



Rapportage Boekenbranche meting 39

1e reguliere meting van 2017 naar het kopen, lezen en
lenen van boeken

457437
Januari 2017
Bastiaan van Nood
Ewout Witte





1

Inleiding

2

Management samenvatting

3

Resultaten

- Leesgedrag van papieren boeken en e-books
 - (Digitale) kinder- en prentenboeken
 - Koopgedrag
 - Bibliotheek
 - CPNB- campagnes
-

4

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 2017 behandelt onder meer aankoopmotieven, boeken in een andere taal, voorlezen van e-books en De Nationale Voorleesdagen.

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:

- Trends
- Lezen, kopen en lenen van boeken
- (voorlezen van) e-books
- Kopen van prentenboeken
- Bekendheid CPNB-campagnes

Management samenvatting

Conclusies en aanbevelingen (1)



Het lezen van papieren boeken en e-books

Aandeel lezers neemt toe, wekelijkse leesfrequentie neemt licht af

Een kwart van de Nederlandse consumenten leest minstens 3x per week een boek. Dit valt iets lager uit dan de vorige twee metingen. Er lijkt dan ook een dalende trend te ontstaan, die met name effect heeft op de groep die minstens 3x per week leest. Het aandeel lezers dat 1-2 keer per week leest is dan ook sterk toegenomen van 10% naar 14%. Naast deze trend is er ook een trend te zien van het aandeel mensen dat nooit een boek leest, dit aandeel is in de afgelopen drie metingen gedaald van 17% naar 12%. In het licht van de dalende leesfrequentie zien we ook dat het aantal (laatst) uitgelezen boeken sterk afneemt. Men lijkt minder vastberaden om een boek uit te lezen.

Diversiteit van media activiteiten die dagelijks ondernomen worden, neemt af

Het aantal verschillende activiteiten die consumenten dagelijks ondernemen, blijft afnemen. We zien ten opzichte van de vorige meting sterke dalingen op radio luisteren, surfen op het internet en de krant lezen. Bij het lezen van boeken is een langzaam dalende trend te zien (sinds 2013), maar dit gaat minder rigoureus dan bij de andere activiteiten. Wel is een sterke daling te zien van het aandeel lezers dat in de vrije tijd voor zijn/haar plezier leest (van 51% naar 42%). Desondanks bekleedt het boek binnen de vrijetijdsbesteding een goede positie. De meeste mensen lezen in hun vrije tijd het meest om de realiteit te 'ontvluchten'.

Conclusies en aanbevelingen (2)



Fysieke en internet boekwinkel

De rol van de fysieke en internet boekwinkel wordt steeds duidelijker

Het aantal boek aankopen in de fysieke boekwinkel daalt licht, maar het aandeel consumenten dat boeken koopt, stijgt. Daarbij zien we dat de keuze van het aankoopkanaal stabiel is en de motieven om bij een bepaald kanaal te kopen, duidelijke verschillen vertonen. De fysieke boekwinkel wordt vaak gebruikt om rond te snuffelen en inspiratie op te doen. Het online gedrag laat een tegenovergestelde houding zien. Consumenten kopen juist bij de internet boekwinkel vanwege snelheid en efficiëntie.

Het verschil tussen de daling van aankopen in de fysieke boekwinkel en de stijging van het aandeel consumenten dat wel eens een boek koopt, valt wellicht als volgt te verklaren:

1. De consument doet dikwijls inspiratie op in de fysieke boekwinkel en vervolgens wordt het boek aangeschaft in de internet boekwinkel.
2. Daarnaast neemt het aandeel boekhandel bezoekers die thuis bedenken welk boek ze willen kopen en uitsluitend dat boek kopen, sinds januari 2014 toe. Wat kan duiden op een gedegen (online) voorbereiding thuis waardoor mensen zich minder snel laten verleiden door acties op de winkelvloer.
3. In de internet boekwinkel lijkt ook beter gekapitaliseerd te worden op de consument die gericht boeken zoekt. Het aandeel consumenten dat snel kan vinden wat ze zoeken stijgt van 71% naar 78%.

Conclusies en aanbevelingen (3)



E-book versus papieren boek

E-books worden steeds meer een gemeengoed

Het aandeel van de Nederlandse consumenten dat wel eens e-books leest, is 35%, 12% heeft wel eens e-books gelezen maar doet dit nu niet meer. Ook zien we over de gehele linie een langzame afname van de aanwas van nieuwe e-book lezers. Dit ligt in de lijn met de acceptatie/normalisering van het e-book in de markt. Een vijfde van de Nederlandse consumenten die wel eens een e-book hebben gelezen geeft aan dat dit langer dan een jaar geleden voor het laatst was. De oud-lezer is desondanks een interessante groep om, met inachtneming van de verbeterde technologieën en het toenemende aanbod, actief te benaderen om weer eens een e-book te lezen.

(digitale) kinder- en prentenboeken

Digitale kinder- en prentenboeken hebben potentie, maar het moet nog 'landen' bij de consument

4% van de Nederlandse consumenten heeft wel eens met kinderen gebruik gemaakt van een digitaal kinderboek. Dit zijn met name mannen en consumenten onder de 50 jaar. 36% van de Nederlandse consumenten koopt wel eens een prenten- en/of kinderboek. In het algemeen is 8% (zeer) geïnteresseerd in prenten- en/of kinderboekenapps. Een kwart is in enige mate geïnteresseerd. De interesse voor apps als toevoeging op een papieren prenten- en/of kinderboek ligt hoger met 39%. Voor deze groep geldt wel dat bij slechts 6% dit een (zeer) grote invloed heeft op de aankoopbeslissing. Consumenten staan er duidelijk voor open, maar de toegevoegde waarde is waarschijnlijk niet altijd duidelijk.

Het lezen van e-books door kinderen wordt (schoorvoetend) geaccepteerd door ouders

De meerderheid (62%) van de ouders vindt het goed als hun kind een e-book leest en 46% vindt dit daadwerkelijk ook hetzelfde als het lezen van een papieren boek. 28% vindt het lezen van een e-book niet hetzelfde als een papieren boek en 23% schaaft het lezen van een e-book onder de noemer internet / tv. Kortom: de helft geeft aan dat ze toch liever hebben dat hun kind een papieren boek leest.

Conclusies en aanbevelingen (4)



Bibliotheek

Verandering positionering bibliotheek werpt zijn vruchten af....

Steeds meer consumenten komen in aanraking met de bibliotheek. Het aandeel consumenten dat nog nooit/niet vaak in de bibliotheek is geweest valt iets lager uit. Dit lijkt nog geen direct effect te hebben op het aantal lidmaatschappen, wat nagenoeg stabiel blijft. De leenfrequentie neemt licht af. Een mogelijke verklaring hiervan is de veranderende positionering van de bibliotheek, waarbij de bibliotheek niet alleen een plek is om boeken te lenen, maar ook om elkaar te ontmoeten, kennis te delen en om nieuwe vaardigheden te leren.

... en is in lijn met wat de consument in de toekomst verwacht, een centrum voor cultuur en ontwikkeling

In vergelijking met de voorgaande metingen in januari 2015 en 2016, zien we dat de consument een helderder beeld krijgt van de rol van de bibliotheek in de toekomst. De meeste leden verwachten in de toekomst een belangrijkere rol binnen 'het leren omgaan met nieuwe apparaten' en 'horeca'. Daarnaast wordt ook het lenen van e-books, tentoonstelling bezoeken en andere opleiding gerelateerde activiteiten steeds vaker genoemd in vergelijking met voorgaande jaren.

CPNB

Bekendheid van De Kinderboekenweek en De Boekenweek nog nooit zo hoog

Over de gehele linie is een verbetering te zien van de bekendheid van de campagnes. Alleen De Spannende Boeken Weken, De Gouden Strop en De prijs van de Jonge Jury vallen lager uit. De Kinderboekenweek (66%) en De Boekenweek (66%) steken er traditioneel met kop en schouders boven uit.

Resultaten

Leeswijzer



* Significant verschil t.o.v. vorige meting

X Niet meegenomen in meting



Geven mannen vaker aan dan vrouwen



Geven vrouwen vaker aan dan mannen

Heavy lezers lezen minstens 3 keer per week in een boek

Medium lezers lezen 1-2 keer per week in een boek

Light lezers lezen minstens 1 keer per maand of minder in boek



Leesgedrag van papieren boeken en e-books

Ongeveer de helft van de consumenten heeft wel eens een e-book gelezen

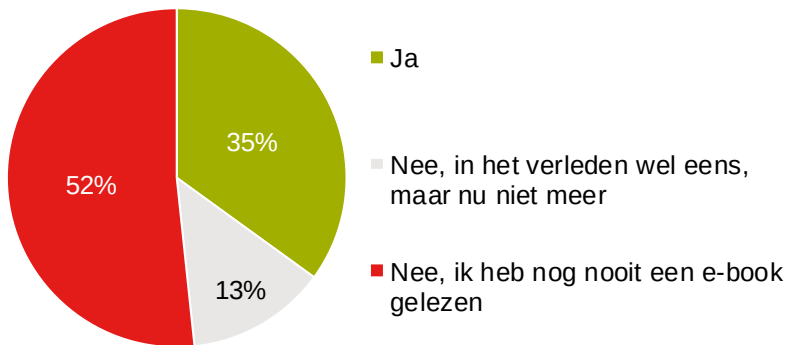


Leest wel eens een e-book

Achtergrond

Laagopgeleiden geven vaker aan nog nooit een e-book gelezen te hebben dan midden en hoogopgeleiden.

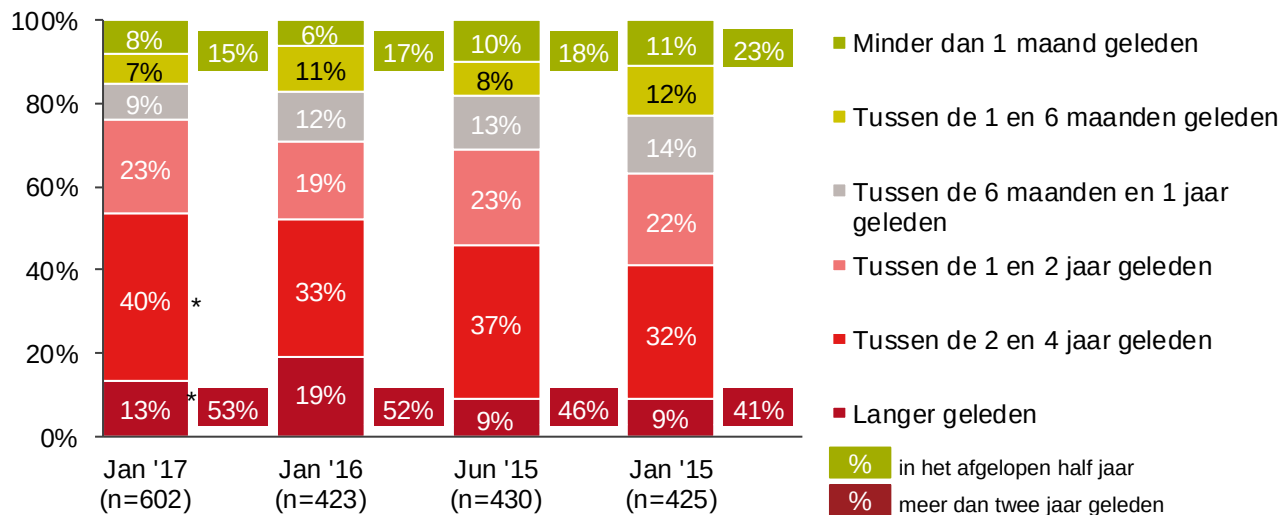
Heavy lezers geven vaak aan juist wel al een e-book gelezen te hebben.



Het aantal nieuwe e-book lezers per jaar neemt langzaam af, maar is nog steeds substantieel



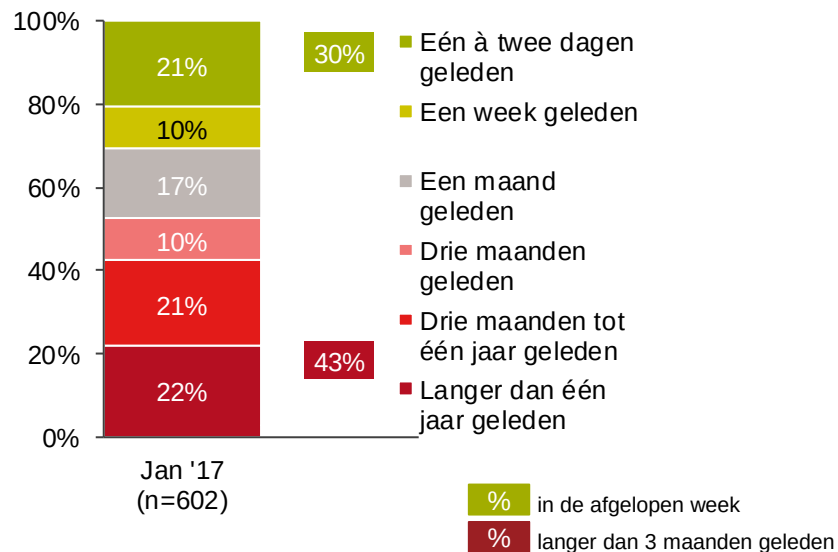
Eerste keer e-book gelezen



Een derde van de e-book lezers heeft een week geleden voor het laatst in een e-book gelezen.



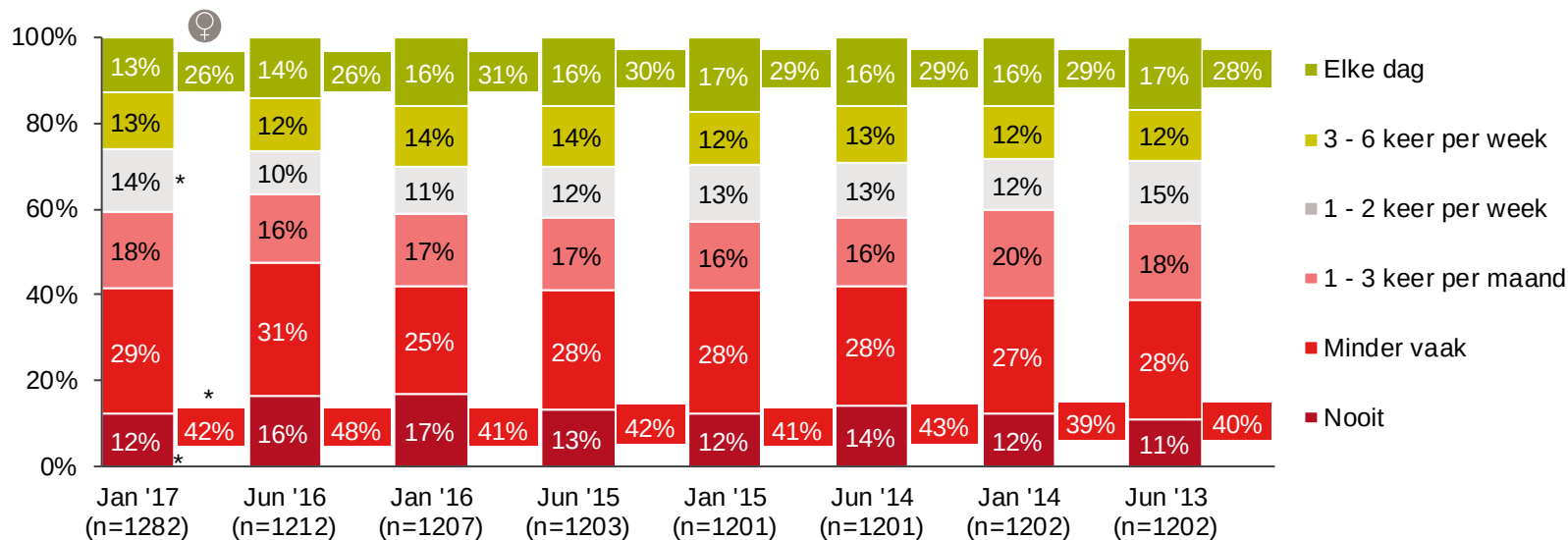
Voor het **laatst** in een e-book gelezen



40% van de Nederlandse bevolking leest minstens eens per week in een boek. Frequent lezen neemt langzaam af

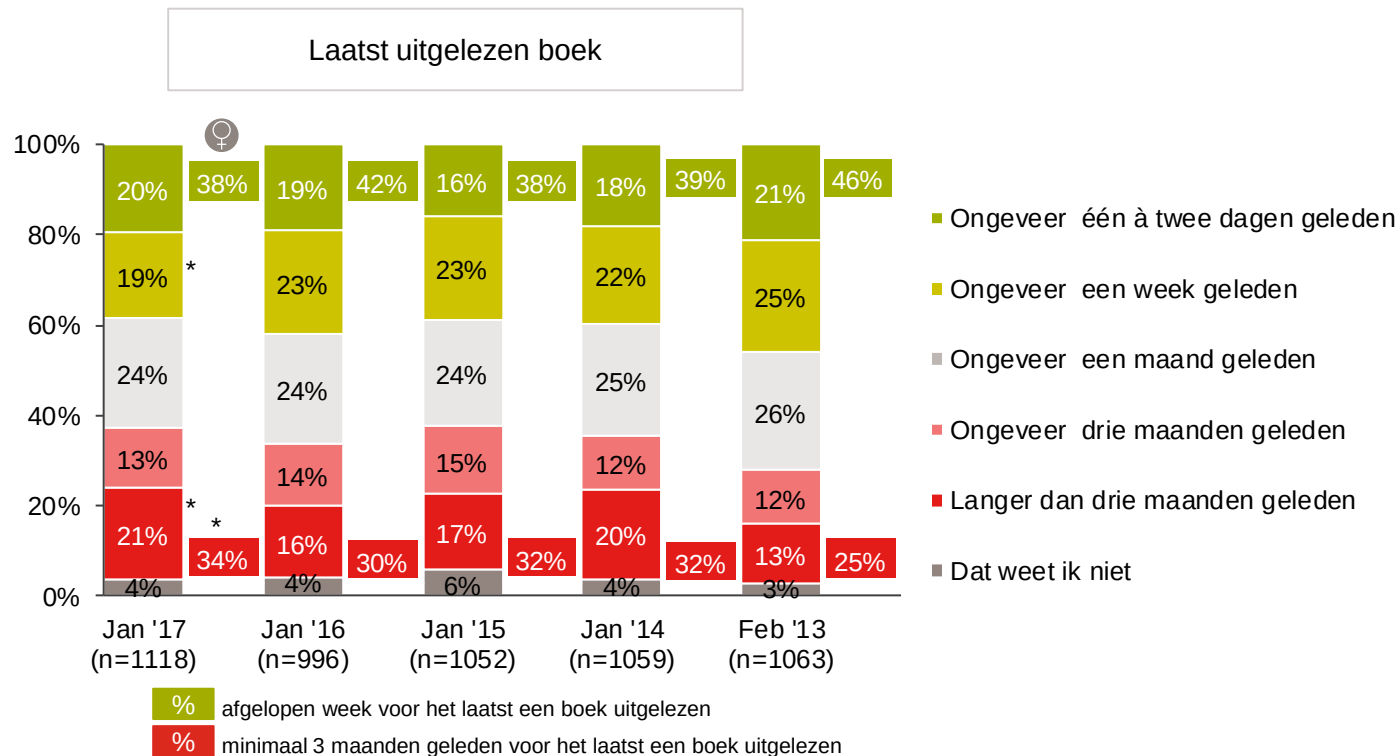


Leesfrequentie



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

Minder lezers hebben onlangs een boek uitgelezen



Het aantal boeken dat men geheel of gedeeltelijk uitleest neemt licht af. Geen zichtbaar effect op het gemiddeld aantal uitgelezen boeken



Aantal boeken uitgelezen per jaar /
afgelopen 12 maanden

**Gemiddeld aantal
uitgelezen boeken**
op basis van klassenmiddelen



87%

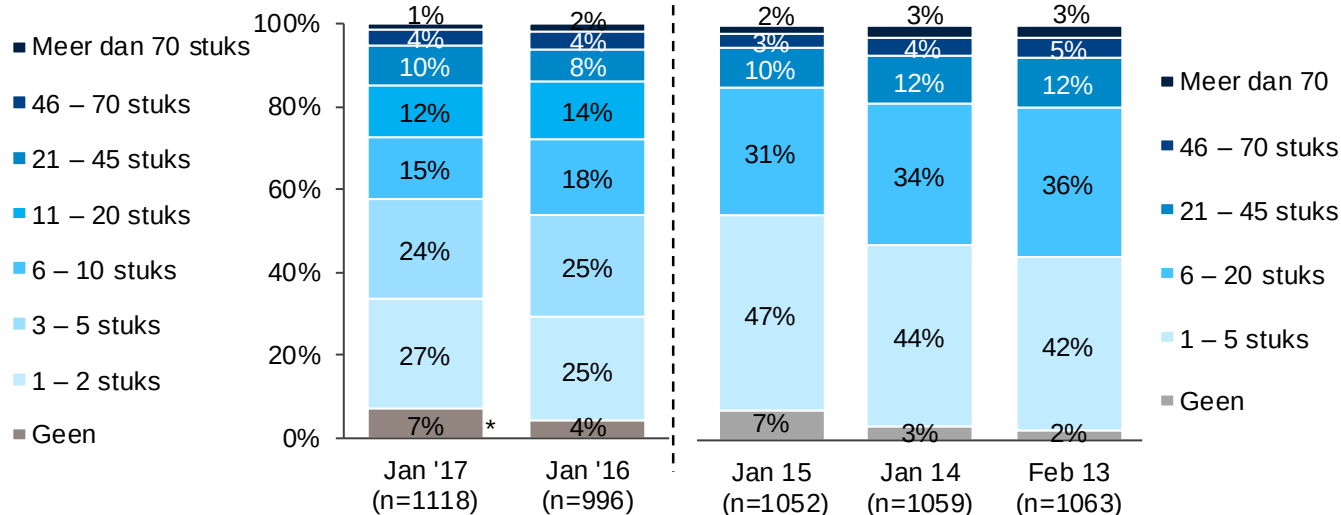
Heeft de afgelopen 12 maanden geheel of
gedeeltelijk een boek uitgelezen
(papieren dan wel e-books)

93%

Juli '16

94%

Januari '16



S02b. Heeft u in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een boek (papieren dan wel e-books) gelezen?
L02. Hoeveel boeken heeft u in de afgelopen 12 maanden uitgelezen (papieren dan wel e-books)?

S02b Basis : allen
L02 Selectie: leest wel eens boeken

Aandeel lezers dat alleen papieren boeken leest, daalt over de langere termijn

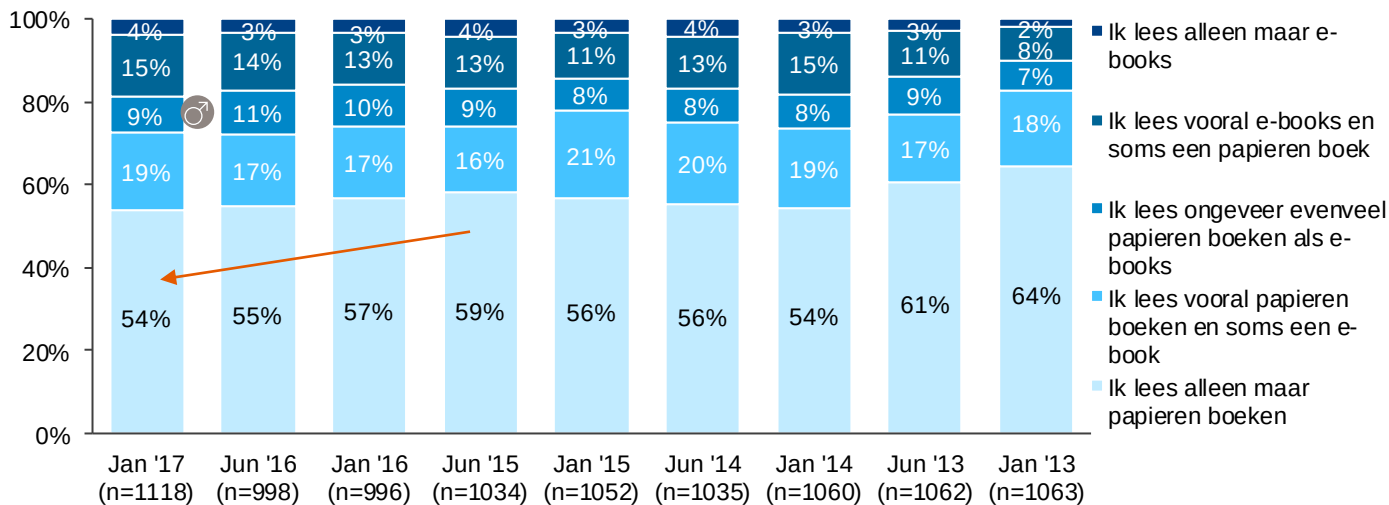


Papieren boeken vs. e-books

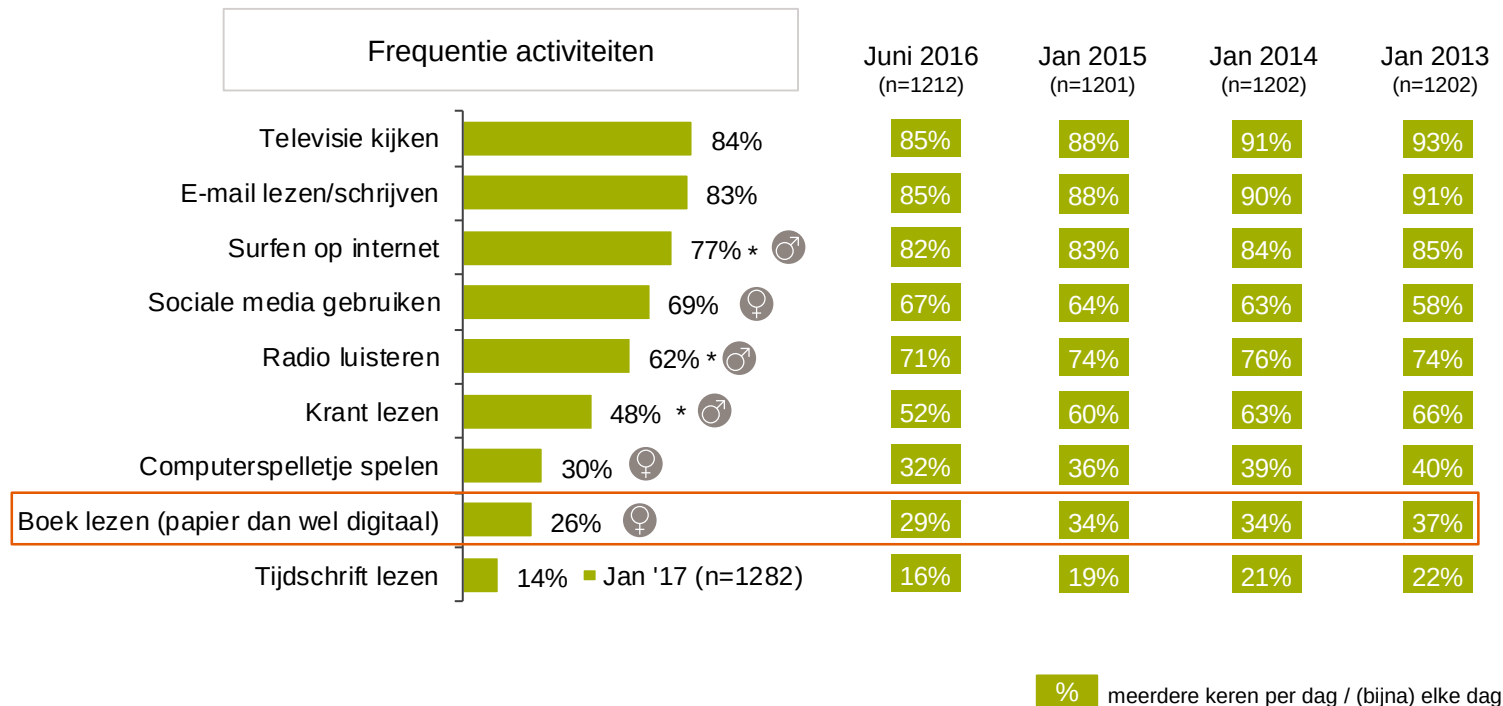
Achtergrond

Met name 65-plussers lezen vaak alleen papieren boeken.

Jongeren <25 lezen vaker e-books naast papieren boeken. Hierbij houden de papieren boeken wel de overhand.



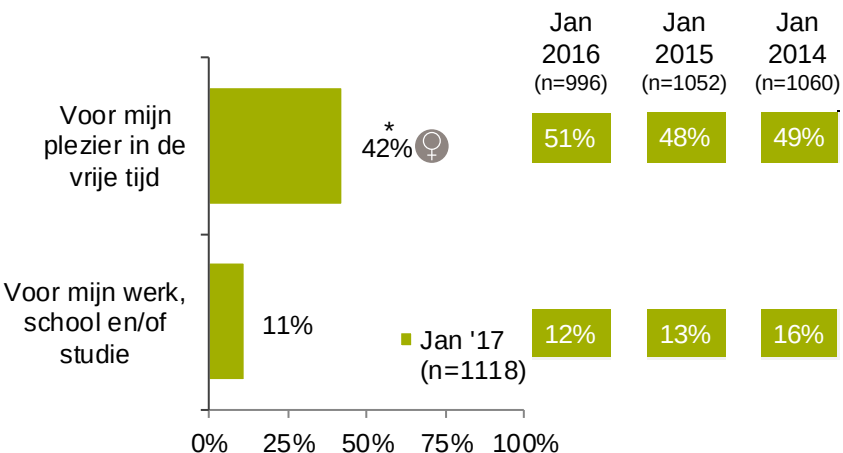
Diversiteit aan media-gebruik neemt over de gehele linie af. Mogelijk door meer tijd te besteden aan vrijetijd, werk of studie



Er wordt wekelijks minder voor het plezier gelezen in de vrije tijd. Ontspannen veruit meest genoemde reden



Frequentie lezen voor plezier en werk
% minimaal 1x per week



Redenen om boeken te lezen voor plezier



L03. Hoe vaak leest u boeken (papieren dan wel e-books) in de volgende situaties?

L04. Vanuit welke reden(en) leest u boeken (papieren dan wel e-books) voor uw plezier in de vrije tijd?

Selectie : leest wel eens boeken

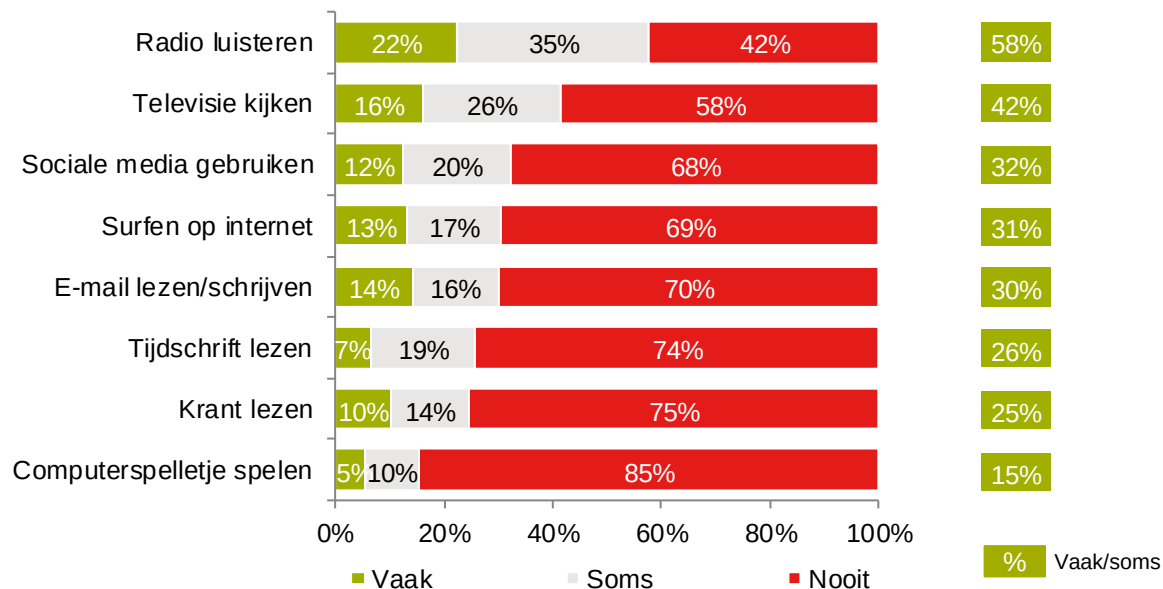
Een derde van de lezers leest altijd zonder andere media-activiteiten te doen



Frequentie activiteiten tijdens lezen boek

Achtergrond

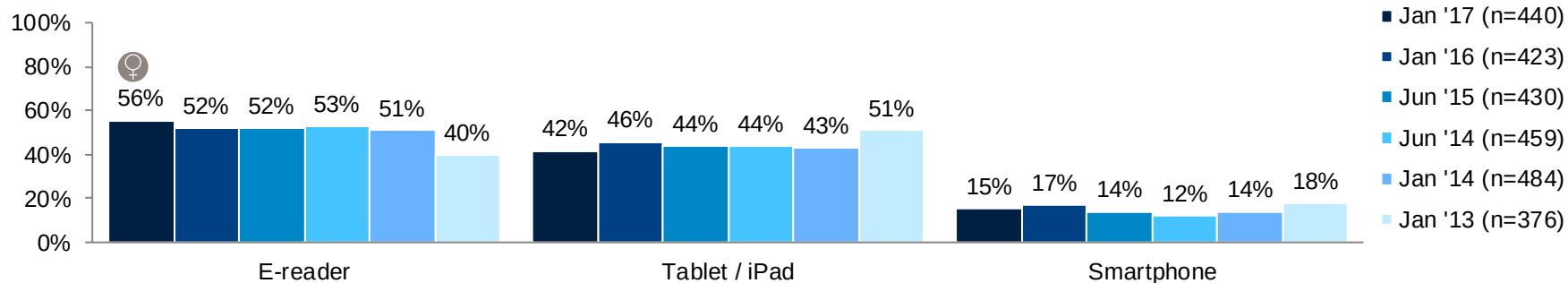
Mensen onder de 35 jaar maken vaker dan de andere leeftijdsgroepen gebruik van sociale media tijdens het lezen van een boek.



Het lezen van e-books op een e-reader neemt toe.



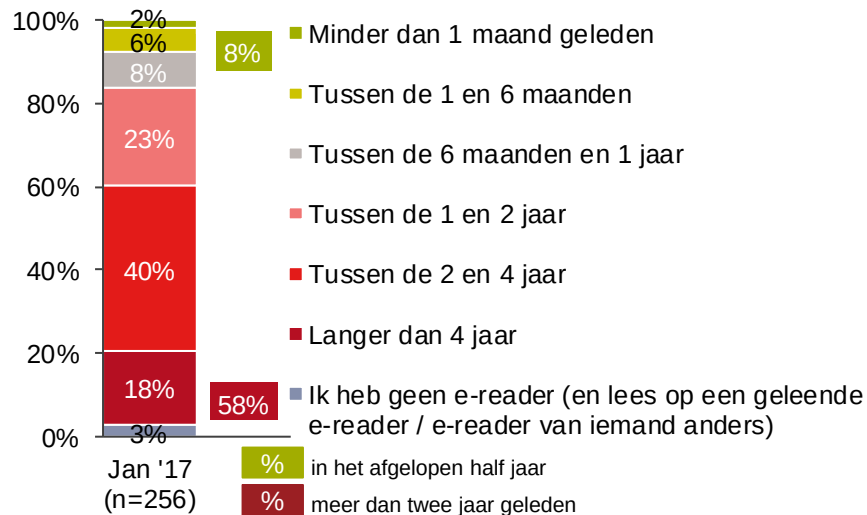
Apparaten om e-books op te lezen



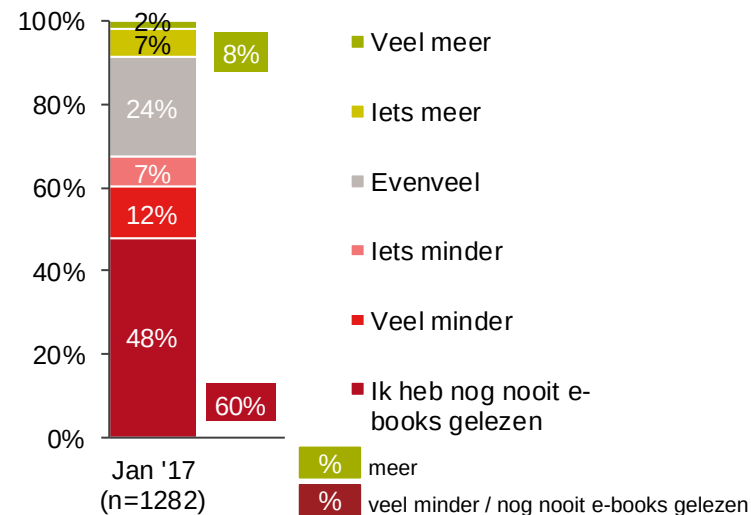
De helft van de consumenten die wel eens een e-book hebben gelezen, doet dat nu minder dan voorheen



In bezit van e-reader sinds'



E-books lezen t.o.v. van vorig jaar



E05. Hoe lang heeft u uw huidige e-reader al? Indien u meerdere e-readers heeft (gehad), gaat u dan uit van de e-reader die u het laatst verkregen heeft.

E06. Leest u nu meer, evenveel of minder e-books dan een jaar geleden?

Selectie E05: gebruikt e-reader om e-books op te lezen

Basis E06: allen

Redenen om geen e-book te lezen zijn met name liever een papieren boek lezen of het niet bezitten van een e-reader



Redenen minder/geen e-books te lezen



(Digitale) prenten- en kinderboeken

Gebruik van een digitaal kinderboek staat duidelijk nog in de kinderschoenen

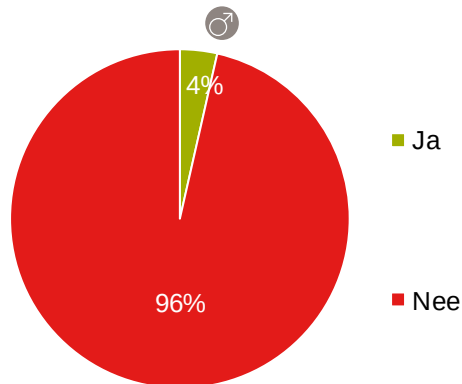


Gebruik maken van digitaal kinderboek

Achtergrond

De groep onder de 50 jaar maakt vaker gebruik van een digitaal kinderboek.

Onder ouders met thuiswonende kinderen is dit aandeel 8%.

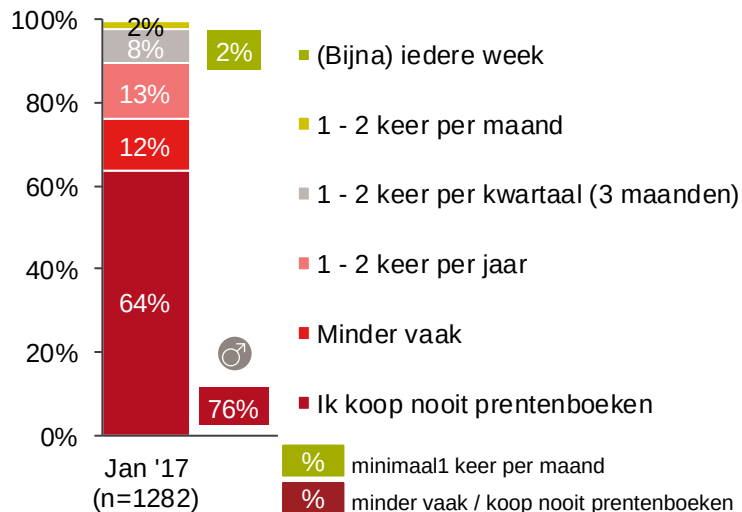


Door de te lage n zijn opvolgende vragen (H02-H04) omtrent digitale kinderboeken niet opgenomen in de rapportage. Deze resultaten zijn wel terug te vinden in de tabellen.

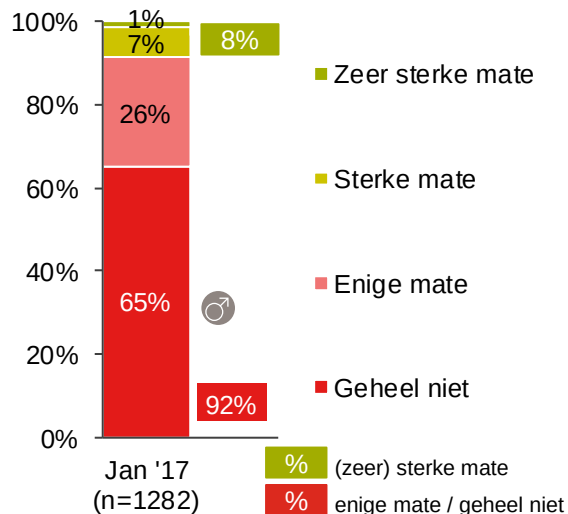
34% van de Nederlandse consumenten is (in enige mate) geïnteresseerd in prentenboeken-/kinderboekenapps



Kopen prentenboeken/kinderboeken



Interesse in prentenboeken-/kinderboekenapps



Achtergrond

Van de ouders met thuiswonende kinderen van alle leeftijden is 18% hierin geïnteresseerd.

Van de groep met kinderen tussen de 0-12 jaar is 28% geïnteresseerd. 42% in enige mate en 30% geheel niet.

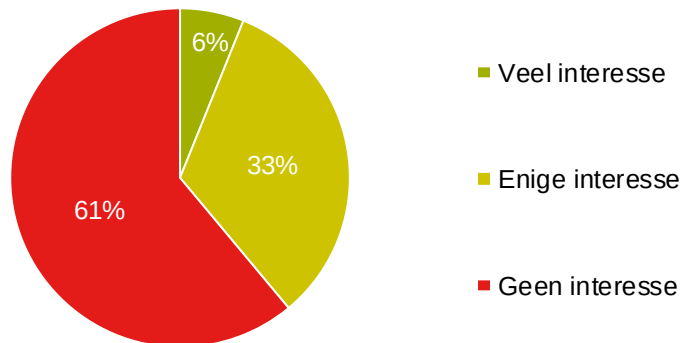
H05. Koopt u wel eens prentenboeken / kinderboeken (papier en/of digitaal)?

H08. In welke mate bent u geïnteresseerd in kinderboeken-/prentenboekenapps in het algemeen?

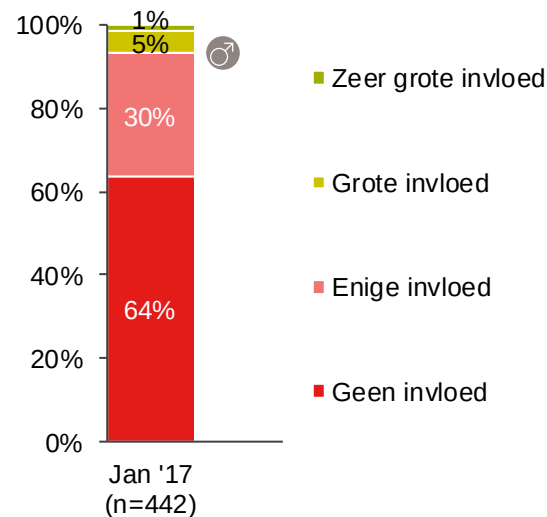
39% van de kopers van prenten- en kinderboeken heeft interesse in een app als toevoeging (met name mannen)



Interesse in app als toevoeging aan prentenboek



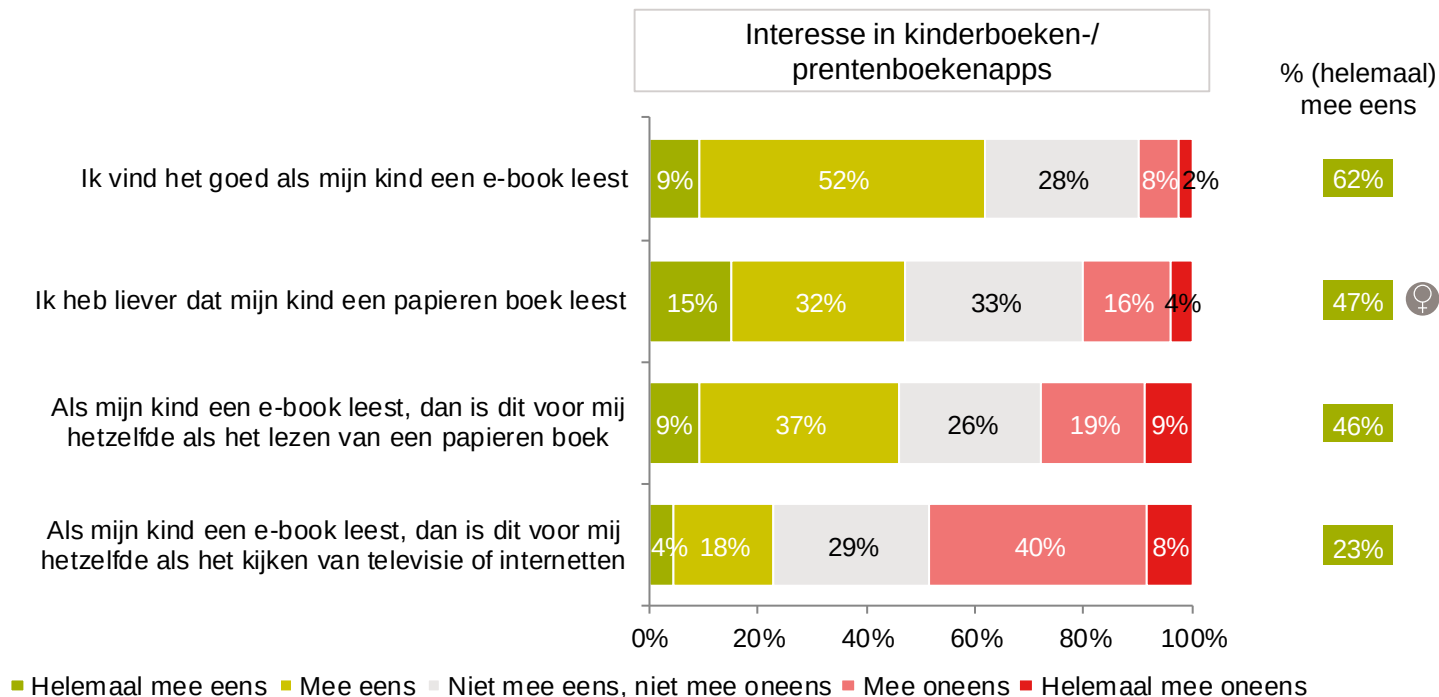
Invloed van app op aankoopbeslissing



H06. In welke mate zou u interesse hebben in een app als toevoeging aan een prentenboek?
H07. In hoeverre zou een dergelijke app van invloed zijn op de aankoopbeslissing?

Selectie H06: koopt wel eens kinderboeken/prentenboeken (n=442)
Selectie H07: koopt wel eens kinderboeken/prentenboeken (n=442)

Meerderheid van de ouders heeft er geen moeite mee als hun kind een e-book leest



H10. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens dan wel oneens?

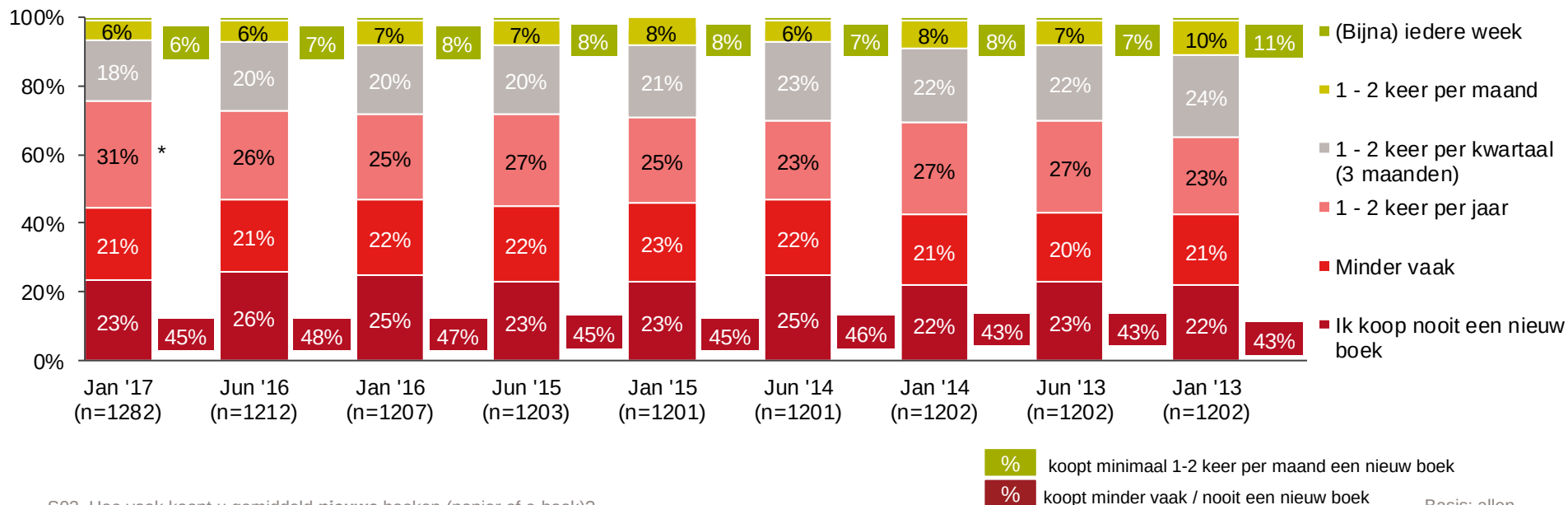
H10 selectie: heeft thuiswonende kinderen (n=352)

Koopgedrag

Steeds meer consumenten kopen minder frequent boeken. 1-2 maal per jaar vormt nu duidelijk de grootste groep



Koopfrequentie nieuwe boeken

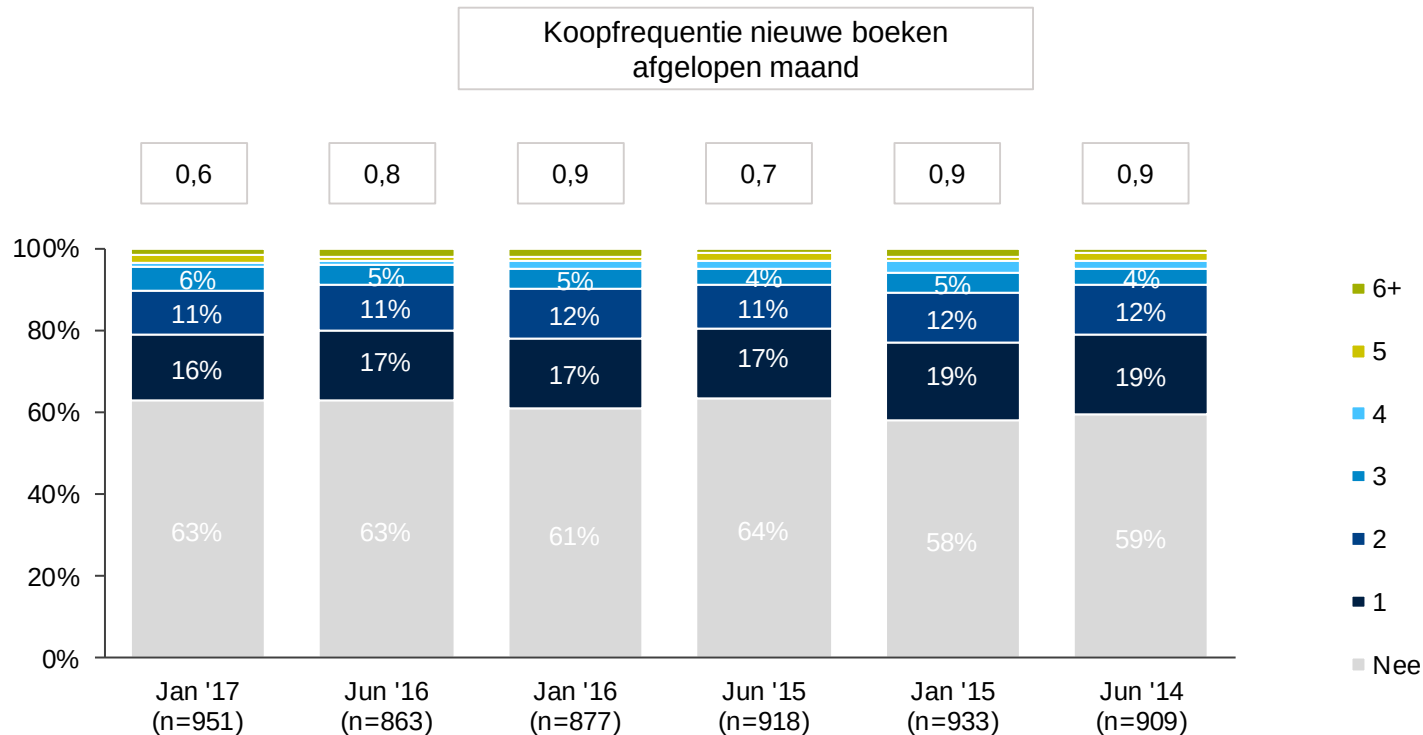


S03. Hoe vaak koopt u gemiddeld **nieuwe** boeken (papier of e-book)?

© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

Basis: allen

Aantal gekochte boeken in de afgelopen maand neemt licht af



S04. En heeft u de afgelopen maand één of meer nieuwe boek(en) gekocht?

Selectie S04: koopt wel eens nieuwe boeken

Bezoekfrequentie fysieke boekwinkel neemt af

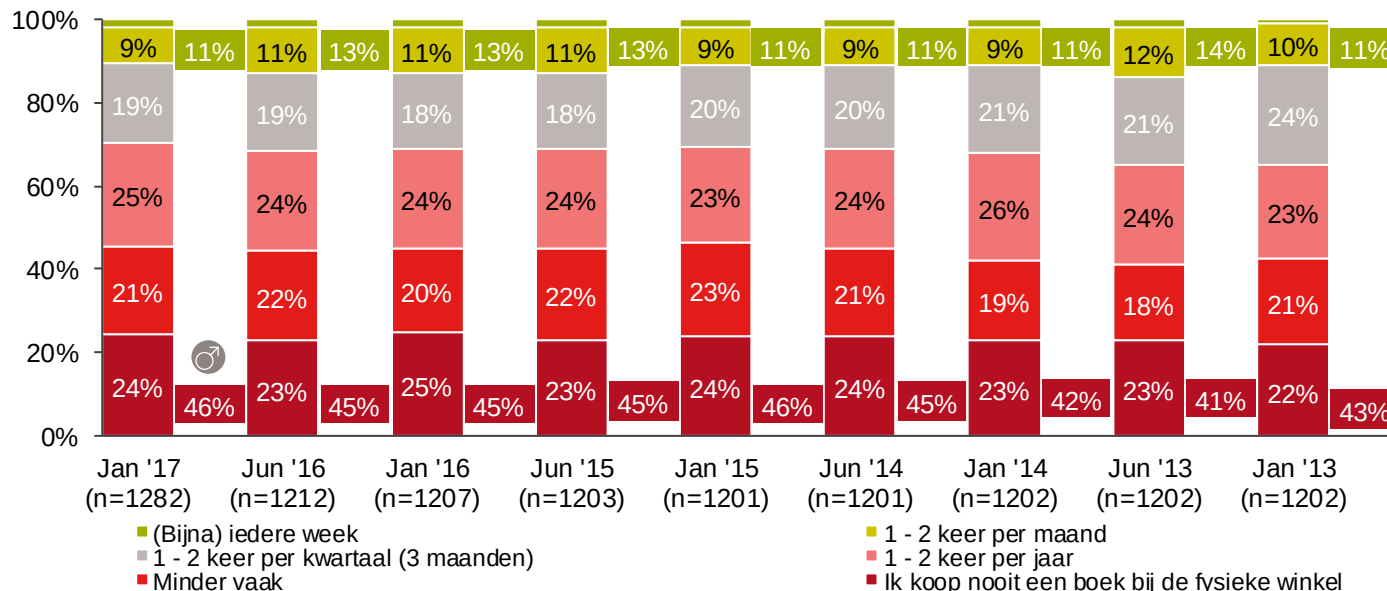


Bezoekfrequentie fysieke boekwinkel

Achtergrond

Met name laagopgeleide consumenten kopen nooit boeken bij een fysieke winkel.

Ook 50-plussers geven vaker aan nooit boeken bij de fysieke winkel te kopen.



S05. Hoe vaak komt u gemiddeld in de **fysieke boekwinkel** om één (of meerdere) boek(en) te kopen?

© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

■ % koopt minimaal 1-2 keer per maand in de fysieke boekwinkel
■ % koopt minder vaak / nooit in de fysieke boekwinkel

Basis: allen

Verhouding online / offline boekenaankopen blijft nagenoeg gelijk

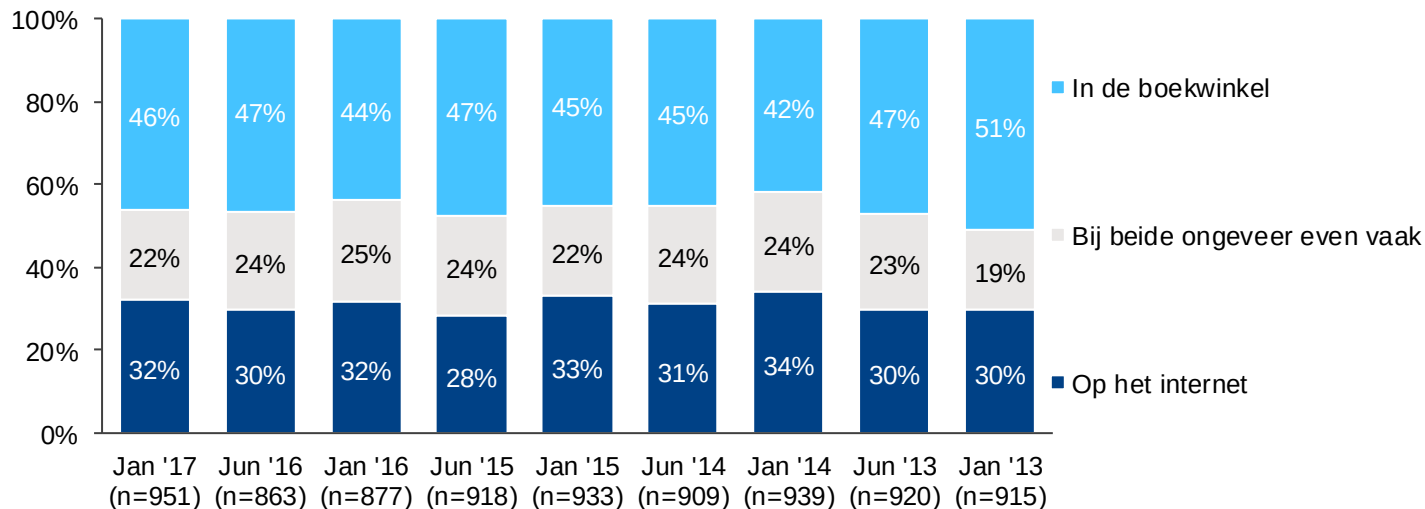


Boekwinkel vs. internet

Achtergrond

50-plussers kopen vaker boeken in de fysieke boekwinkel, consumenten <34 juist vaker online.

Laagopgeleiden kopen vaker boeken in de fysieke boekwinkel.



Internetboekhandel is one-stop-shop, fysieke boekwinkel en de bibliotheek worden vaker gezien als een omgeving voor inspiratie



Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?			
Situaties	Fysieke boekhandel (n=668)	Internet-boekwinkel (n=481)	Bibliotheek (n=431)
Ik kom vooral in de ... om lekker rond te snuffelen en inspiratie op te doen	40%	20%	28%
Ik bedenk thuis wat ik wil kopen/lenen en ga gericht op zoek in de ... Ik kom meestal thuis met hetgeen ik gepland had	37%	60%	31%
Ik ben meestal niet op zoek naar iets specifiek, maar laat mij verrassen door wat ik tegenkom	27%	12%	37%
Ik bezoek een ... zonder dat ik dat van tevoren van plan was	26%	9%	10%
Ik bedenk thuis wat ik wil kopen/lenen, maar ga nog verder zoeken en neem geregeld (ook) andere boeken mee	15%	24%	33%
Ik ging meer boeken kopen/lenen dan ik vooraf van plan was	13%	8%	27%
Ik ging andere boeken kopen/lenen dan ik van tevoren van plan was	9%	6%	27%
Ik bezoek de ... niet om iets te kopen/lenen, maar alleen bijvoorbeeld om te lezen, te studeren of een activiteit	6%	X	11%
Ik laat mij adviseren door de boekverkoper/medewerker van de bibliotheek	5%	X	6%
Ik laat me verleiden door een aanbieding op de site	X	8%	X

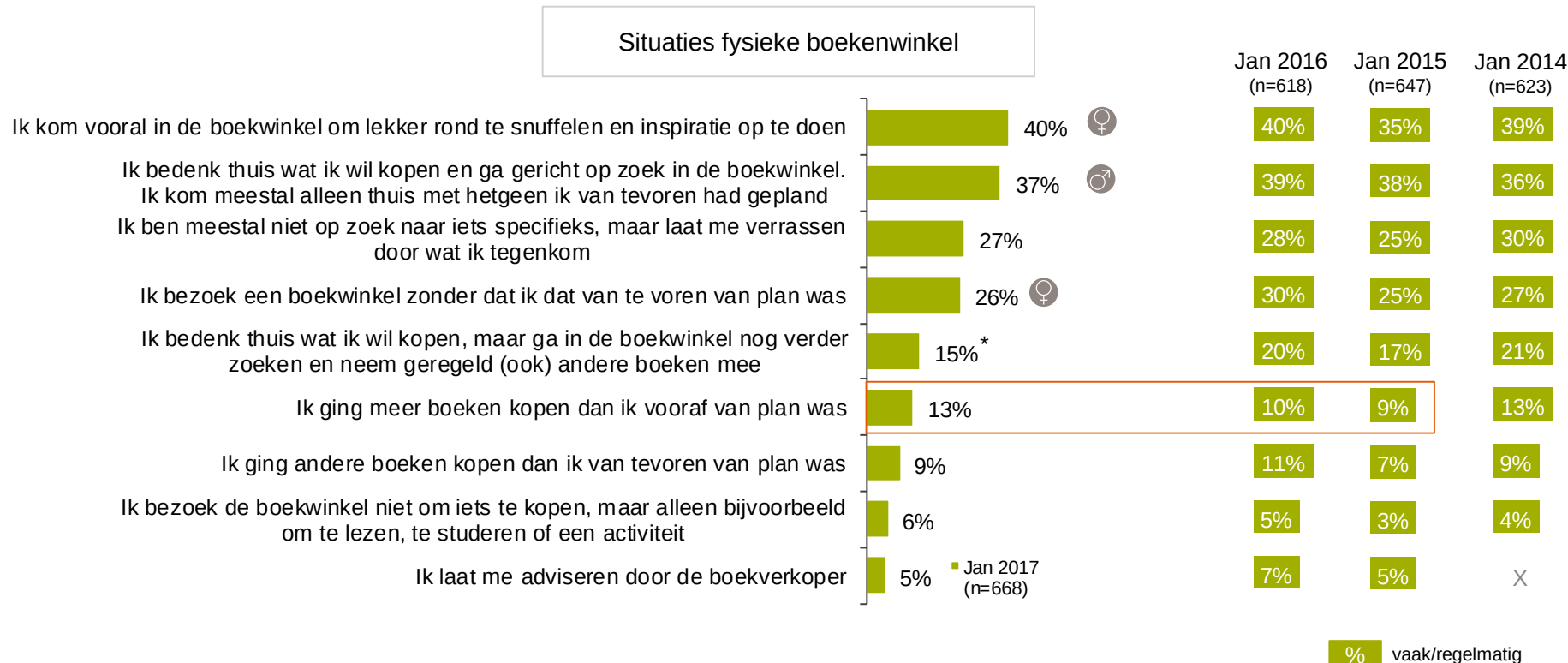
K02a. Gaat u bij het beantwoorden van de volgende vraag uit van het winkelen bij de fysieke boekwinkel. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

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?

Selectie: koopt wel eens een boek in de boekwinkel
 Selectie: koopt wel eens een boek online
 Selectie: leent wel eens een boek

Ongeplande extra boek aankopen neemt langzaam toe



X Stelling in vorige onderzoeken niet voorgelegd aan respondent

K02a. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

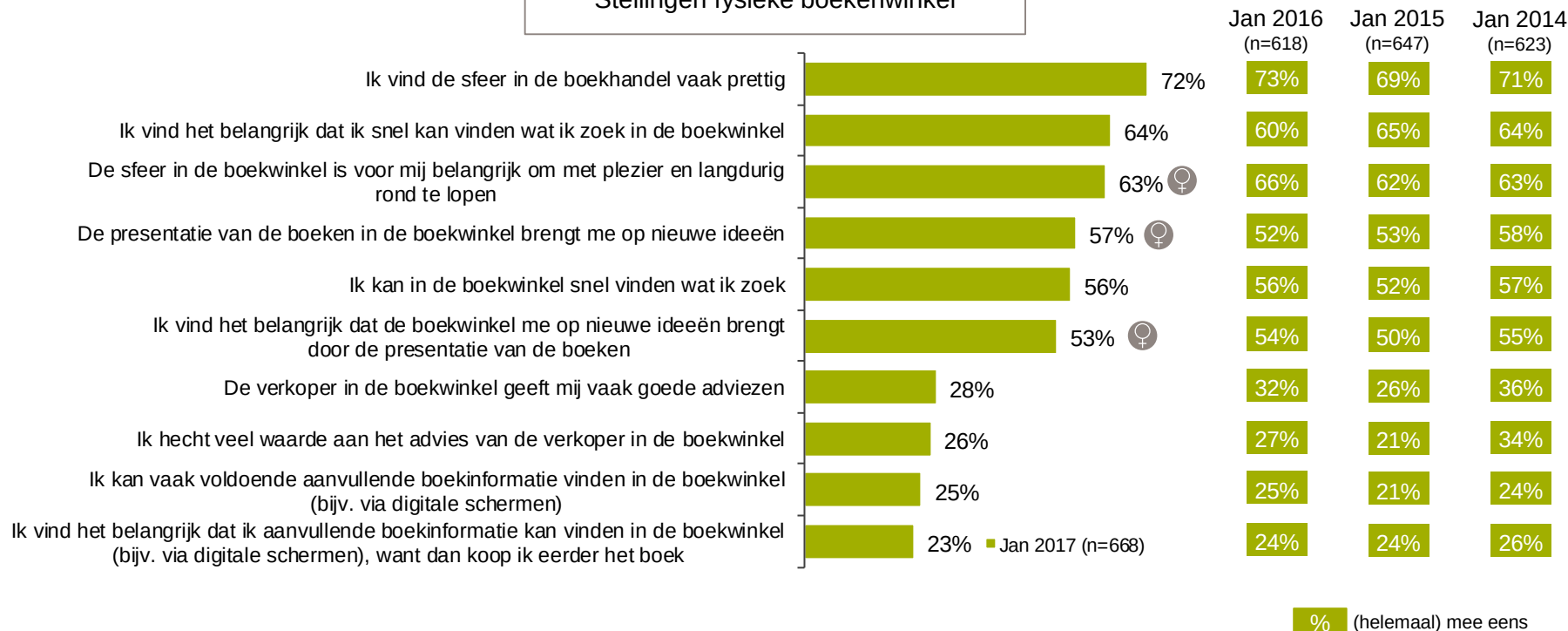
© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

Selectie: koopt wel eens een boek in de boekwinkel

Met name vrouwen vinden de sfeer in de fysieke boekwinkel belangrijk



Stellingen fysieke boekenwinkel



Bij de internet-boekwinkel ligt veruit de hoogste verwachting en ervaring op efficiëntie



In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?			
Situaties	Fysieke boekhandel (n=668)	Internet-boekwinkel (n=481)	Bibliotheek (n=431)
Ik vind de sfeer in de ... vaak prettig	72%	X	63%
Ik vind het belangrijk dat ik snel kan vinden wat ik zoek in de ...	64%	80%	73%
De sfeer in de ... is voor mij belangrijk om met plezier en langdurig rond te lopen	63%	X	57%
De presentatie van de boeken in de ... brengt me op nieuwe ideeën	57%	26%	49%
Ik kan in de ... snel vinden wat ik zoek	56%	78%	54%
Ik vind het belangrijk dat de ... me op nieuwe ideeën brengt door de presentatie van de boeken	53%	27%	51%
De verkoper/medewerker in de ... geeft mij vaak goede adviezen	28%	19%	30%
Ik hecht veel waarde aan het advies van de verkoper/medewerker in de ...	26%	16%	28%
Ik kan vaak voldoende aanvullende boekinformatie vinden in de ... (bijv. via digitale schermen)	25%	61%	50%
Ik vind het belangrijk dat ik aanvullende boekinformatie kan vinden in de ..., want dan koop ik eerder het boek	23%	56%	44%
Ik vind reviews van boeken (meningen van andere klanten) belangrijk	X	46%	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?

Selectie: koopt wel eens een boek in de boekwinkel
 Selectie: koopt wel eens een boek online
 Selectie: leent wel eens een boek

Consumenten laten zich minder verleiden door een aanbieding op de site



X Stelling in vorige onderzoeken niet voorgelegd aan respondent

K02b. Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

Selectie: koopt wel eens een boek online

Efficiëntie blijft meest belangrijke aspect van de internetboekwinkel



Stellingen internet-boekwinkel



% (helemaal) mee eens

X Stelling in vorige onderzoeken niet voorgelegd aan respondent

K03b. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

Selectie K03b: koopt wel eens een boek online

Gemiddeld aantal gekochte boeken per jaar neemt langzaam af



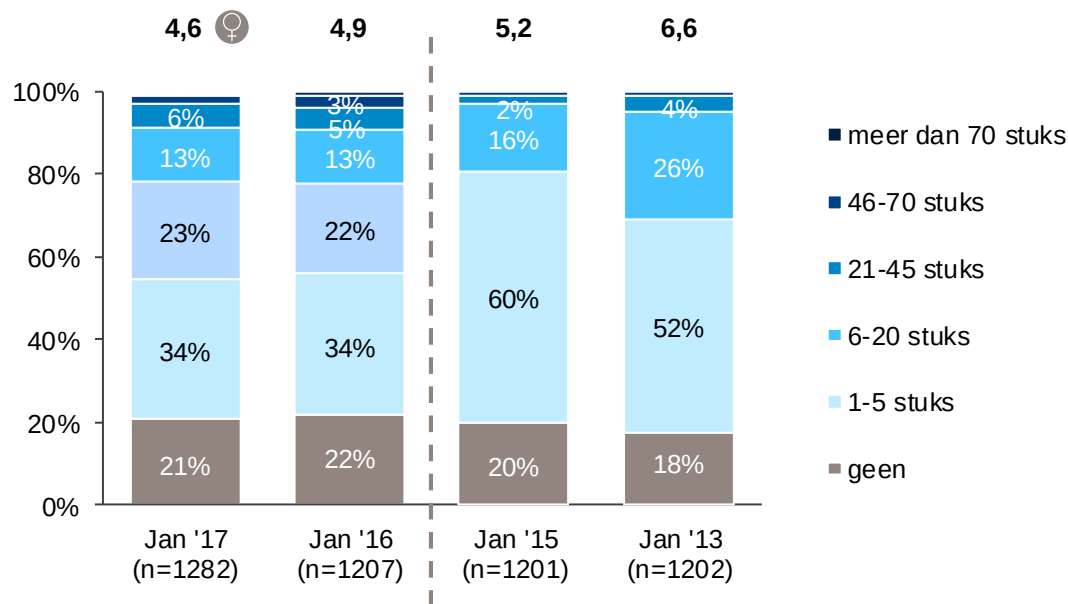
Aantal gekochte boeken (per jaar)

Achtergrond

Consumenten tot 49 jaar oud en hoogopgeleiden kopen de meeste boeken.

Gemiddeld aantal gekochte boeken op basis van klassenmidden

- Meer dan 70 stuks
- 46 – 70 stuks
- 21 – 45 stuks
- 11 – 20 stuks
- 6 – 10 stuks
- 3 – 5 stuks
- 1 – 2 stuks
- geen



Prijs speelt het meest een rol als het boek van een favoriete auteur is of als cadeau wordt gegeven



Rol van de prijs bij aankoop boek in bepaalde situatie

Achtergrond

De prijs bij het kopen van een boek als cadeau speelt bij consumenten <34jr relatief vaak een (zeer) belangrijke rol.



Prijs geeft vaak de doorslag bij keuze tussen twee boeken, kwaliteit zakt naar de tweede plek in vergelijking met vorig jaar



Kopen van boeken

Achtergrond

Laagopgeleiden zoeken vaker boeken tussen de aanbiedingen. Hoogopgeleiden vinden daarentegen de kwaliteit van het boek belangrijker dan de prijs.



*Stelling in vorige onderzoeken niet voorgelegd aan respondent

K07. Wilt u aangeven in hoeverre u het eens of oneens bent met deze uitspraken?

© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

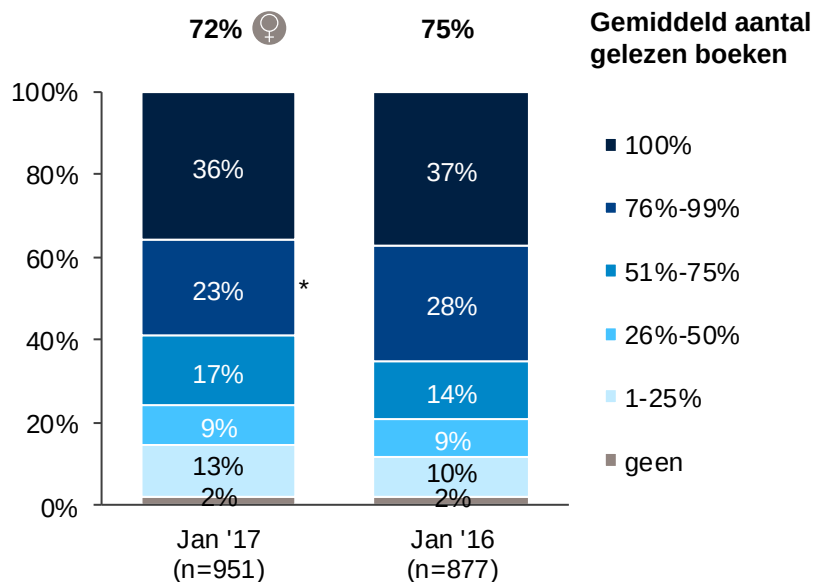
% % (helemaal) mee eens

Selectie: koopt jaarlijks wel eens boeken

Gemiddeld aantal gelezen boeken neemt licht af



Daadwerkelijk gelezen boeken van
gekochte boeken



K08. Kunt u een schatting geven van hoeveel van de gekochte boeken voor u zelf (dus niet als cadeau) u op jaarbasis ook daadwerkelijk leest?

Selectie: koopt wel eens boeken

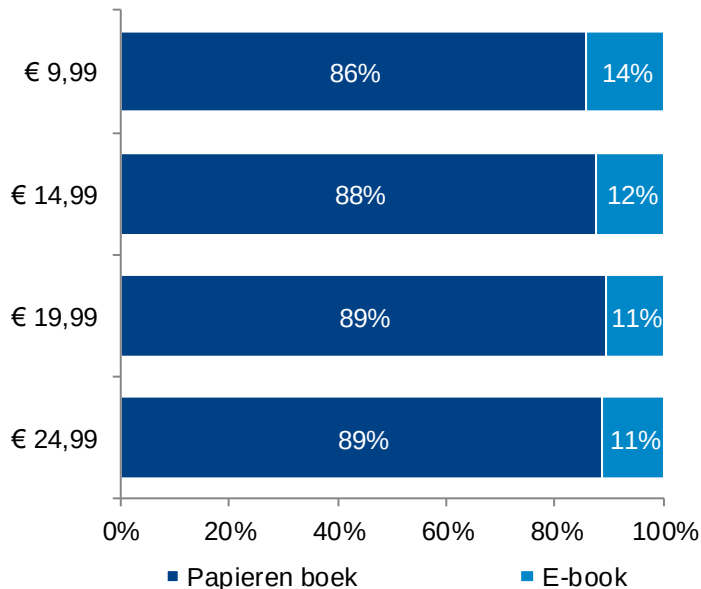
Papieren boek krijgt, ongeacht de prijs, de voorkeur boven een e-book van dezelfde prijs. De voorkeur daalt iets bij een lagere prijs



Voorkeur boekvorm bij zelfde prijs

Achtergrond

Over het algemeen kiezen hoogopgeleiden vaker voor het papieren boek.

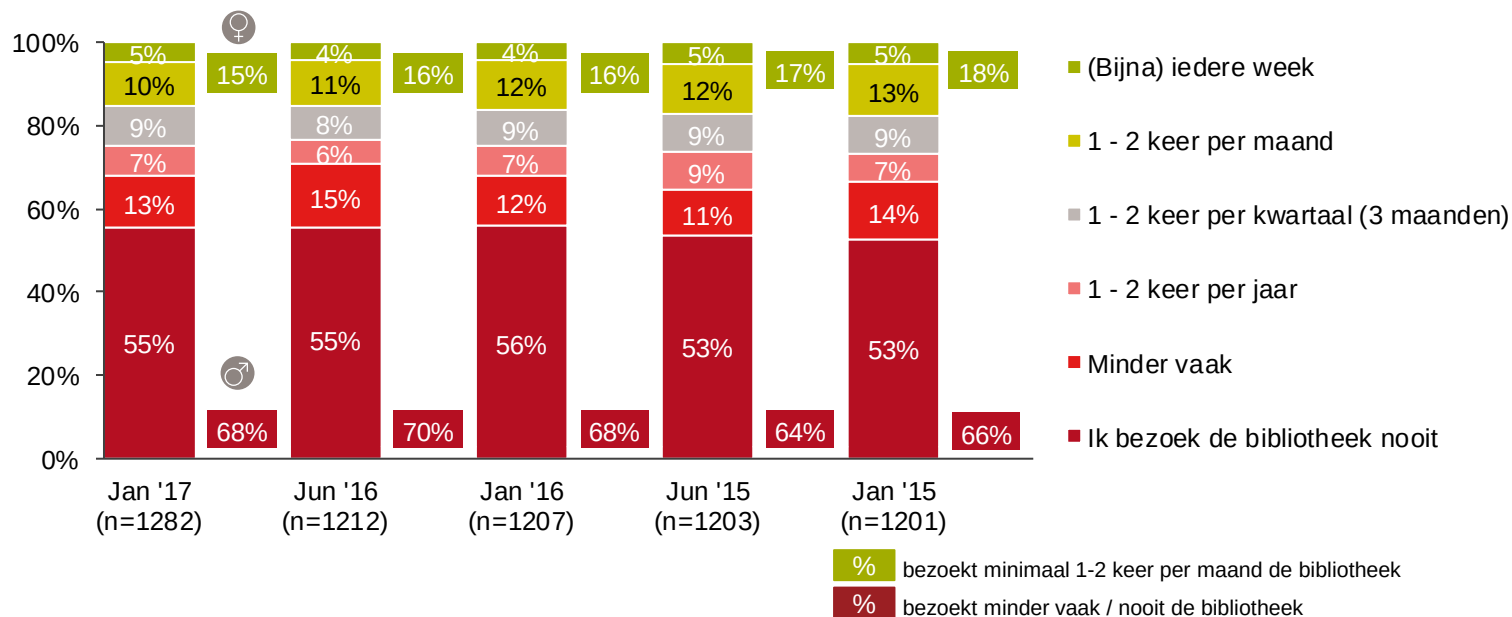


Bibliotheek

Bezoekfrequentie van de bibliotheek is stabiel



Bezoekfrequentie bibliotheek



S07a. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek?

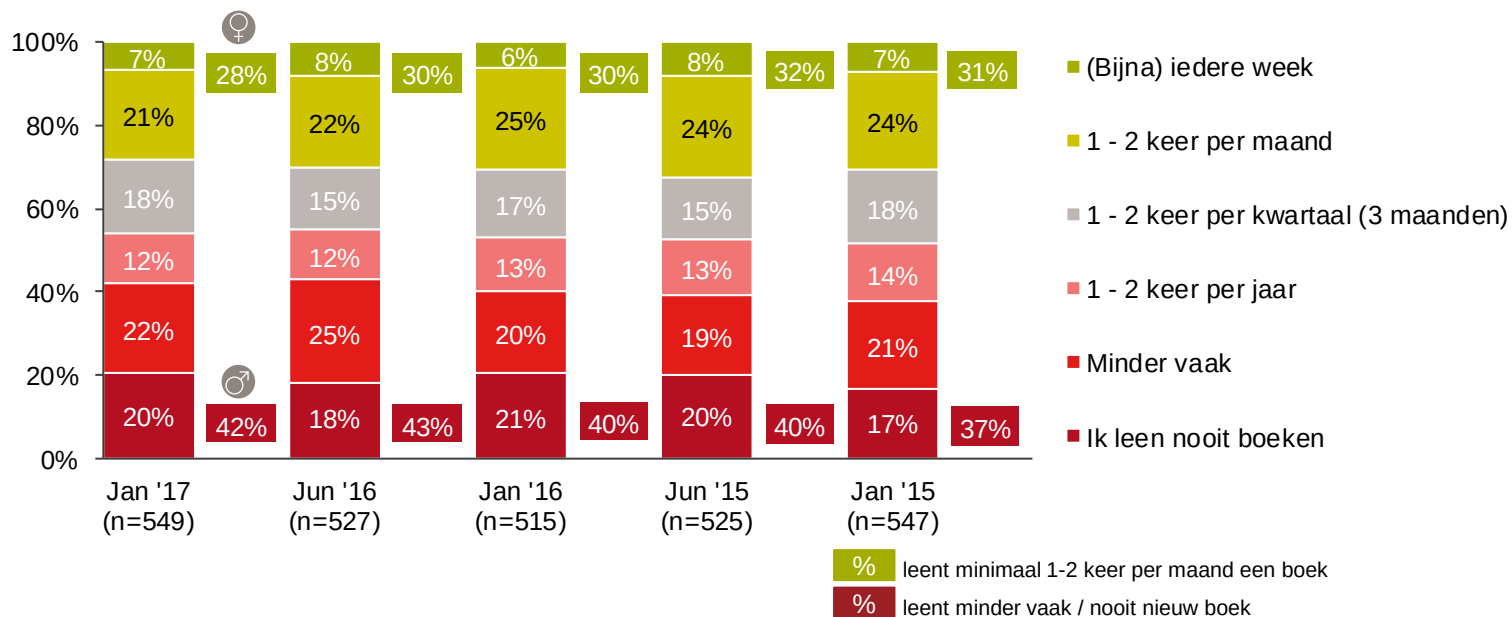
© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

Selectie : allen

Een vijfde van de bezoekers leent nooit boeken. Een duidelijk gevolg van de herpositionering van de bibliotheek als sociaal-cultureel centrum



Bezoekfrequentie bibliotheek



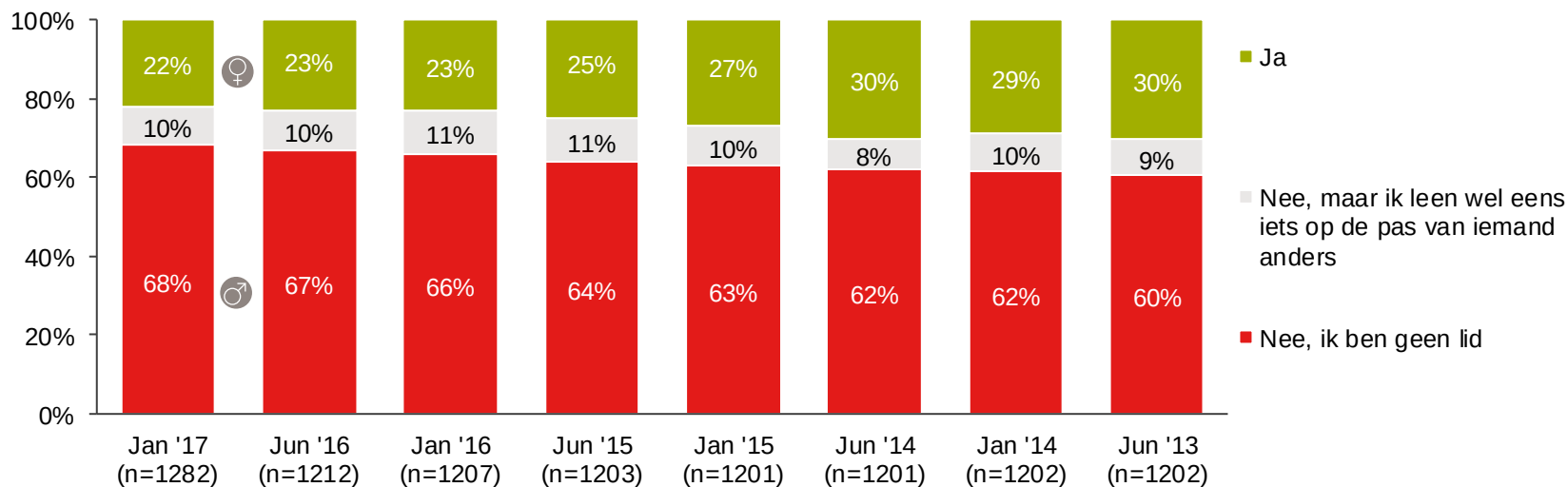
S07b. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek om één (of meerdere) boek(en) te lenen?

Selectie : bezoekt wel een bibliotheek

Aantal lidmaatschappen blijft nagenoeg stabiel



Lid van de bibliotheek



Sfeer, verrassing en het vinden van inspiratie in de bibliotheek zijn gestegen ten opzichte van vorig jaar



Situaties bibliotheek

Jan 2016
(n=460)



% % vaak/regelmatig

Makkelijk je weg vinden en sfeer zijn de belangrijkste factoren in de bibliotheek



Stellingen lenen bij de bibliotheek



% (helemaal) mee eens

*Stelling in vorige onderzoeken niet voorgelegd aan respondent

K03c. In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

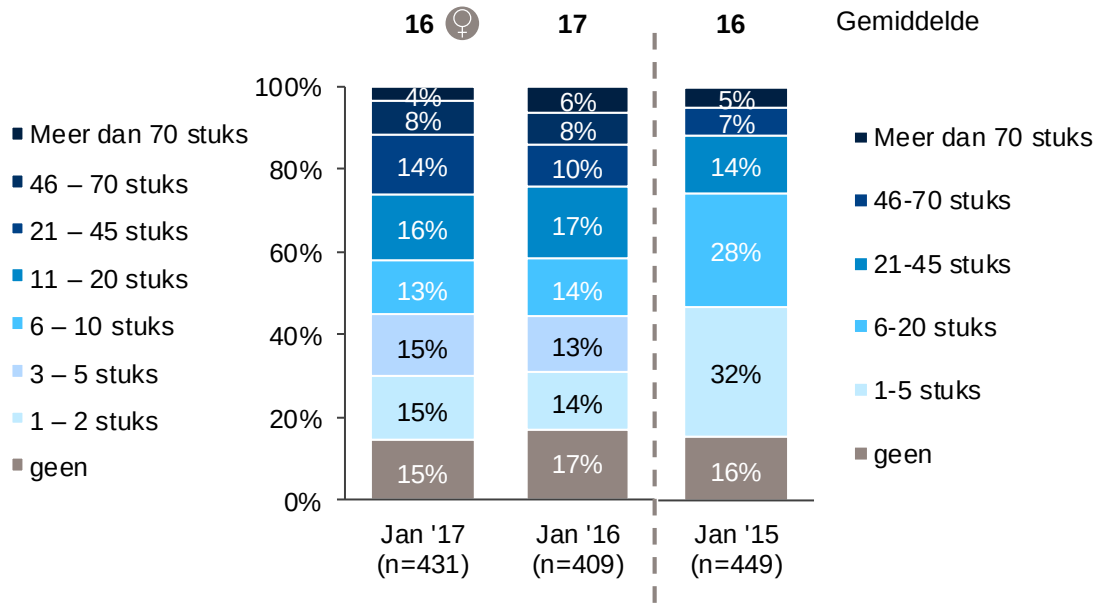
© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

Selectie: leent wel eens een boek

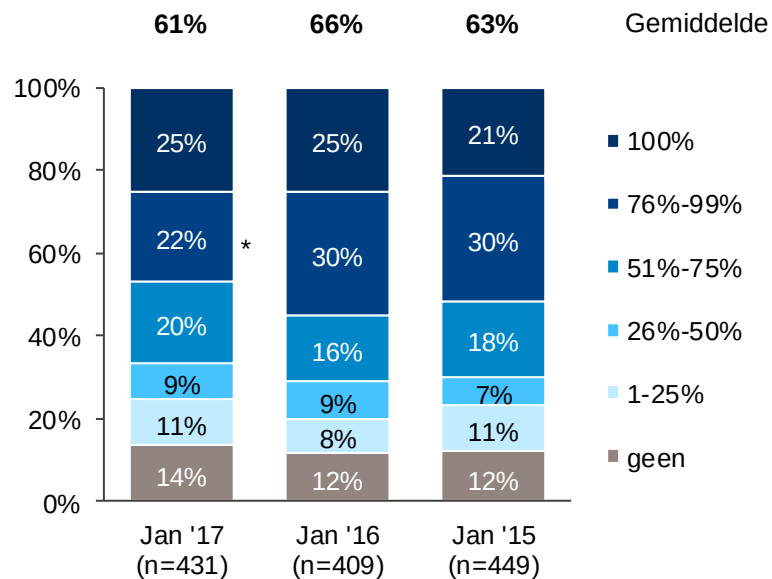
Het aantal gelezen boeken neemt licht af. Dit is mogelijk te verklaren doordat de lener meer boeken probeert



Aantal boeken per jaar geleend in de bibliotheek



Aantal geleende boeken daadwerkelijk gelezen



B01. Kunt u een schatting geven van hoeveel boeken (papier en e-books) u op jaarbasis leent bij de bibliotheek?

B02. Kunt u een schatting geven van hoeveel bij de bibliotheek geleende boeken voor uzelf (dus niet voor iemand anders) u op jaarbasis ook daadwerkelijk leest?

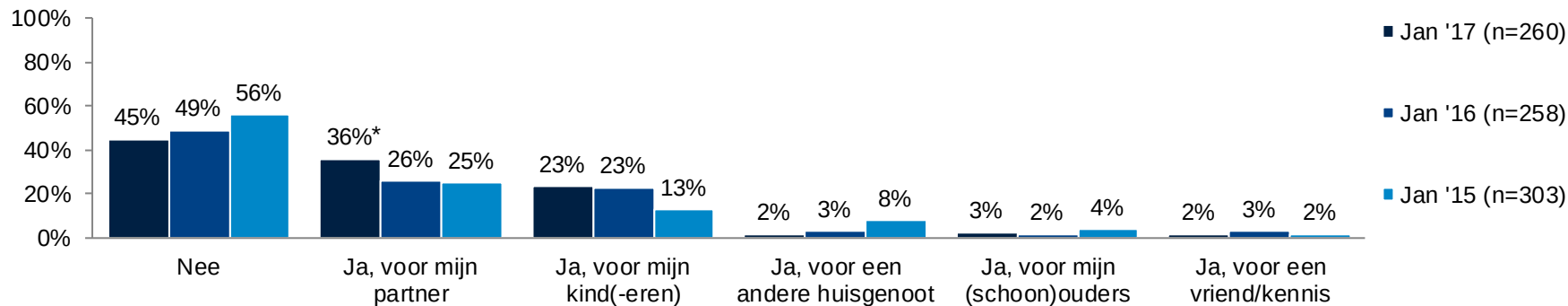
Selectie B01: leent wel eens boeken in de bibliotheek

B02: leent wel eens boeken in de bibliotheek

Er worden op de bibliotheekpas steeds vaker boeken of andere materialen voor anderen geleend



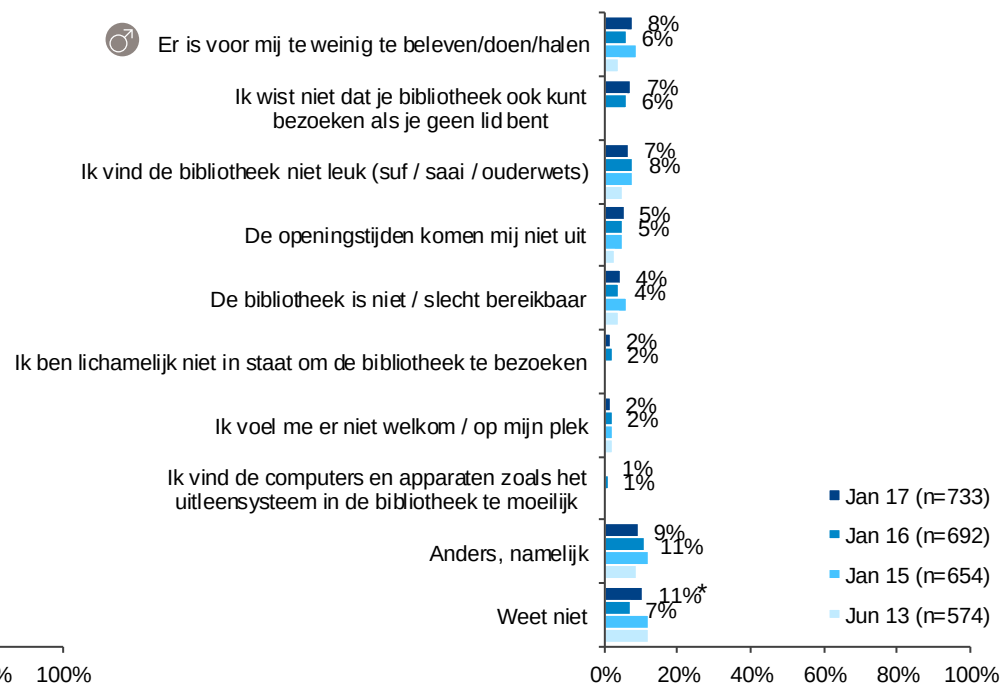
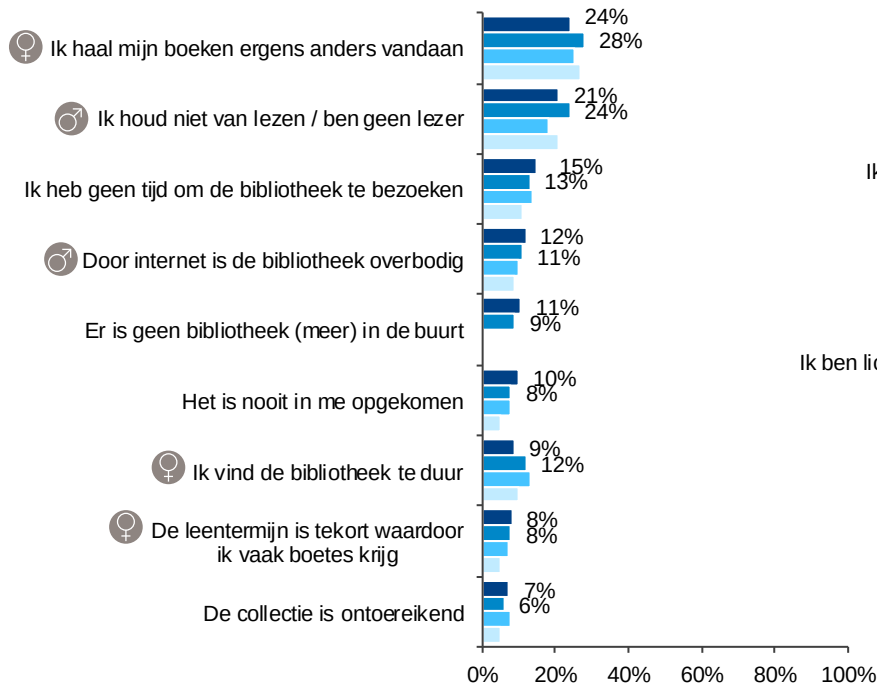
Lenen voor anderen met eigen bibliotheekpas



Geen tijd, internet en geen bibliotheek in de buurt zijn de meest genoemde redenen om geen gebruik te maken van de bibliotheek



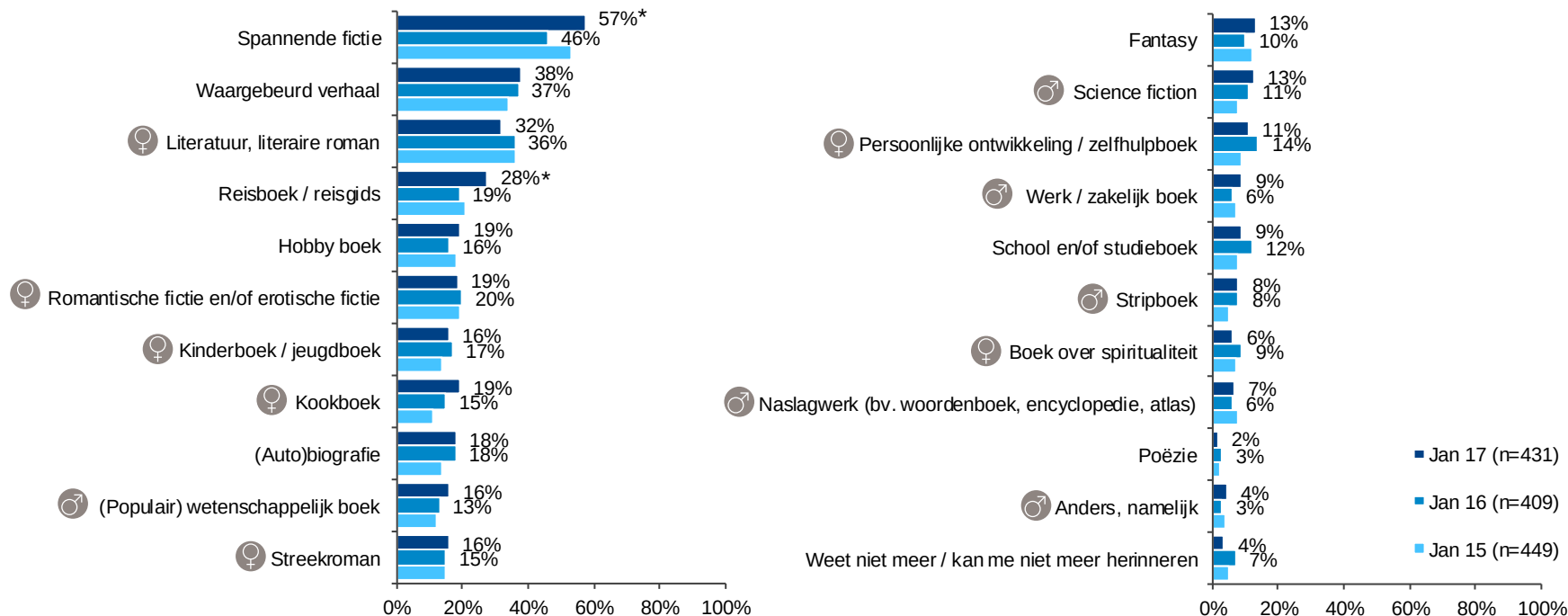
Redenen **geen** gebruik maken van bibliotheek



Lenen van reis- en hobbyboeken is sterk toegenomen. Lenen van school en/of studieboeken is afgenomen



Genres lenen



Consumenten verwachten in de toekomst een grotere rol van de bibliotheek binnen opleiding, cultuur en e-books



Redenen om gebruik te maken van de bibliotheek

	Dit jaar Jan '17 (n=428)	Over 5 jaar Jan '17 (n=428)		Dit jaar Jan '16 (n=692)	Over 5 jaar Jan '16 (n=692)		Dit jaar Jan '15 (n=654)	Over 5 jaar Jan '15 (n=654)	
Papieren boeken te lenen	96%	41%	-55%	95%	57%	-38%	94%	58%	-36%
Rond te snuffelen en inspiratie opdoen	93%	49%	-44%	89%	54%	-35%	91%	54%	-37%
Gericht te zoeken naar informatie (of daarbij hulp te krijgen)	92%	44%	-48%	88%	49%	-39%	92%	47%	-45%
Gebruik te maken van computer- / internetfaciliteiten	91%	40%	-51%	87%	46%	-41%	89%	45%	-44%
Kinderen te begeleiden of stimuleren tot lezen	88%	56%	-32%	88%	62%	-26%	88%	59%	-29%
Bij te blijven en te volgen wat er in de wereld gebeurt	87%	44%	-43%	83%	47%	-36%	87%	39%	-48%
Gebruik te maken van werk- of studieplekken	86%	58%	-28%	85%	60%	-25%	83%	62%	-21%
Andere mensen te ontmoeten of gewoon onder de mensen te zijn	86%	56%	-30%	80%	58%	-22%	82%	53%	-29%
Een lezing bij te wonen	83%	57%	-26%	83%	55%	-28%	83%	55%	-28%
Hulp te krijgen in de omgang met nieuwe media	81%	52%	-29%	77%	52%	-25%	81%	48%	-33%
Te leren lezen en/of schrijven (een taal cursus volgen)	81%	59%	-22%	80%	49%	-31%	83%	47%	-36%
Een cursus of workshop te volgen	80%	60%	-20%	76%	57%	-19%	79%	50%	-29%
Een tentoonstelling bezoeken	77%	63%	-14%	77%	55%	-22%	79%	52%	-27%
E-boeken te lenen	64%	71%	7%	71%	67%	-4%	68%	68%	0%
Gebruik van horecafaciliteiten	62%	68%	6%	68%	56%	-12%	70%	54%	-16%
Leren omgaan met nieuwe apparaten	55%	73%	18%	53%	70%	17%			

B06. Kunt u aangeven of u het waarschijnlijk vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek?

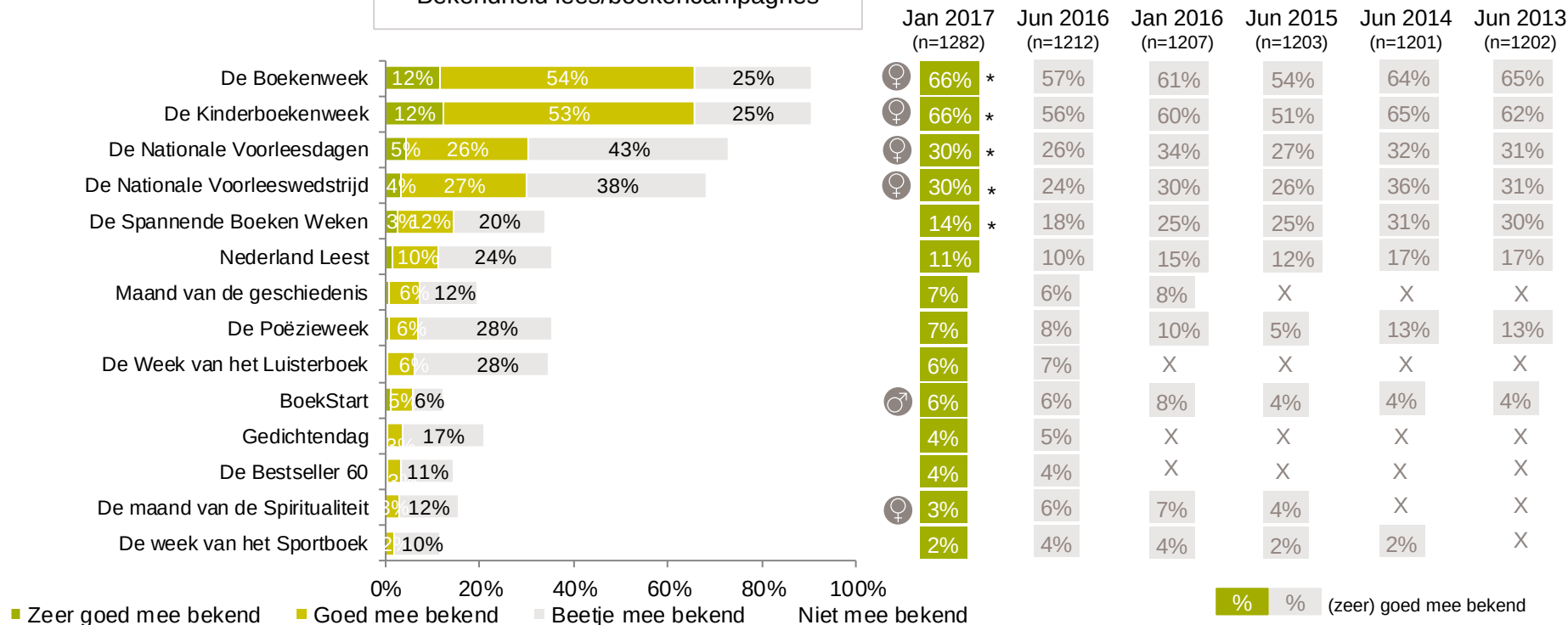
Selectie B06: leent wel eens boeken in de bibliotheek

CPNB-Campagnes

Bekendheid van De Kinderboekenweek en De Boekenweek is nog nooit zo hoog geweest



Bekendheid lees/boekencampagnes



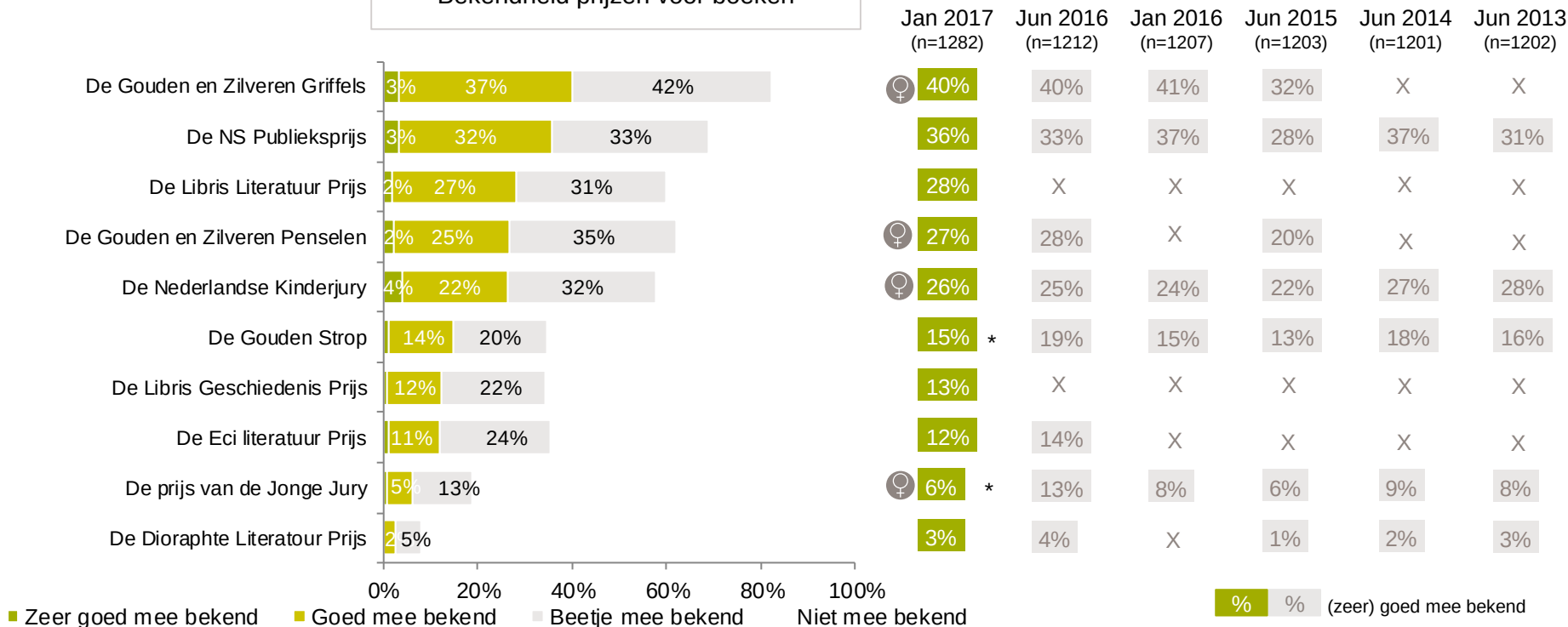
C01. Kunt u aangeven in hoeverre u bekend bent met de volgende lees/boekencampagnes?

Selectie C01: alle respondenten

De bekendheid van de De Gouden Strop en De prijs van de Jonge Jury neemt af



Bekendheid prijzen voor boeken



C02. Kunt u aangeven in hoeverre u bekend bent met de volgende prijzen voor boeken?

Selectie C02: alle respondenten

61% van de consumenten is bekend met de Nationale Voorleesdagen, bijna driekwart van hen is overtuigd van het belang van de campagne

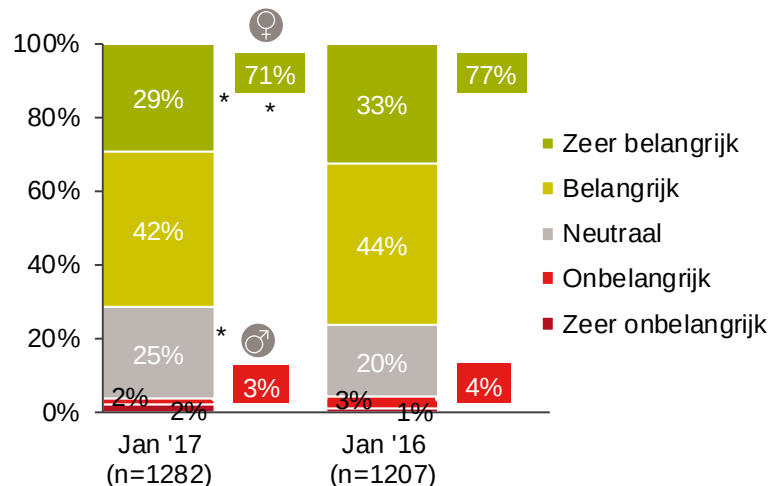
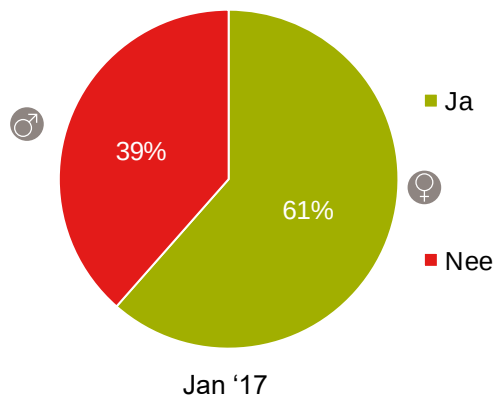


Bekendheid Nationale Voorleesdagen

Belang Nationale Voorleesdagen

Achtergrond

Met name vrouwen vinden de Nationale Voorleesdagen (zeer) belangrijk.



C03. Bent u bekend met de Nationale Voorleesdagen?

C04. In hoeverre vindt u het belangrijk of onbelangrijk dat er Nationale Voorleesdagen zijn?

© GfK 24 maart 2017 | Boekenbranche meting 39 | Januari 2017

Basis C03: allen

Basis C04: allen

Bijlagen: onderzoeksverantwoording en certificering

Onderzoeksverantwoording



Methode



Online (CAWI in GfK Online panel)



Invalduur van de vragenlijst: circa 15 minuten



Onderwerpen van de vragenlijst: leesgedrag, koopgedrag, leengedrag, e-books, voorlezen van e-books, kopen van prentenboeken, CPNB campagnes

Veldwerk



9 januari 2017 - 16 januari 2017



Netto steekproef: n = 1.282

Sample



GfK Online Panel



Nederlandse consumenten van 14 jaar en ouder



De steekproef is door middel van weging representatief gemaakt op geslacht, leeftijd en opleiding

In de rapportage wordt onderscheid gemaakt tussen 3 typen lezers op basis van frequentie:

- Heavy lezer: elke dag – 3-6 keer per week
- Medium lezer: 1-2 keer per week
- Light lezer: 1-3 keer per maand – minder vaak



GfK en kwaliteit



GfK heeft kwaliteit hoog in het vaandel. GfK werkt volgens vaste procedures en leidt medewerkers op om op juiste wijze onze producten diensten te leveren. Op die manier garanderen we de beste kwaliteit.

- GfK hanteert een kwaliteitssysteem dat voldoet aan de eisen van ISO 9001: 2015 (de standaard voor een kwaliteitsmanagementsysteem), ISO 20252:2012 (de standaard voor het uitvoeren van Marktonderzoek) en ISO 26362:2008 (de standaard voor het opzetten en exploiteren van acces-panels).
- Internationaal is GfK lid van de [ICC / ESOMAR](#) (The World Association of Research Professionals), dit is de overkoepelende organisatie van marktonderzoekbureaus.
- Op lokaal niveau is GfK lid van de [MOA](#), Center for Information Based Decision Making & Marketing Research. Dit is een vereniging van bedrijven en instellingen die zich bezighouden met Market Research, Digital Analytics, Marketing Intelligence en Beleidsonderzoek.
- GfK volgt de [gedragscode voor onderzoek en statistiek](#), handelt strikt volgens de [Wet Bescherming Persoonsgegevens](#) en is ingeschreven bij het College Bescherming Persoonsgegevens.
- GfK bewaart de onderzoeksgegevens tenzij contractueel anders is overeengekomen



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>).

De Onderzoeksgegevens zijn bedoeld voor eigen gebruik door Opdrachtgever. Zonder de voorafgaande toestemming van GfK mag Opdrachtgever deze niet, geheel of gedeeltelijk, aan derden ter hand stellen of door een derde laten gebruiken, of op welke wijze dan ook openbaar maken. Bij verkregen toestemming dient in dat geval bij de onderzoeksresultaten als bron "GfK < januari 2017>" te worden vermeld. Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).