



Boekenbranche: meting 18

Najaar 2011: Onderzoek naar de dalende tendens
van de boekenomzet.

Stefan Peters
Ewout Witte
November 2011
(28139)



Inhoudsopgave

1 Conclusies

2 Resultaten

- Koopgedrag nu en twee jaar geleden
- Gebruik van informatiebronnen voor koken en reizen
- Leesattitude
- Het gebruik van de bibliotheek

B Bijlagen: inleiding en onderzoeksverantwoording



1 Conclusies



Conclusies waarom daalt de boekenomzet? (1)

4

Dalende omzetcijfers verontrusten de boekenmarkt

Het boekenvak heeft in sterke mate te maken met dalende omzetcijfers. In vergelijking met andere (entertainment-)markten valt weliswaar de omzetsdaling mee, maar de dalende trend is toch verontrustend. Deze themameting benadert de dalende omzet vanuit consumentenperspectief en geeft daarmee inzichten die nog niet eerder zo uitgebreid waren onderzocht.

Internet lijkt de voornaamste boosdoener

Vanuit verschillende invalshoeken is de dalende boekenmarkt onderzocht. En vanuit welke invalshoek we het ook bekijken, één conclusie komt telkens terug: de belangrijkste bedreiging van de boekenmarkt is het internet.

De tweedehands (internet)markt wordt steeds vaker als serieus alternatief gezien door boekenkopers

Allereerst wordt het gebruik van andere media (waaronder internet) het vaakst als reden genoemd waarom mensen minder boeken zijn gaan kopen in vergelijking met twee jaar geleden. Daarnaast wordt internet steeds vaker genoemd als favoriete aankoopplaats voor het kopen van boeken, zeker in vergelijking met twee jaar geleden. Nu is dat niet per definitie schadelijk voor de boekenmarkt, maar boeken worden via internet ook steeds vaker tweedehands gekocht. Steeds meer consumenten zoeken daar naar hun boeken, vaak vanuit bezuinigingsoverwegingen.

Internet is veruit de belangrijkste informatiebron en dat belang is in de afgelopen twee jaar sterk gestegen

Ook als we kijken naar de informatievoorziening wanneer consumenten meer over reizen of koken willen weten, dan is de trend dat men steeds vaker informatie via internet zoekt. Als consumenten het vergelijken met twee jaar geleden dan wordt internet steeds vaker gebruikt en dat gaat ten koste van alle andere informatiebronnen.



Conclusies waarom daalt de boekenomzet? (2)

5

De oneindige informatievoorziening en de verscheidenheid aan invalshoeken zijn de belangrijkste voordelen van internet

Men vindt internet vooral handig omdat de informatie onbeperkt is en het vanuit diverse invalshoeken belicht wordt. Bijvoorbeeld mensen die via reisfora of op reguliere websites reageren op een reislocatie of recept, worden als belangrijke informatiebronnen beschouwd. Daarnaast is het brede en altijd beschikbare aanbod een belangrijke motivatie om de informatie vanaf internet te halen.

Internet is het meest leuke en nuttige medium om te gebruiken

Qua mediagebruik neemt internet ook een zeer belangrijke rol in. Vrijwel elke dag maakt men gebruik van internet. Daarmee wordt het zelfs vaker gebruikt dan de televisie. Ook is internet volgens consumenten het leukste en meest nuttige medium om te gebruiken. Dit geldt voor vrijwel iedereen. Overigens geldt dit ook grotendeels voor andere media (waaronder het p- boek), maar internet steekt hier toch nog duidelijk bovenuit.

De economische situatie speelt daarnaast ook een belangrijke rol

Niet alleen internet veroorzaakt de dalende boekenomzet. De economische situatie speelt hier ook een duidelijke rol in. Bezuinigen wordt als vierde reden genoemd waarom mensen minder boeken voor zichzelf kopen en als eerste reden waarom mensen minder boeken als cadeau kopen. Ook de hoogte van de boekenprijs is regelmatig een reden om minder boeken cadeau te geven in vergelijking met twee jaar geleden.



Conclusies waarom daalt de boekenomzet? (3)

6

Het dalende uitgavenpatroon aan boeken komt overeen met het dalende uitgavenpatroon in het algemeen

Over het algemeen geven mensen minder geld uit aan boeken in vergelijking met twee jaar geleden. Dat komt overeen met hun totale uitgavenpatroon. Toch is de groep boekenkopers die in het algemeen minder te besteden heeft iets groter dan de groep boekenkopers die minder besteedt aan boeken. Dus binnen het bredere economische perspectief lijkt het mee te vallen. Daarnaast zien we dat ook uitgaven voor andere entertainmentproducten zoals cd's en dvd's (sterk) zijn afgenomen in vergelijking met twee jaar geleden. Binnen dat perspectief gaat het met de boekenmarkt nog wel redelijk. Maar aan de andere kant zijn de issues waar de muziek en videomarkten al eerder mee te maken hadden (gratis beschikbaarheid van veel content) ook van toepassing op de boekenmarkt.

Voorzichtigheid leidt tot minder uitgaven aan boeken

Consumenten zijn anno 2011 voorzichtiger geworden. Vaak ook omdat ze minder te besteden hebben en daardoor bekijken ze sommige uitgaven – waaronder die voor boeken – extra kritisch. Vaak hebben ze andere prioriteiten en besteden ze hun geld liever aan andere zaken. Ook besteedt een deel zijn geld nu vaker aan tweedehands boeken in vergelijking met twee jaar geleden.

Samenvattend...

Samenvattend kunnen we concluderen dat er drie belangrijke oorzaken zijn voor de dalende boekenmarkt:

- 1) De rol van internet als vervangende tijdsbesteding en informatievoorziening
- 2) De tweedehands boekenmarkt die voor steeds meer consumenten een goed alternatief biedt
- 3) De economische situatie die consumenten in het algemeen voorzichtiger heeft gemaakt

Bovenstaande oorzaken zijn niet tijdelijk, dus het zal voor de boekenmarkt geen eenvoudige opgave zijn de stijgende lijn weer op te pakken. In ieder geval zal de kracht van internet maximaal benut moeten worden om van elkaar te kunnen profiteren en er niet door weggeconcentreerd te worden.



Conclusies leesattitude en bezoek aan de bibliotheken

7

Lezen is ontspannend, maar ook verrijkend, leuk, boeiend en leerzaam

Het lezen van boeken hangt vooral sterk samen met ontspanning. Daarnaast is het vaak interessant, verrijkend, leuk, boeiend en leerzaam. Ontspannen en meeleven met het verhaal of met de hoofdpersoon van het verhaal zijn belangrijke motieven, die vooral door vrouwen vaak genoemd worden. Lezers vinden thrillers het leukst en literaire boeken het meest nuttig om te lezen. Verder zijn detectives en avonturenboeken volgens veel lezers leuke genres. Naast literaire boeken vindt men oorlogs- en verzetsboeken ook vaak nuttig om te lezen.

Eén op de zes mensen leent boeken bij de bibliotheek voor zichzelf

De bibliotheek wordt vooral veel gebruikt door mensen die boeken willen lenen om zelf te gebruiken. Van de Nederlanders doet 35% dat wel eens en 17% doet dat zelfs maandelijks of vaker. Verder wordt de bibliotheek vaak gebruikt om ter plekke boeken te lezen of in te zien en om informatie te zoeken. Vrouwen komen vaker dan mannen in de bibliotheek om boeken te lenen voor zichzelf en om boeken te lezen. Jongeren gebruiken de bibliotheek vaak om informatie te zoeken en / of gebruik te maken van computers van de bibliotheek of van zichzelf.



2 Resultaten

Resultaten

- ➔ • Koopgedrag nu en twee jaar geleden
- Gebruik van informatiebronnen voor koken en reizen
- Leesattitude
- Het gebruik van de bibliotheek

Een tijdschrift en een papieren boek voor eigen gebruik worden het vaakst aangeschaft door boekenkopers. DVD's en CD's worden minder frequent aangeschaft.

Aanschaf producten: gemiddeld aantal in de afgelopen drie maanden



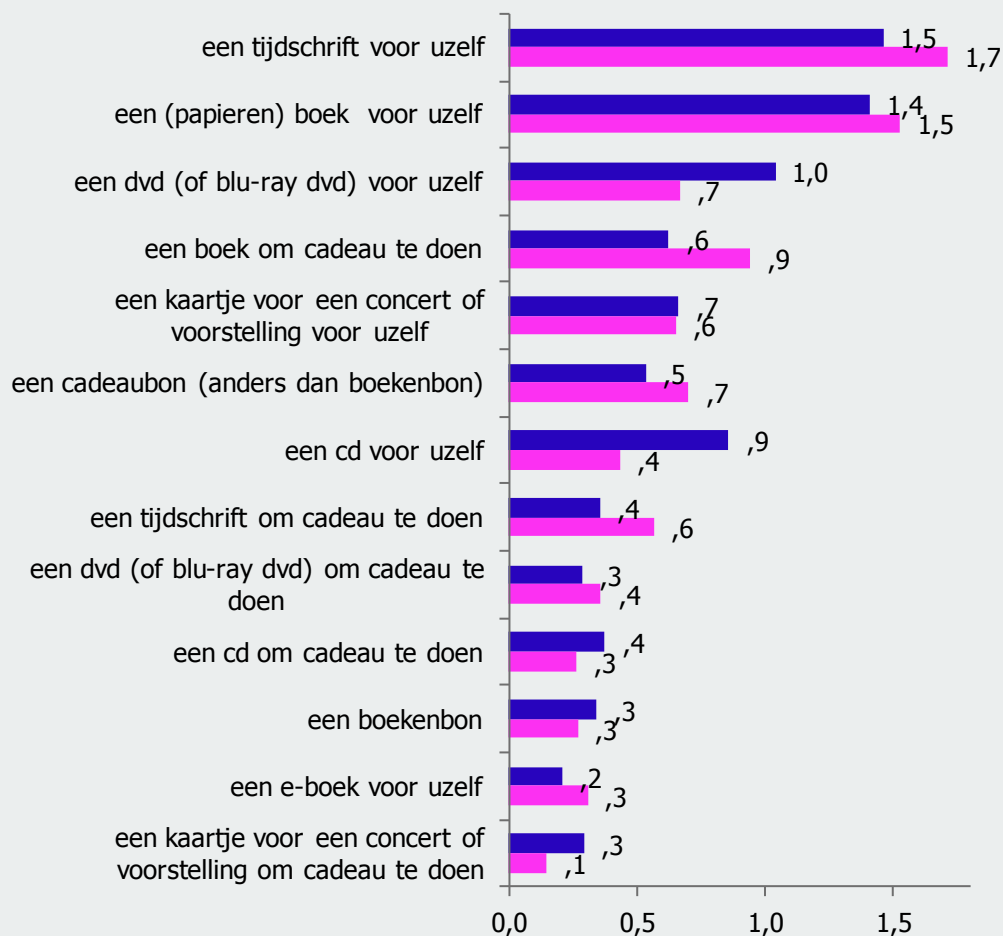
Basis, Selectie: iedereen die ten minste eenmaal per jaar boeken koopt = 321

A1: Hoe vaak heeft u in de afgelopen drie maanden de volgende zaken aangeschaft?

Vrouwen kopen vaker boeken dan mannen, zowel voor zichzelf als om cadeau te doen. Mannen kopen vaker een cd of dvd voor zichzelf.

10

Aanschaf producten: gemiddeld aantal in de afgelopen drie maanden;
man (blauw) versus vrouw (roze)



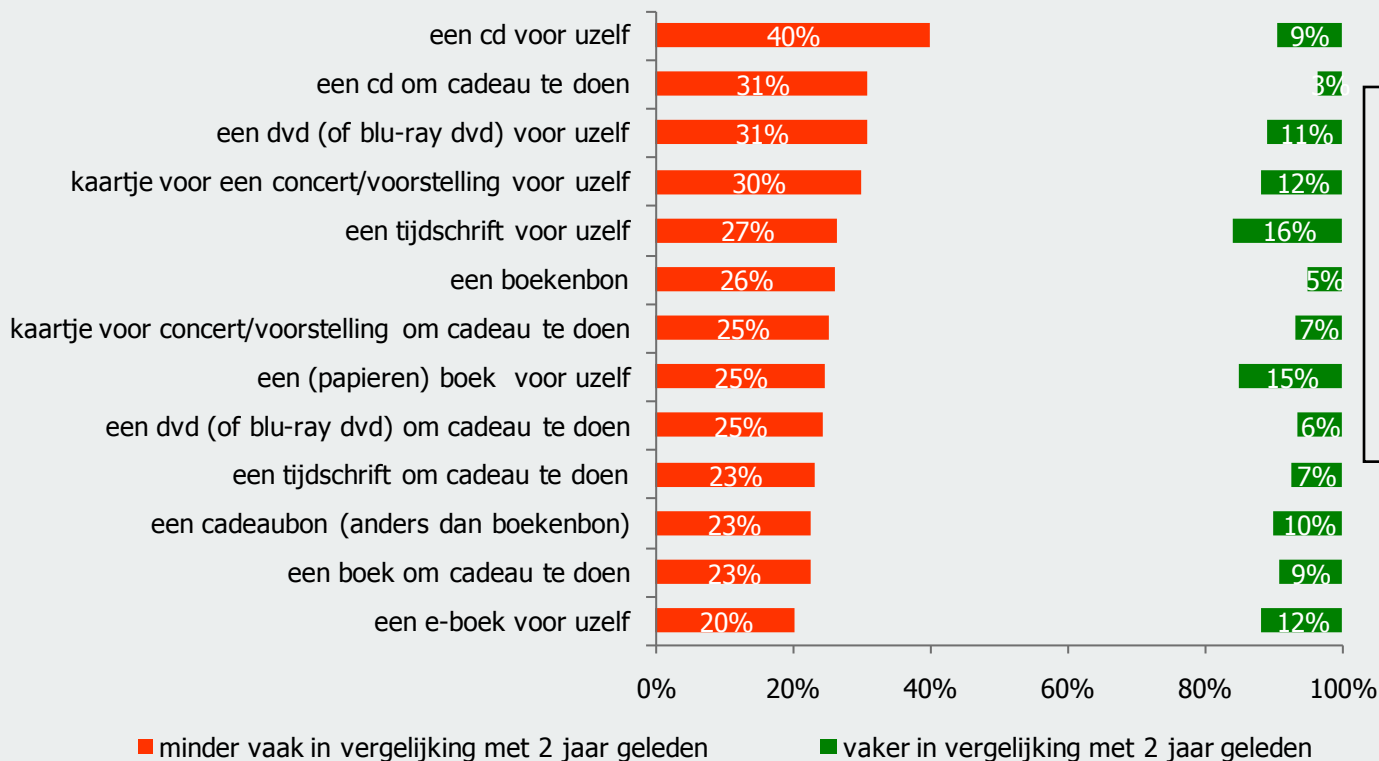
Basis, Selectie: iedereen die ten minste eenmaal per jaar boeken koopt, mannen n = 140, vrouwen n = 181

A1: Hoe vaak heeft u in de afgelopen drie maanden de volgende zaken aangeschaft?

De aanschaf van cd's is het sterkst gedaald in vergelijking met twee jaar geleden; 25% koopt minder vaak een boek voor zichzelf in vergelijking met twee jaar geleden, 15% doet dit juist vaker: per saldo is dat - 10%.

11

Vergelijking aanschaf producten nu en twee jaar geleden



Verschillen tussen doelgroepen

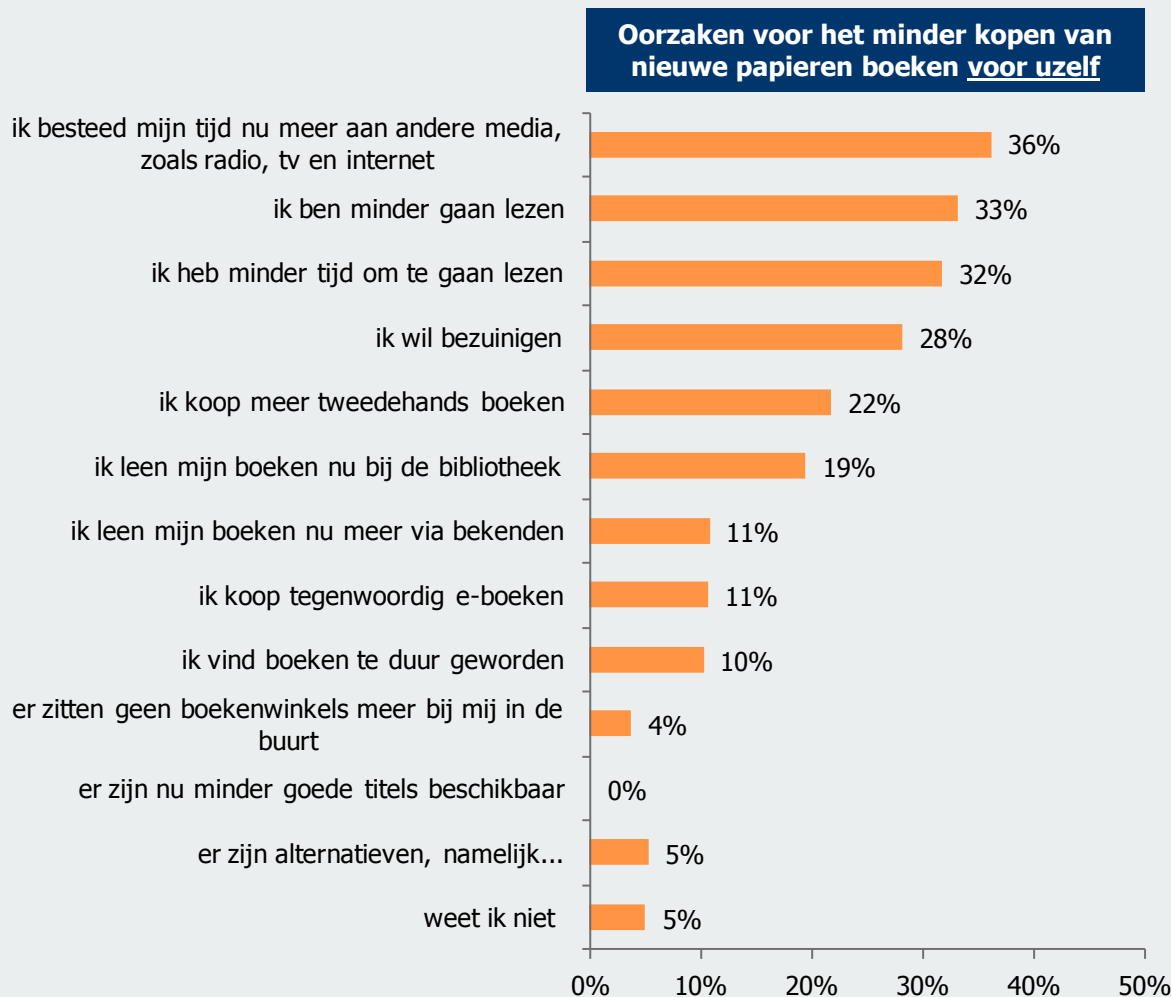
- Vrouwen zijn ten opzichte van mannen vaker meer boeken gaan kopen in vergelijking met twee jaar geleden.
- Het aandeel laag opgeleiden dat minder vaak een boek cadeau doet ten opzichte van twee jaar geleden is hoger dan het aandeel hoog opgeleiden.

Basis, Selectie: iedereen die ten minste eenmaal per jaar boeken koopt = 321

A2: Als u nu terugkijkt naar twee jaar geleden (dus de afgelopen 24 maanden), in hoeverre schaft u dezelfde producten nu vaker, even vaak of minder vaak aan in vergelijking met destijds?

Het gebruik van andere media (zoals radio, tv en internet) is een belangrijke oorzaak voor het minder kopen van boeken.

12



Verschillen tussen doelgroepen

➤ Hoewel de basis (79 waarnemingen) smal is, zien we dat mannen vaker "andere media" als oorzaak noemen dan vrouwen.

Basis, Selectie: iedereen die minder papieren boeken voor zichzelf is gaan kopen = 79

A3a: U heeft aangegeven minder vaak nieuwe papieren boeken voor uzelf te schaffen in vergelijking met 2 jaar geleden.

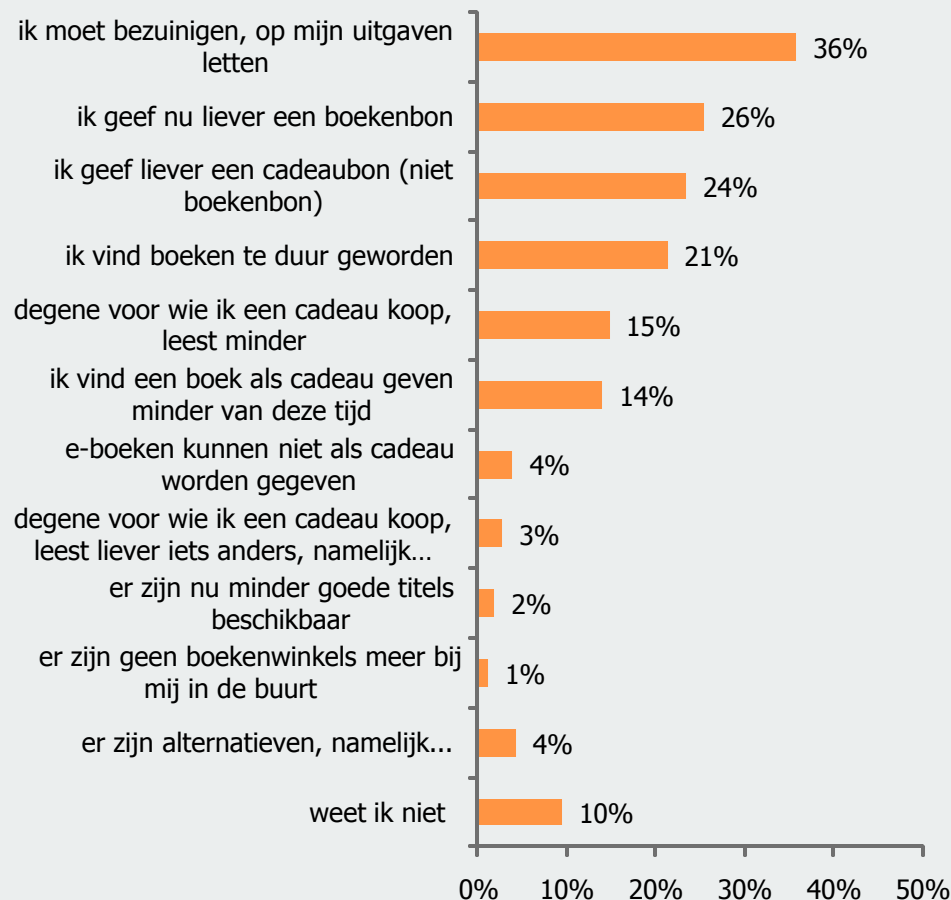
Kunt u aangeven wat daar oorzaken van zijn?



Bezuinigingen van persoonlijke aard zijn de belangrijkste oorzaak voor het minder kopen van boeken als cadeau.

13

Oorzaken voor het minder kopen van nieuwe papieren boeken als cadeau



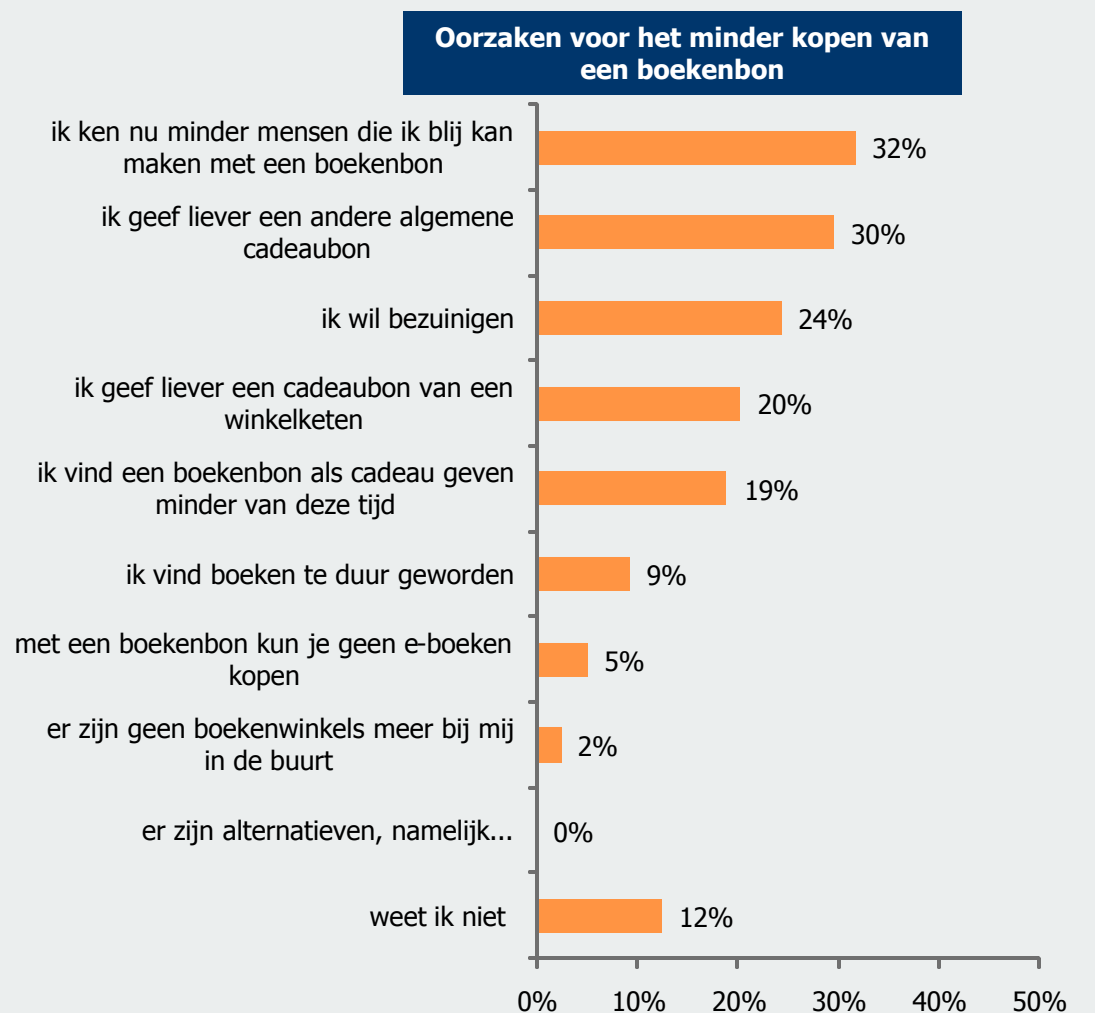
Basis, Selectie: iedereen die minder vaak cadeauboeken is gaan kopen = 68

A3b: U heeft aangegeven minder vaak papieren boeken als cadeau aan te schaffen in vergelijking met 2 jaar geleden.

Kunt u aangeven wat daar oorzaken van zijn?

Belangrijke oorzaak voor minder kopen van een boekenbon is dat er minder mensen zijn die men er blij mee maakt. Of men geeft liever een andere algemene cadeaubon.

14



Basis, Selectie: iedereen die minder boekenbonnen is gaan kopen = 74

A3c: U heeft aangegeven minder vaak een boekenbon aan te schaffen in vergelijking met 2 jaar geleden.

Kunt u aangeven wat daar oorzaken van zijn?



Boekenkopers hebben nog steeds de grootste voorkeur om bij de fysieke boekhandel te kopen. Maar de voorkeur voor nieuwe boeken bij de internetwinkel is gestegen ten opzichte van 2009.

15

Voorkeur voor aankoopplaatsen boek

Nu

2 jaar geleden



Is het nog steeds hetzelfde?

nee, dit is veranderd ten opzichte van 2 jaar geleden
31%



A4a: Stel u zou nu een boek willen kopen.
Welke aankoopplaats heeft dan uw voorkeur?

A4b: Is dat dan dezelfde aankoopplaats of is dat veranderd ten opzichte van destijds?

A4c: Welke aankoopplaats had 2 jaar geleden uw voorkeur?

Basis, Selectie: iedereen die ten minste eenmaal per jaar boeken koopt = 321

INTOMART GfK



Zoek- en bestelgemak vormen vaak een reden om over te stappen naar internetwinkels.

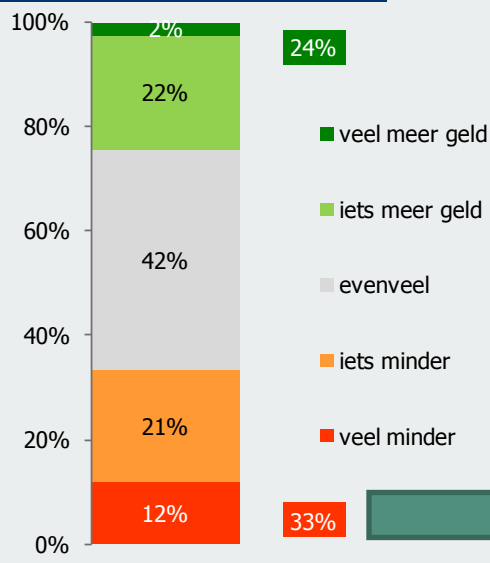
16



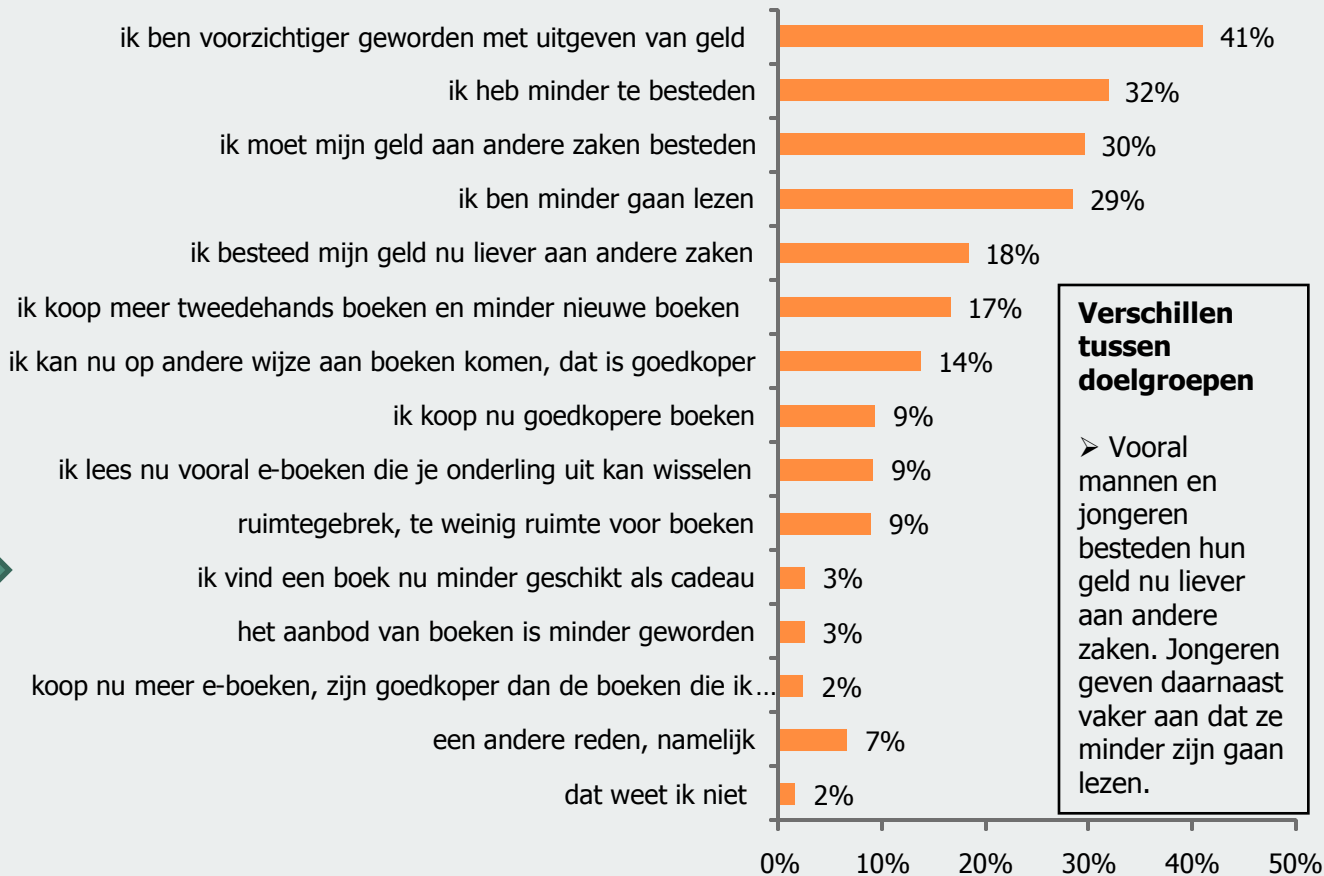
A4d: Kunt u aangeven wat er veranderd is waardoor u boeken bij een andere aankoopplaats zou kopen in vergelijking met twee jaar geleden?

Een derde besteedt minder aan boeken en een kwart meer dan twee jaar geleden. Vooral omdat men voorzichtiger is geworden met geld uitgeven.

Geld besteden aan boeken: vergelijking tussen nu en twee jaar geleden



Redenen waarom men minder geld aan boeken besteedt in vergelijking met twee jaar geleden



Verschillen tussen doelgroepen

➤ Vooral mannen en jongeren besteden hun geld nu liever aan andere zaken. Jongeren geven daarnaast vaker aan dat ze minder zijn gaan lezen.

Basis, A5 Selectie: iedereen die ten minste eenmaal per jaar boeken koopt = 321

Basis, A6: Selectie: het budget dat men aan boeken besteedt is lager dan 2 jaar geleden = 110

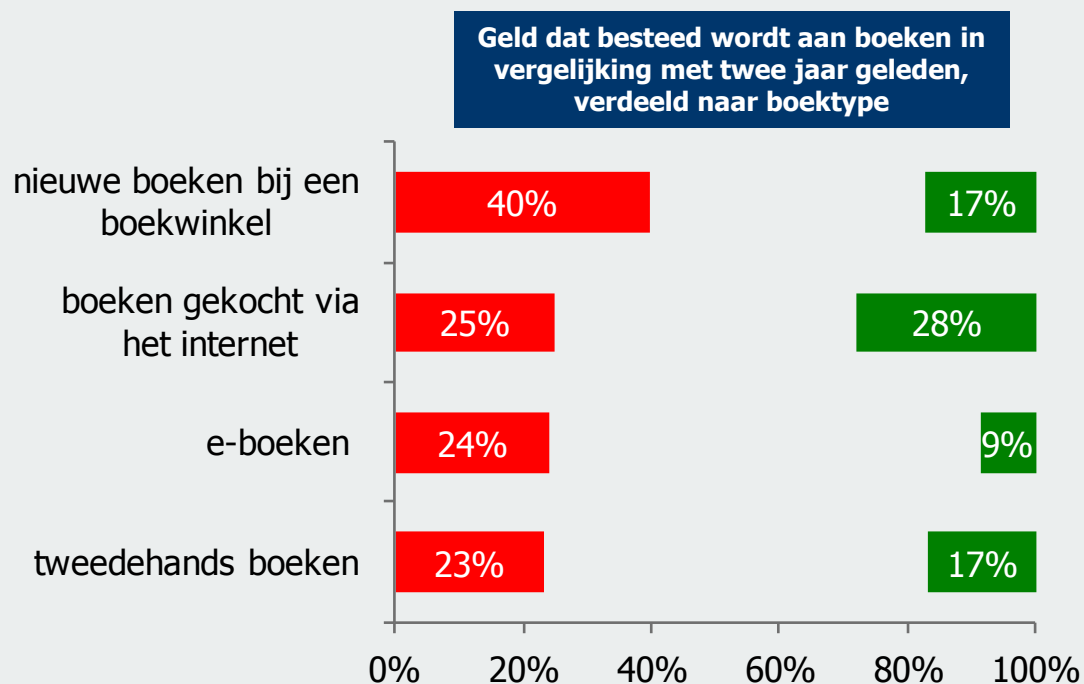
A5: Besteedt u nu meer, evenveel of minder geld aan boeken dan 2 jaar geleden?

A6: Wat is of wat zijn de reden(en) waarom u minder geld aan boeken besteedt in vergelijking met 2 jaar geleden?



Bestedingen van alle boeksoorten - behalve wanneer deze via het internet gekocht zijn - lopen terug tov twee jaar geleden. De besteding aan nieuwe boeken bij de boekwinkel loopt zelfs sterk terug.

18



Verschillen tussen doelgroepen

➤ Hoog opgeleiden zijn in vergelijking met twee jaar geleden overwegend meer tweedehands boeken gaan kopen, terwijl laag opgeleiden in vergelijking met twee jaar geleden juist minder tweedehands boeken zijn gaan kopen.

■ ik besteed hier nu minder geld aan in vergelijking met twee jaar geleden

■ ik besteed hier nu meer geld aan in vergelijking met twee jaar geleden

*Basis, A7, Selectie:
iedereen die ten minste
eenmaal per jaar boeken
koopt = 321*

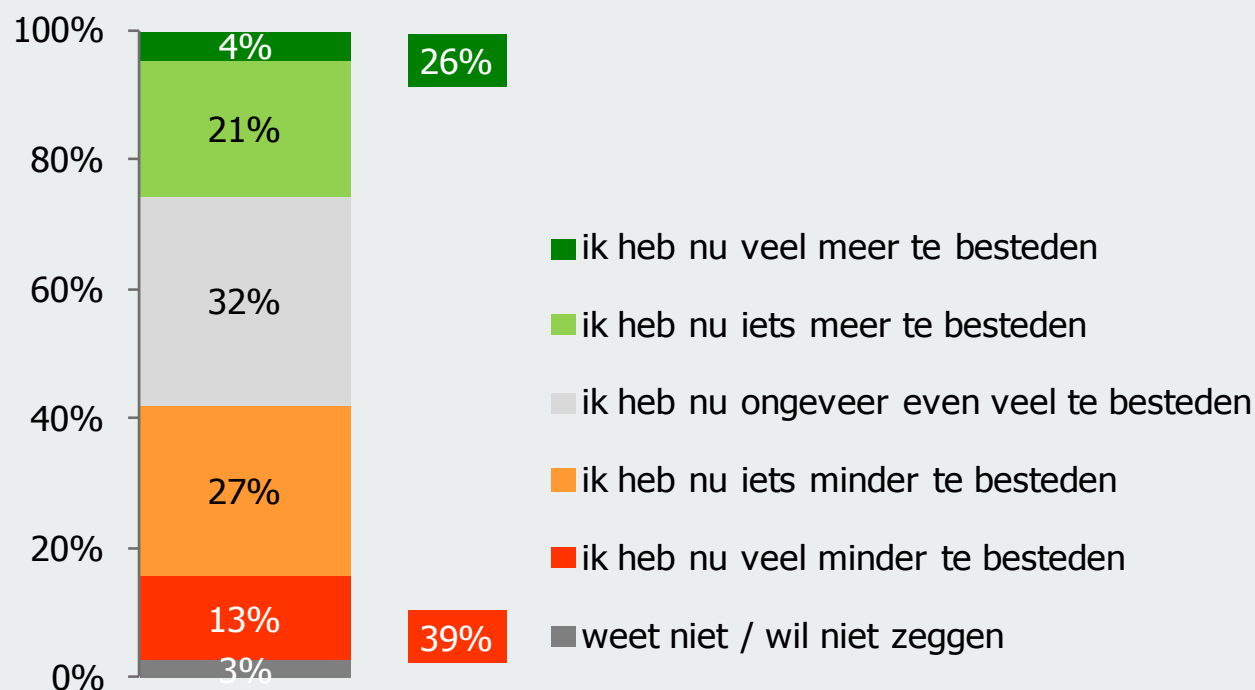
A7: Kunt u voor onderstaande aankoopplaatsen en type boeken aangeven of u er meer of minder geld aan bent gaan besteden in vergelijking met twee jaar geleden?



Het aandeel Nederlanders dat minder te besteden heeft is groter dan het aandeel dat meer te besteden heeft dan twee jaar geleden.

19

Financiële situatie in het algemeen: vergelijking nu met twee jaar geleden



Verschillen tussen doelgroepen

- Vooral laag opgeleide mensen hebben in vergelijking met 2009 minder te besteden in het algemeen.
- Het verband met de financiële situatie in het algemeen en het geld dat aan boeken wordt besteed is groot: mensen die minder te besteden hebben in het algemeen, geven ook minder geld uit aan boeken.

A8: Hoe is uw financiële situatie op dit moment als u het vergelijkt met uw financiële situatie van twee jaar geleden?

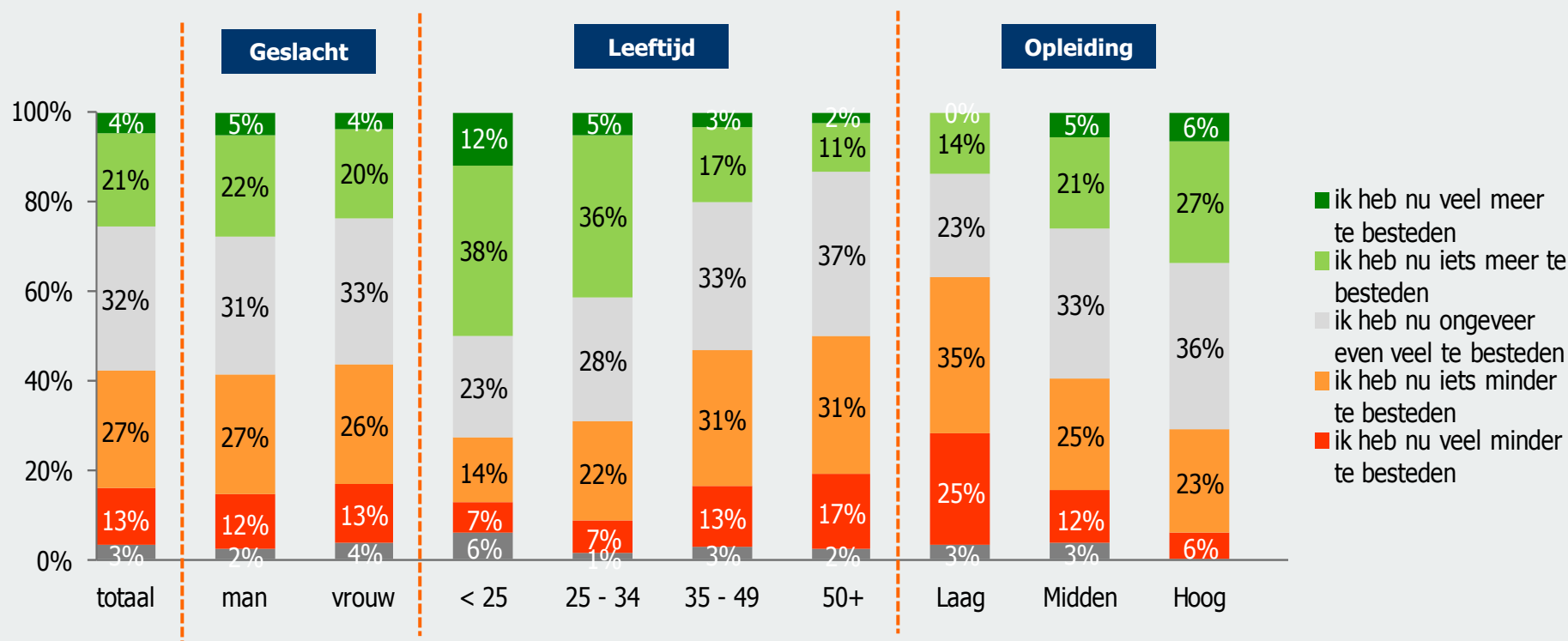
Basis allen= 500



Leeftijd en opleiding hangen in sterke mate samen met veranderingen in de financiële situatie ten opzichte van twee jaar geleden.

20

Financiële situatie in het algemeen: vergelijking nu met twee jaar geleden (naar doelgroepen)



Basis allen= 500

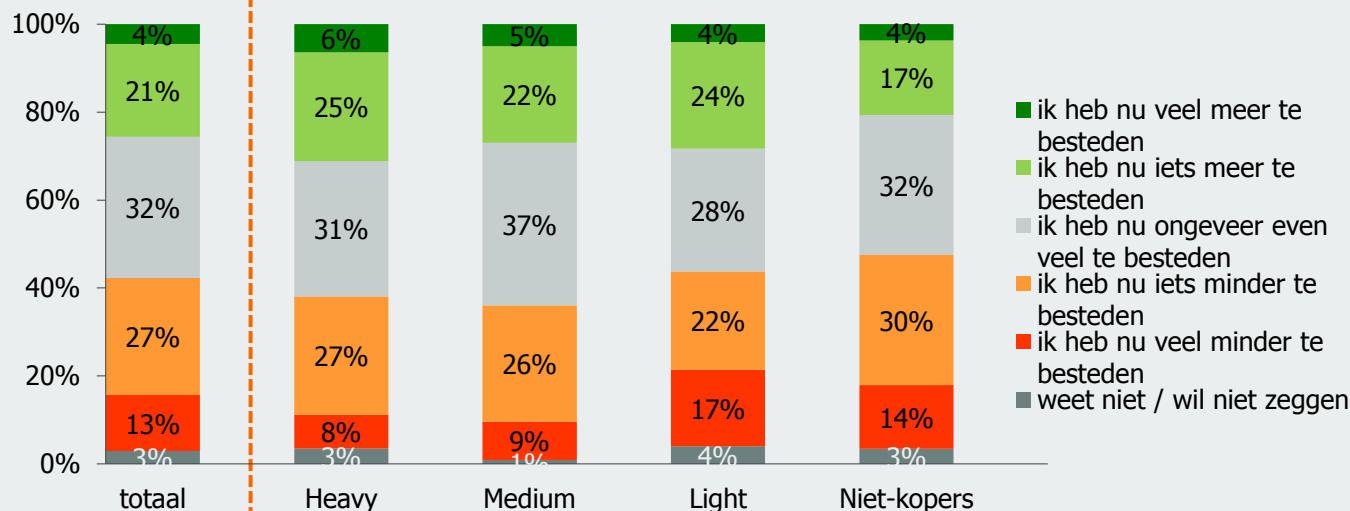
A8: Hoe is uw financiële situatie op dit moment als u het vergelijkt met uw financiële situatie van twee jaar geleden?



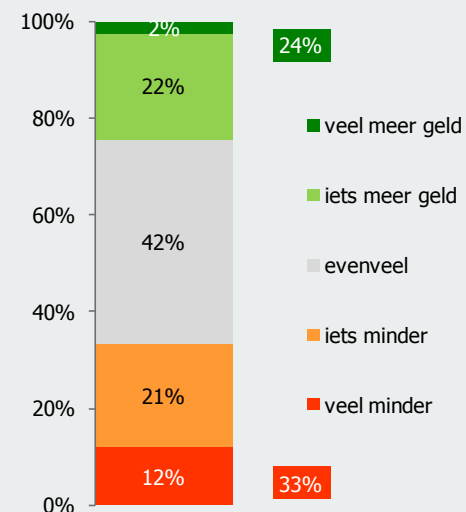
Alle groepen boekenkopers hebben gemiddeld ten opzichte van twee jaar geleden minder te besteden.

21

Financiële situatie in het algemeen: vergelijking nu met twee jaar geleden (boekenkopers)



Geld besteden aan boeken: vergelijking tussen nu en twee jaar geleden



Basis heavy kopers n = 62
 Medium kopers n = 135
 Light kopers n = 124
 Niet kopers n = 179

A8: Hoe is uw financiële situatie op dit moment als u het vergelijkt met uw financiële situatie van twee jaar geleden?

Resultaten

- Koopgedrag nu en twee jaar geleden
- ➔ • Gebruik van informatiebronnen voor koken en reizen
- Leesattitude
- Het gebruik van de bibliotheek

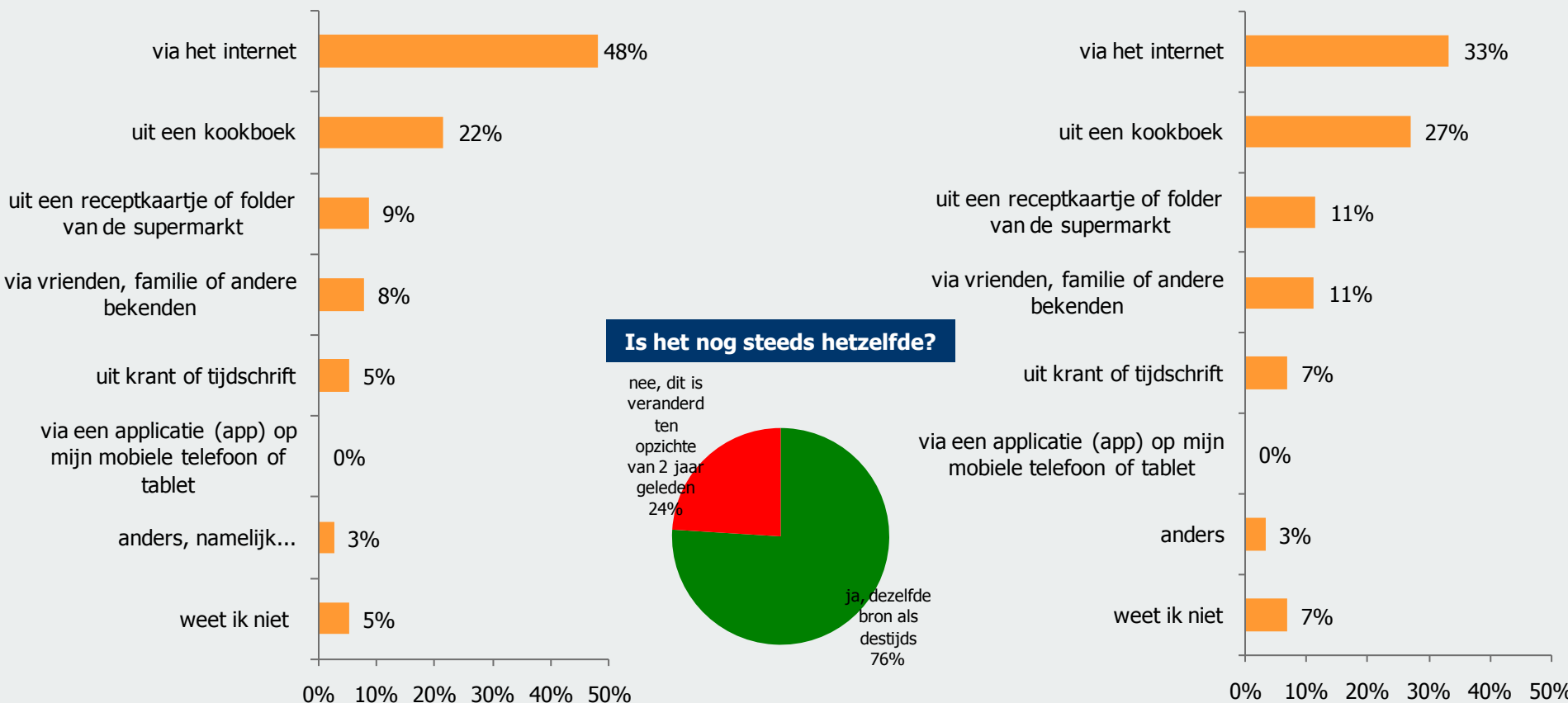
Internet wordt steeds vaker als informatiebron gebruikt wanneer men een recept zoekt. Het gebruik van andere bronnen - inclusief het kookboek - neemt af ten opzichte van twee jaar geleden

23

Bronnen om informatie te zoeken over een recept

Nu

2 jaar geleden



B1a: Stel u bent van plan lekker te gaan koken en voor het eerst een nieuw gerecht te maken, kunt u aangeven waar u het eerst informatie vandaan zou willen halen?

B1b: Als u dit vergelijkt met 2 jaar geleden. Is dat dan dezelfde informatiebron of is dat veranderd ten opzichte van destijds?

B1c: Welke informatiebron had 2 jaar geleden uw voorkeur?

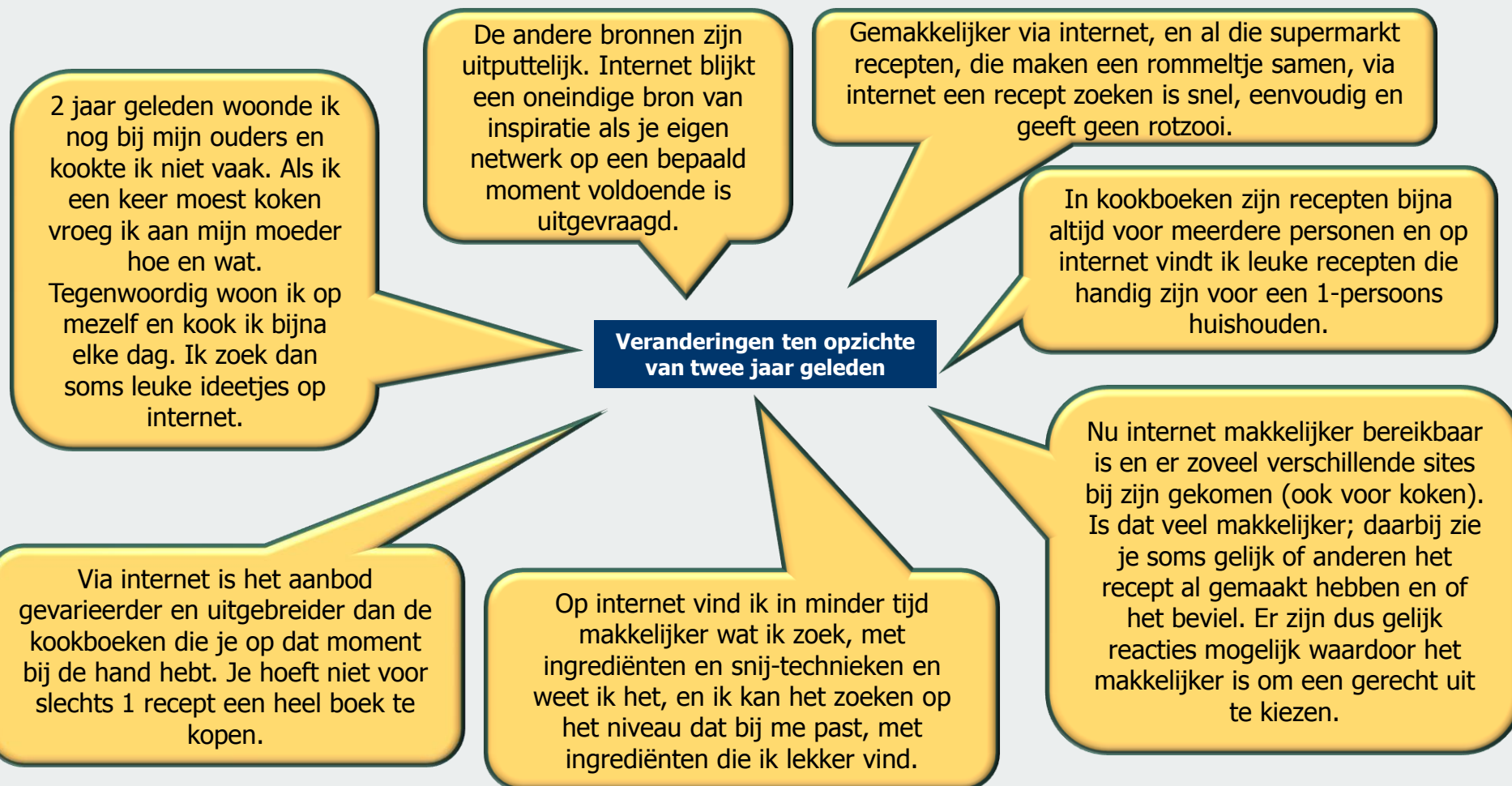
Basis allen= 500

INTOMART GfK



Interactiviteit en variatie zijn voor mensen die een recept zoeken vaak redenen om dat via internet te zoeken.

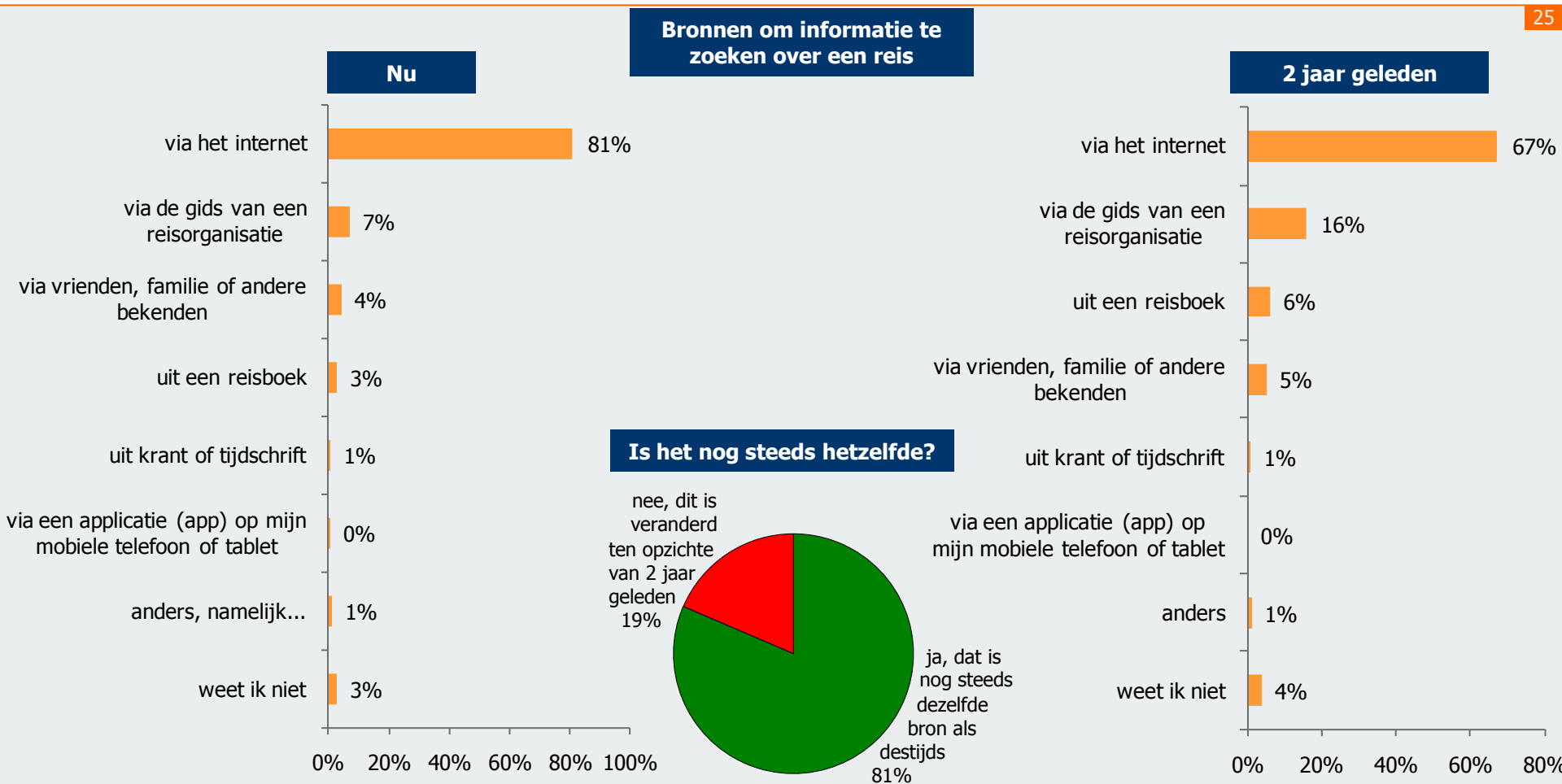
24



B1d: U heeft aangegeven dat dit een andere informatiebron is in vergelijking met 2 jaar geleden.
Kunt u aangeven wat er veranderd is?



Reisboeken en reisgidsen zijn minder vaak favoriet als men informatie wil zoeken over een te maken reis. Internet was in 2009 bij 67% favoriet, nu is dat gestegen tot maar liefst 81%.



B2a: Stel u bent van plan informatie te gaan zoeken over een reis die u wilt gaan maken. Kunt u aangeven waar u het eerst informatie vandaan zou willen halen?

B2b: Als u dit vergelijkt met 2 jaar geleden. Is dat dan dezelfde informatiebron of is dat veranderd ten opzichte van destijds?

B2c: Welke informatiebron had 2 jaar geleden uw voorkeur?

Basis allen= 500

INTOMART GfK



Internet wordt – in vergelijking met twee jaar geleden – vooral gebruikt ter vervanging van reisgidsen. Vooral omdat het actueler is en informatie vanuit diverse hoeken (bv klantbeoordelingen) bevat.

26

Eigenlijk hetzelfde als met het koken. Zoeken via internet is veel makkelijker geworden, en biedt veel voordelen. Het is makkelijker, sneller en er kan gelijk bekeken worden wat andere mensen die eerder die reis hebben gemaakt van de reis vonden.

Ik heb ontdekt dat ik veel reisinformatie via Internet kan bekijken en vind ook de beoordelingen van andere reizigers interessant.

Op internet kun je vakanties goed vergelijken en ook de prijzen verschillen soms sterk en zo krijg je als consument een beter inzicht.

Veranderingen ten opzichte van twee jaar geleden

Je kunt meer vergelijken, reisboeken hebben maar een beperkt aanbod.

Sneller, vollediger weergave van accommodaties (niet alleen diegene die de reisorganisatie aanbiedt), klantenbeoordeling aanwezig, eenvoudiger, vaak voordeliger.

Twee jaar geleden deed ik dit via een gids van een reisbureau, nu ben ik beter bekend met internet en durf ik dit ook aan om daadwerkelijk via internet te boeken.

We zoeken het eerst via internet, dat is makkelijker, en daarna kijken we in de reisgidsen; vind ik toch gezelliger kijken dan op de computer. Maar de computer heb je als eerste bij de hand.

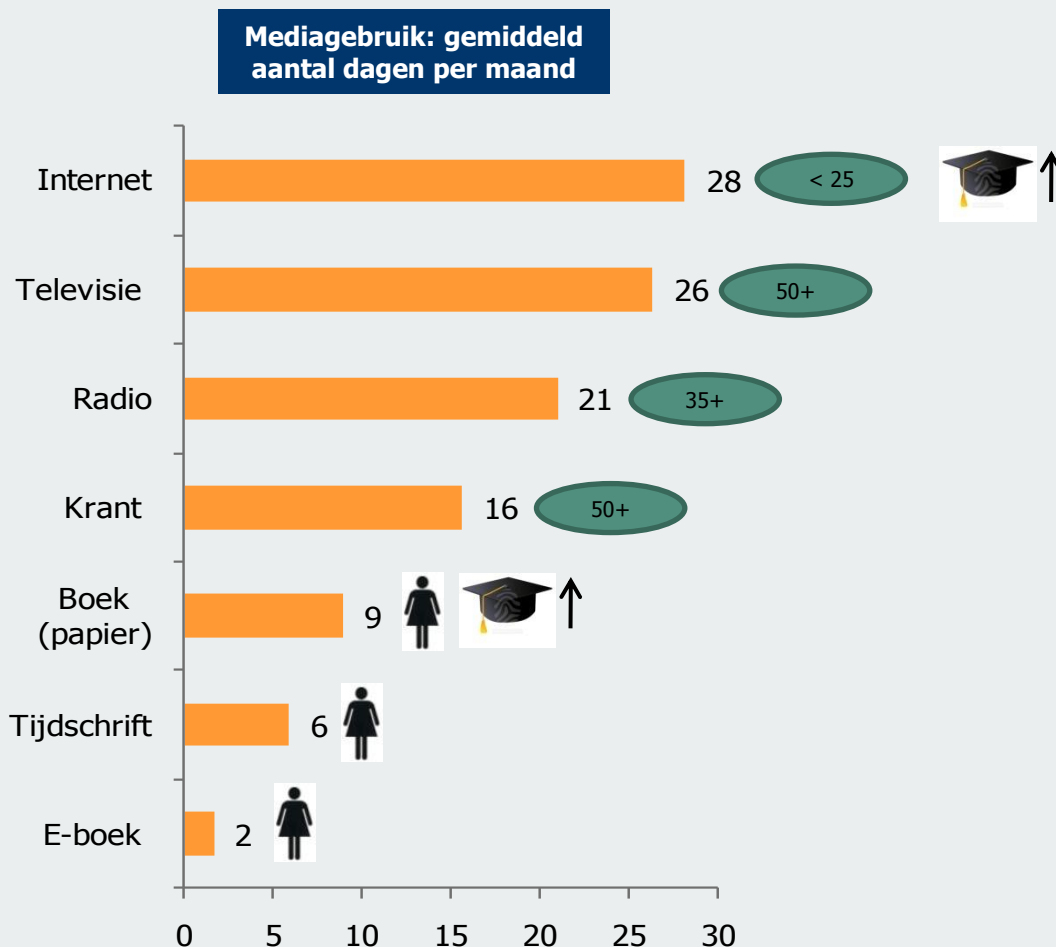
B2d: U heeft aangegeven dat dit een andere bron is in vergelijking met 2 jaar geleden. Kunt u aangeven wat er veranderd is? Waarom u via een andere bron bent gaan zoeken?

Basis = 10 pts cursief

Resultaten

- Koopgedrag nu en twee jaar geleden
- Gebruik van informatiebronnen voor koken en reizen
- ➔ • Leesattitude
- Het gebruik van de bibliotheek

Internetgebruik onder Nederlandse consumenten is bijna dagelijks. Internet is het enige medium met een relatief hoog gebruik onder jongeren.



Verschillen tussen doelgroepen

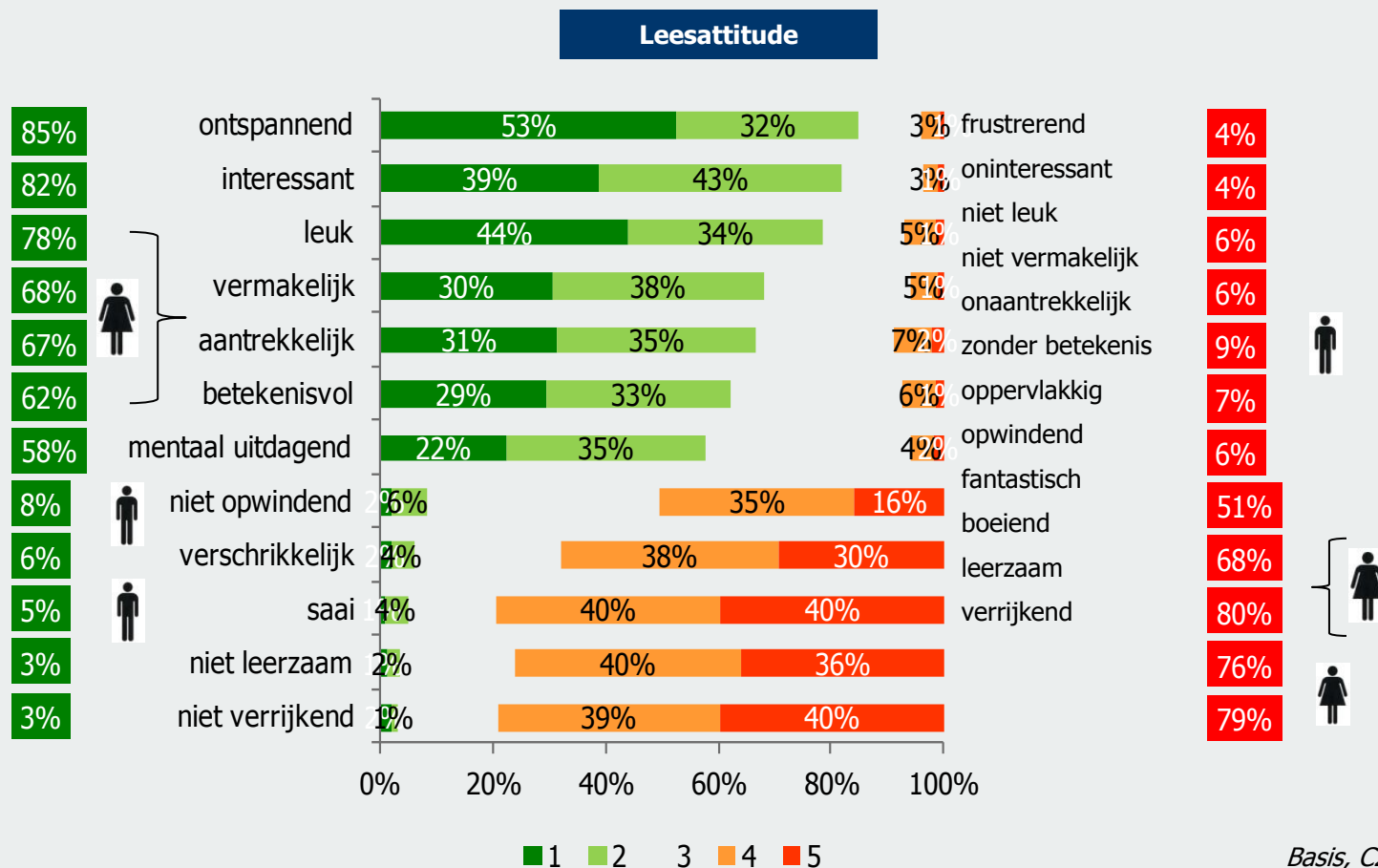
- Vooral ouderen (50+) kijken in vergelijking met jongeren veel televisie
- Internet wordt relatief veel gebruikt door jongeren en hoog opgeleiden
- De krant is heel duidelijk een "50+ medium"
- Vrouwen lezen vaker tijdschriften en (e-)boeken dan mannen
- Ouderen luisteren vaker naar de radio dan jongeren (< 25 jaar)

Basis allen= 500

C1: Hoe vaak gebruikt u gemiddeld de volgende media?

Lezen is vooral ontspannend, interessant, leuk, boeiend, leerzaam en verrijkend.

29

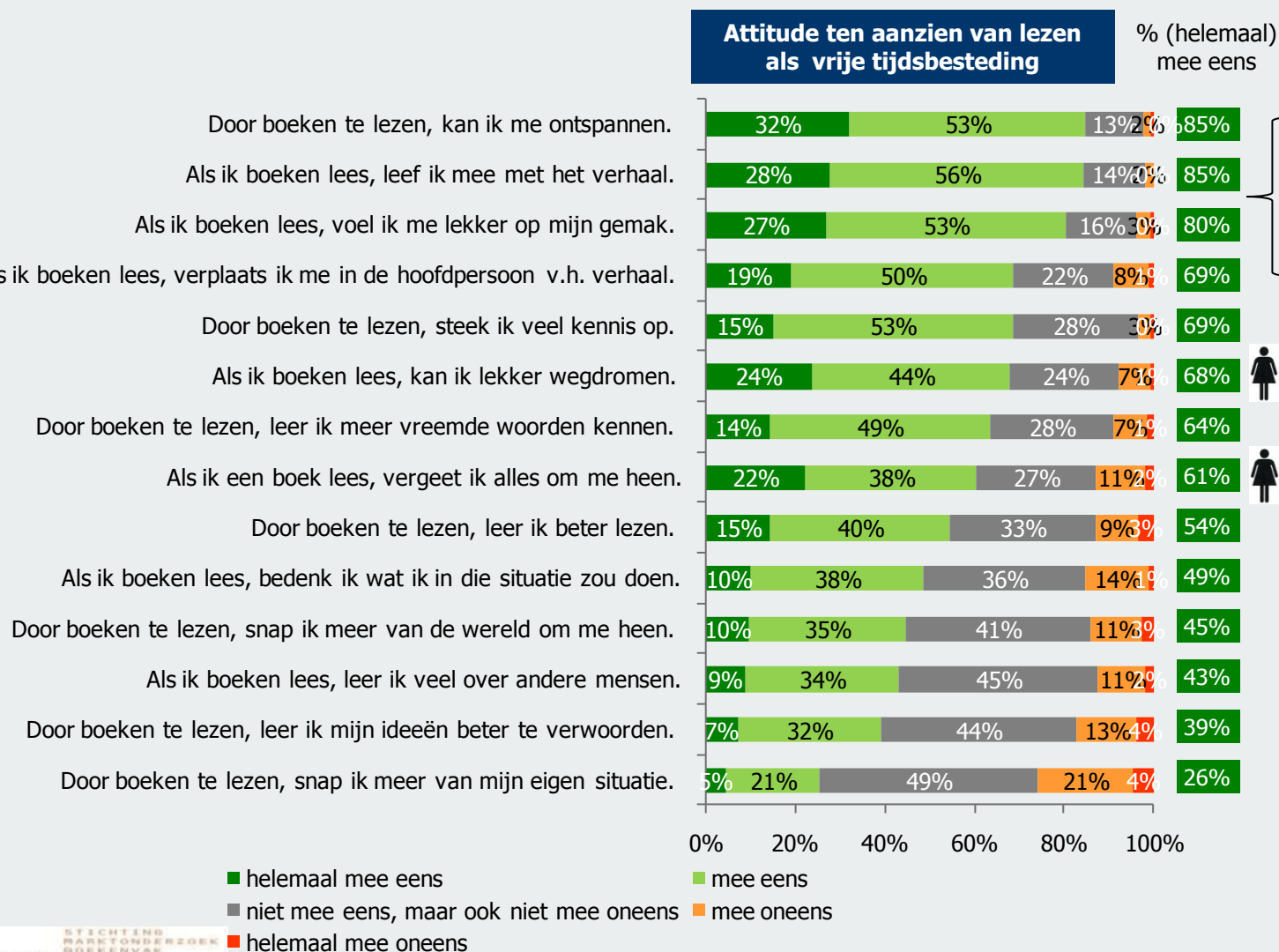


Basis, C2, Selectie: iedereen die ooit wel eens boeken heeft gelezen = 428

C2: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen over het lezen van boeken?

Ontspannen en meeleven met het verhaal zijn belangrijke motieven voor het lezen van boeken. Vrouwen zijn vaker ontspannen en leven meer mee dan mannen.

30



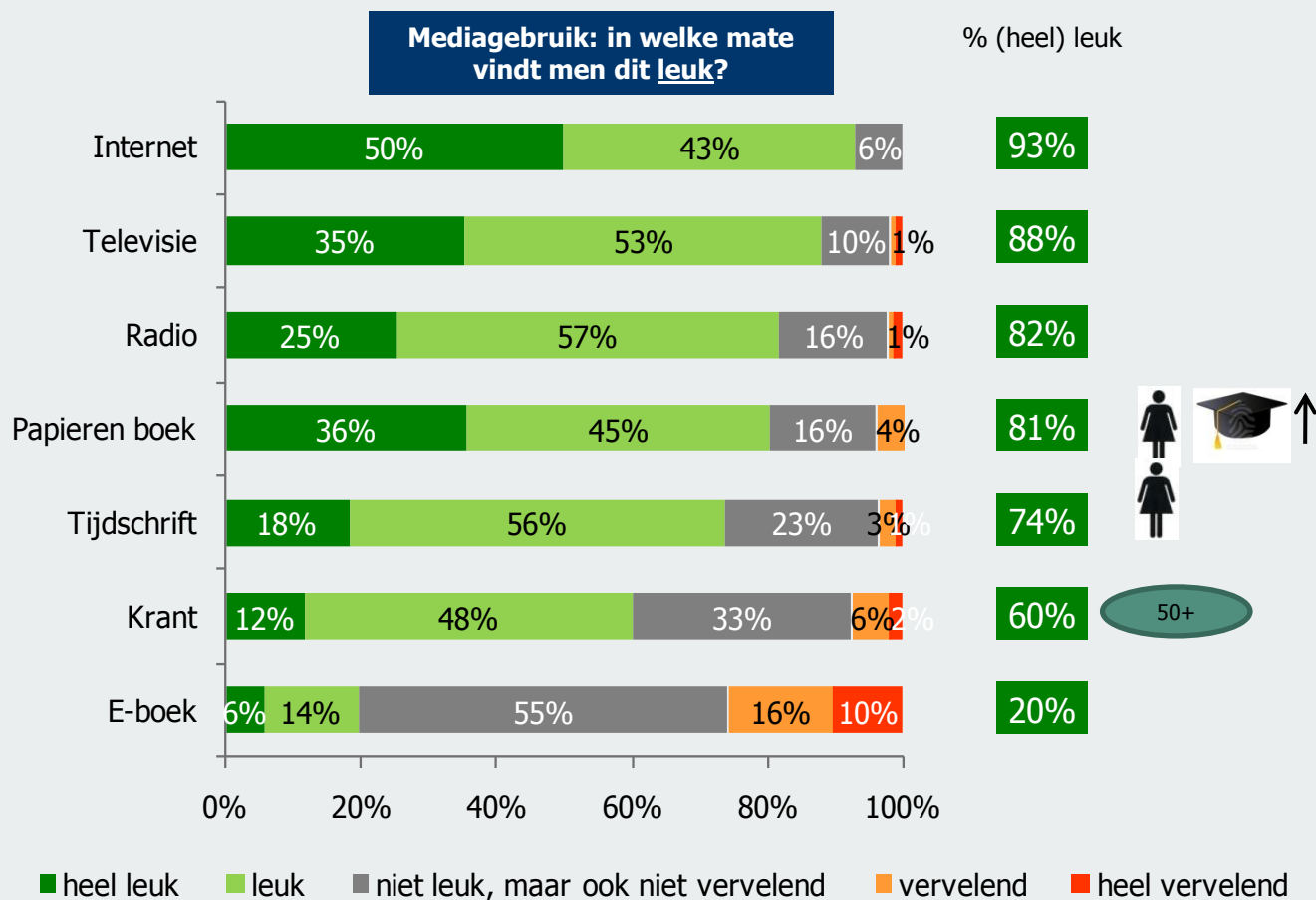
Verschillen tussen doelgroepen

➤ Vrouwen zijn het met veel stellingen sterker eens dan mannen: ze leven meer en sterker mee met het verhaal en / of de hoofdpersoon en gaan vaker helemaal op in het boek. Ook voelen ze zich vaker op hun gemak als ze lezen en heeft lezen op hen vaker een ontspannende werking.

Basis, C3, Selectie: iedereen die ooit wel eens boeken heeft gelezen = 428

Internet is voor de meeste mensen het 'leukste' medium. Vooral vrouwen en hoog opgeleiden vinden het lezen van papieren boeken leuk.

31



Verschillen tussen doelgroepen

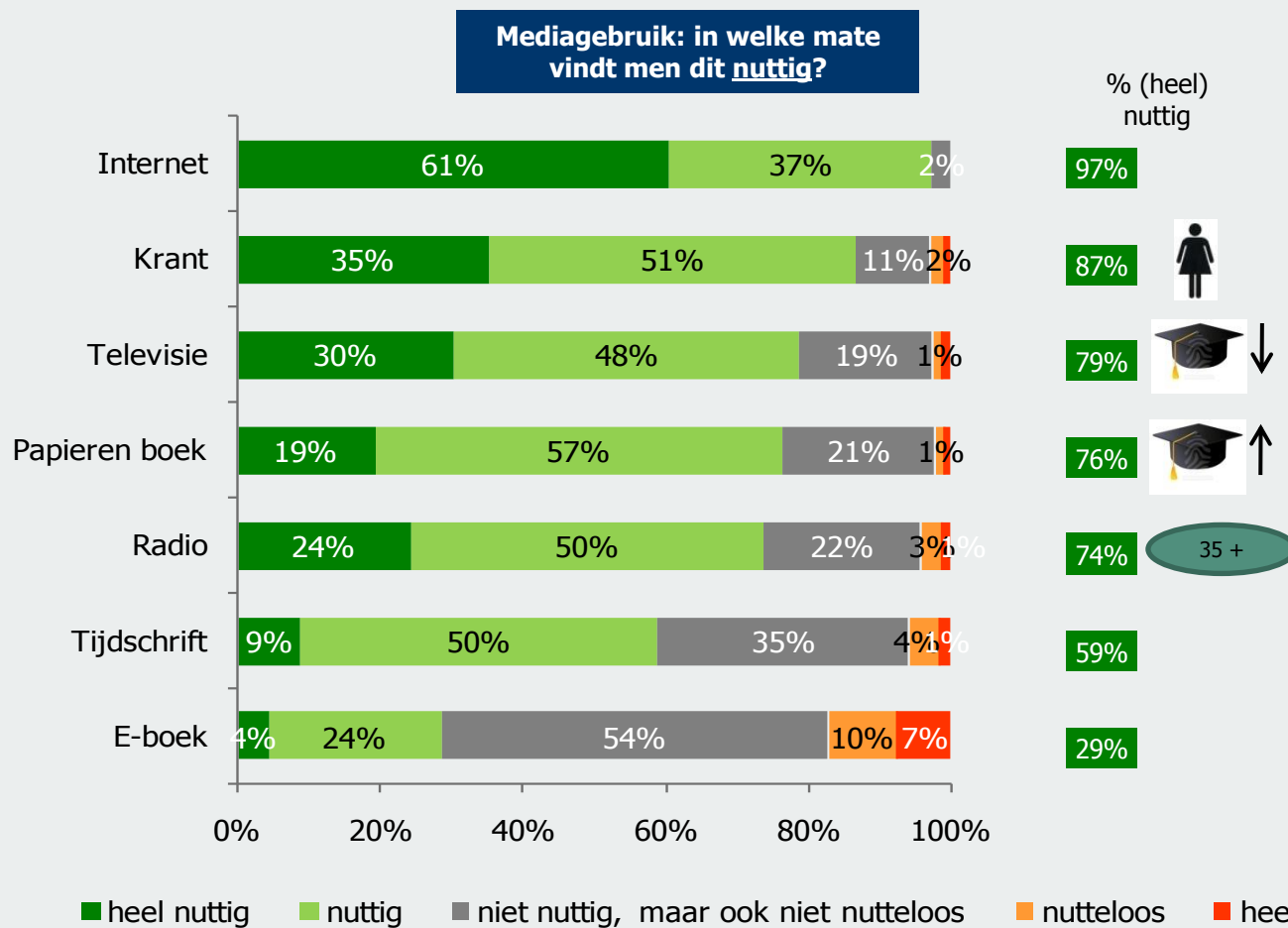
- Vooral vrouwen en hoog opgeleiden vinden het lezen van papieren boeken leuk
- Vrouwen vinden het lezen van tijdschriften meer dan gemiddeld leuk
- 50-plussers vinden het lezen van kranten leuker dan alle andere leeftijdscategorieën

Basis, C4, Selectie: iedereen die ooit wel eens boeken heeft gelezen = 428

C4: Wat vindt u van het gebruik van de volgende media?
In hoeverre vindt u dit leuk?

Vrijwel iedereen vindt gebruik van internet nuttig. Driekwart van de lezers van boeken, vindt dat nuttig.

32



Verschillen tussen doelgroepen

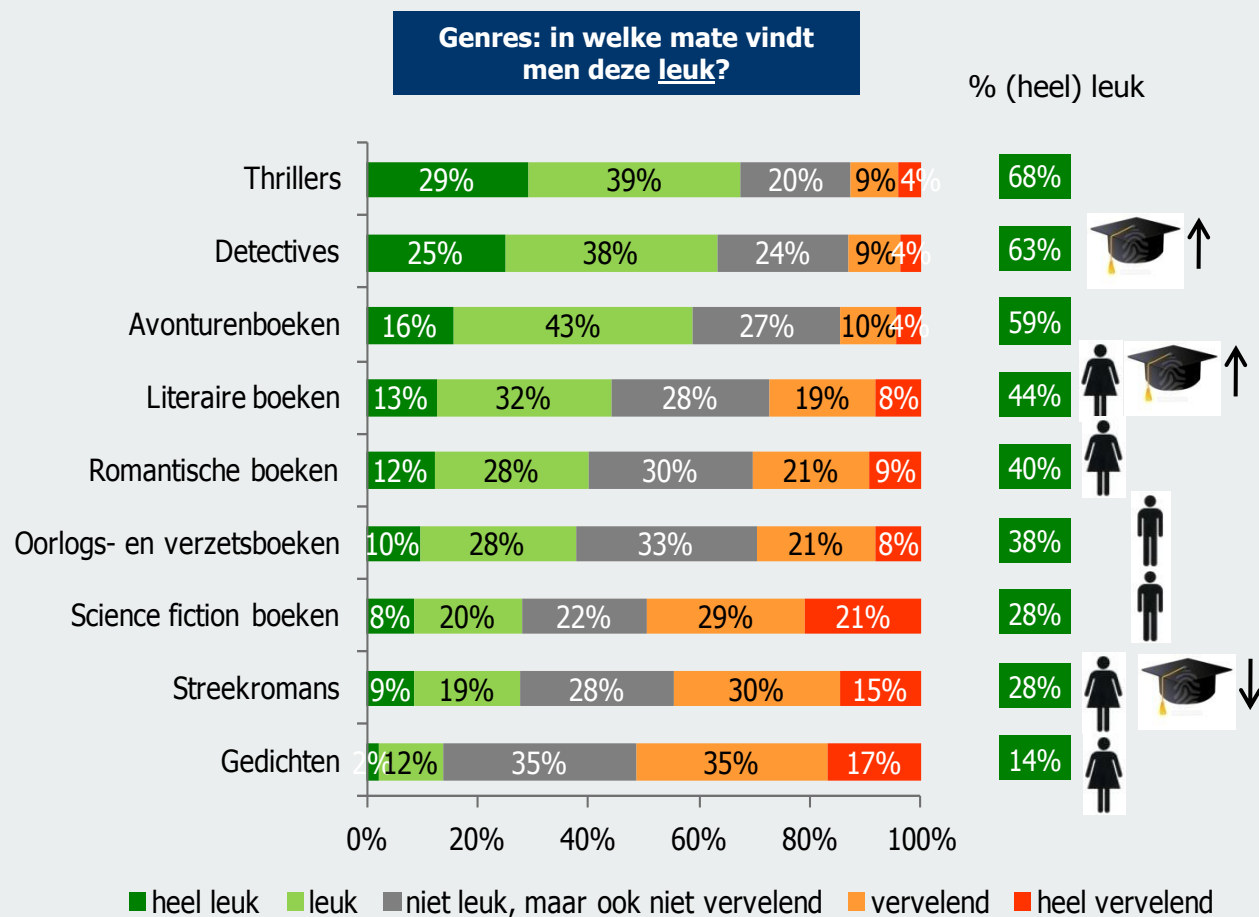
- Laag en middelbaar opgeleide mensen vinden de televisie meer nuttig dan hoog opgeleide mensen
- Hoog opgeleiden vinden een papieren boek nuttiger dan laag opgeleiden
- Vrouwen vinden het lezen van de krant nuttiger dan mannen
- Mensen van 35 jaar en ouder vinden de radio een nuttiger medium dan jongeren

C5: Wat vindt u van het gebruik van de volgende media?
In hoeverre vindt u dit nuttig?

Basis, C5, Selectie: iedereen die ooit wel eens boeken heeft gelezen = 428

Thrillers zijn voor de meeste lezers (68%) het leukste genre, gevolgd door detectives. Slechts weinig mensen (14%) vinden het lezen van gedichten leuk.

33



Verschillen tussen doelgroepen

- Mannen vinden science fiction en oorlogsboeken leuker dan vrouwen
- Vrouwen vinden literaire boeken, gedichten, romantische boeken en streekromans leuker dan mannen
- Hoog opgeleiden vinden literaire boeken en detectives leuker dan laag opgeleiden
- Laag opgeleiden vinden de streekroman juist weer leuker

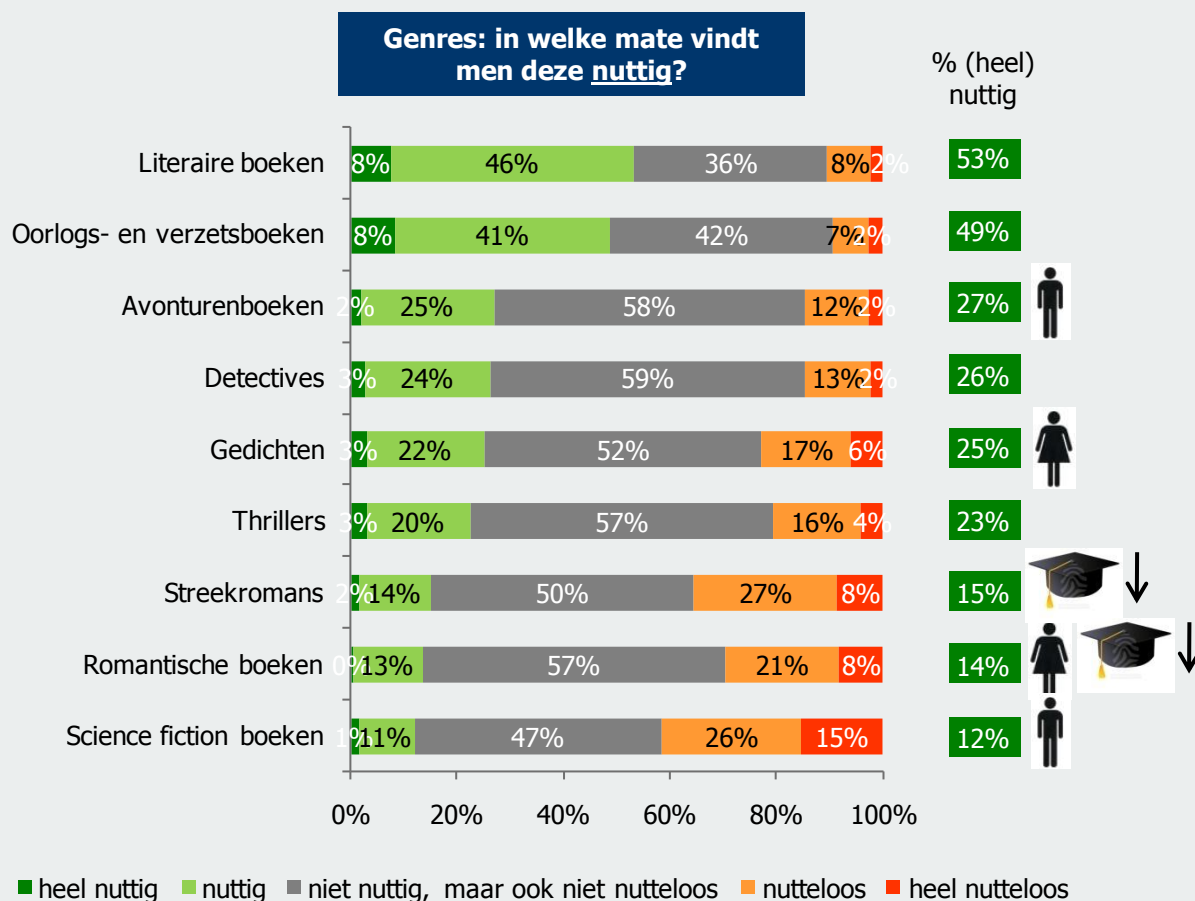
Basis, C6, Selectie: iedereen die ooit wel eens boeken heeft gelezen = 428

C6: In hoeverre vindt u het lezen van de volgende genres leuk?



Literatuur en oorlogs- en verzetsboeken zijn volgens de helft van de lezers nuttige genres om te lezen. De overige genres vindt men beduidend minder nuttig.

34



Verschillen tussen doelgroepen

- Laag opgeleiden vinden streekromans en romantische boeken nuttiger dan hoog opgeleiden
- Vrouwen vinden romantische boeken en gedichten nuttiger dan mannen
- Mannen vinden science fiction en avonturenboeken nuttiger dan vrouwen

Basis, C7, Selectie: iedereen die ooit wel eens boeken heeft gelezen = 428

C7: In hoeverre vindt u het lezen van de volgende genres nuttig?

Resultaten

- Koopgedrag nu en twee jaar geleden
- Gebruik van informatiebronnen voor koken en reizen
- Leesattitude
- ➔ • Het gebruik van de bibliotheek

17% van de Nederlanders gaat 1 keer per maand of vaker naar de bibliotheek om boeken te lenen die men zelf gaat gebruiken.

36

Mogelijkheden bibliotheek

% 1 x per maand of vaker + minder dan 1 keer per maand



Verschillen tussen doelgroepen

- Vrouwen gebruiken de bibliotheek vaker om ter plekke boeken te lezen of in te zien dan mannen
- Daarnaast lenen vrouwen er ook vaker boeken om zelf te gebruiken
- Ook hoog opgeleiden doen dat relatief vaak
- Jongeren gebruiken de bibliotheek relatief vaak als werk- of studieplek en om specifieke informatie te zoeken
- ze gebruiken er vaak computers, of van de bibliotheek of een die ze zelf hebben meegebracht.

Basis allen = 500

D1: Maakt u in de openbare bibliotheek (of bibliobus) wel eens gebruik van de volgende mogelijkheden?



B Bijlage: inleiding en onderzoeksverantwoording

Inleiding en onderzoeksdoel

Inleiding

In opdracht van de Stichting Marktonderzoek Boekenvak heeft Intomart GfK een onderzoek uitgevoerd onder consumenten naar het lees-, leen- en aankoopgedrag van boeken. Deze meting is een themameting waarbij een specifiek boekenthema verder wordt uitgediept.

Naar aanleiding van de dalende omzet in het boekenvak is voor een themameting gekozen waarin consumenten is gevraagd naar hun koopgedrag nu en in vergelijking met twee jaar geleden. Door dit niet alleen over de boekenmarkt, maar ook voor verwante entertainmentmarkten uit te vragen - markten die ook met een dalende omzet te maken hebben - kunnen we de resultaten ook goed in perspectief plaatsen.

De resultaten moeten inzicht bieden in oorzaken voor de dalende omzet binnen de boekenmarkt vanuit consumentenperspectief en voor de verschillende doelgroepen. Diverse mogelijke oorzaken komen aan bod, zoals bijvoorbeeld:

- De rol van andere media (die een daling in leesgedrag kunnen verklaren)
- De tweedehands markt
- Andere bronnen om aan informatie te komen (met name voor de non-fictie markt)
- De rol van het e-boek

Daarnaast krijgen consumenten voldoende gelegenheid om door middel van open vragen zelf aan te geven waarom hun koop- en / of leesgedrag ten opzichte van twee jaar geleden is veranderd.

Naast dit hoofdthema zijn twee hoofdstukken gereserveerd voor de thema's: leesattitude & het gebruik van de bibliotheek.



Onderzoeksopzet en -verantwoording

39

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 is allereerst vastgesteld of men boeken leest, koopt en / of leent bij de bibliotheek. Vervolgens zijn de volgende thema's uitgevraagd:

- Koopgedrag van entertainmentproducten nu en in vergelijking met twee jaar geleden
- Redenen voor verandering in koopgedrag
- Informatie over koken / reizen via boeken en andere kanalen: nu en in vergelijking met twee jaar geleden
- Leesattitude
- Het gebruik van de bibliotheek

Veldwerk

Het veldwerk voor dit onderzoek werd uitgevoerd in de periode 13 t/m 19 oktober 2011. 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 niet gequoteerd.



Onderzoeksopzet en -verantwoording

40

Responsverantwoording meting 18 (veldwerk uitgevoerd in oktober 2011):

Aantal uitgestuurde uitnodigingen:	900
Vragenlijst niet afgemaakt:	30
Afgevallen:	0
Quotafail:	67
Vragenlijst niet geopend:	303
Totaal aantal ingevulde vragenlijsten:	500

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 november 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>).

