



Rapportage Boekenbranche Meting 35

1e reguliere meting van 2016 naar het kopen, lezen en lenen van boeken

39239

Januari 2016

Amber Scholtz

Ewout Witte



Inhoud

1. Inleiding
2. Management samenvatting
3. Resultaten
 - Bestedingen en invloed op aankoop
 - Rol van de prijs
 - Koopgedrag
 - De bibliotheek
 - CPNB-campagnes
 - Leesgedrag
 - Overige resultaten

Bijlagen

- Onderzoeksverantwoording
- Certificering



Inleiding



Inleiding

In opdracht van KVB-SMB, CPNB, KB en Stichting Lezen doet GfK jaarlijks vier metingen naar het koop-, lees- en leengedrag van Nederlandse consumenten.

De metingen zijn onderverdeeld in twee reguliere en twee themametingen. Deze eerste reguliere meting van 2016 behandelt onder meer de rol van de boekenprijs, aankoopmotieven, genres, aankoopgedrag, de rol van de bibliotheek en CPNB-campagnes.

Doel

Het doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het leesgedrag (papier en digitaal) van mensen en trends/veranderingen in kaart te brengen. Daarnaast worden er regelmatig nieuwe thema's behandeld om de kennis over de Nederlandse (boeken)consument zo breed mogelijk te krijgen.

Thema's

De resultaten zijn in dit rapport onderverdeeld in de volgende thema's:

- Kopen, lezen en lenen van papieren en digitale boeken
- Rol van de prijs
- Aankoopgedrag en de economische situatie
- Lees- en boekencampagnes

Management samenvatting



Bestedingen en boekenprijs

Boekverkoop stijgt en lift mee op toegenomen consumentenvertrouwen

Het aantal verkochte boeken is in 2015 met 4,8% gestegen ten opzichte van 2014 (GfK Scanonderzoek). Ook in het consumentenonderzoek zien we positieve ontwikkelingen. Vooral als het gaat om de algemene bestedingsruimte en de besteding aan boeken, lijkt een positieve trend te zijn ingezet. Dit ligt in lijn met het gestegen consumentenvertrouwen. Men is minder voorzichtig met het uitgeven van geld en heeft meer te besteden.

Prijs speelt geen primaire rol bij de aanschaf van boeken

- ✓ Zeker in vergelijking met andere categorieën is de prijs bij het kopen van een boek niet allesbepalend.
- ✓ De reden is dat boekkopers de kwaliteit voorop stellen. Maar mogelijk is men ook gewend aan bepaalde prijsstellingen; wanneer men een boek gaat kopen, weet men wat men van de prijs kan verwachten. Dit is niet letterlijk uitgevraagd en ook moeilijk “hard” vast te stellen, maar kan wel een verklaring zijn.
- ✓ De rol van aanbiedingen is klein: slechts weinig mensen zullen wachten totdat een boek goedkoper wordt. Het boek is een artikel dat men relatief vaak direct wil hebben. Mogelijk vanwege de timing (“iedereen heeft het erover”), en de belangrijke rol van het boek als cadeau.

E-books



Minder “nieuwe e-book lezers”: bestsellers nodig of nieuwe lezers aantrekken via proefperiode e-reader

- ✓ De verhouding “nieuwe e-book-lezers” en mensen die al langer een e-book lezen is het afgelopen jaar verschoven. De groep e-book lezers bevat dus steeds meer ervaren lezers, die waarschijnlijk al routines met betrekking tot het verkrijgen van e-books ontwikkeld hebben. Helaas is een groot deel van de verkregen e-books niet gekocht (zie meting 30, digitaal lezen) en zullen mensen die deze routine al hebben, moeilijker ervan te overtuigen zijn om ze via de reguliere kanalen aan te schaffen.
- ✓ Omdat er steeds minder nieuwe aanwas komt, lijkt het erop dat de markt stabiliseert. De groei van omzet in e-books hebben we in het afgelopen kwartaal ook zien stabiliseren (GfK Scanonderzoek). Dus er lijkt een verzadigingspunt te zijn gekomen.
- ✓ Bestsellers stimuleren de boekenmarkt en bij e-books is dit alleen nog maar sterker. Het is dus voor de e-book markt te hopen dat er in het komende jaar aansprekende titels worden uitgebracht.
- ✓ De vraag is hoe het boekenvak meer “nieuwe aanwas” kan aanspreken. Mogelijk bestaan er nog altijd drempels ten aanzien van e-books of is men meer gewend aan het lezen van het papieren boek. De bibliotheken zijn het e-book al sterker aan het promoten via de lopende campagne. Testperiodes met e-readers (zoals de VakantieBieb) dragen hieraan bij zodat men aan deze manier van lezen kan wennen.

Tijdsbesteding



Niet alle gekochte/geleende boeken, worden daadwerkelijk gelezen, tijdgebrek verklarende factor

- ✓ Hoewel het bij het kopen van boeken ook om een cadeau-effect (boeken worden veel cadeau gegeven) kan gaan, zien we dat een deel van de boeken die men koopt of leent niet gelezen wordt.
- ✓ Dit kan effect hebben op een volgende aanschaf of bezoek aan de bibliotheek, aangezien men kan redeneren dat het geen zin heeft boeken te lezen of te kopen, als ze toch niet gelezen worden.
- ✓ Een belangrijke verklaring zal liggen in tijdsbesteding van consumenten. Dit is één van de trends die GfK via Consumer Life (ons wereldwijde trendrapport) heeft vastgesteld: in een steeds sneller wordende wereld, gaan we op zoek naar efficiënte tijdsbesteding. We hebben steeds minder rustmomenten en alles moet naadloos op elkaar aansluiten. Toch heeft men wel behoefte aan meer rust en ontspanning.
- ✓ Hier zit een mogelijke kans voor leesbevorderingscampagnes; aangezien dit een “issue” is dat breed ervaren wordt. Door dit te benadrukken maak je de situatie herkenbaar. Bijvoorbeeld met als thema “een leesmoment creëren”?



De fysieke boekhandel

Steeds meer consumenten komen spontaan in de boekhandel en willen zich graag laten verrassen

- ✓ De boekhandel is de plek voor inspiratie. Consumenten willen graag op goede ideeën gebracht worden en laten zich graag verrassen.
- ✓ In hoeverre is er al inzicht in wat consumenten graag “in combinatie” kopen of in het historische koopgedrag van klanten? Wat zijn de voorkeuren? Wanneer dit inzicht er is kan beter worden voorspeld welke suggesties per klant relevant zijn of wat de klant zal inspireren.
- ✓ Bij internetboekhandels worden vaak op basis van algoritmes voorspellingen gedaan welke titels men leuk zal vinden op basis van recent aankoopgedrag. Dit kan ook voor de boekhandel oplossingen bieden. Vanuit een omnichannel strategie of via intelligente informatiezuilen in de winkel. Cruciaal is dat er makkelijk gezocht kan worden en natuurlijk dat er ook daadwerkelijk inspiratie geboden wordt. Niet alleen historische kennis is daarvoor vereist, ook een goede kennis van het aanbod.

De internetboekhandel



Inspiratie: belangrijk te weten waar en hoe je de internetkoper moet verleiden

- ✓ Bij de internetkoper speelt inspiratie een minder grote rol. Hier is de aankoop vaker doelbewust en koopt men vaker wat men vooraf van plan is. Toch hoeft dat niet te betekenen dat de internetkoper niet verleid hoeft te worden. Juist wel! Maar dan is het van belang te weten hoe, dus op welke momenten in het aankoopproces je de suggesties biedt en hoe je deze op de juiste wijze laat opvallen. Bijvoorbeeld door een quote uit een topreview te tonen, door de andere suggestie tijdens het afrekenproces goed in beeld te brengen. Elke internetaanbieder doet dat anders.
- ✓ Inspiratie kun je opdoen door bij diverse aanbieders - concurrenten uit binnen- en buitenland - boeken te bestellen en te leren wat die doen op dat vlak. Zeker de grotere e-commerce partijen uit het buitenland (Engelse en Amerikaanse partijen bieden vaak mooie oplossingen) kunnen goed ter inspiratie dienen.

Resultaten

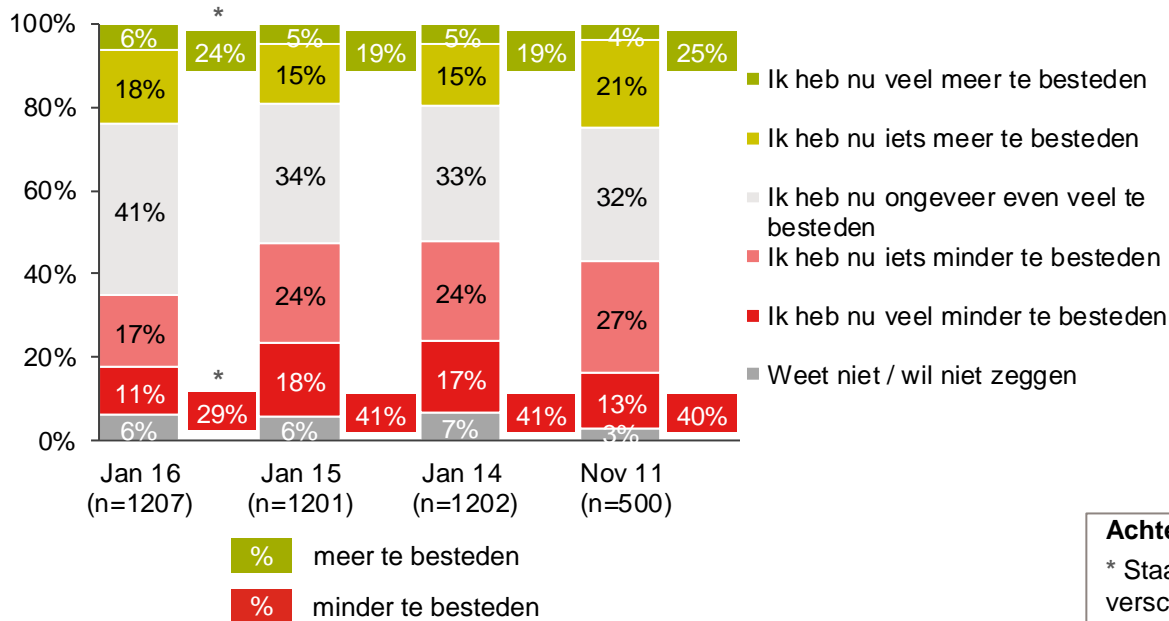
Bestedingen en invloed op aankoop

De financiële situatie is verbeterd; men heeft weer meer te besteden



Financiële situatie vergeleken met twee jaar geleden

Achtergrond:
 Hoog opgeleiden geven aan meer te besteden te hebben in vergelijking met twee jaar terug.
 65 plussers en laag/midden opgeleiden geven aan minder te besteden te hebben in vergelijking met twee jaar geleden.



Achtergrond:
 * Staat voor een significant verschil t.o.v. vorige meting

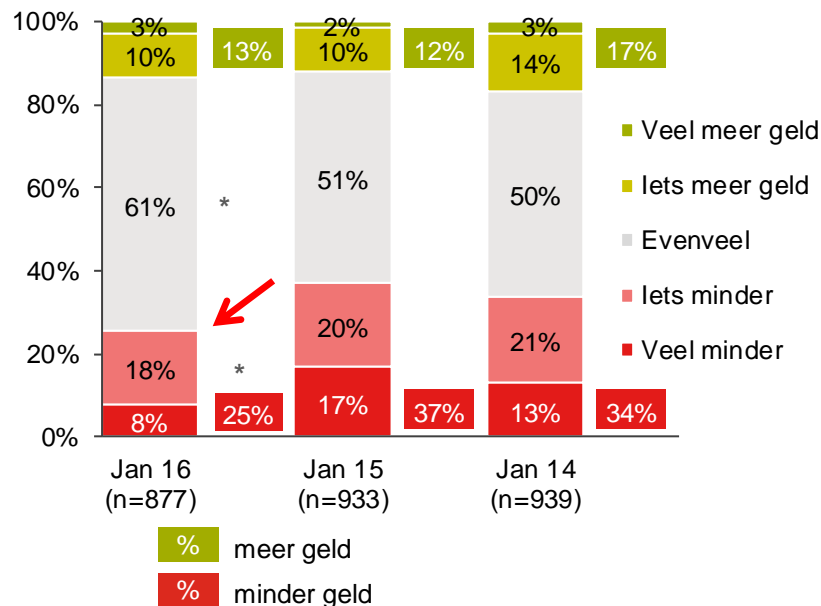
Het aandeel boekenkopers dat minder geld besteedt aan boeken is afgenomen



Besteding aan boeken vergeleken met twee jaar geleden

Achtergrond:

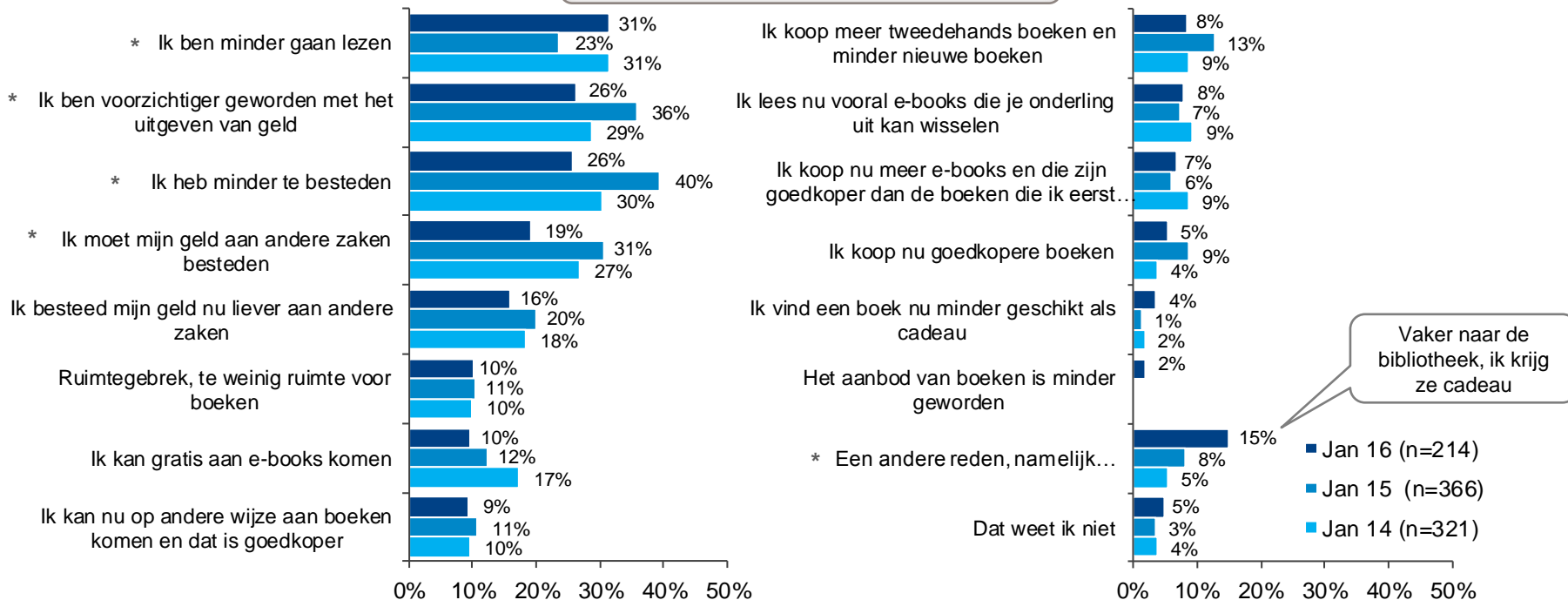
Consumenten van 25 jaar en jonger en hoog opgeleiden geven aan meer geld aan boeken te besteden dan twee jaar geleden.



Het financiële aspect is minder vaak de reden om minder te besteden aan boeken dan vorig jaar: voor drie op de tien geldt dat men minder is gaan lezen



Redenen voor minder uitgaven aan boeken



Rol van de prijs

Prijs speelt met name een rol bij een boek van een favoriete auteur en een boek als cadeau



Rol van de prijs bij aankoop boek in bepaalde situatie



Achtergrond:

Voor vrouwen speelt de prijs vrijwel altijd een grotere rol in het kopen van een boek dan voor mannen.

Ook speelt prijs vaker een grotere rol voor hoog opgeleiden en mensen in de leeftijd 34 jaar en jonger.

K14: Hieronder staan een aantal situaties waarin u boeken kan kopen. Kunt u per situatie aangeven in hoeverre de prijs van het boek een rol speelt bij uw aankoop?

Vier op de tien boekenkopers verkiest de kwaliteit boven de prijs van het boek



Kopen van boeken



Achtergrond:

Mannen en hoog opgeleiden vinden kwaliteit vaker belangrijker dan de prijs.

Vrouwen en mensen in de leeftijd 25 jaar en jonger zijn meer gericht op de prijs van een boek.

■ = % (helemaal) mee eens

K15: Hieronder staan een aantal uitspraken over het kopen van boeken. Wilt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met deze uitspraken?

Selectie: koopt jaarlijks wel eens boeken

Meer dan de helft van de meest recente boek aankopen vond plaats in de fysieke boekwinkel

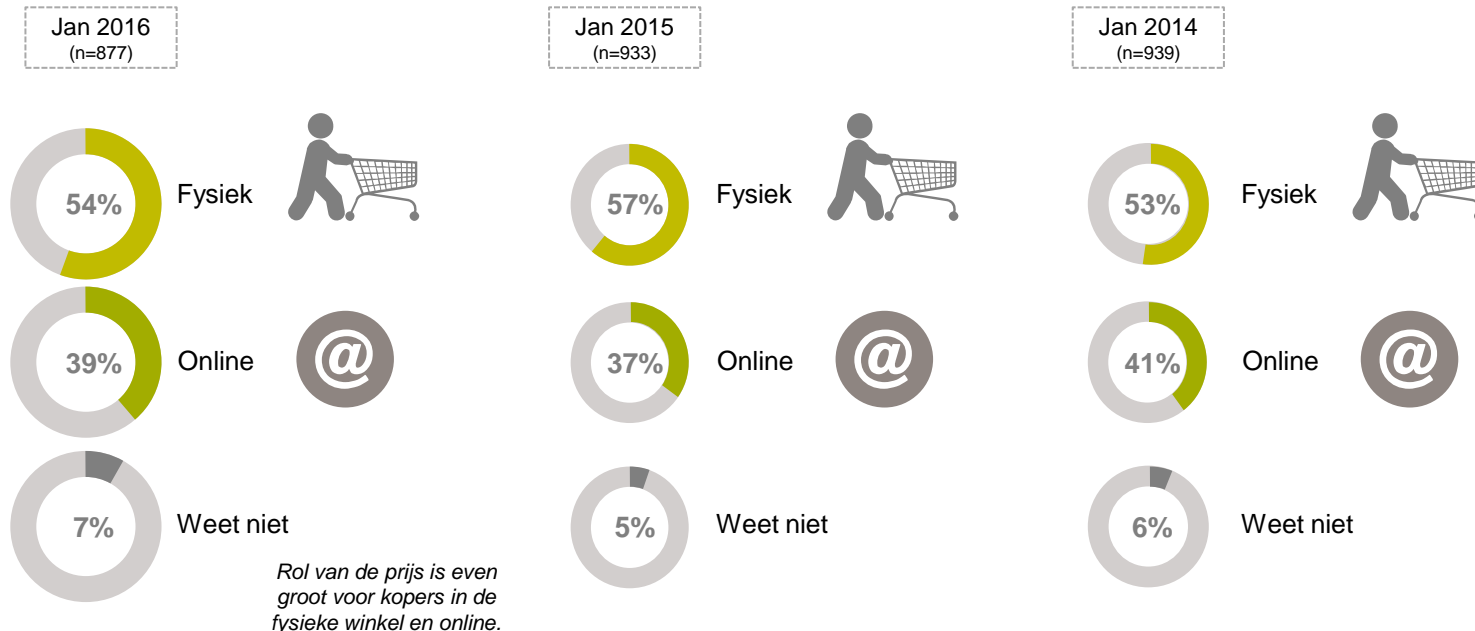


Laatst gekochte boek: boekwinkel vs. online

Achtergrond:

64 jarigen en jonger kopen hun boek vaker online dan 65+.

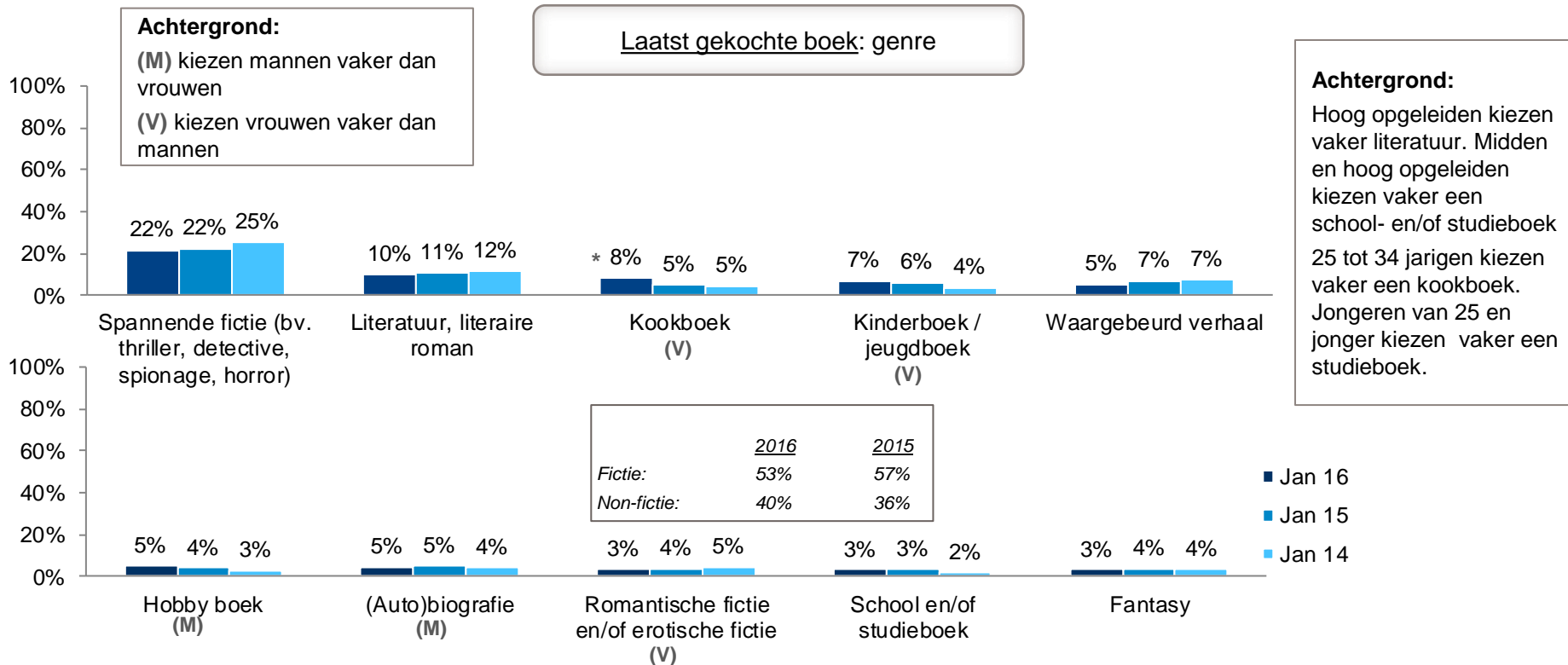
Het percentage online aankopen is hoger dan gemeten wordt in het GfK scanonderzoek. Mogelijk komen frequente kopers vaker bij de fysieke boekhandel of koopt men meer boeken tegelijkertijd in de fysieke winkel.



K4. U heeft eerder aangegeven wel eens nieuwe boeken te kopen. De volgende vragen gaan over uw meest recente aankoop. Als dit meerdere boeken betrof, gaat u dan uit van het duurste boek. Heeft u dit boek online of in de winkel gekocht?

Selectie: koopt wel eens een nieuw boek

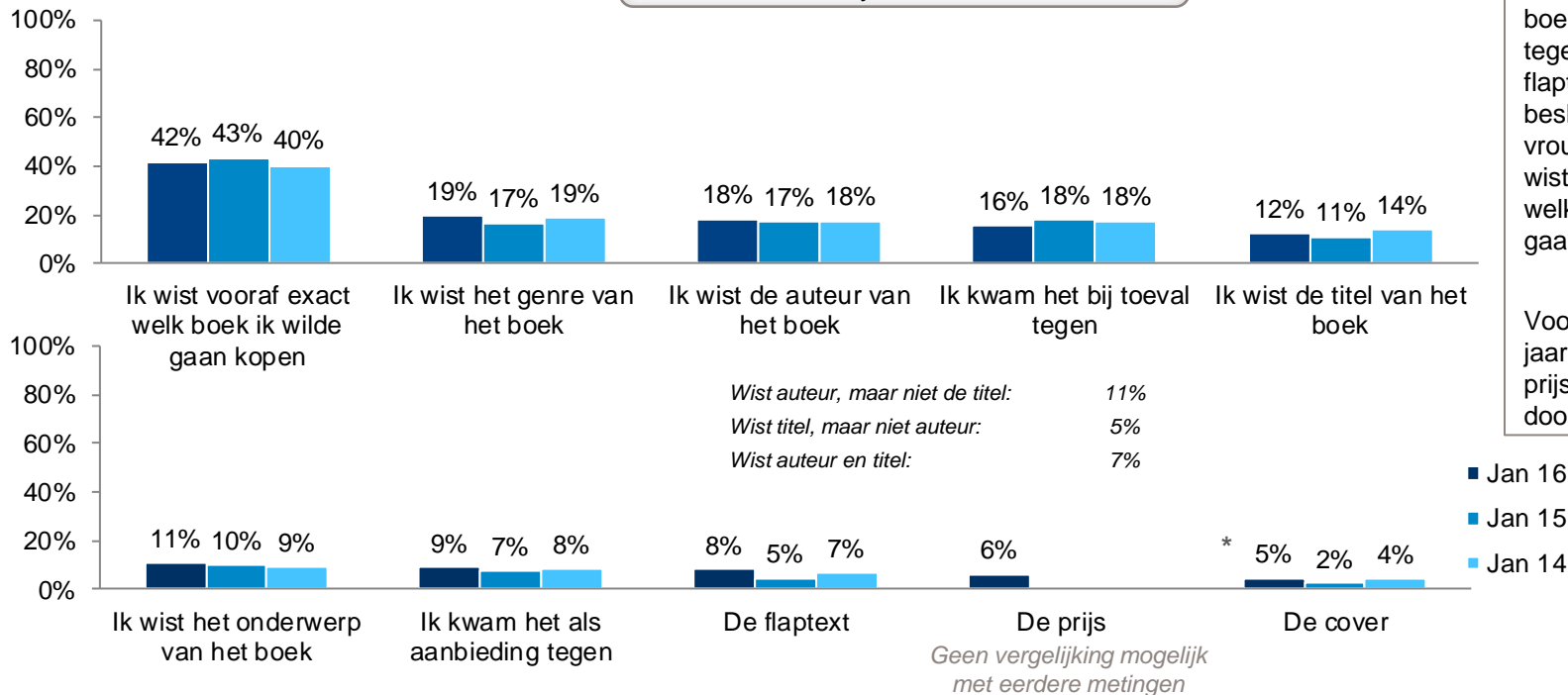
De meest recente aankoop betreft vaker het genre kookboeken dan vorig jaar



Vier op de tien winkelpersonen wist van te voren exact welk boek ze gingen kopen. Twee op de tien wist het genre of de auteur al



Laatst gekochte boek: beslissende factoren in fysieke boekhandel



Achtergrond:

Vrouwen kwamen het boek vaker bij toeval tegen en ook de flaptekst was vaker een beslissende factor voor vrouwen. Mannen wisten vaker vooraf al welk boek zij wilden gaan kopen.

Voor jongeren van 25 jaar of jonger was de prijs vaker de doorslaggevende factor.

■ Jan 16
■ Jan 15
■ Jan 14

De online kopers wisten vaker van te voren welk boek ze gingen kopen dan de kopers in een fysieke winkel



Laatst gekochte boek: beslissende factoren op website



Achtergrond:

50 plussers wisten voor aankoop van het boek vaker de auteur dan consumenten in de leeftijd t/m 24 jaar en 35-49 jaar.

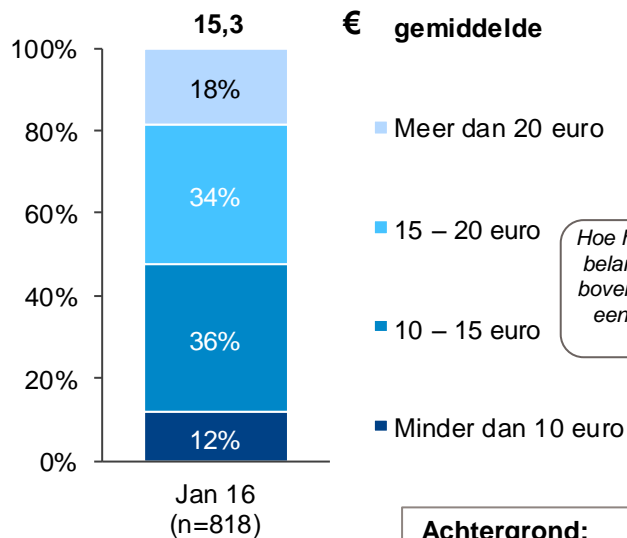
Mannen en hoog opgeleiden wisten vaker vooraf al welk boek zij wilden gaan kopen. Vrouwen en midden opgeleiden wisten vaak het genre van het boek al.

- Jan 16
- Jan 15
- Jan 14

Bij een derde van de meest recente boekaankopen speelde de prijs een (zeer) belangrijke rol



Laatst gekochte boek: prijs



Hoe hoger de prijs van het boek, hoe minder belangrijk de prijs; bij aanschaf van boeken boven de 20 euro speelde de prijs voor 18% een (zeer) belangrijke rol. Bij boeken van minder dan 10 euro is dit 61%.

Achtergrond:

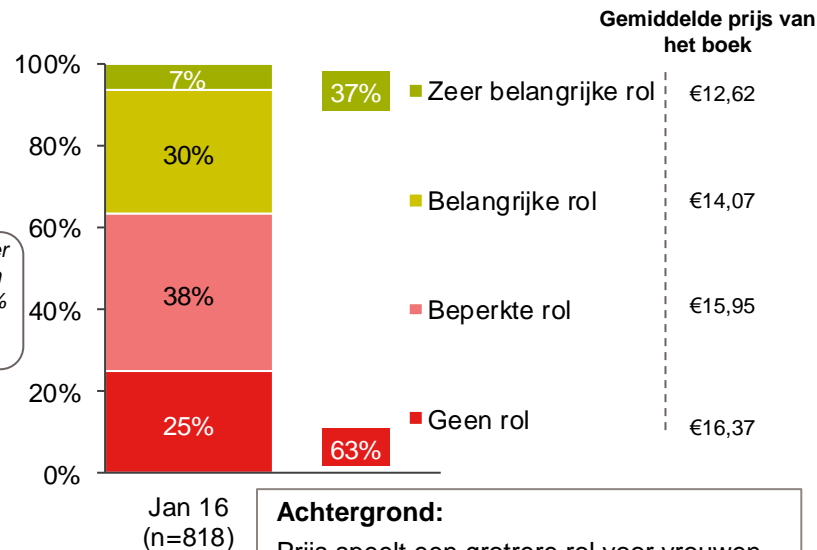
Mannen en hoog opgeleiden geven gemiddeld per boek meer uit dan vrouwen en laag opgeleiden.

De prijs van een boek lijkt minder bepalend vergeleken met andere categorieën

K8: Wat was de prijs van het boek?

K11: In hoeverre speelde de prijs van het boek een rol bij uw besluit om dit boek te kopen?

Laatst gekochte boek: rol van de prijs



Achtergrond:

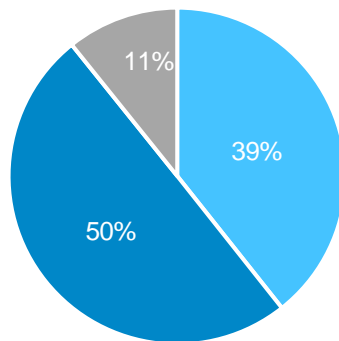
Prijs speelt een grotere rol voor vrouwen dan voor mannen. Ook is te zien dat hoe jonger men is, hoe meer de prijs een rol speelt bij het kopen van een boek.

Selectie: laatst boek gekocht (online of in fysieke winkel)

Voor vier op de tien kopers was de meest recente aankoop een nieuw uitgekomen boek



Laatst gekochte boek: nieuw uitgekomen boek

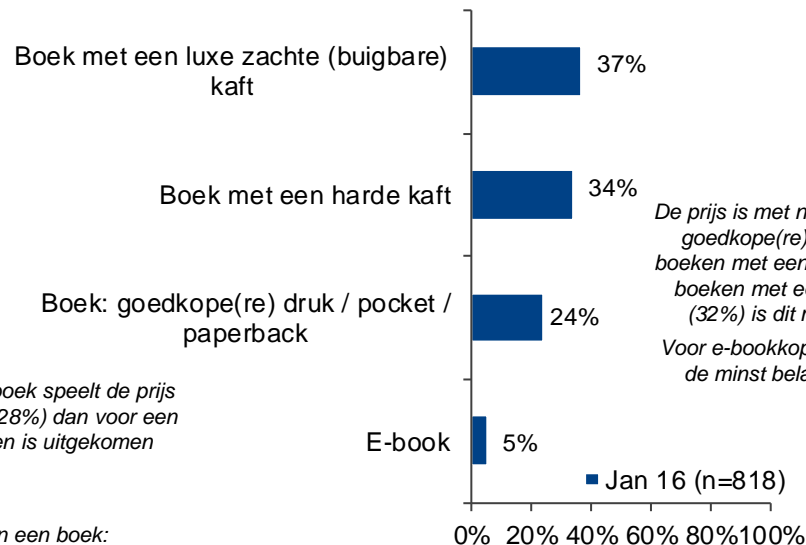


- Het was een nieuw uitgekomen boek
- Het was langer geleden voor het eerst uitgekomen
- Weet ik niet

Bij een nieuw uitgekomen boek speelt de prijs een minder belangrijke rol (28%) dan voor een boek dat al langer geleden is uitgekomen (45%).

Gemiddelde prijs van een boek:
 Nieuw uitgekomen: €16,39
 Langer geleden: €14,80

Laatst gekochte boek: soort boek



De prijs is met name belangrijk bij de goedkope(re) druk (44%). Voor boeken met een harde kaft (31%) en boeken met een luxe zachte kaft (32%) is dit minder belangrijk. Voor e-boekkopers speelde de prijs de minst belangrijke rol (20%).

Achtergrond:

Mannen kochten vaker een nieuw uitgekomen boek dan vrouwen.

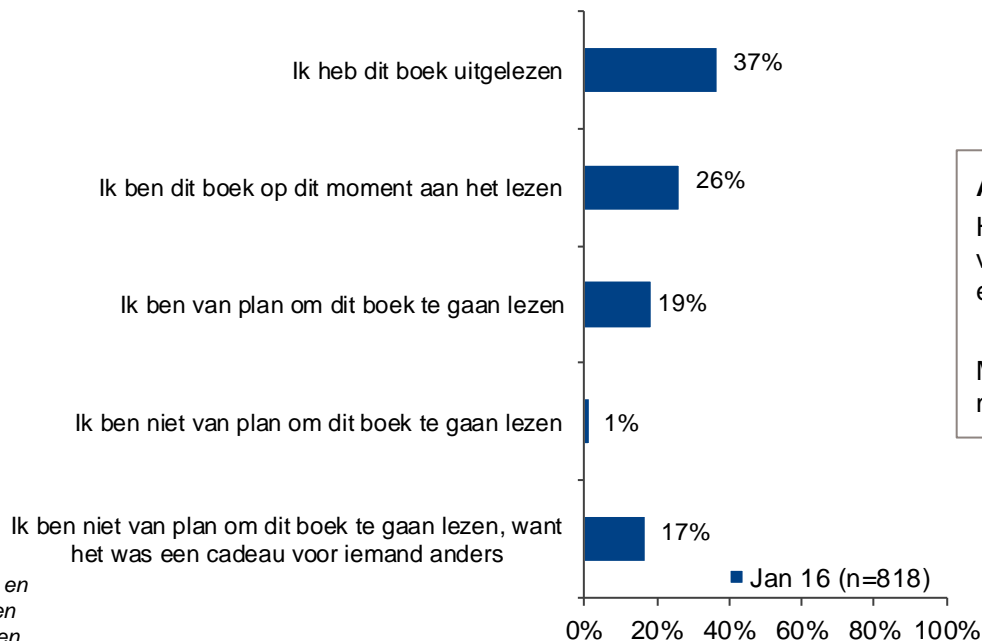
K9: Kunt u hieronder aangeven of het boek een nieuw uitgekomen boek was, of dat het boek al langer geleden was uitgekomen?
 K10: Wat voor soort boek was het?

Selectie: laatst boek gekocht (online of in fysieke winkel)

Ruim een derde heeft zijn recente boek al uitgelezen. Voor 17% was het laatst gekochte boek een cadeau



Laatst gekochte boek: (uit)gelezen



Achtergrond:

Het laatst gekochte boek was bij vrouwen en hoog opgeleiden vaker een cadeau voor iemand anders.

Mannen geven vaker aan het boek momenteel nog te lezen.

De gemiddelde prijs van het boek en het belang van de prijs verschillen niet tussen het boek als cadeau en voor iemand zelf.

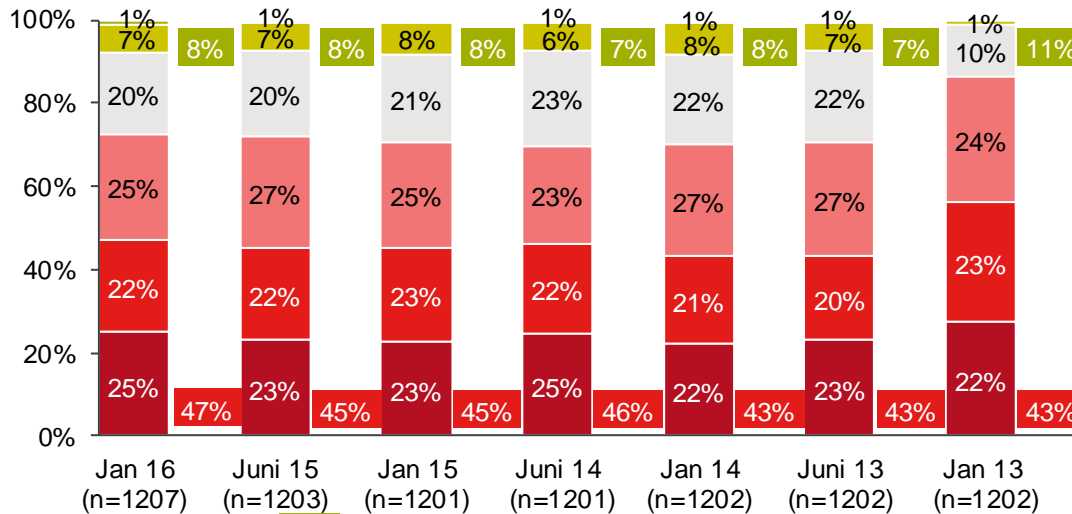
Koopgedrag



De koopfrequentie blijft gelijk aan vorige metingen

Koopfrequentie nieuwe boeken

Achtergrond:
Mannen en laag opgeleiden kopen minder vaak nieuwe boeken dan vrouwen en midden en hoog opgeleiden.

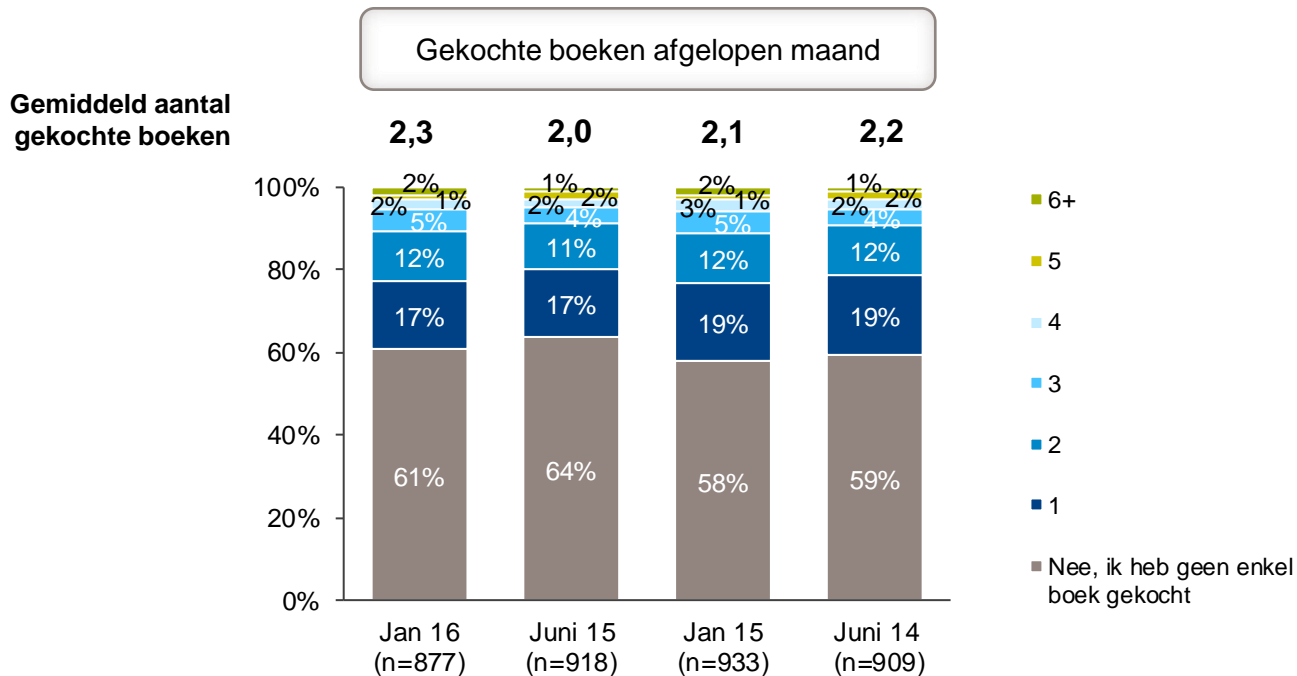


- (Bijna) iedere week
- 1 - 2 keer per maand
- 1 - 2 keer per kwartaal (3 maanden)
- 1 - 2 keer per jaar
- Minder vaak
- Ik koop nooit een nieuw boek

% koopt minimaal 1 - 2 keer per maand nieuwe een boek

% koopt minder vaak / nooit een boek

Vier op de tien boekenkopers heeft afgelopen maand een nieuw boek gekocht. De helft hiervan kocht 1 of 2 boeken

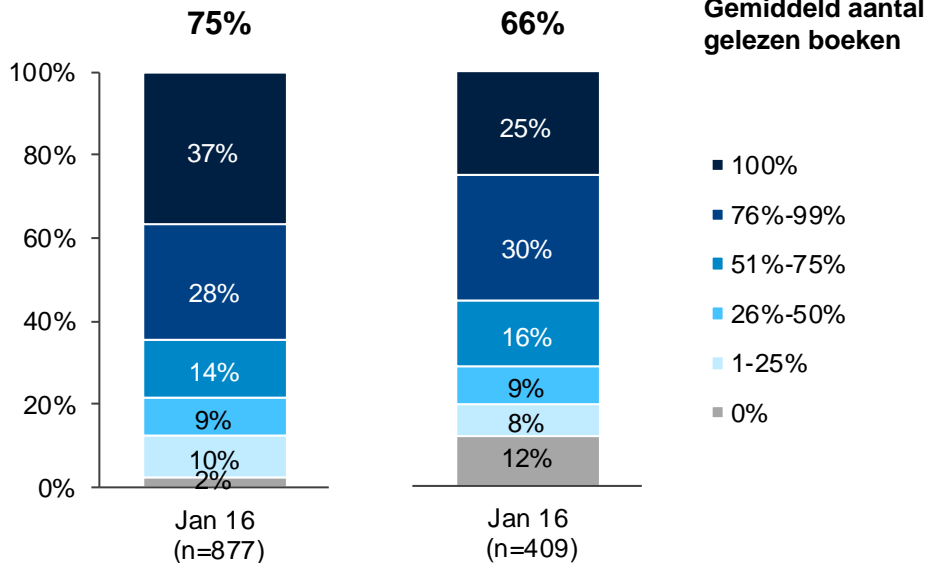


Gemiddeld leest men op jaarbasis 3 van de 4 gekochte boeken, bij geleende boeken is dat 2 van de 3



Daadwerkelijk gelezen
boeken van gekochte boeken

Daadwerkelijk gelezen
boeken van geleende boeken



Achtergrond:

Hoog opgeleiden lezen de gekochte boeken vaker dan laag opgeleiden.

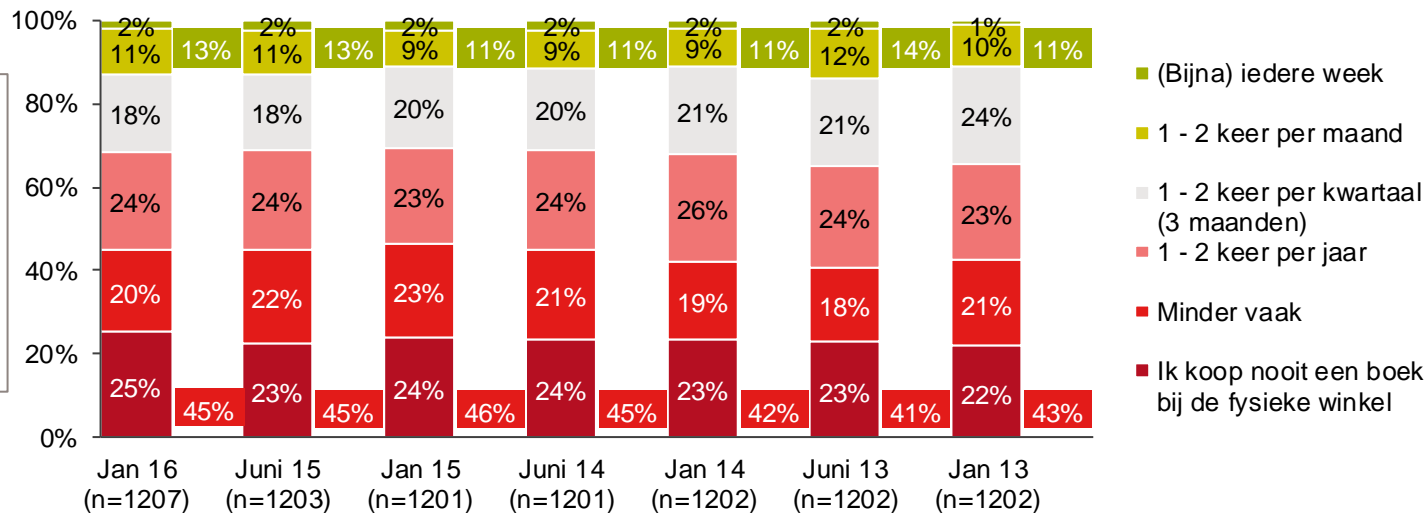
K16: Kunt u een schatting geven van hoeveel van de gekochte boeken u op jaarbasis ook daadwerkelijk leest?
B02: Kunt u een schatting geven van hoeveel bij de bibliotheek geleende boeken u op jaarbasis ook daadwerkelijk leest?

Selectie: koopt wel eens nieuwe boeken
Selectie: leent wel eens een boek

Nog steeds bezoekt een op de tien consumenten minstens één keer per maand een boekwinkel om daar een boek te kopen



Bezoekfrequentie boekwinkel



Achtergrond:

Vrouwen en midden of hoog opgeleide consumenten komen vaker in een fysieke boekwinkel om boeken te kopen dan mannen en laag opgeleide consumenten.

■ % komt minimaal 1 - 2 keer per maand in de fysieke boekwinkel

■ % komt minder vaak / nooit in de fysieke boekwinkel

De verhouding aanschaf in de boekwinkel of via internet is gelijk aan vorig jaar

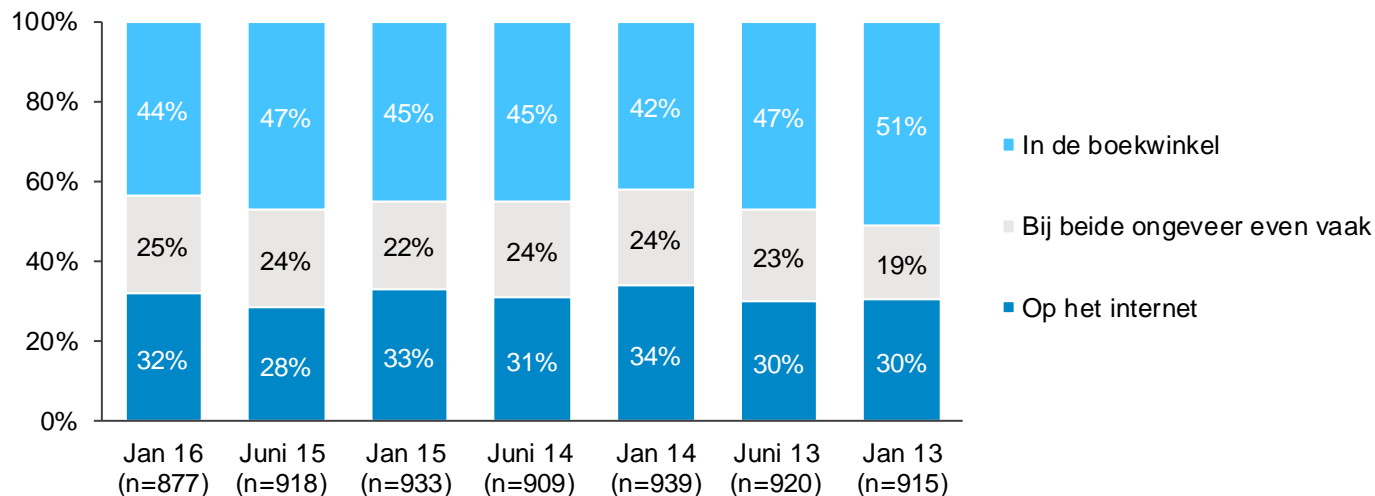


Doorgaans boeken kopen

Achtergrond:

50 plussers kopen boeken vaker in de boekwinkel dan consumenten onder de 50 jaar en jongeren tot 25 jaar vaker via het internet dan consumenten boven de 25.

Laag opgeleiden kopen doorgaans vaker hun boeken in de boekenwinkel dan midden en hoog opgeleiden.



Gemiddeld aantal jaarlijks gekochte boeken is gelijk aan vorig jaar. Een derde van de consumenten koopt 1-2 boeken per jaar



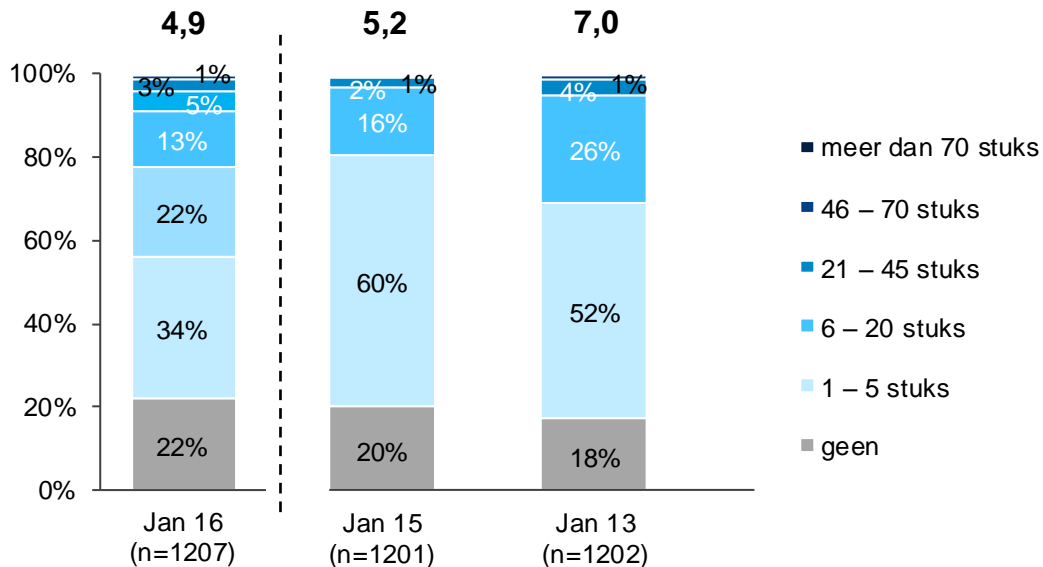
Gemiddeld aantal gekochte boeken op basis van klassenmidden

- Meer dan 70 stuks
- 45 – 70 stuk
- 21 – 45 stuks
- 11 – 20 stuks
- 6 – 10 stuks
- 3 – 5 stuks
- 1 – 2 stuks
- Geen

Achtergrond:

Midden en hoog opgeleiden kopen gemiddeld meer boeken per jaar dan laag opgeleiden.

Aantal gekochte boeken (per jaar)



In de boekhandel is sfeer erg belangrijk, in de internetboekhandel wil men graag snel/gericht kunnen zoeken



In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?			
Stellingen	Fysieke boekhandel	Internet-boekwinkel	Bibliotheek
	(n=618)	(n=460)	(n=409)
Ik vind de sfeer in de ... vaak prettig	73%	X	61%
De sfeer in de ... is voor mij belangrijk om met plezier en langdurig rond te lopen	66%	X	59%
Ik vind het belangrijk dat ik snel kan vinden wat ik zoek in de ...	60%	80%	68%
Ik kan in de ... snel vinden wat ik zoek	56%	71%	54%
Ik vind het belangrijk dat de ... me op nieuwe ideeën brengt door de presentatie van de boeken	54%	31%	55%
De presentatie van de boeken in de ... brengt me op nieuwe ideeën	52%	27%	52%
De verkoper in de ... geeft mij vaak goede adviezen	32%	18%	30%
Ik hecht veel waarde aan het advies van de verkoper in de ...	27%	14%	26%
Ik kan vaak voldoende aanvullende boekinformatie vinden in de ...	25%	55%	46%
Ik vind het belangrijk dat ik aanvullende boekinformatie kan vinden in de ...	24%	58%	44%
Ik vind reviews van boeken (meningen van andere klanten) belangrijk	X	49%	X

K03a. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij de fysieke boekwinkel. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

K03b. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij een internetboekwinkel. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

K03c. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het lenen van boeken bij de bibliotheek. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

© GfK 2015 | Boekenbranche meting 35 | Januari 2016

X niet meegenomen in meting

Selectie: koopt wel eens een boek in de boekwinkel

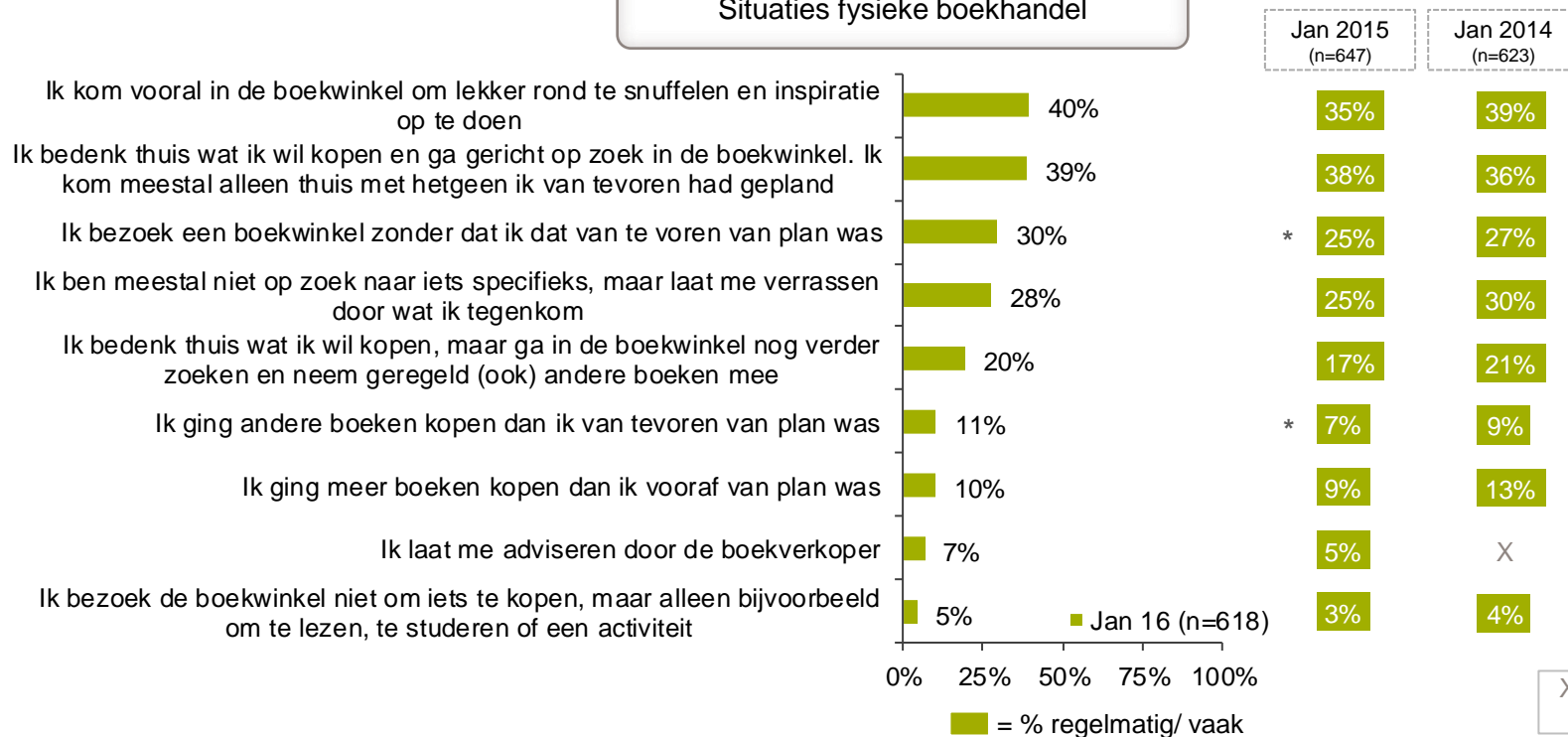
Selectie: koopt wel eens een boek online

Selectie: leent wel eens een boek

Men komt vaker ongepland in de boekwinkel dan vorig jaar



Situaties fysieke boekhandel



Percentages zijn weer op niveau van 2014, 2015 lijkt een incidentele dip.

X niet meegenomen in meting

K02a. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij de fysieke boekwinkel. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

Informatie en advies krijgen in de winkel wordt belangrijker gevonden dan vorig jaar



Stellingen fysieke boekhandel



K03a. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij de fysieke boekwinkel. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

© GfK 2015 | Boekenbranche meting 35 | Januari 2016

Selectie: koopt wel eens een boek in de boekwinkel

Fysieke boekhandel is vooral inspiratie, internetboekhandel vooral gericht zoeken en in de bibliotheek laat men zich graag verrassen



Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?			
Situaties ...	Fysieke boekhandel	Internet-boekwinkel	Bibliotheek
	(n=618)	(n=460)	(n=409)
Ik kom vooral in de ... om lekker rond te snuffelen en inspiratie op te doen	40%	21%	26%
Ik bedenk thuis wat ik wil kopen/lenen en ga gericht op zoek in de... Ik kom meestal alleen thuis met hetgeen ik had gepland	39%	60%	27%
Ik bezoek een ... zonder dat ik dat van tevoren van plan was	30%	12%	13%
Ik ben meestal niet op zoek naar iets specifiek, maar laat me verrassen door wat ik tegenkom	28%	14%	36%
Ik bedenk thuis wat ik wil kopen/lenen, maar ga nog verder zoeken en neem geregeld (ook) andere boeken mee	20%	24%	38%
Ik ging andere boeken kopen/lenen dan ik van tevoren van plan was	11%	7%	26%
Ik ging meer boeken kopen/lenen dan ik vooraf van plan was	10%	10%	30%
Ik laat me adviseren door de boekverkoper/medewerker van de bibliotheek	7%	12%	5%
Ik bezoek de ... niet om iets te kopen/lenen, maar alleen bijvoorbeeld om te lezen, te studeren of een activiteit	5%	X	11%

K02a. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij de fysieke boekwinkel. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

K02b. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij een internetboekwinkel. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

K02c. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het lenen van boeken bij de bibliotheek. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

© GfK 2015 | Boekenbranche meting 35 | Januari 2016

X niet meegenomen in meting

Selectie: koopt wel eens een boek in de boekwinkel

Selectie: koopt wel eens een boek online

Selectie: leent wel eens een boek

Vergeleken met vorig jaar doet men vaker ongeplande aankopen online



Situaties internetboekwinkel



Jan 2015 (n=488)	Jan 2014 (n=537)
60%	62%
19%	19%
22%	24%
13%	13%
* 7%	10%
11%	X
7%	8%
5%	5%

X niet meegenomen in meting

K02b. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij een internetboekwinkel. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

Selectie: koopt wel eens een boek online

Voor online boekenkopers is het vooral van belang dat ze snel kunnen vinden wat ze zoeken. Kopers kunnen dit minder vaak dan vorig jaar



Stellingen internetboekwinkel



K03b. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij een internetboekwinkel. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

Selectie: koopt wel eens een boek online

De bibliotheek



Conclusies de bibliotheek (1/2)

Bibliotheekbezoek neemt af, per bezoeker wordt er wel meer geleend én gelezen

Voor de bibliotheken zien we een aantal dalende trends: de bezoekfrequentie neemt af en ook het aantal consumenten met een lidmaatschap toont over de langere termijn een dalende trend. Onder de mensen die wel eens boeken lenen, zien we dat ze wel intensiever zijn gaan lenen én lezen: er is zowel een (lichte) stijging te zien in het aantal boeken dat men op jaarbasis leent, als in het aantal boeken dat men daadwerkelijk uitleest. Het ergens anders vandaan halen van boeken is nog steeds de meest genoemde reden om geen gebruik te maken van de bibliotheek. Deze groep is dus wel aan te merken als lezer. Aan de andere kant zien we een stijging in het aandeel consumenten dat niet van lezen houdt: voor een kwart is dat de reden om niet de bibliotheek te bezoeken. De afwezigheid van de bibliotheek in de buurt wordt voor 9% als een belemmering ervaren.

Nieuwe route van de bibliotheek biedt kansen

De klassieke rol van de bibliotheek zal de komende jaren gaan veranderen. Het accent zal geleidelijk verschuiven naar activiteiten en ondersteuning met een sociaal en educatief karakter. Kennis, contact en cultuur zullen meer centraal komen te staan. Een eerste schets van dit toekomstbeeld is uitgewerkt in de publicatie 'De Bibliotheek van de Toekomst'.



Conclusies de bibliotheek (2/2)

Educatie en leesbevordering van kinderen zijn activiteiten die goed bij de bibliotheek van de toekomst passen

Als we kijken naar wat leners zelf inschatten, dan is de volgorde van redenen om de bibliotheek te bezoeken over 5 jaar anders dan dat het nu is. Vooral zaken die een educatief faciliterend karakter hebben, zullen – naar hun verwachting – over 5 jaar het meest gebruikt worden. Dan gaat het over het begeleiden van kinderen of deze stimuleren tot lezen en het kunnen gebruiken van werk- of studieplekken. Dus in de ogen van consumenten die wel eens boeken lenen, liggen daar de voornaamste kansen voor de toekomst.

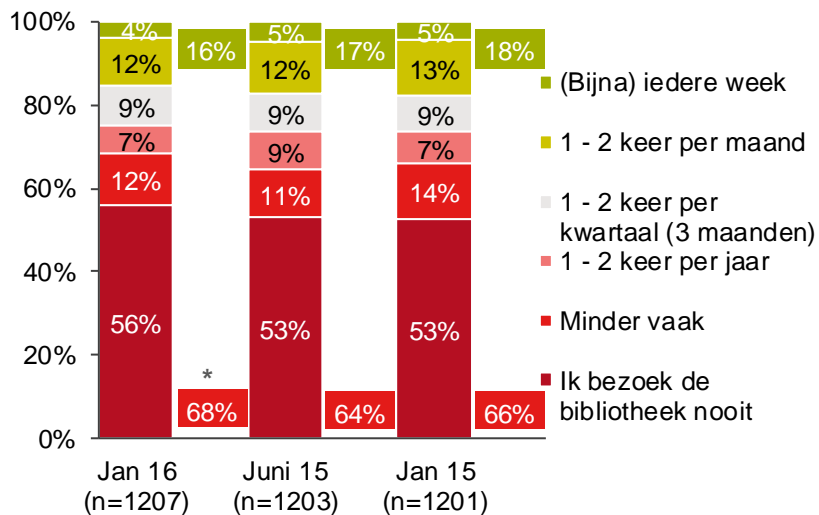
(Hulp bij) digitalisering biedt kansen

Ook binnen digitalisering liggen kansen voor de toekomst. De bibliotheek zal – naar verwachting van de huidige leners – vaak gebruikt worden om e-books te lenen. De bibliotheken zijn hier zelf al sterk op aan het inspelen met de lopende campagne waarmee bibliotheekmedewerkers e-books aanprijzen om zo het bewustzijn van consumenten dat je bij de bibliotheek ook e-books kunt lenen, te bevorderen. Daarnaast is volgens consumenten het leren omgaan met nieuwe apparaten iets dat veel potentie voor de toekomst lijkt te hebben.

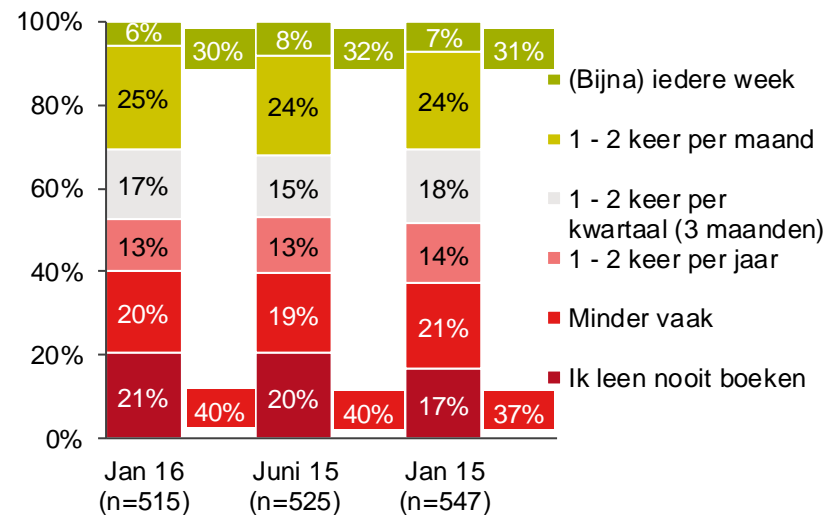
Het aandeel consumenten dat de bibliotheek bezoekt is verder afgenomen



Bezoekfrequentie bibliotheek



Bezoekfrequentie bibliotheek: lenen



- % komt minimaal 1 keer per maand tot elke week in de bibliotheek (om boeken te lenen)
- % komt minder vaak/nooit in een bibliotheek (om boeken te lenen)

S07a. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek?
 S07b. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek om een (of meerdere) boek(en) te lenen?

S10a Basis: allen
 S10b Selectie: bezoekt wel eens de bibliotheek

Op de lange termijn vertoont lidmaatschap bibliotheek een dalende trend

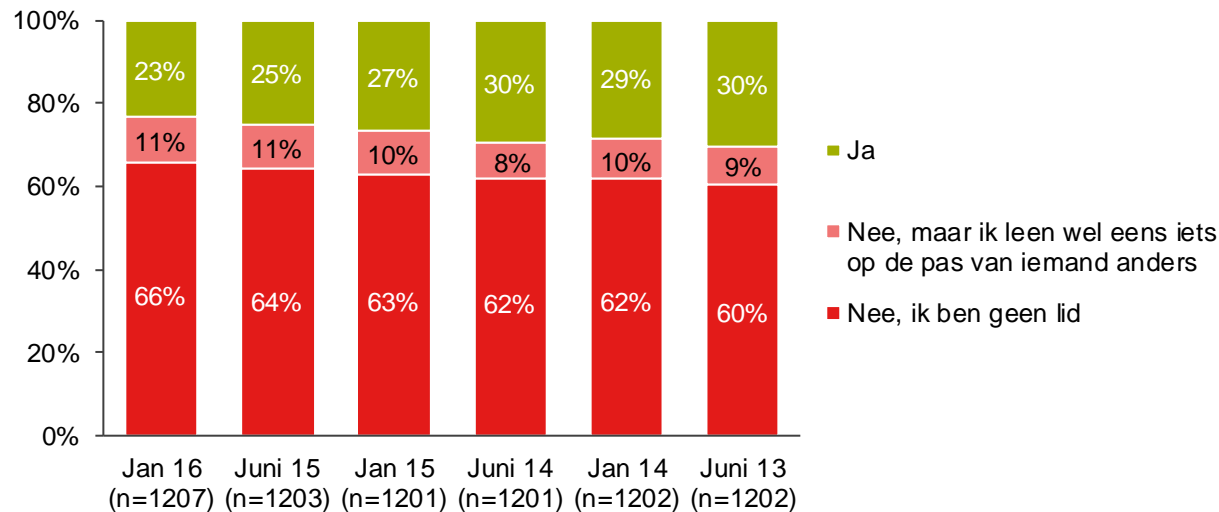


Lid van de bibliotheek

Achtergrond:

Vouwen en consumenten van 25 jaar en jonger geven vaker aan lid te zijn van de bibliotheek.

Laag opgeleiden zijn vaker geen lid van de bibliotheek dan midden en hoog opgeleiden.



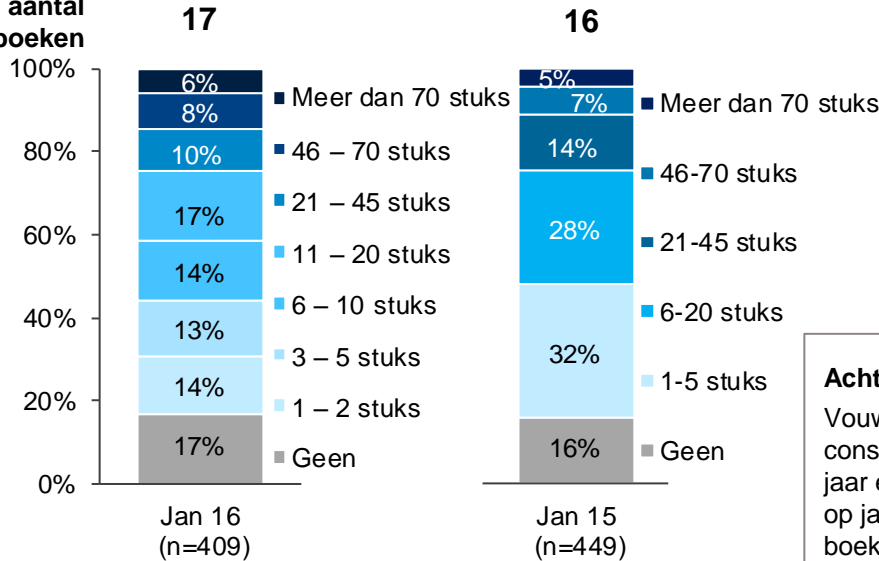
Gemiddeld leent men meer boeken. Van de geleende boeken wordt gemiddeld tweederde daadwerkelijk gelezen



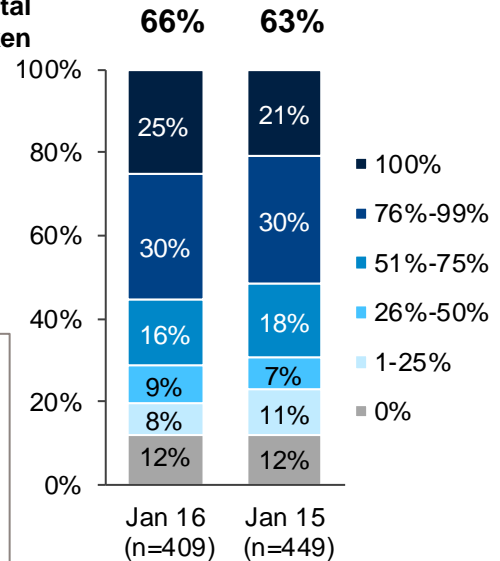
Aantal boeken per jaar geleend in bibliotheek

Aantal boeken daadwerkelijk gelezen van geleende boeken

Gemiddeld aantal geleende boeken



Gemiddeld aantal gelezen boeken



Achtergrond:
 Vrouwen en consumenten van 25 jaar en ouder lenen op jaarbasis meer boeken dan mannen en consumenten onder de 25.

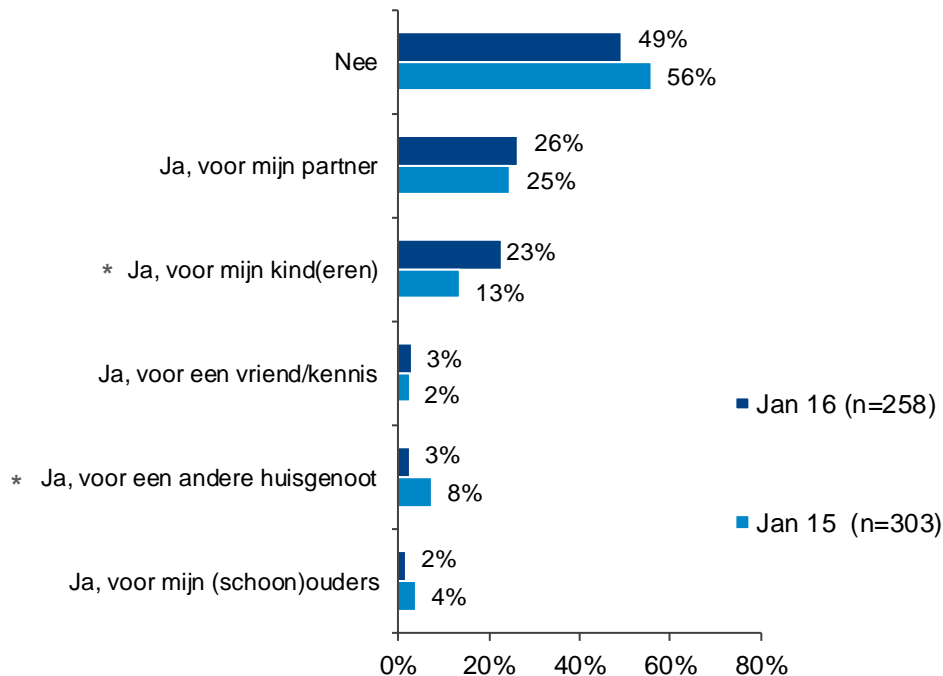
B01. Kunt u een schatting geven van hoeveel boeken (papieren en e-books) u op jaarbasis leent bij de bibliotheek?
 B02. Kunt u een schatting geven van hoeveel bij de bibliotheek geleende boeken u op jaarbasis ook daadwerkelijk leest?

Selectie: leent wel eens een boek

Meer dan de helft van de mensen die wel eens boeken lenen, leent wel eens boeken voor iemand anders; men is vaker gaan lenen voor eigen kinderen



Lenen voor anderen met eigen bibliotheekpas



Achtergrond:

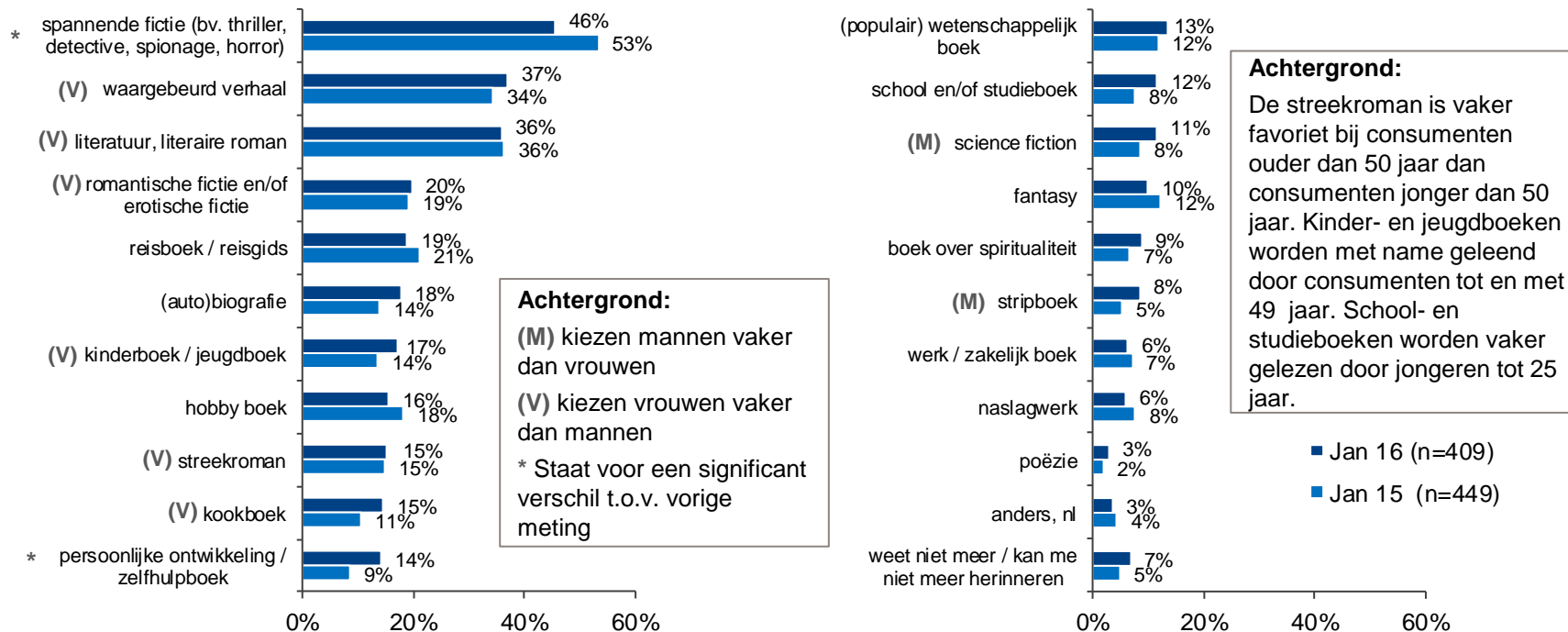
Consumenten tussen de 25 en 49 jaar lenen vaker boeken voor hun kinderen dan consumenten onder de 25 en consumenten boven de 49 jaar.

Met name 65 plussers lenen op de eigen pas voor hun partner.

Ondanks een afname, is spannende fictie nog steeds het meest geleende genre



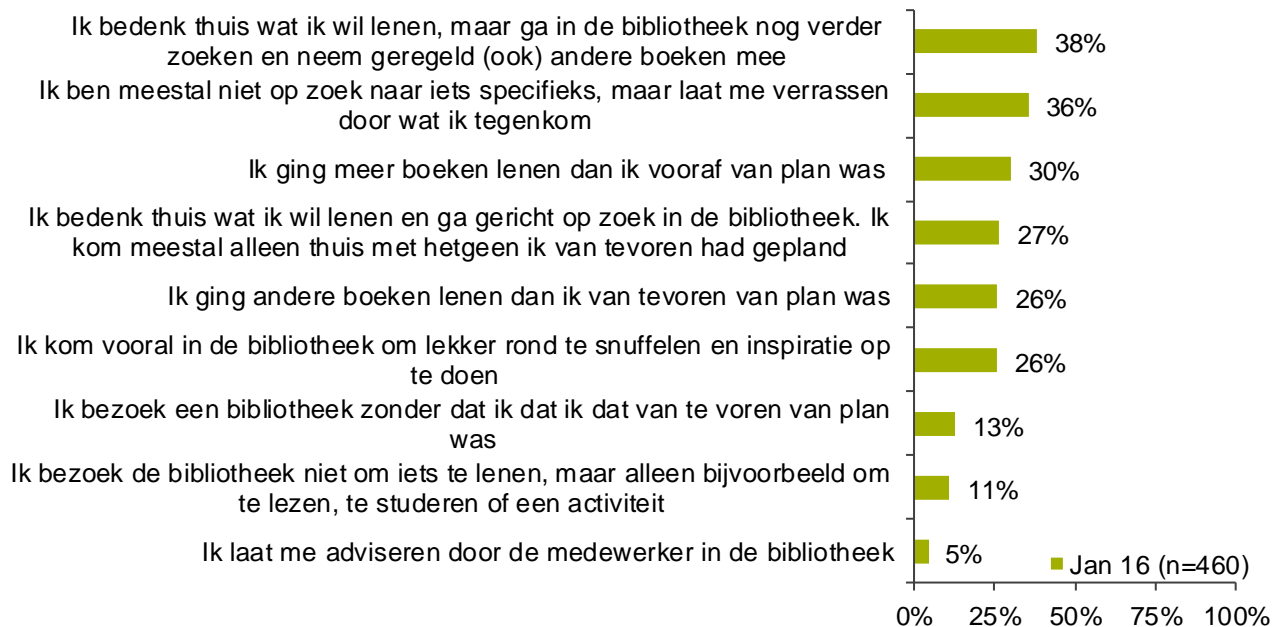
Genres lenen



Vier op de tien bibliotheek leners gaat gericht op zoek naar een boek of laat zich verrassen in de bibliotheek



Situaties bibliotheek



Achtergrond:

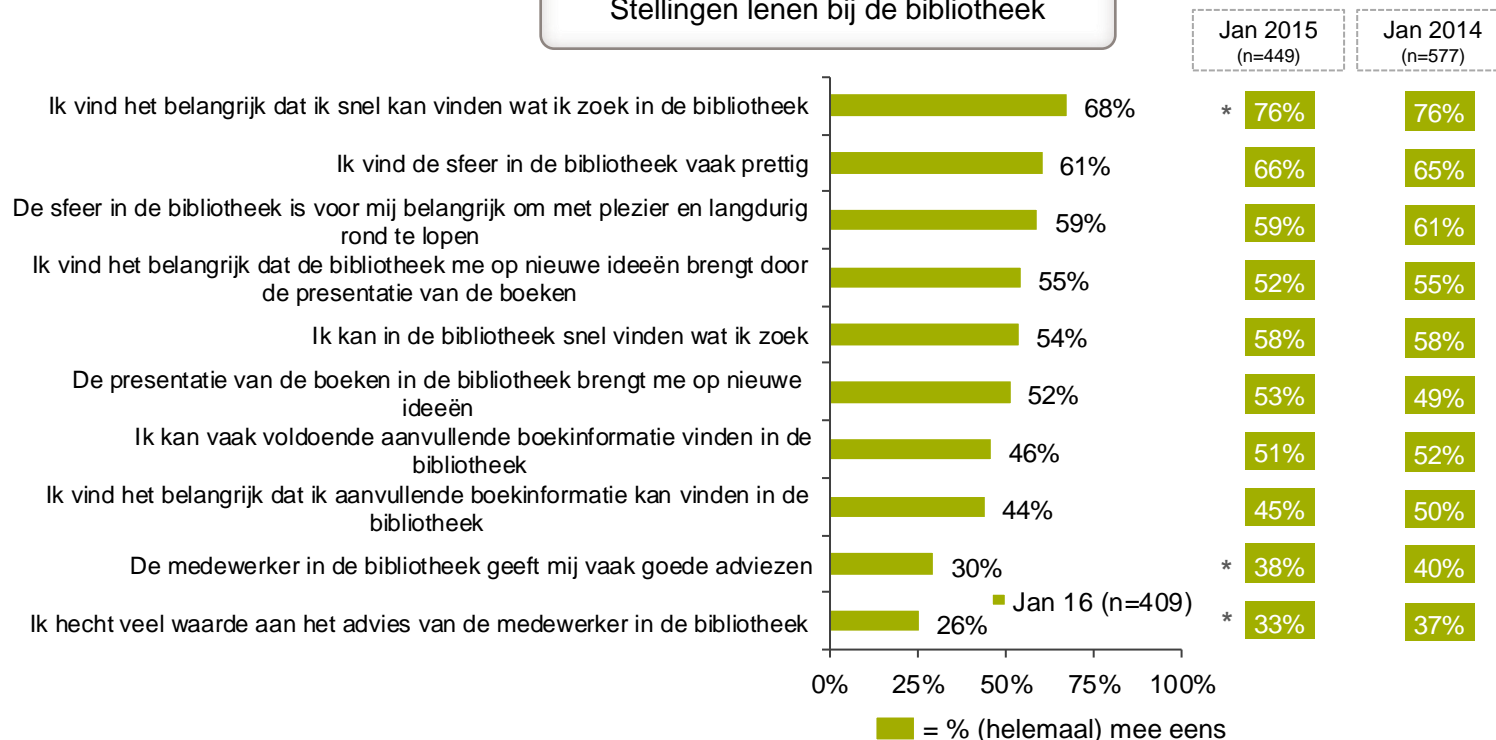
Mannen weten vaak van tevoren al wat ze willen. Consumenten tussen de 25 en 49 jaar laten zich vaak verrassen zonder specifiek naar iets op zoek te zijn.

Met name vrouwen komen vaker thuis met meer of andere boeken dan ze vooraf van plan waren.

Bibliotheekleners zijn minder positief over het advies van de bibliotheekmedewerker dan vorig jaar



Stellingen lenen bij de bibliotheek



K03c. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het lenen van boeken bij de bibliotheek. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

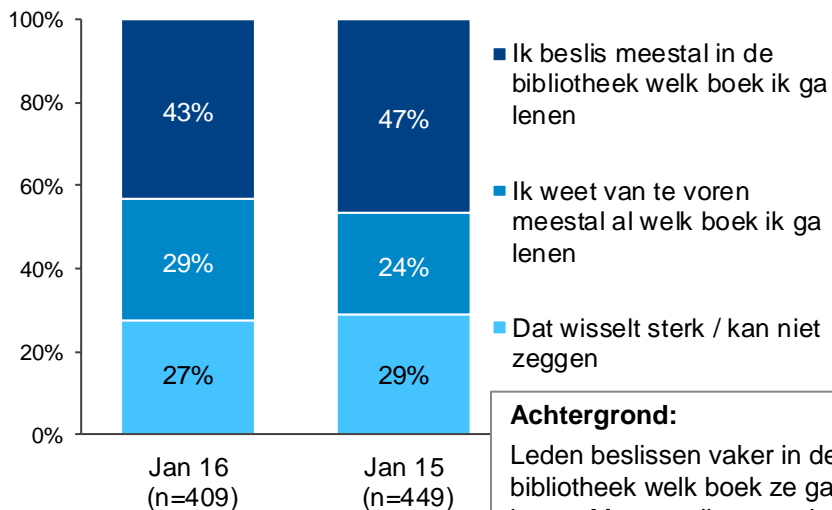
© GfK 2015 | Boekenbranche meting 35 | Januari 2016

Selectie: leent wel eens een boek

Zeven op de tien leners komt wel eens met meer boeken thuis dan gepland



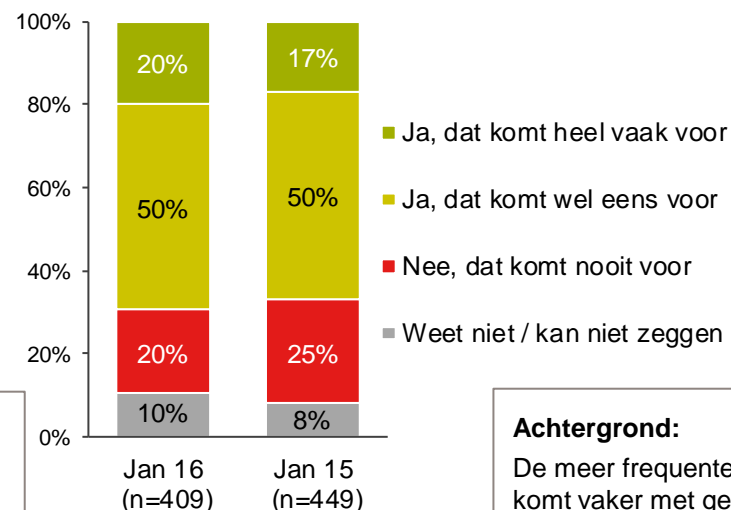
Keuze voor het boek in bibliotheek



Achtergrond:

Leden beslissen vaker in de bibliotheek welk boek ze gaan lenen. Mensen die op andermans pas lenen weten vaker al van te voren wat ze gaan lenen.

Meer boeken lenen dan aanvankelijk van plan



Achtergrond:

De meer frequente lezer komt vaker met geleende boeken thuis dan dat hij/zij van tevoren van plan was.

B04. 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?

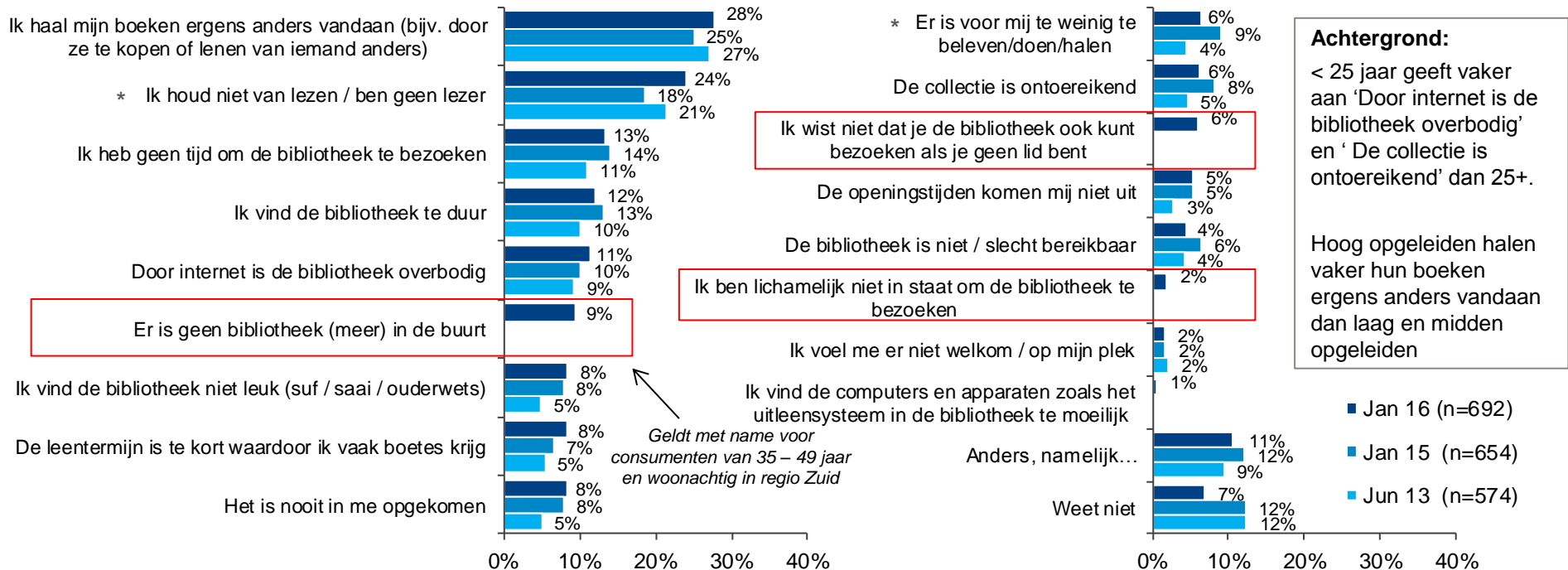
B05. Leent u bij een bibliotheekbezoek wel eens meer boeken dan u aanvankelijk van plan was?

Selectie: leent wel eens een boek

Niet-bibliotheekbezoekers geven als voornaamste reden dat zij hun boeken 'ergens anders vandaan halen'



Redenen **geen** gebruik maken van bibliotheek



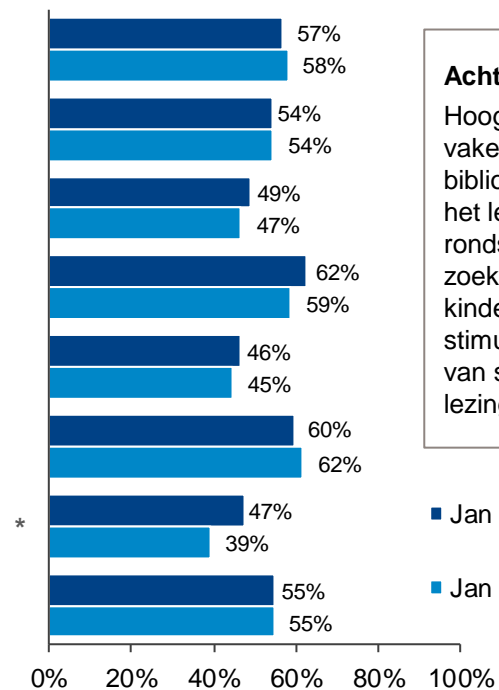
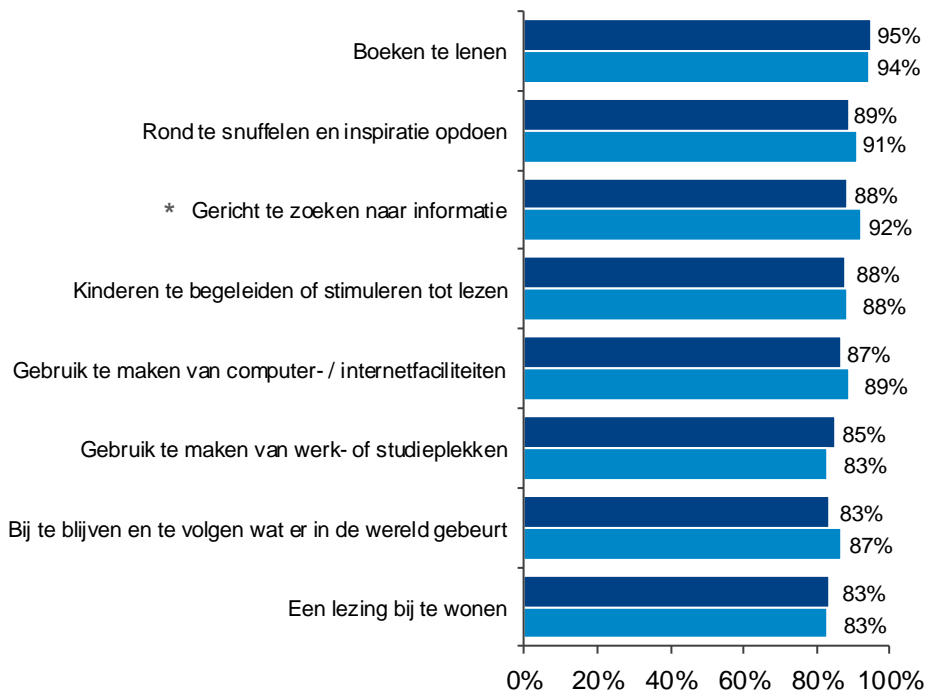
Achtergrond:
 < 25 jaar geeft vaker aan 'Door internet is de bibliotheek overbodig' en 'De collectie is ontoereikend' dan 25+.
 Hoog opgeleiden halen vaker hun boeken ergens anders vandaan dan laag en midden opgeleiden

Men verwacht dat over 5 jaar de bibliotheek het meest gebruikt wordt voor leesbegeleiding kinderen en werk-/studieplekken



Redenen gebruik maken bibliotheek op dit moment: om ...

Redenen gebruik maken bibliotheek over 5 jaar: om ...



Achtergrond:

Hoog opgeleiden verwachten vaker dat men in 2021 de bibliotheek zal bezoeken voor het lenen van boeken, rondsnoeven, voor gericht zoeken naar informatie, voor kinderen begeleiden of stimuleren, voor gebruik maken van studieplekken of om een lezing bij te wonen.

■ Jan 16 (n=409)

■ Jan 15 (n=547)

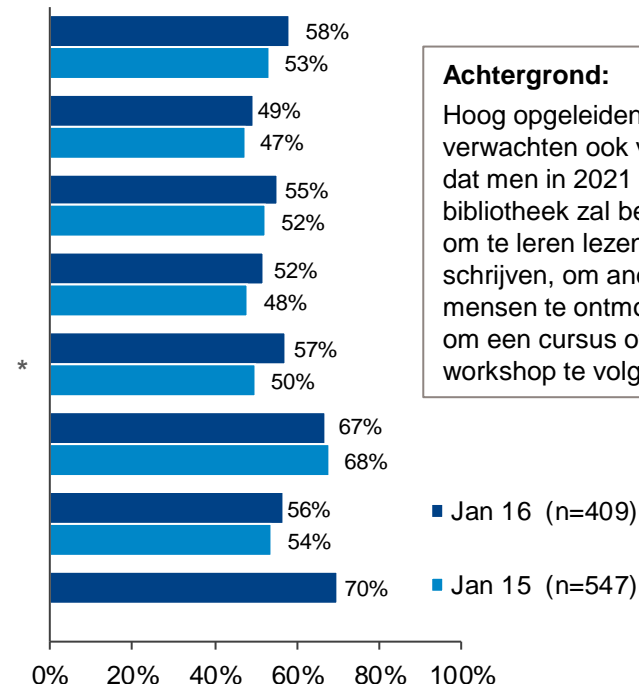
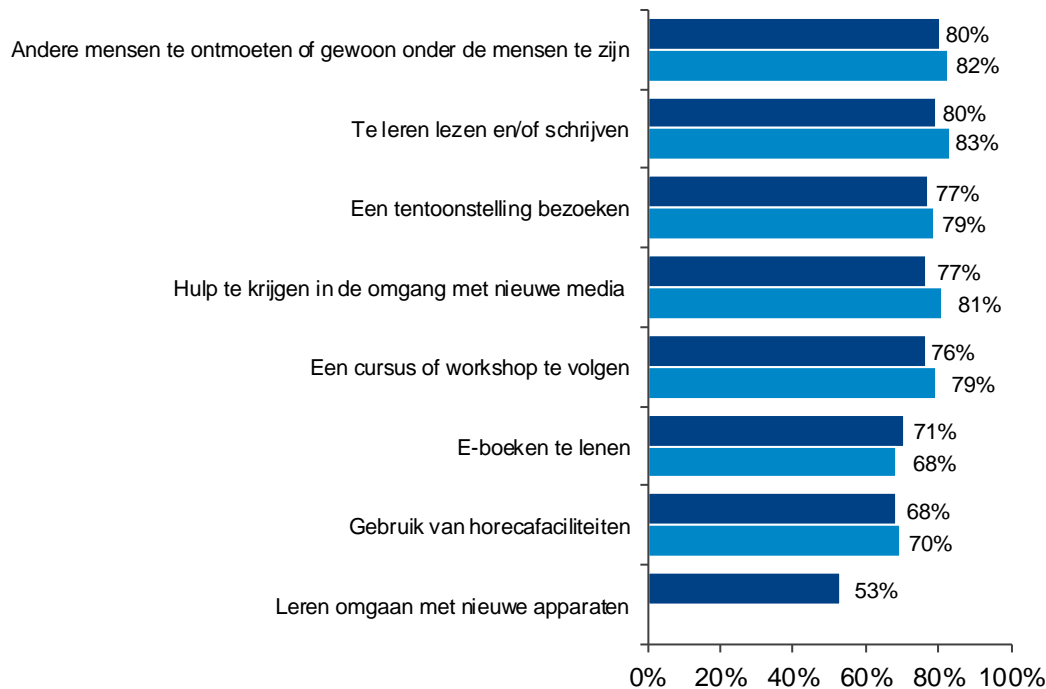
B08. Kunt u aangeven of u het waarschijnlijk vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek, (a) op dit moment, (b) over 5 jaar (dus in 2021).

De bibliotheek kan een belangrijke rol vervullen bij het leren omgaan met nieuwe apparaten



Redenen gebruik maken bibliotheek op dit moment: om ...

Redenen gebruik maken bibliotheek over 5 jaar: om ...



Achtergrond:

Hoog opgeleiden verwachten ook vaker dat men in 2021 de bibliotheek zal bezoeken om te leren lezen en schrijven, om andere mensen te ontmoeten of om een cursus of workshop te volgen.

■ Jan 16 (n=409)

■ Jan 15 (n=547)

B08. Kunt u aangeven of u het waarschijnlijk vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek, (a) op dit moment, (b) over 5 jaar (dus in 2021).

CPNB-campagnes



Conclusies CPNB-campagnes

CPNB-campagnes: dip van 2015 lijkt eenmalig

Het Nederlandse boekenjaar bevat diverse campagnes. Hiervan zijn de Boekenweek en de Kinderboekenweek het meest bekend: zes op de tien consumenten is (zeer) goed bekend met deze campagnes. In juni 2015 zagen we een afname in bekendheid van de diverse campagnes. Deze dip lijkt eenmalig te zijn geweest, in januari 2016 zitten de meeste campagnes qua bekendheid weer dicht bij het niveau van 2014 en eerder. Toch worden – op de NS Publieksprijs na – de campagnes telkens net iets minder goed opgemerkt dan in eerdere jaren.

Toch lijkt versnippering ten koste te gaan van de grotere campagnes

Waar de top-8 campagnes nog een redelijke bekendheid genieten, zien we dat de andere campagnes nauwelijks door consumenten worden opgemerkt. Mogelijk gaat deze diversiteit ten koste van de grotere campagnes, die over de langere termijn dus ook aan bekendheid hebben ingeboet.

Dip in bekendheid boekencampagnes van de juni-meting uit 2015 lijkt eenmalig



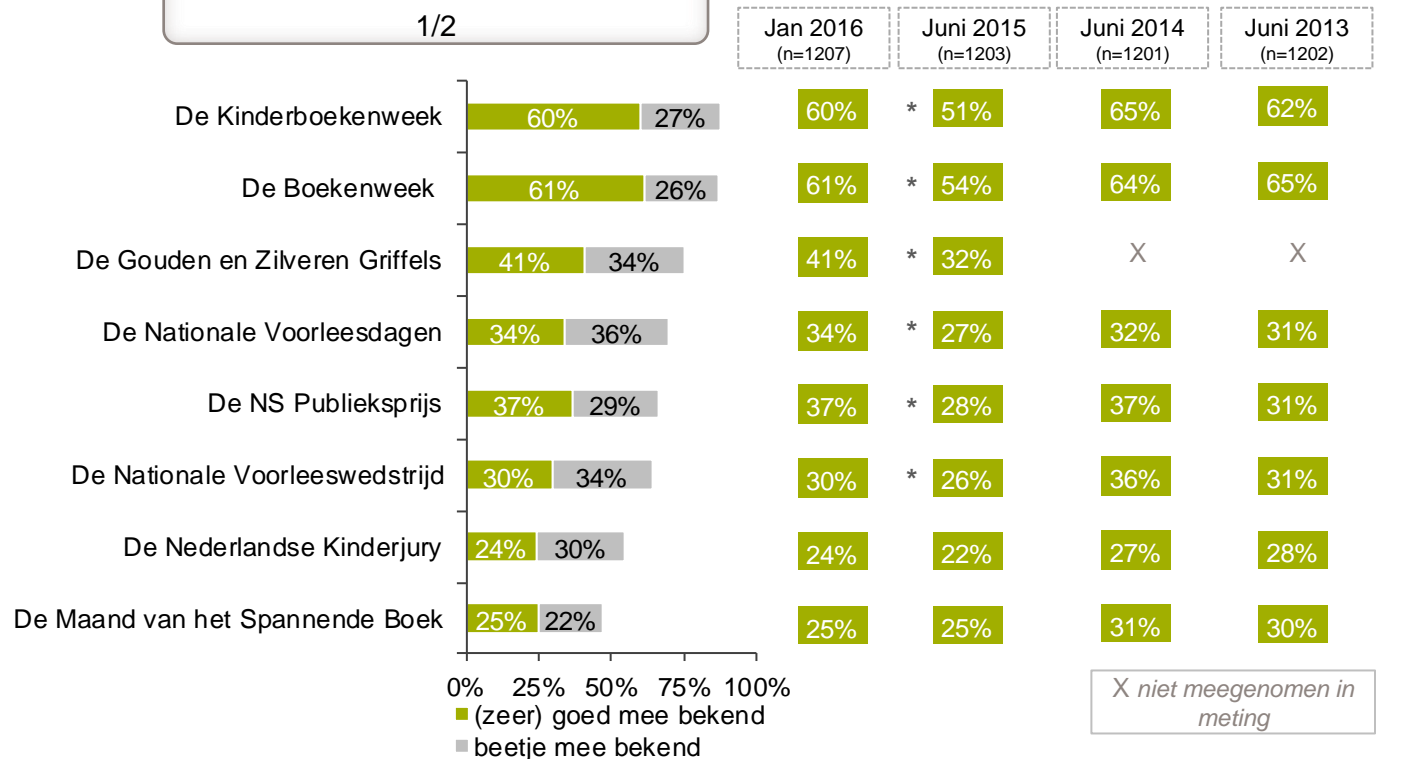
Bekendheid lees/boekencampagnes

1/2

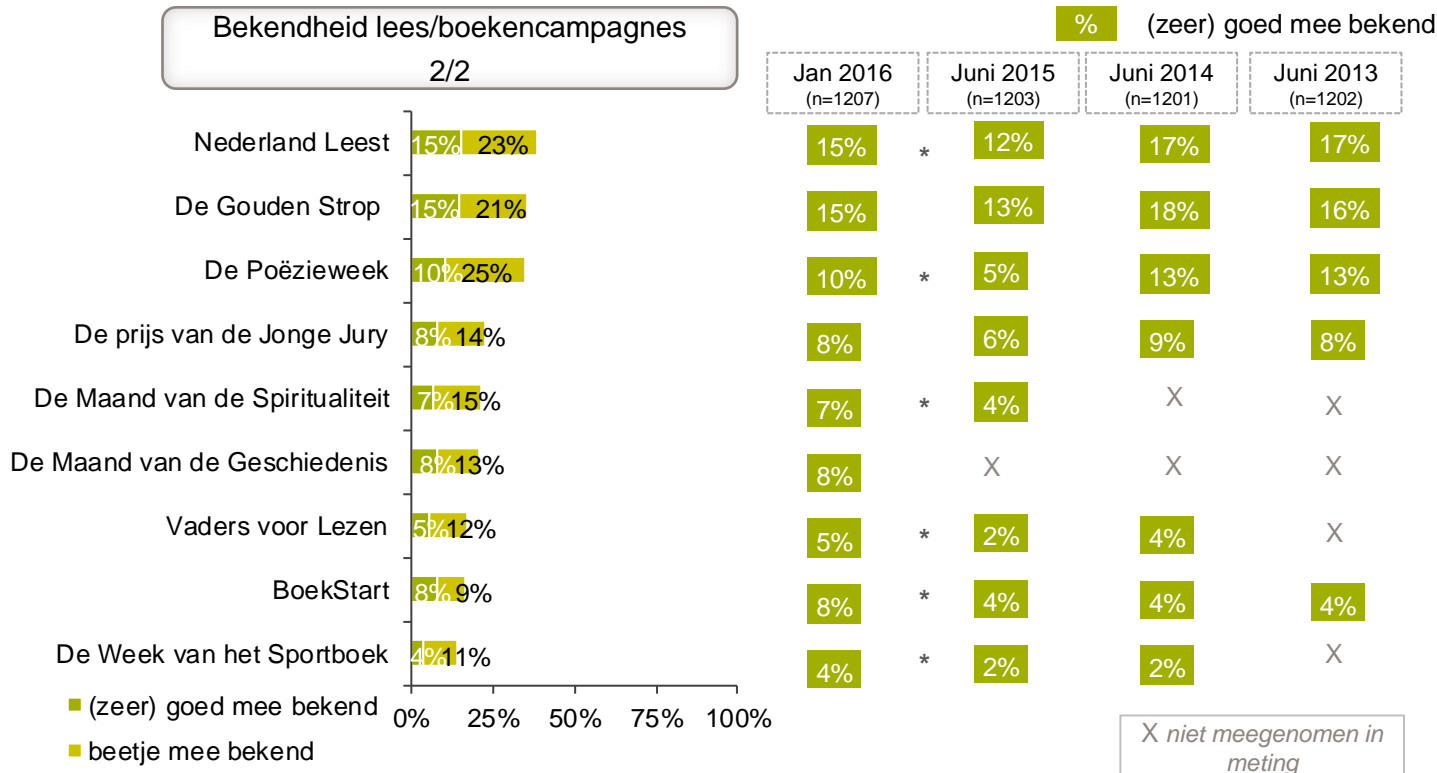
% (zeer) goed mee bekend

Achtergrond:
Over het algemeen zijn vrouwen meer bekend met de diverse lees/boekencampagnes en prijzen dan mannen.

Ook hoog opgeleiden zijn meer bekend met de diverse lees/boekencampagnes en prijzen dan midden en laag opgeleiden.



De overige boekencampagnes genieten beperkte bekendheid



Meer dan driekwart vindt De Nationale Voorleesdagen (zeer) belangrijk

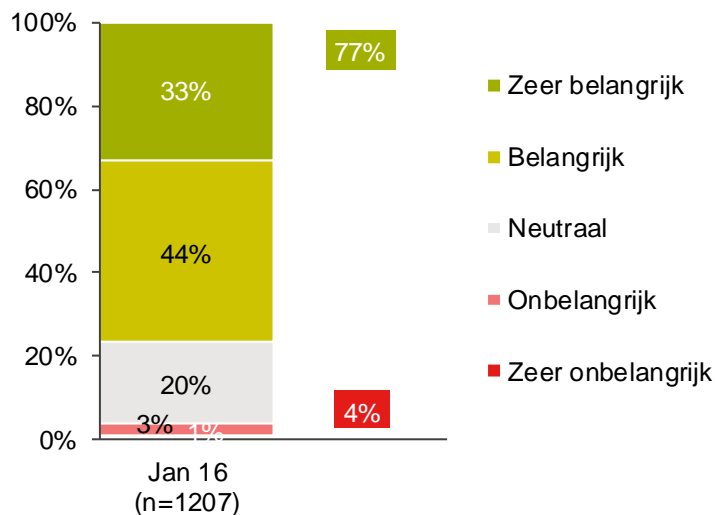


Belang Nationale Voorleesdagen

Achtergrond:

Vrouwen en hoog opgeleiden vinden De Nationale Voorleesdagen belangrijker dan mannen en midden/laag opgeleiden.

Met name de 25 – 34 jarigen vinden de Voorleesdagen (zeer) onbelangrijk.



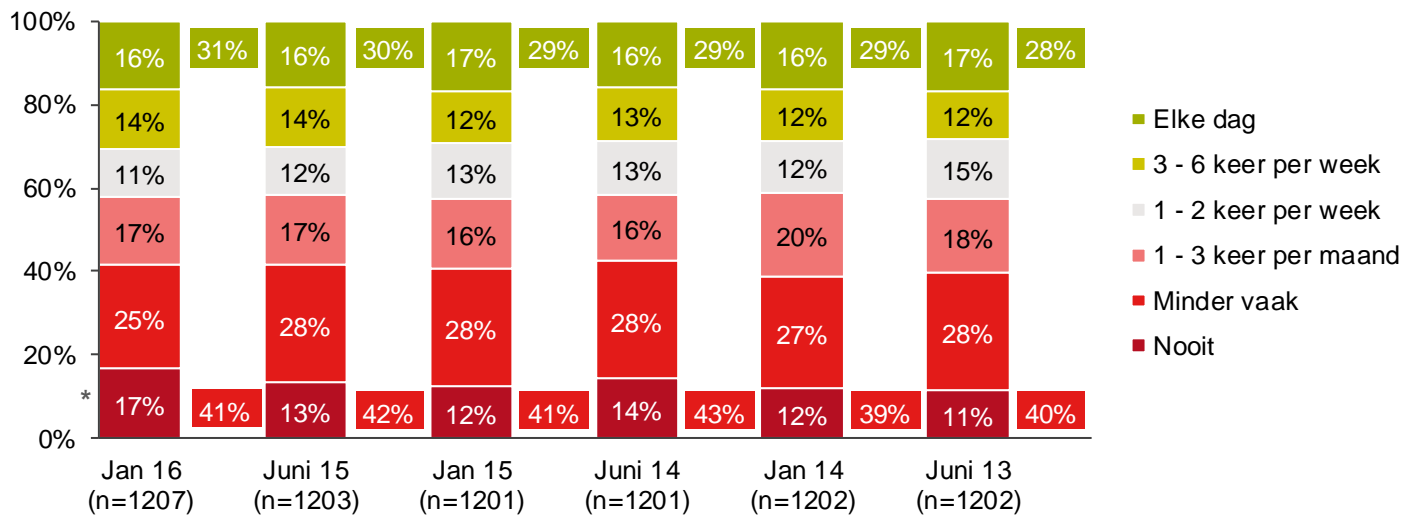
Leesgedrag

De leesfrequentie blijft stabiel: drie op de tien consumenten leest ten minste drie keer per week een boek



Leesfrequentie

Achtergrond:
Vrouwen en midden en hoog opgeleiden lezen vaker dan mannen en laag opgeleiden.

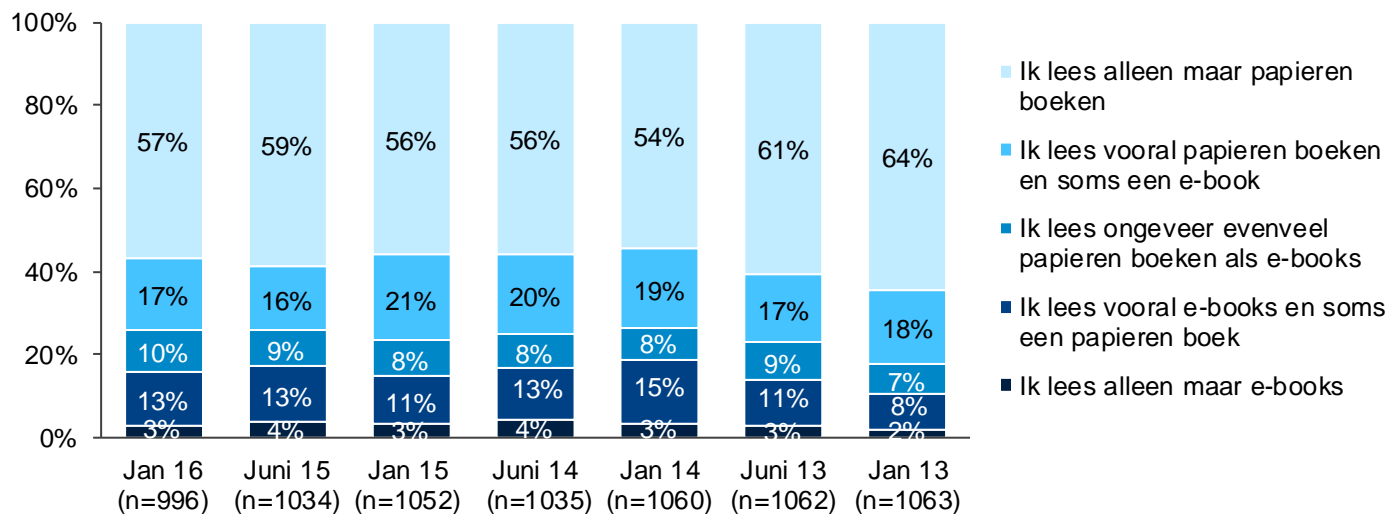


■ % leest minimaal 3 keer per week tot elke dag een boek
■ % leest minder vaak / nooit een boek

Aandeel e-booklezers blijft gelijk; een zesde leest vaker e-books dan papieren boeken



Papieren boeken vs. e-books



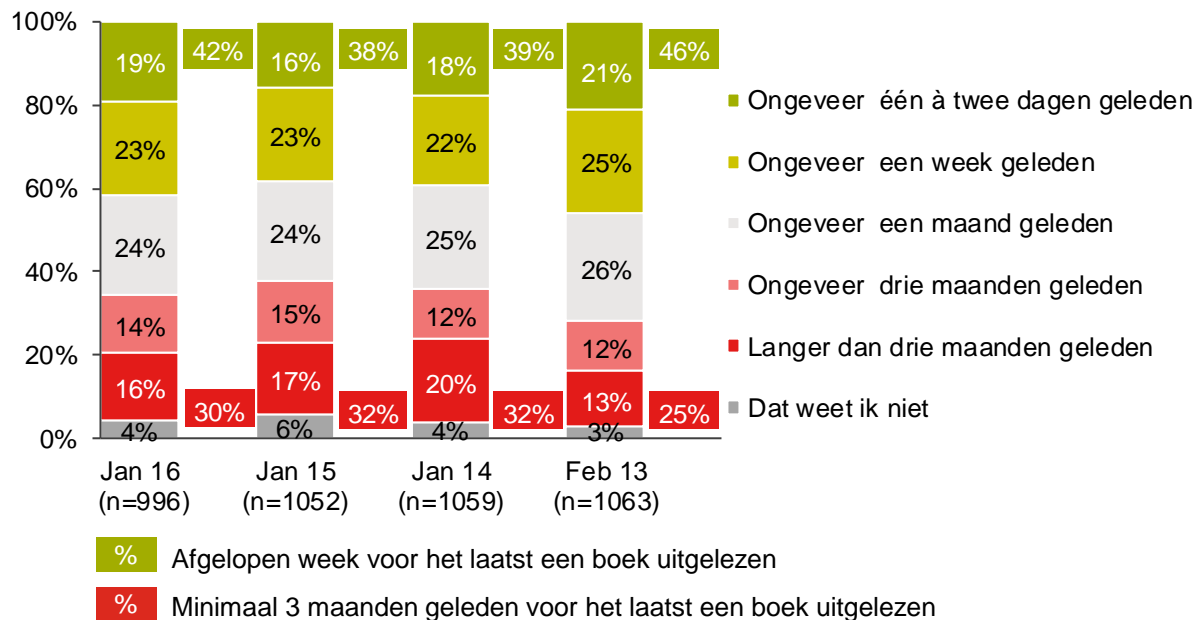
Meer dan vier op de tien lezers heeft recent (maximaal een week geleden) een boek uitgelezen



Laatst uitgelezen boek

Achtergrond:

Voor vrouwen is het over het algemeen korter geleden dat zij voor het laatst een boek uitgelezen hebben dan voor mannen.



De helft van de lezers heeft afgelopen jaar meer dan 5 boeken uitgelezen



Achtergrond:

Vrouwen hebben vaker in de afgelopen 12 maanden een boek gelezen. Hoe hoger opgeleid hoe vaker men in de afgelopen 12 maanden een boek geheel of gedeeltelijk heeft gelezen.

Vrouwen hebben gemiddeld genomen meer boeken uitgelezen in de afgelopen 12 maanden dan mannen.

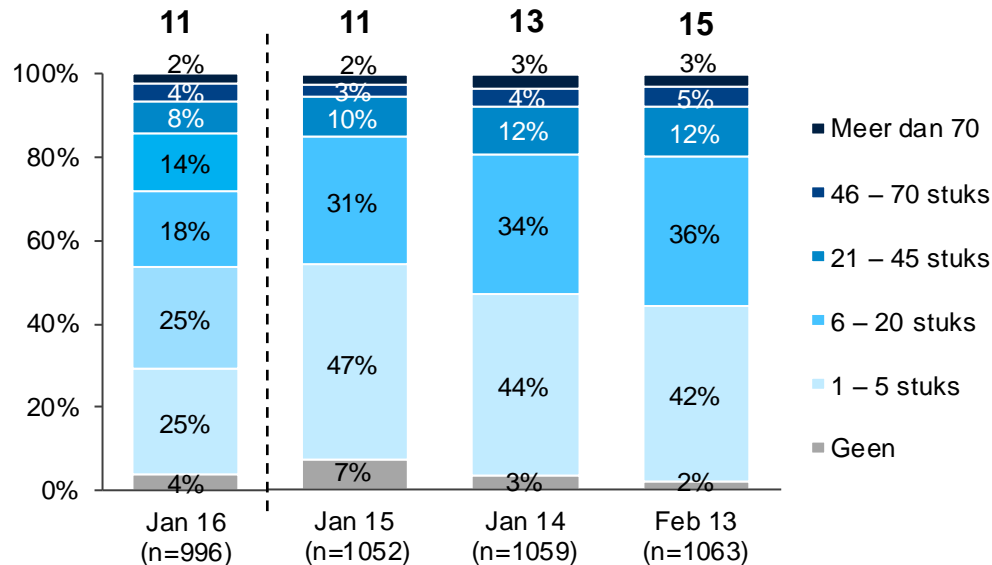
Gemiddeld aantal uitgelezen boeken op basis van klassenmidden

- Meer dan 70 stuks
- 45 – 70 stuk
- 21 – 45 stuks
- 11 – 20 stuks
- 6 – 10 stuks
- 3 – 5 stuks
- 1 – 2 stuks
- Geen

94 %

heeft afgelopen 12 maanden een boek geheel of gedeeltelijk gelezen

Aantal boeken uitgelezen per jaar / afgelopen 12 maanden



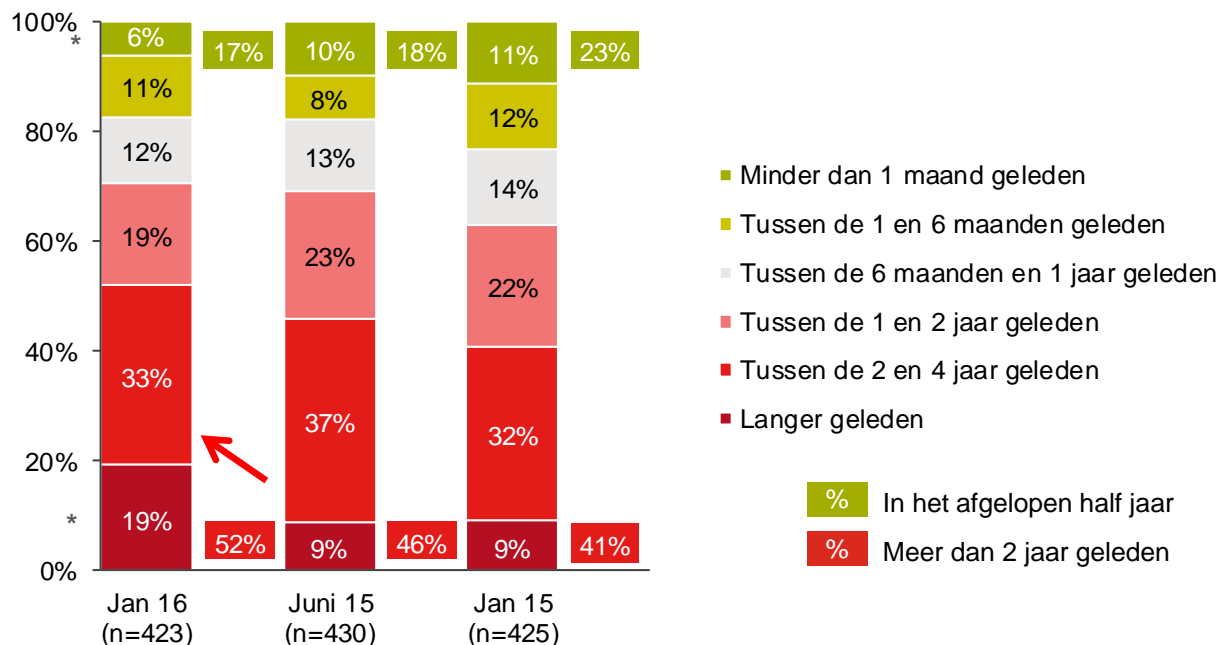
S02b: Heeft u in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een boek gelezen?
L03. Hoeveel boeken heeft u in de afgelopen 12 maanden uitgelezen (papieren dan wel e-books)?

Selectie: leest wel eens een boek

Aandeel lezers dat recent is begonnen met het lezen van het eerste e-book is licht gedaald



Eerste keer e-book gelezen



L06. Wanneer heeft u voor het eerst een e-book gelezen?

© GfK 2015 | Boekenbranche meting 35 | Januari 2016

Selectie: leest wel eens een e-book

Iets meer dan de helft van de e-book lezers leest boeken vanaf een e-reader

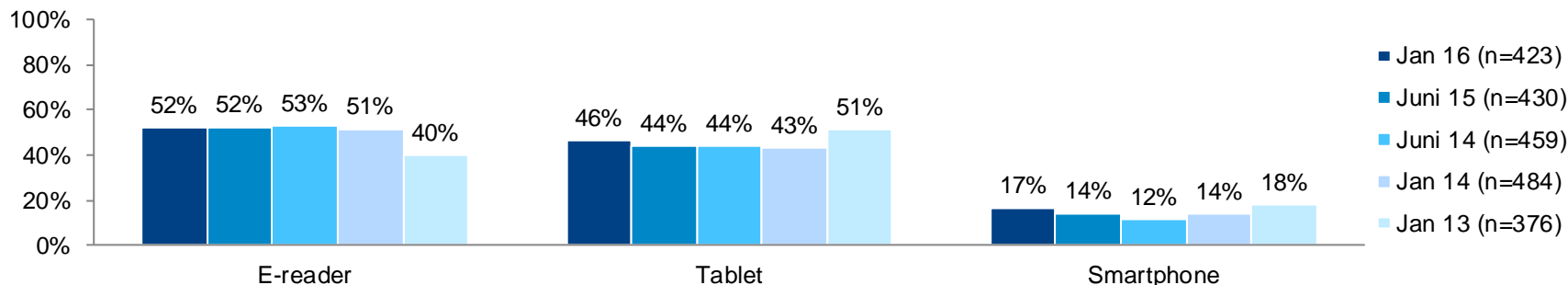


Apparaten om e-books te lezen

Achtergrond:

Vrouwen gebruiken vaker een e-reader en mannen vaker een laptop, desktop computer en tablet om e-books te lezen.

Jongeren van onder de 25 jaar gebruiken vaker hun smartphone om e-books te lezen dan consumenten van 25 jaar en ouder.



Ondanks dat het niet significant is, is er wel voor het eerst sinds 2 jaar een (lichte) stijging te zien van het gebruik van tablets en smartphones om e-books te lezen

Acht op de tien lezers vindt lezen ontspannend en interessant



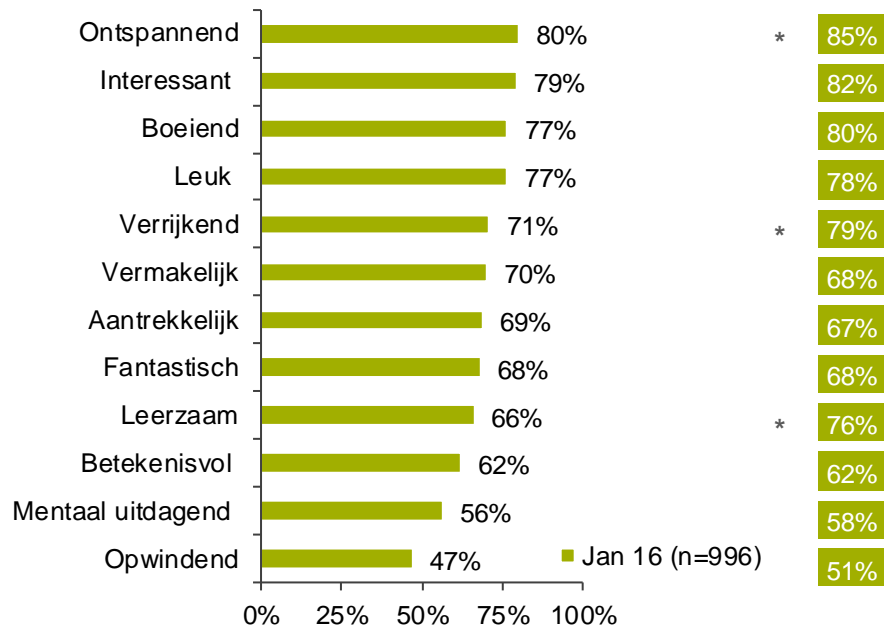
Mening over het lezen van boeken

% top 2

Nov 2011
(n=428)

Achtergrond:

Over het algemeen zijn vrouwen positiever over het lezen van boeken dan mannen. Ook hoog opgeleiden zijn vaker positief over het lezen van boeken dan midden en laag opgeleiden.



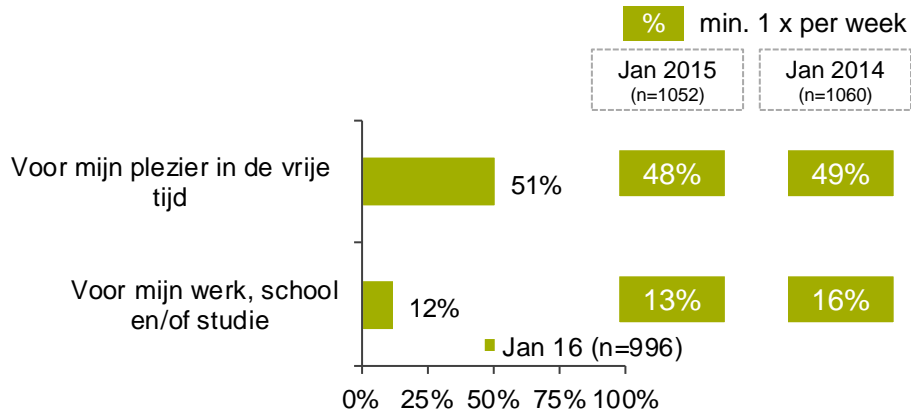
De helft van de lezers leest minstens 1x per week boeken voor zijn/haar plezier in de vrije tijd



Achtergrond:

Vrouwen lezen vaker voor hun plezier in hun vrije tijd dan mannen. Vrouwen lezen minder vaak voor hun werk en/of studie dan mannen. Hoe hoger opgeleid, hoe meer men leest voor werk, school en/of studie. Jongeren van onder de 25 lezen het meest voor hun werk en/of studie.

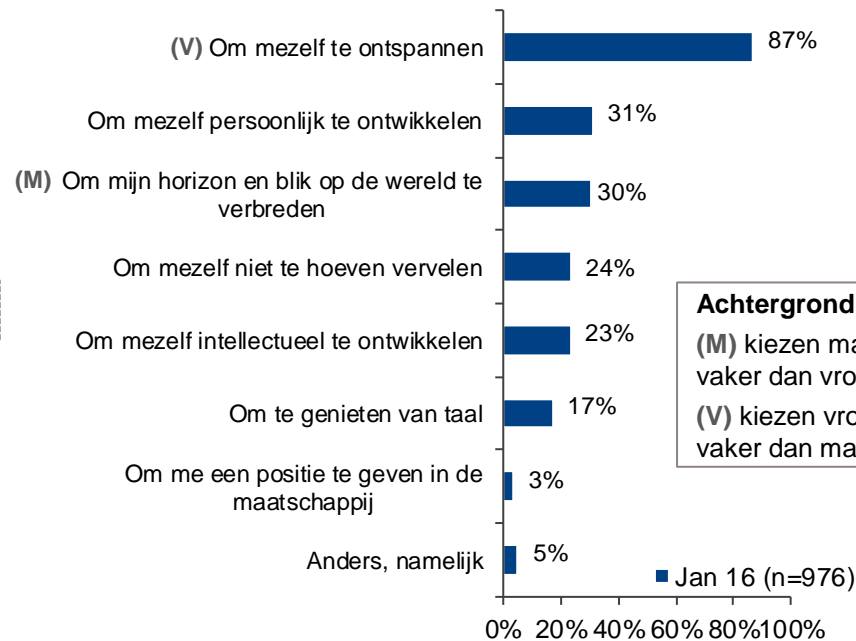
Frequentie lezen voor plezier en werk



L04a. Hoe vaak leest u boeken (papieren dan wel e-books) vanuit de volgende redenen?

L04b. Vanuit welke reden(en) leest u boeken (papieren dan wel e-books) voor uw plezier in de vrije tijd?

Redenen om boeken te lezen voor plezier



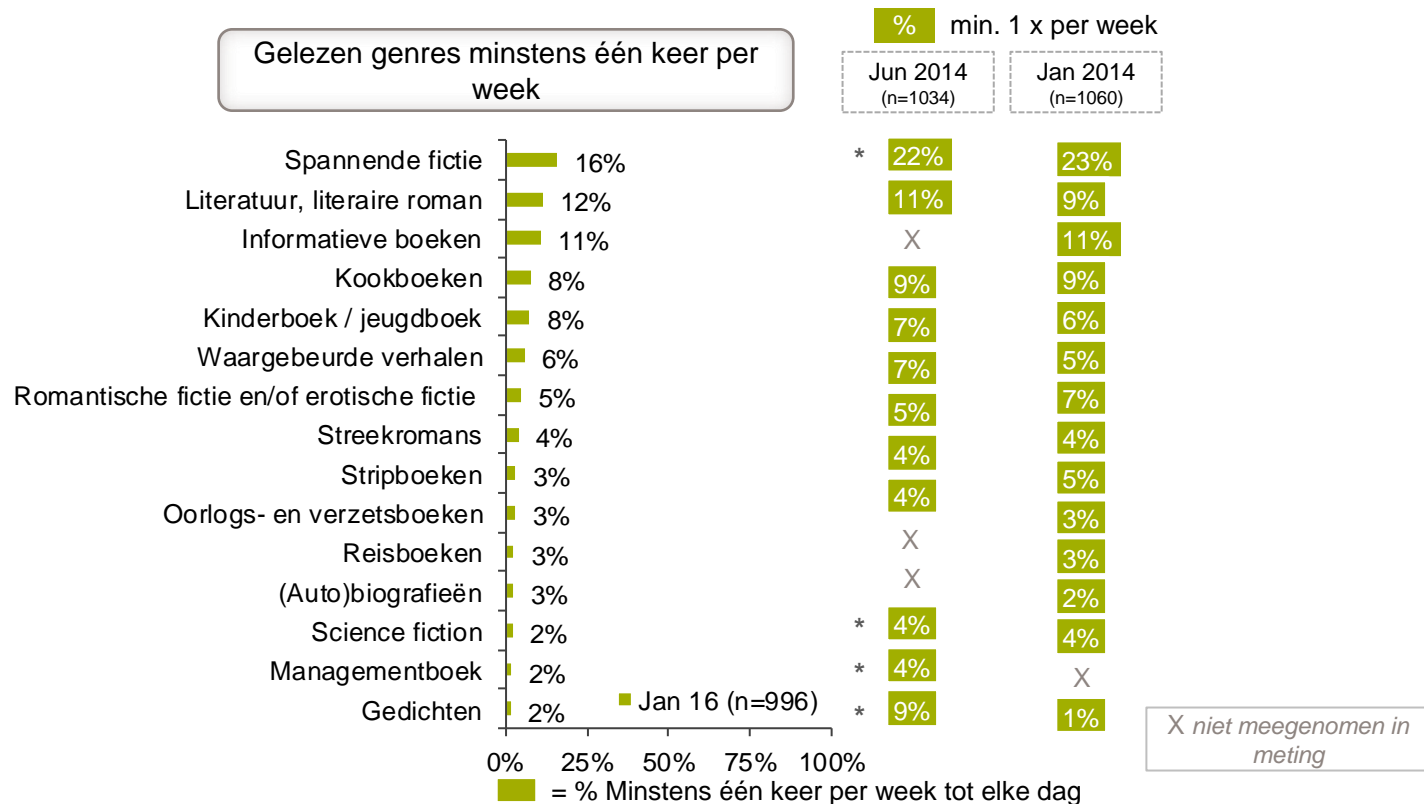
Achtergrond:

(M) kiezen mannen vaker dan vrouwen
(V) kiezen vrouwen vaker dan mannen

L04a Selectie: leest wel eens een boek

L04b Selectie: Leest boeken voor het plezier in vrije tijd

Spannende fictie wordt het meest frequent gelezen, gevolgd door literatuur en informatieve boeken

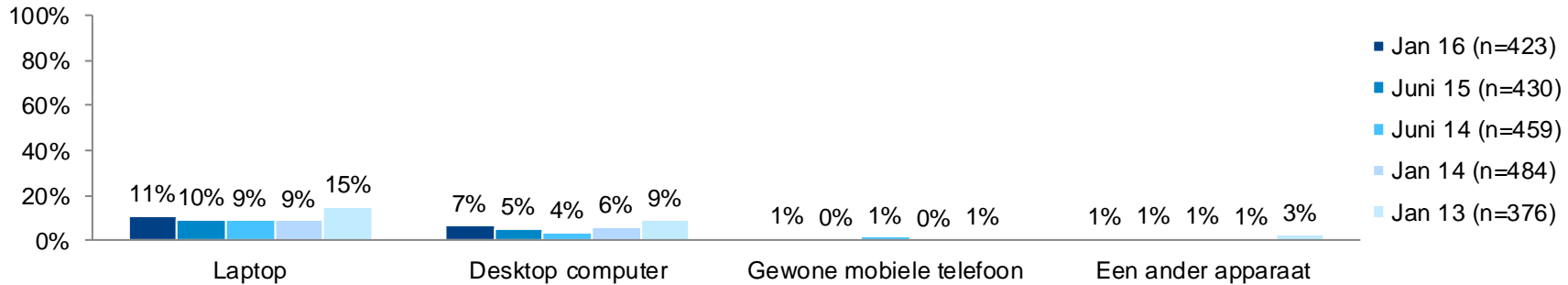


Overige resultaten (beperkte resultaten op eerder gerapporteerde vragen)



Achtergrond: overige apparaten voor het lezen van e-books

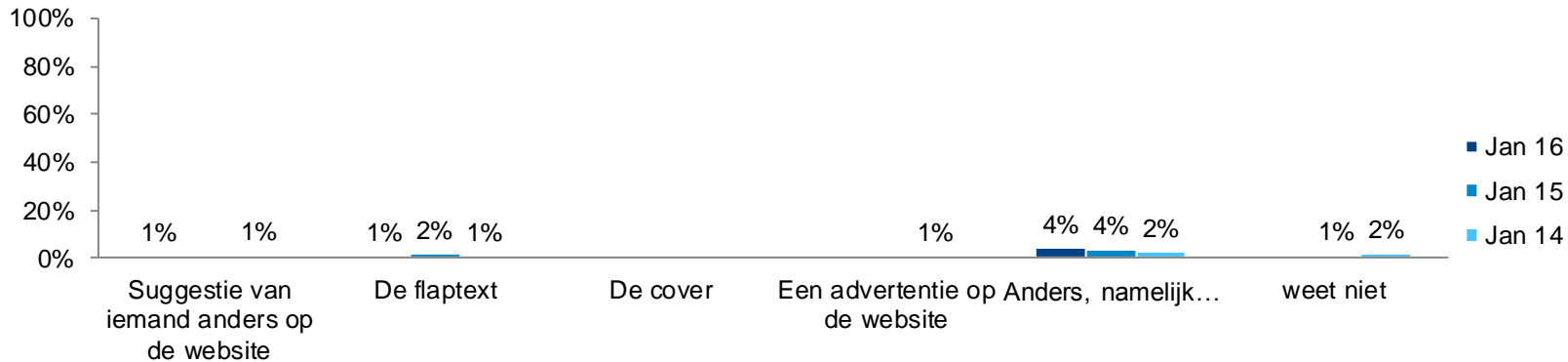
Apparaten om e-books te lezen





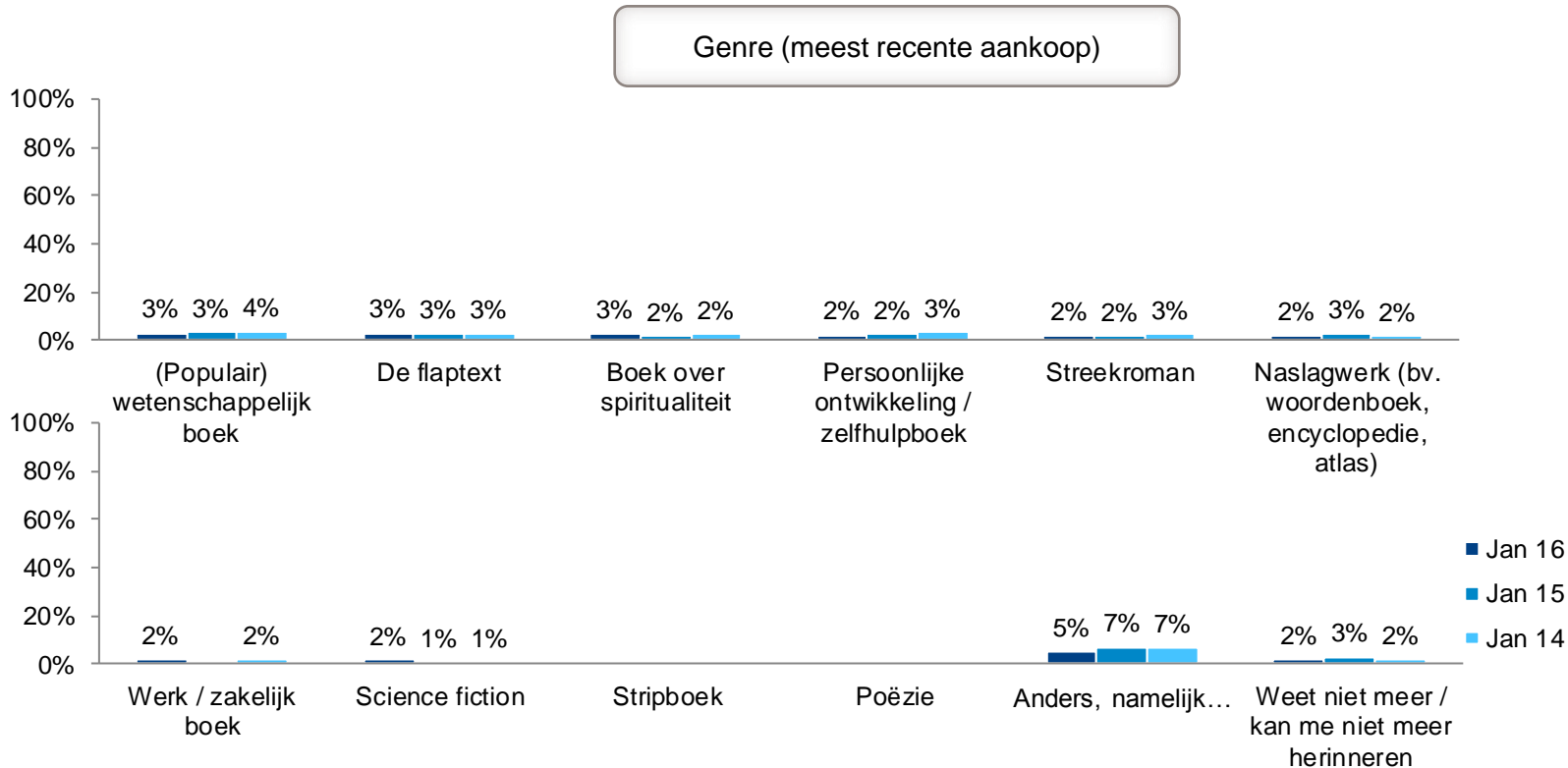
Achtergrond: overige beslissende factoren op de website

Beslissende factoren op website





Achtergrond: overige genres die men heeft gekocht



K5. Van welk genre was dit boek?

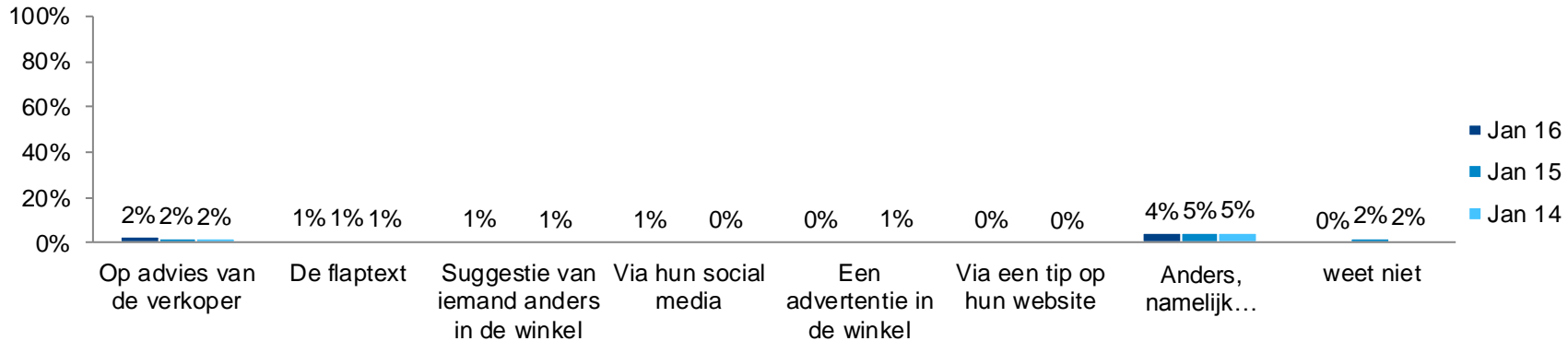
© GfK 2015 | Boekenbranche meting 35 | Januari 2016

Selectie: laatst boek gekocht (online of in fysieke winkel)

Achtergrond: overige beslissende factoren



Beslissende factoren in fysieke boekhandel



Bijlage: verantwoording en certificering



Onderzoeksverantwoording

- Veldwerk:** Online (CAWI) op deelnemers van het GfK Online panel, dat uit ca. 100.000 personen bestaat
- Veldwerkperiode:** 12 t/m 18 januari 2016
- Doelgroep:** Nederlandse consumenten van 14 jaar en ouder
- Steekproef:** De netto steekproef is in totaal $n=1.207$ en is door middel van weging representatief gemaakt op geslacht, leeftijd en opleiding
- Vragenlijst:** De vragenlijst (gemiddelde invulduur 15 minuten) bestaat uit de volgende onderwerpen:
- Kopen, lezen en lenen van papieren en digitale boeken
 - Rol van de prijs
 - Aankoopgedrag en de economische situatie
 - Lees- en boekencampagnes

Certificering



- Het onderzoek is uitgevoerd in overeenstemming met het quality systeem van GfK dat is gecertificeerd volgens de normen van NEN-EN-ISO 9001, ISO 20252 en ISO 26362. 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 toegestaan de uitkomsten van onderzoek extern te publiceren. Wel dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "GfK 39239 Boekenbranche meting 35" te worden vermeld.
- Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).

