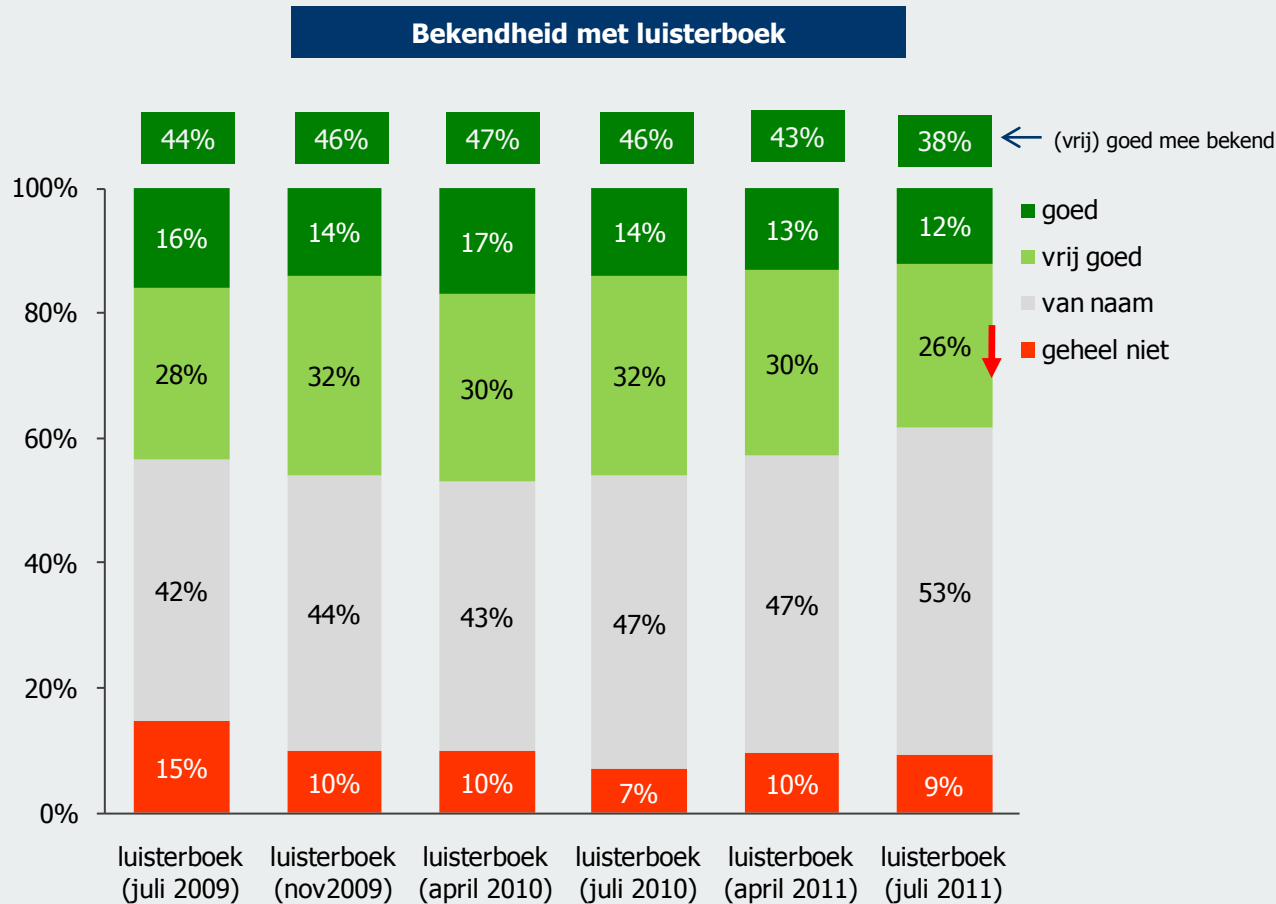
K4b: Hoe regelmatig komt het voor dat u dit medium tijdens het lezen gebruikt of aan hebt staan?

E-boeken, e-readers, tablets en apps

Trend: de bekendheid met het luisterboek is licht gedaald

De bekendheid met het luisterboek is voor de derde meting op rij licht afgenomen

46



Verschillen tussen doelgroepen

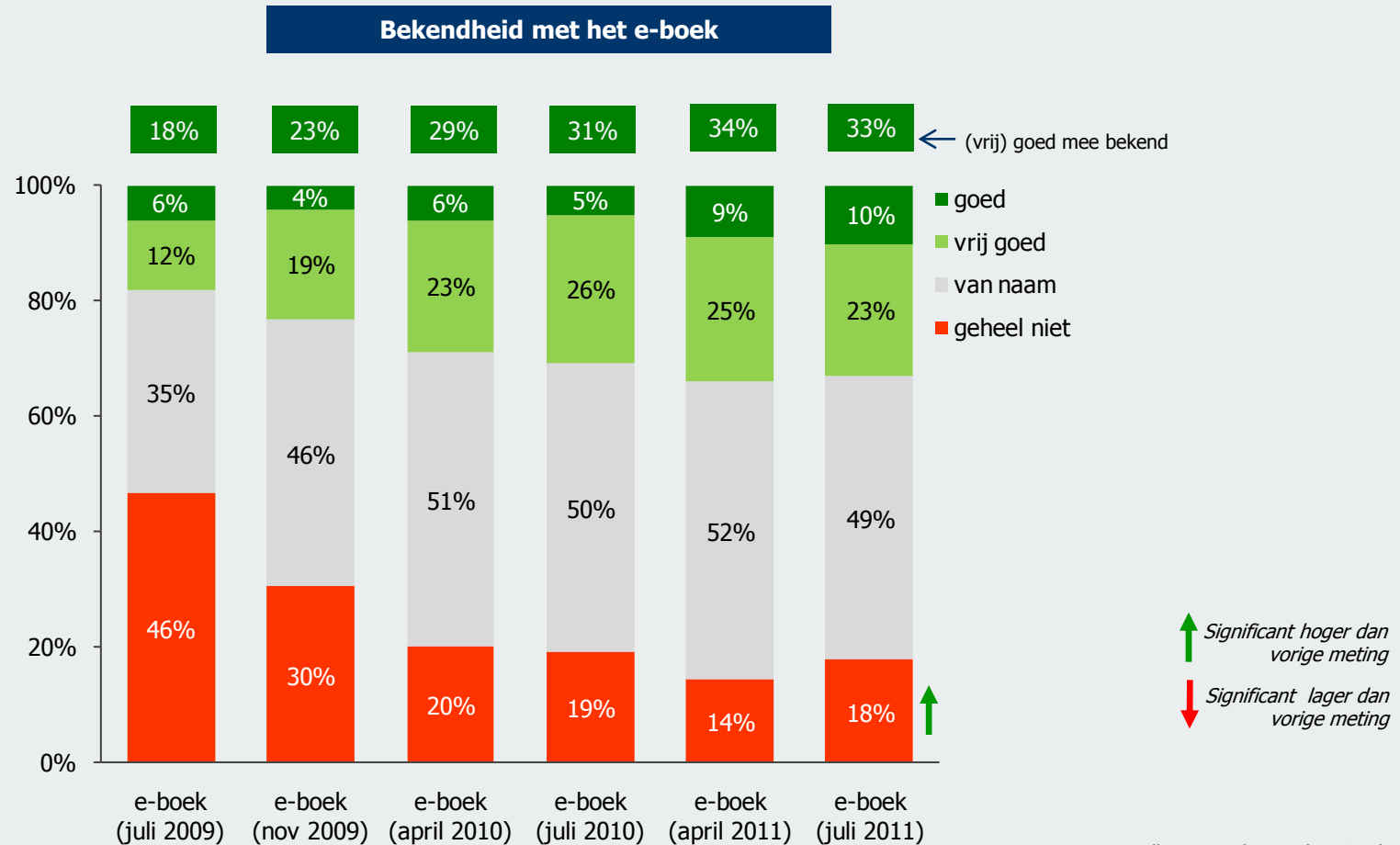
- Mannen zijn minder bekend met luisterboeken dan vrouwen.
- Jongeren (<25) hebben vaker een luisterboek gebruikt dan 50-plussers.
- Het luisterboek heeft een grotere bekendheid onder hoogopgeleiden dan onder laagopgeleiden.

A18 In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen:

Basis: alle respondenten (n=1305)

Trend: groeiende bekendheid met het e-boek lijkt te stagneren

47



A18 In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen:

Basis: alle respondenten (n=1305)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

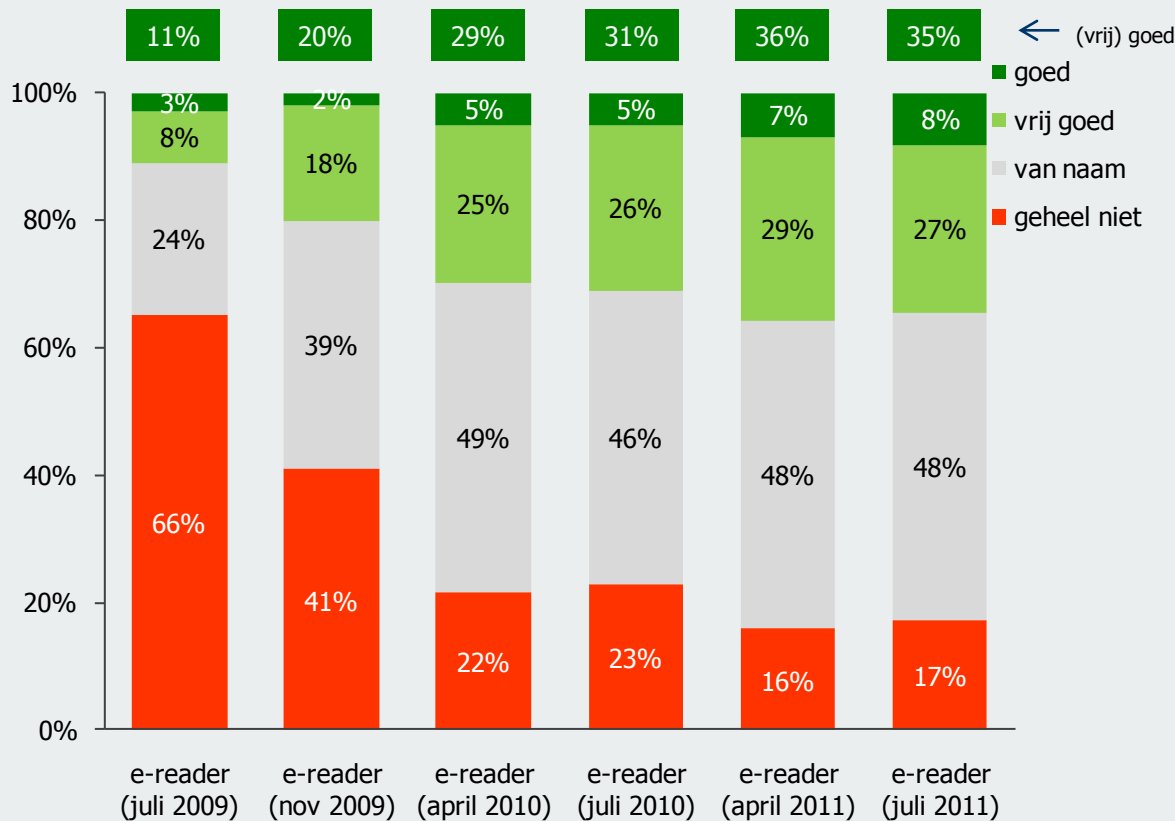


Trend: de bekendheid met de e-reader blijft constant

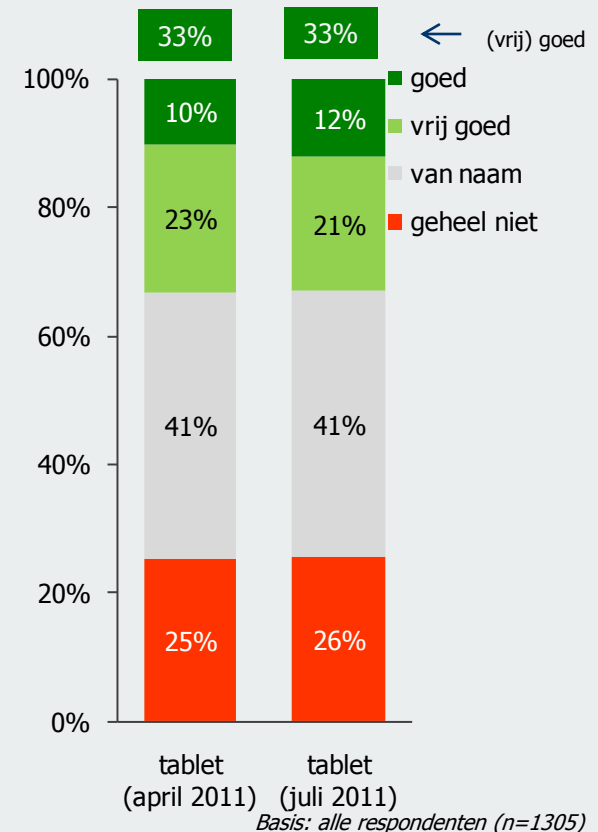
De e-reader blijft iets bekender dan de tablet, die is ook even bekend is als in april 2011

48

Bekendheid met e-reader



Bekendheid met tablet



A18 In hoeverre bent u bekend met de volgende begrippen:

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

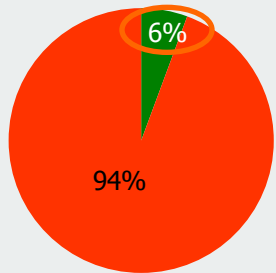
Bijna 6% van de Nederlanders is in het bezit van een e-reader

Hoog opgeleiden en mensen met een hoog inkomen bezitten relatief vaak een e-reader; bezit e-reader is in leeftijdscategorie <25 jaar sterk gegroeid.

Ontwikkeling in bezit e-reader (totaal):

- April 2010: 2,6%
- Juli 2010: 2,3%
- April 2011: 4,8%
- Juli 2011: 5,6%

Bezit e-reader



■ Ja
■ Nee

Bezit e-reader naar doelgroep

Geslacht		Leeftijd				Opleiding				
man	vrouw	jonger dan 25 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50 jaar en ouder	laag	midden	hoog		
		6,4%	5,0%	7,3%	3,6%	6,3%	6,1%	3,5%	5,8%	7,0%
		5,3%	4,3%	3,3%	4,3%	5,5%	5,0%	2,4%	3,5%	8,9%
		2,2%	2,5%	3,1%	0,9%	2,2%	2,8%	1,7%	2,2%	3,0%
		2,9%	2,4%	1,9%	0,9%	3,5%	3,0%	2,7%	1,9%	3,8%
		4,2%	3,5%	3,9%	2,4%	4,4%	4,2%	2,6%	3,4%	5,7%

Bezit e-reader naar doelgroep

Inkomen			Regio				
laag	midden	hoog	grote steden/ randgemeenten	rest West	noord	oost	zuid
4,7%	5,2%	7,7%	3,7%	9,0%	6,6%	3,7%	4,0%
2,7%	3,5%	8,6%	5,0%	5,9%	3,4%	3,6%	4,9%
1,5%	2,4%	3,4%	2,8%	2,9%	0,0%	2,8%	1,9%
2,7%	1,6%	2,9%	3,3%	2,7%	0,6%	2,0%	3,4%
2,9%	3,2%	5,7%	3,7%	5,1%	2,6%	3,0%	3,5%

○ = significant hoger dan de rood omcirkelde doelgroep

○ = significant lager dan de groen omcirkelde doelgroep

Basis: alle respondenten (n=1305)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



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

INTOMART GfK

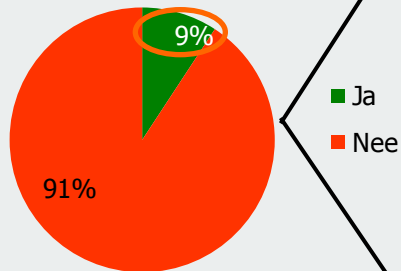
Bezit tablet groeit snel vooral onder jongeren.

Hoogopgeleiden, jongeren en mannen bezitten relatief vaker een tablet.

Ontwikkeling in bezit tablet (totaal):

- April 2011: 6,2%
- Juli 2011: 9,2%

Bezit tablet



Bezit tablet naar doelgroep

Geslacht		Leeftijd				Opleiding		
man	vrouw	jonger dan 25 jaar	25-34 jaar	35-49 jaar	50 jaar en ouder	laag	midden	hoog
12,1%	6,5%	15,1%	8,6%	13,0%	5,5%	5,7%	8,3%	13,7%
8,5%	4,0%	6,6%	9,2%	7,0%	4,1%	4,0%	4,9%	10,2%
10,3%	5,2%	10,9%	8,9%	10,0%	4,8%	4,8%	6,6%	11,9%

Bezit tablet naar doelgroep

Inkomen			Regio				
laag	midden	hoog	grote steden/ randgemeenten	rest West	noord	oost	zuid
6,6%	10,8%	13,2%	5,6%	13,2%	6,8%	7,3%	9,2%
3,5%	4,6%	11,3%	7,2%	6,8%	4,9%	6,5%	5,1%
5,1%	7,7%	12,3%	6,4%	10,0%	5,8%	6,9%	7,1%

○ = significant hoger dan de rood omcirkelde doelgroep

○ = significant lager dan de groen omcirkelde doelgroep

Basis: alle respondenten (n=1305)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



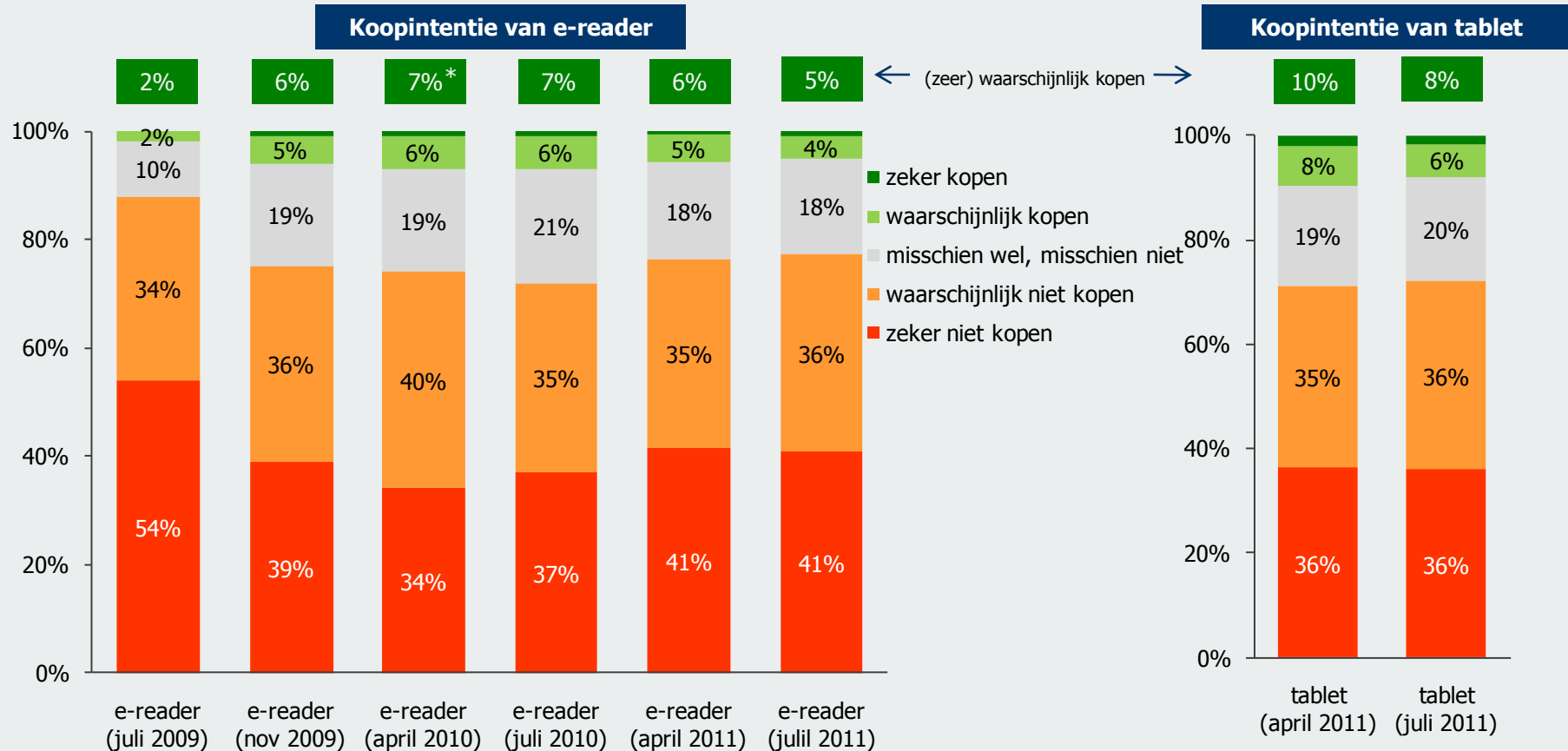
A20a. Bent u in het bezit van een tablet?

INTOMART GfK

Trend: koopintentie voor tablet ligt iets hoger dan die voor e-reader

De koopintentie voor e-reader is sinds april 2010 nauwelijks veranderd en ligt op 5%

51



* Vanaf april 2010 is de vraag naar koopintentie voor het tablet alleen gesteld aan mensen die geen e-reader bezitten. Tot en met november 2009 is de vraag aan alle respondenten gesteld.

A20a. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-reader of tablet gaat kopen?

Basis: is niet in het bezit van een e-reader
(n = 1.231) of tablet (n = 1.185)

INTOMART GfK

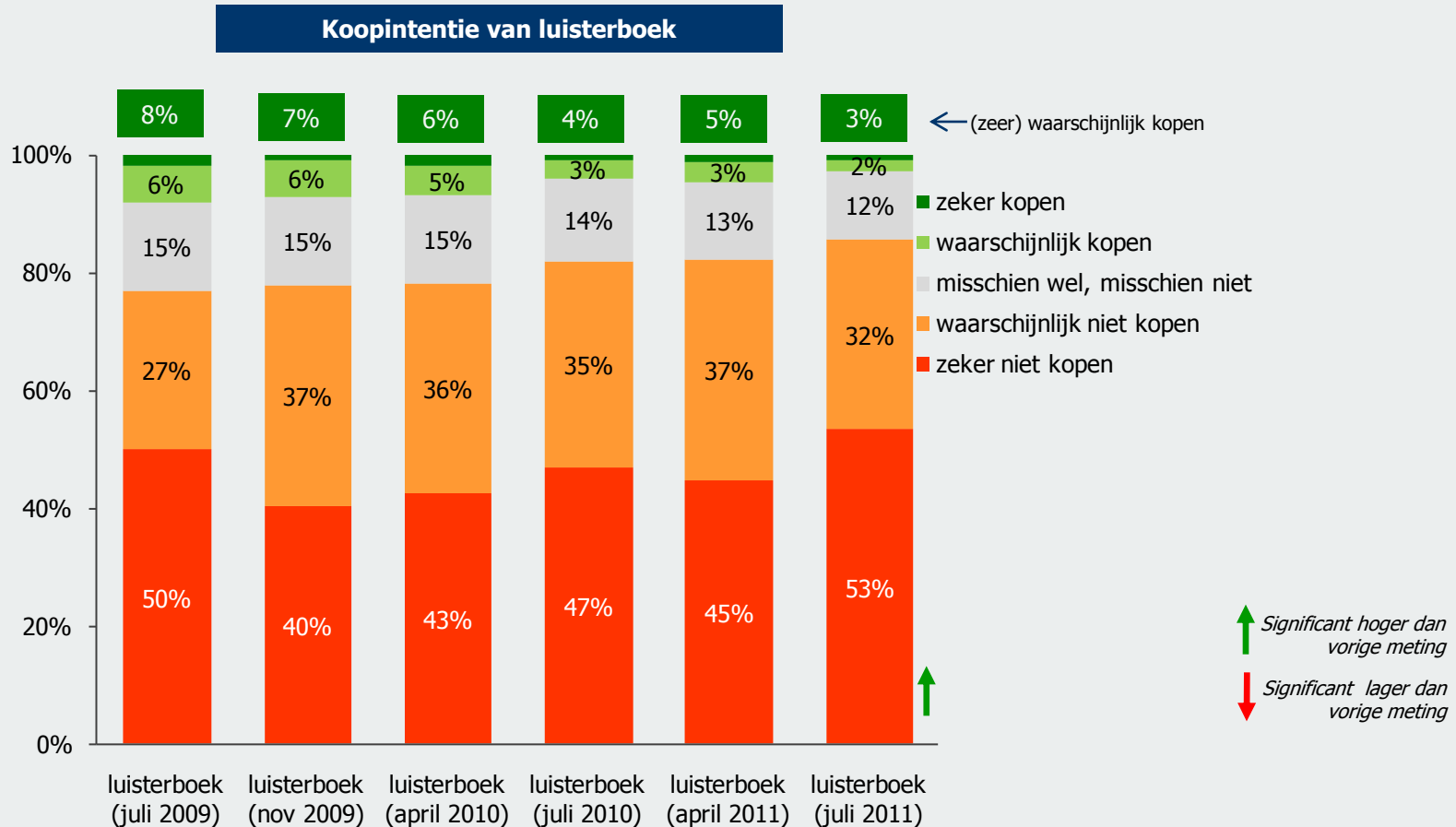
STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



Koopintentie van een luisterboek ligt op 3%

De koopintentie van een luisterboek lijkt iets te dalen. Het aandeel dat zeker geen luisterboek gaat kopen is nog niet eerder zo hoog geweest.

52

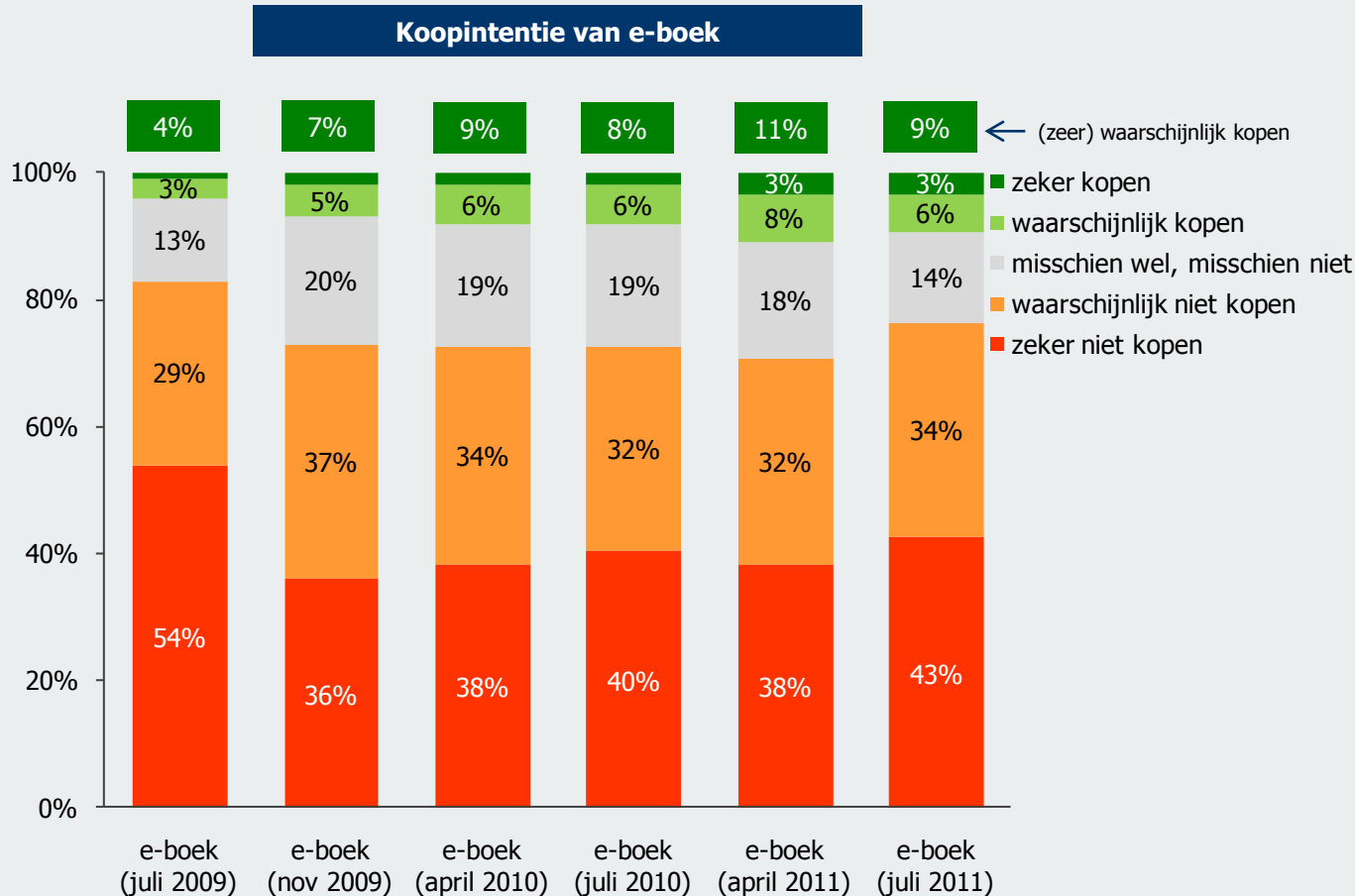


Basis: alle respondenten (n=1305)

A21b. Hoe waarschijnlijk is het dat u een luisterboek gaat kopen?

Trend: de koopintentie van een e-boek ligt nog steeds rond 9%

53

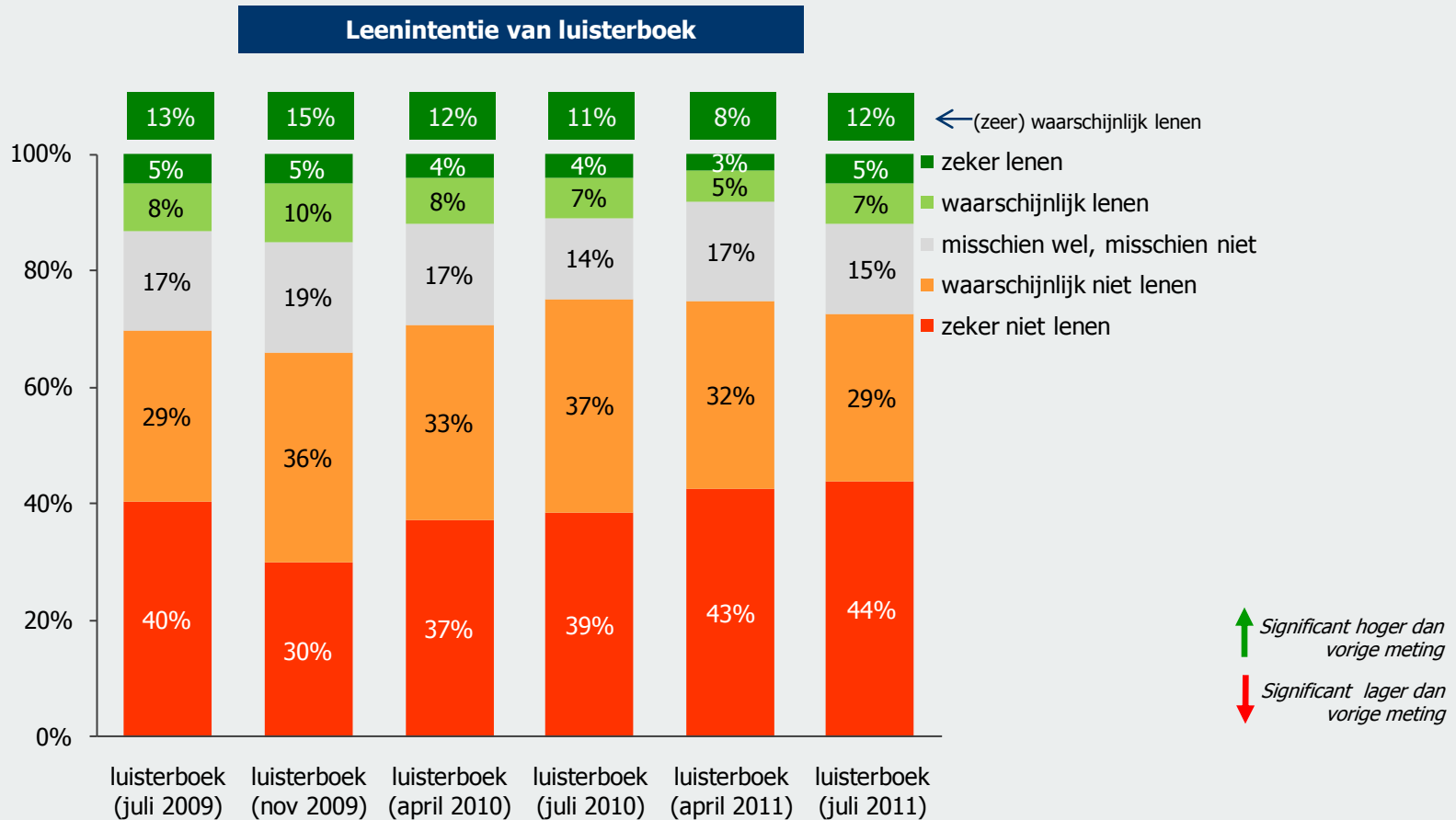


Basis: alle respondenten (n=1302)

A21a. Hoe waarschijnlijk is het dat u een e-boek gaat kopen?

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

Trend: de leenintentie van het luisterboek terug op niveau van een jaar geleden

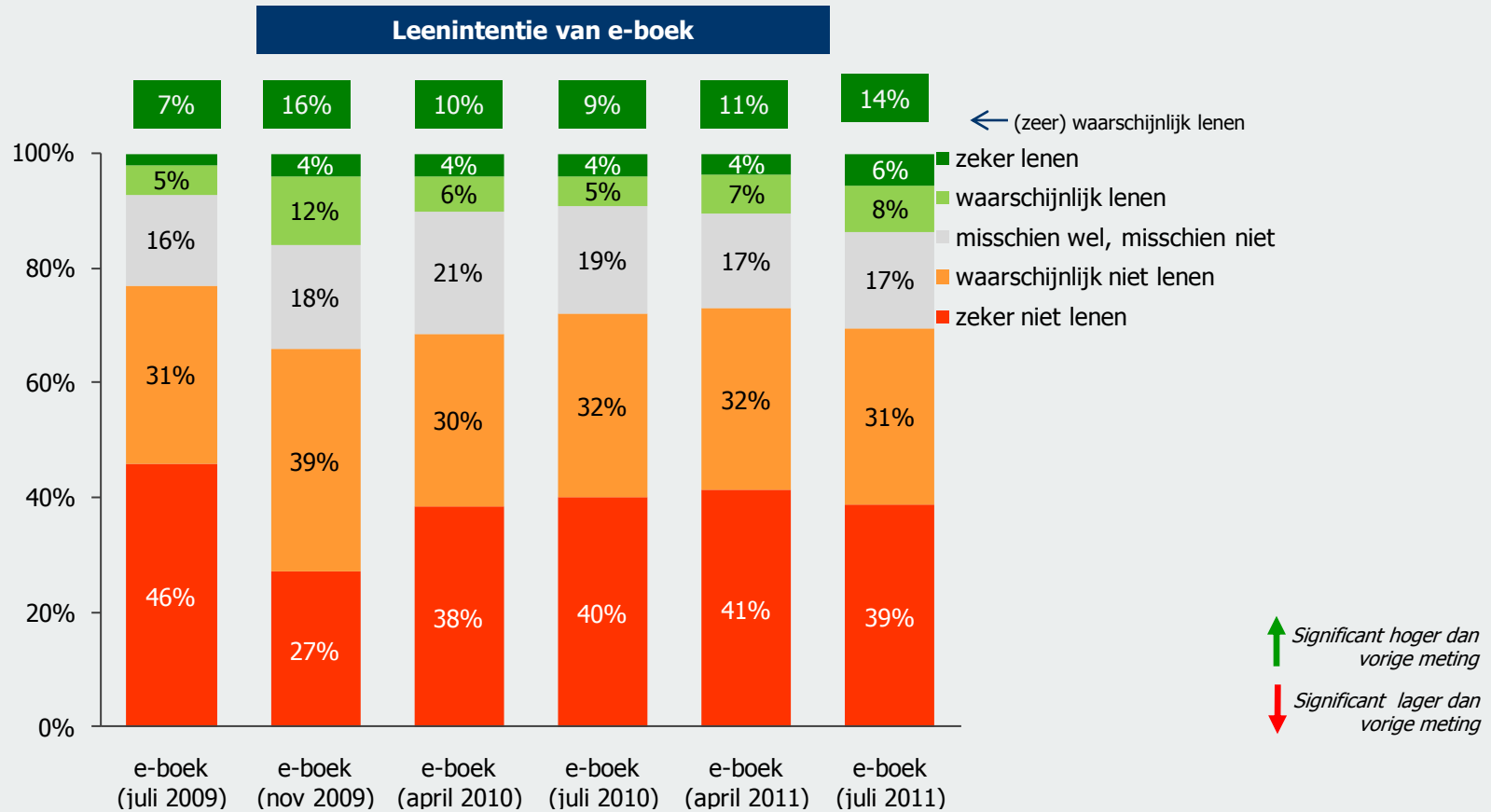


Basis: alle respondenten die weleens een boek lenen (n= 297)

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

Trend: de leenintentie van het e-boek blijft stijgen; hoger dan april

55



Basis: alle respondenten die weleens een boek lenen (n= 297)

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

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK



De e-reader is het favoriete medium voor het lezen van e-boeken

56



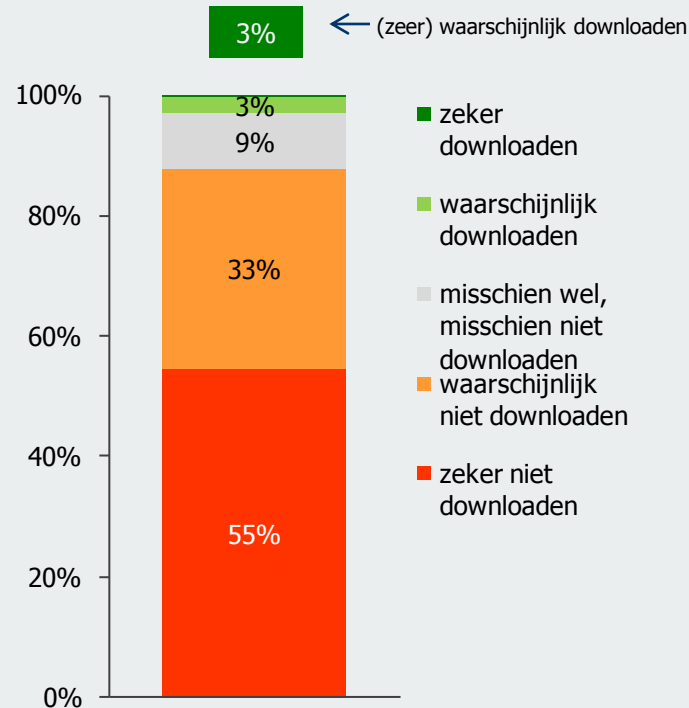
Selectie: respondent koopt e-boek
zeker/waarschijnlijk/misschien (n=316)

A25 Van welke medium denkt u uw e-boeken te gaan lezen?

3% denkt een app te gaan downloaden voor het lezen van e-boeken en digitale teksten

57

Intentie downloaden app voor het lezen van e-boeken en teksten



Selectie: respondent is nog niet in het bezit van een applicatie (n=1.161)

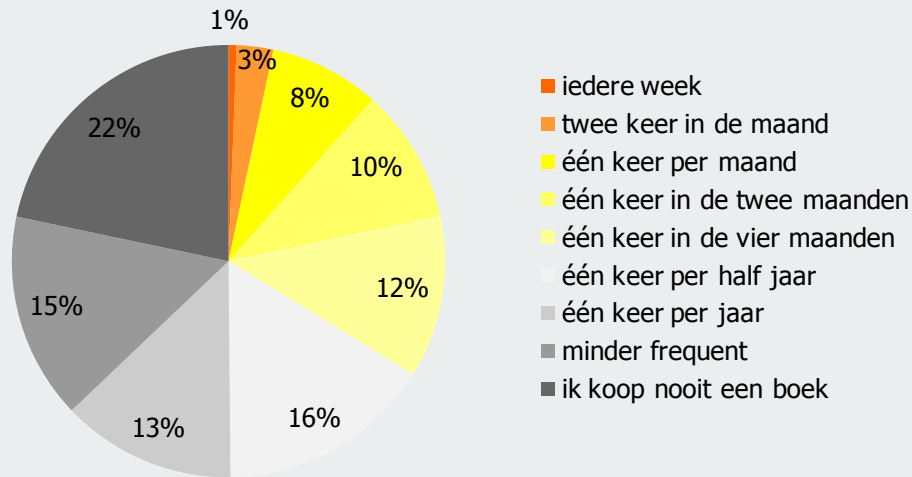
A20e Hoe waarschijnlijk is het dat u binnen nu en 6 maanden een applicatie gaat downloaden voor uw mobiele telefoon waarmee u e-boeken of digitale teksten kunt lezen?

H De boekenkoper

Gemiddeld koopt de consument ruim 4 keer per jaar boeken

59

Frequentie aanschaf boeken



- 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 koop nooit een boek

Aanschaffrequentie naar doelgroep

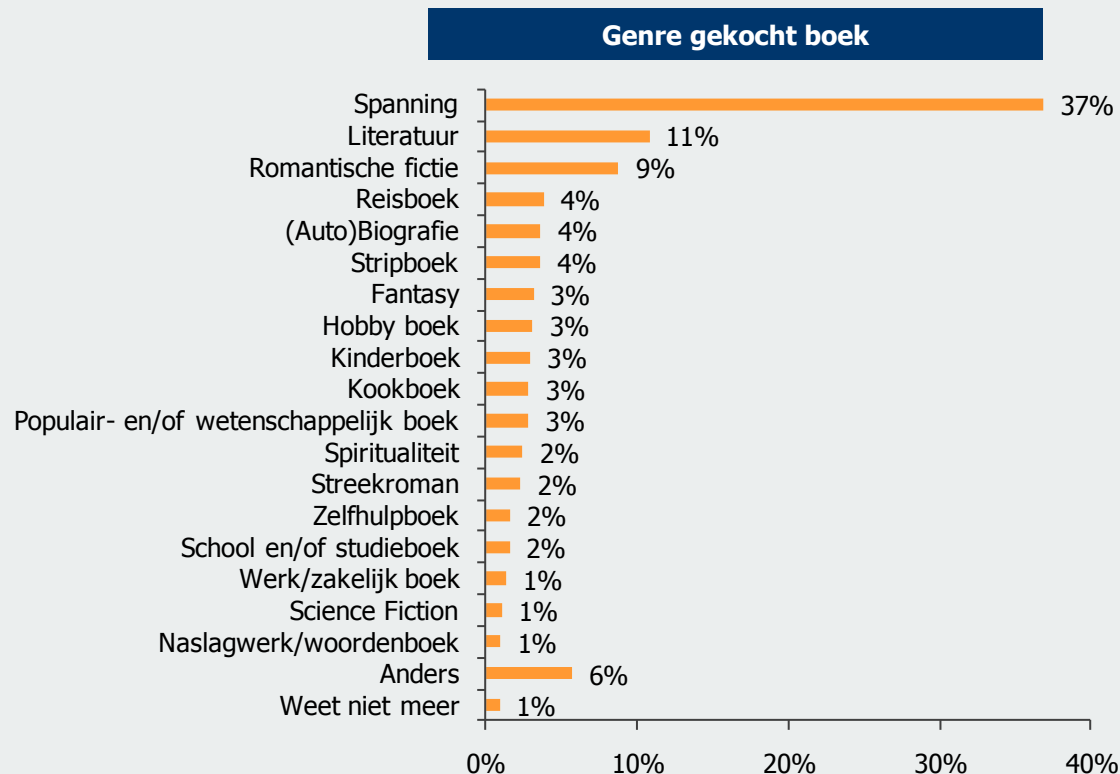
- Gemiddeld koopt de consument 4,4 keer per jaar boeken
- Mannen kopen gemiddeld 4,0 keer per jaar boeken, vrouwen gemiddeld 4,8 keer
- Hoogopgeleiden kopen gemiddeld 5,9 keer per jaar boeken
- Voor laag- en midden opgeleiden liggen de gemiddelden op respectievelijk 4,0 en 3,5
- Mensen met een hoog inkomen kopen gemiddeld 4,9 keer per jaar boeken, lage inkomens gemiddeld 3,9 keer

Basis: alle respondenten (n=1305)

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

Spanning is het meest gekochte genre

60



Selectie: aantal gekochte boeken
afgelopen maand (n=931)

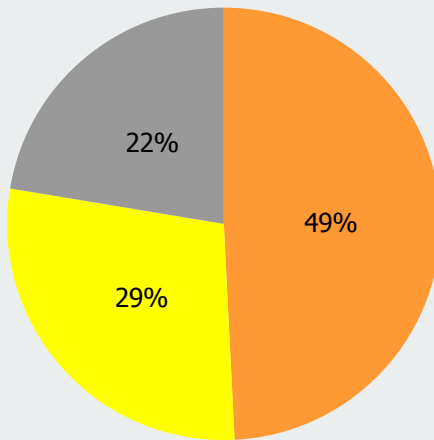
A1. U heeft zojuist aangegeven dat u boeken heeft gekocht. Kunt u nu per boek aangeven welk genre dat boek is geweest?

INTOMART GfK

De helft van de consumenten koopt het vaakst in de boekhandel

61

Belangrijkste aankoopplaats



- Boekwinkel
- Internet
- Beiden even vaak

Boekwinkel:

- Dan kan je een boek eerst bekijken / inkijken
- De winkels zijn fijn (/de medewerkers zijn er vriendelijk)
- In een winkel loop je meer toevalligterwijs tegen een boek aan

Internet:

- Het gemak van thuis uitzoeken en laten bezorgen
- Tijd om buiten de openingstijden van winkels boeken op te zoeken
- Het aanbod is groot (/groter)

Beiden even vaak:

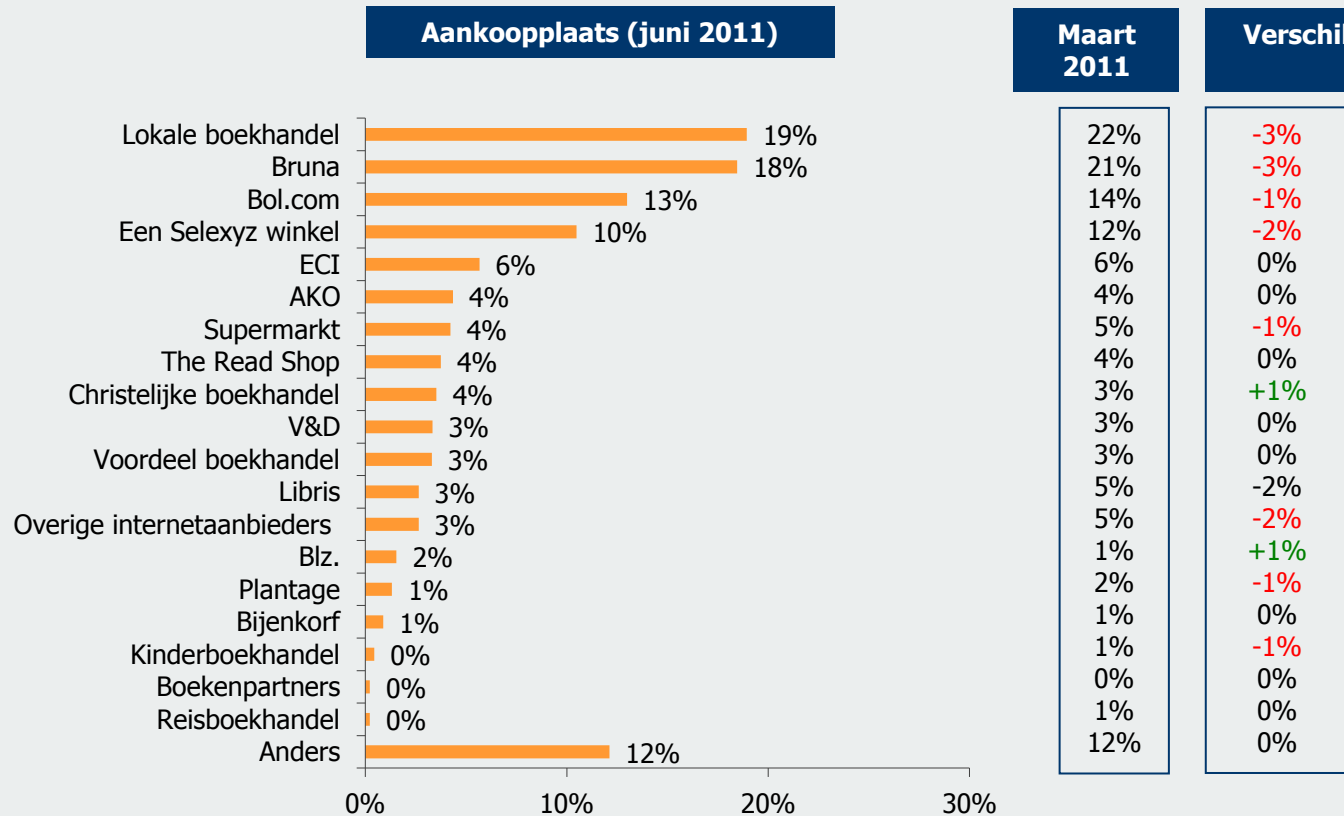
- Internet = aanbod, winkel = sfeer
- Studietoeken via internet, romans in de winkel
- Internet = gericht aankopen, winkel = impulsaankoop

Selectie: respondent heeft afgelopen maand een boek gekocht (n=454)

A8e. Waar koopt u doorgaans het vaakst uw boeken: in een boekwinkel of op het internet?
A8f. Kunt u in eigen bewoordingen aangeven waarom u daar uw boeken koopt?

De lokale boekhandel is nog steeds de nummer één, maar Bruna is bijna net zo groot. Beide zijn gedaald in vergelijking met maart 2011

62



Selectie: respondent heeft afgelopen maand een boek gekocht (n=1218)

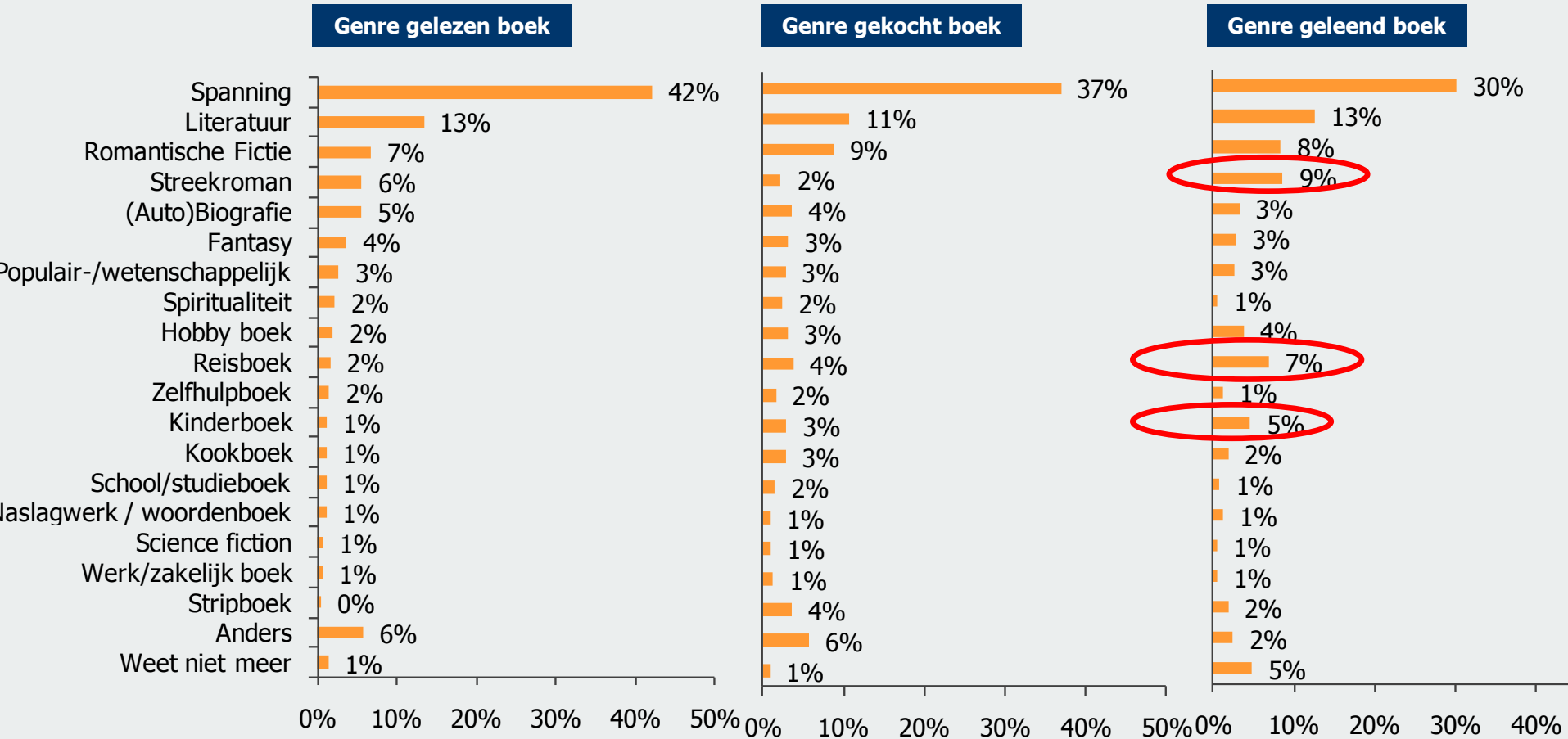
A8a. Waar heeft u de laatste maand uw boek(en) gekocht?

I Welk genre boek wordt gelezen, geleend, gekocht?

Spanning is het meest gelezen, gekochte en geleende genre

De streekroman, het reisboek en het kinderboek, worden relatief vaak geleend bij de bibliotheek

64



Selectie C1a: aantal gelezen boeken (n= 781)

Selectie A1: aantal gekochte boeken (n=931)

Selectie D3: aantal geleende boeken (n=1339)

C1a, A1, D3 Kunt u per boek aangeven van welk genre dat boek geweest is?

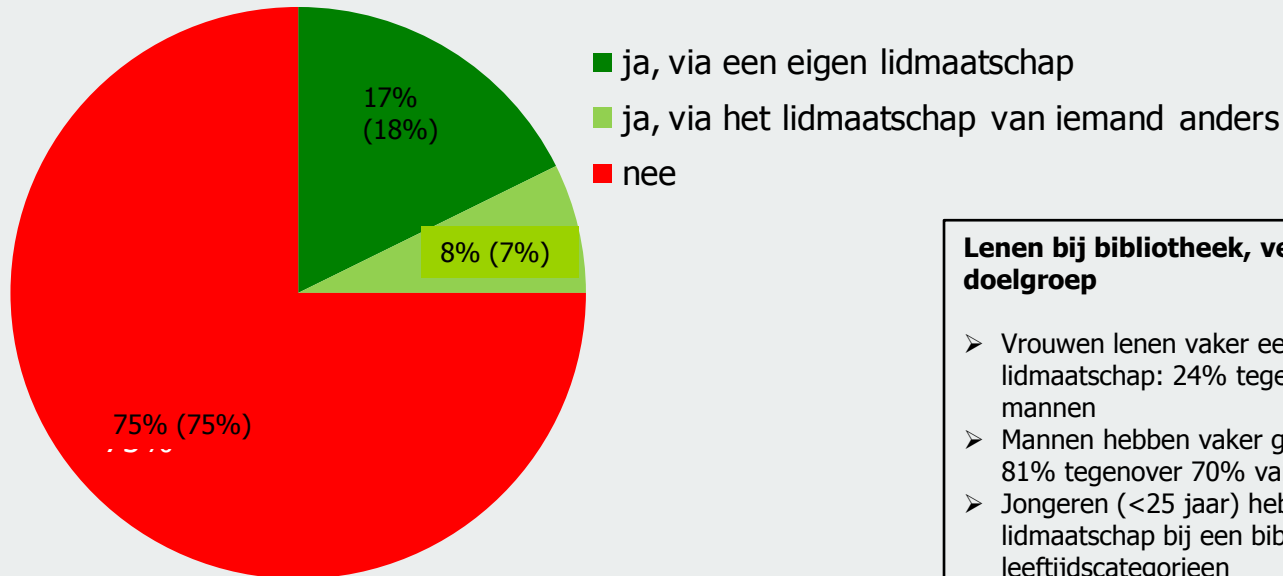
J De bibliotheek

Een kwart van de mensen leent wel eens een boek bij bibliotheek

Daarvan leent ruim 2/3 via een eigen lidmaatschap; vrouwen en jongeren (<25 jaar) lenen relatief vaker via een eigen lidmaatschap

66

Lenen bij bibliotheek



Lenen bij bibliotheek, verschillen tussen doelgroep

- Vrouwen lenen vaker een boek via een eigen lidmaatschap: 24% tegenover 11% van de mannen
- Mannen hebben vaker geen lidmaatschap, 81% tegenover 70% van de vrouwen
- Jongeren (<25 jaar) hebben vaker een lidmaatschap bij een bibliotheek dan andere leeftijdscategorieën

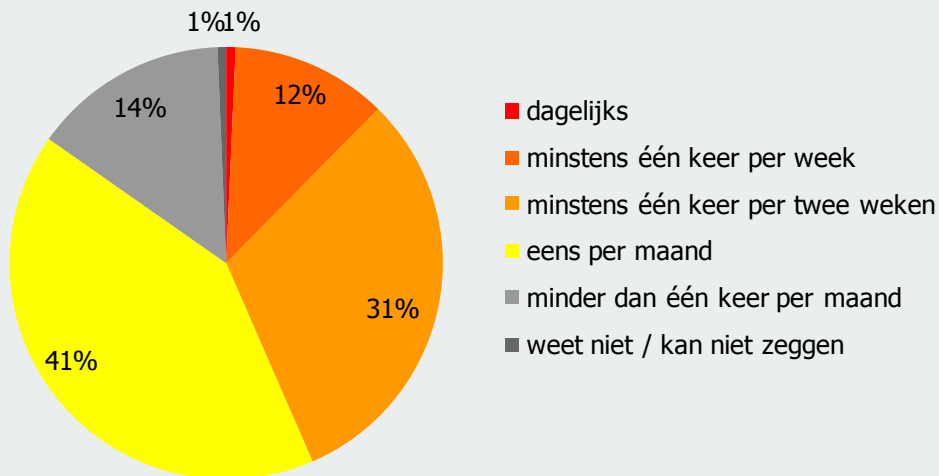
Basis: alle respondenten (n=1305)

S6 Leent u wel eens boeken bij de bibliotheek?

De meeste leners bezoeken eens per maand de bibliotheek

67

Frequentie bibliotheek bezoek



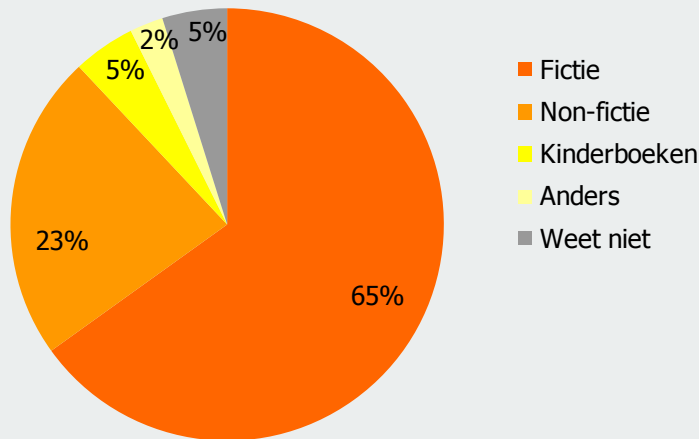
Selectie: alle respondenten die afgelopen maand 1 of meerdere boeken bij de bibliotheek geleend hebben (n=297)

Fictie is het meest geleende genre in bibliotheken

Vrouwen lenen vaker kinderboeken dan mannen

68

Genre boek bibliotheek



Genre geleende boeken naar doelgroep

- Vrouwen lenen vaker kinderboeken dan mannen (6% versus 1%)

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

D3 U heeft eerder aangegeven dat u boeken heeft geleend in de bibliotheek. Kunt u nu per boek aangeven welk genre dat boek is geweest?

Selectie: aantal geleende boeken
(n= 1339)

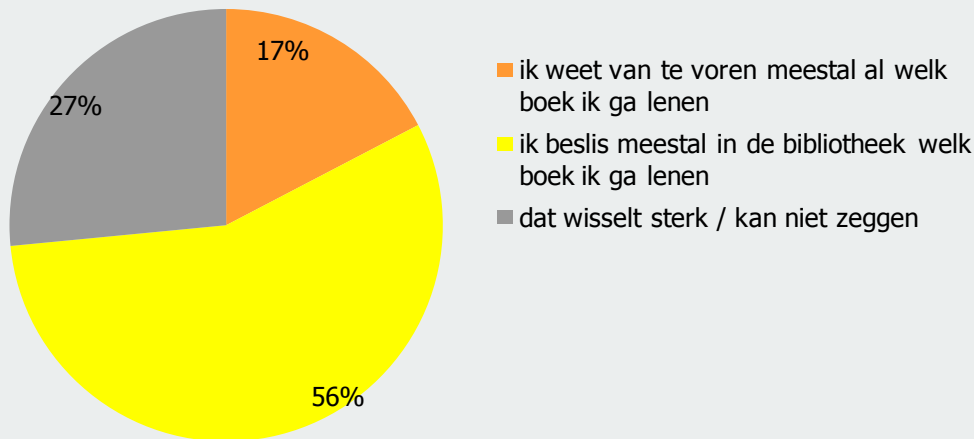
INTOMART GfK



Meer dan de helft van de leners beslist meestal pas in de bibliotheek welk boek men gaat lenen

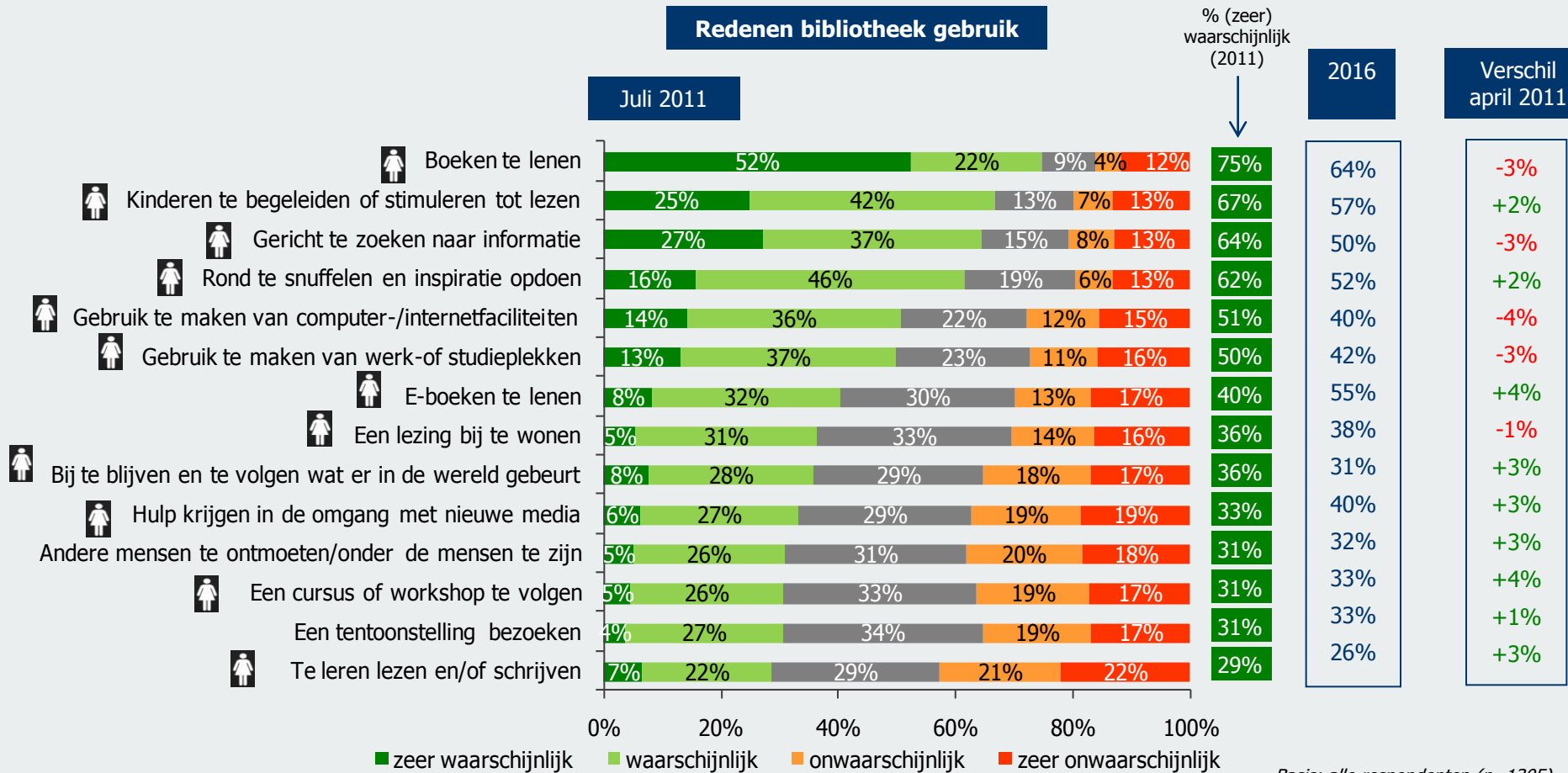
69

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

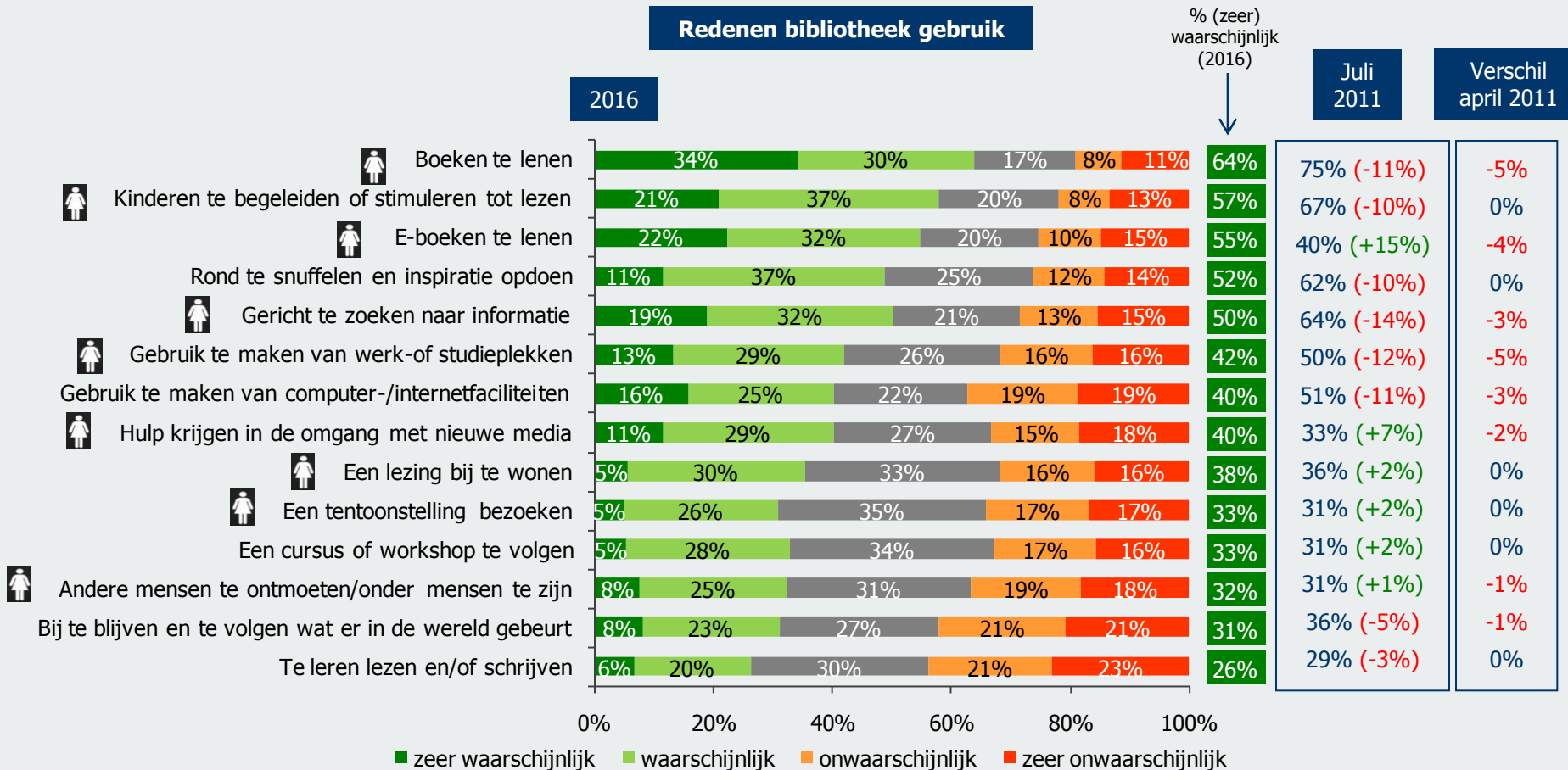
Belangrijkste redenen om naar de bibliotheek te gaan is om boeken te lenen, kinderen te begeleiden of tot lezen te stimuleren en om gericht te zoeken naar informatie



D12 Kunt u op een schaal van 1 tot 5 aangeven hoe waarschijnlijk u het vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek, (a) op dit moment, (b) over 5 jaar (dus in 2016)

Men verwacht over 5 jaar de bibliotheek vooral te gebruiken om gewone boeken en e-boeken te lenen; het gebruik van internetfaciliteiten zal afnemen, net als het gericht zoeken naar informatie; mensen zullen wel vaker naar de bibliotheek gaan om hulp te krijgen in de omgang met sociale media

71



Basis: alle respondenten (n=1305)

D12 Kunt u op een schaal van 1 tot 5 aangeven hoe waarschijnlijk u het vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek, (a) op dit moment, (b) over 5 jaar (dus in 2016)

INTOMART **GfK**

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

Inleiding en onderzoeksdoel

73

Inleiding

In opdracht van GfK Benelux en de Stichting Marktonderzoek Boekenvak heeft Intomart GfK een onderzoek uitgevoerd onder consumenten naar het lees-, leen- en aankoopgedrag van boeken. Het onderzoek had ondermeer ten doel, inzicht te verkrijgen in het gedrag van consumenten ten aanzien van het lezen, lenen 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?
- Hoe ziet het leengedrag van boekenleners eruit?
- Hoe denkt de Nederlander in het algemeen over het kopen / lezen / lenen van boeken?

Deze rapportage betreft de meting over juni 2011 (gehouden begin juli) . Deelnemers aan dit SMB-onderzoek zijn GAU, KBb, SIOB en Stichting Lezen. Nieuw in dit onderzoek zijn de volgende thema's:

- De Maand van het Spannende Boek
- Bestsellers
- Voorlezen
- Lezen 5 jaar geleden en in de komende 5 jaar
- Mediagebruik tijdens het lezen

Onderzoeksopzet en -verantwoording

74

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 t/m 12 juli 2011. De gemiddelde invulduur van de vragenlijst bedroeg 17 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

75

Responsverantwoording meting 17 (juli 2011):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen:	2.000
Vragenlijst niet afgemaakt:	66
Afgevallen:	
Quotafail:	23
Vragenlijst niet geopend:	606

Totaal aantal ingevulde vragenlijsten: 1305

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 in overeenstemming met het kwaliteitssysteem van Intomart GfK dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362. Intomart GfK onderschrijft de gedragsregels van E.S.O.M.A.R. (European Society for Opinion and Market Research) en is lid van de brancheorganisatie MOA (zie <http://www.moaweb.nl>).

Het is niet toegestaan de uitkomsten van dit onderzoek extern te publiceren zonder uitdrukkelijke toestemming van Stichting Marktonderzoek Boekenvak. Bij publicatie dient als bron "Intomart GfK juli 2011" te worden vermeld alsmede de opdrachtgever.

Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 9 (zie <http://www.moaweb.nl>).

STICHTING
MARKTONDERZOEK
BOEKENVAK

