

Rapportage Boekenbranche Meting 43

1e reguliere meting van 2018 naar het kopen, lezen en lenen van boeken



1

Inleiding

2

Management samenvatting

3

Resultaten

- Leesgedrag
 - Koopgedrag
 - Bibliotheek
 - CPNB- campagnes
-

4

Bijlagen

- Achtergrondinformatie
- 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 2018 behandelt onder meer het lees- en koopgedrag, bibliotheekbezoek en de bekendheid van verschillende 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:

- Lezen, kopen en lenen van boeken
- Type lezers
- Prijs van de boeken
- Bekendheid CPNB-campagnes

Management Samenvatting



Conclusies en aanbevelingen (1/4)

Het lezen van papieren boeken en e-books

Leesgedrag Nederlanders stabiel

Het leesgedrag van Nederlanders is vrij stabiel. Ruim 4 op de 10 Nederlanders leest minimaal wekelijks en 90% heeft in de afgelopen 12 maanden minimaal 1 boek uitgelezen.

Hybride lezen heeft stevige positie ingenomen

Hoewel 55% van de lezers alleen van papier leest heeft hybride lezen een stevige positie ingenomen: ruim 40% leest zowel papieren boeken als e-books. De e-reader is het meest gebruikte apparaat, en de verhouding tussen het lezen van een e-reader, tablet en smartphone is al jarenlang stabiel.

Bestsellers trekken incidentele lezers over de streep

37% van de Nederlanders leest minder dan 1 keer per maand een boek. Van deze groep komt het bij 41% wel eens voor dat ze een boek gingen lezen omdat iedereen het erover had of omdat ze er nieuwsgierig naar waren. Zelfs onder de “nooit-lezers” gaat het om 19%, wat betekent dat bepaalde titels nieuwe doelgroepen aan het lezen krijgen. Titels die deze incidentele lezers over de streep halen, zijn bekende bestsellers als “Judas”, “50 Tinten Grijs”, “Dagboek van Hendrik Groen” en “Gijp”.

Koopgedrag (1/2)

Stijging in consumenten die in de afgelopen maand een boek hebben gekocht

De helft van de boekenkopers heeft in de afgelopen maand (december 2017) één of meerdere boek(en) gekocht. Dit is een stijging ten opzichte van eerdere jaren. De verhoudingen tussen online en offline aankopen is niet veranderd. Er is wel een duidelijk seizoenspatroon zichtbaar, waarbij de boekwinkel in de zomermaanden een hoger aandeel heeft dan in de wintermaanden en het aandeel van internetwinkels in de wintermaanden iets hoger ligt dan 's zomers.



Conclusies en aanbevelingen (2/4)

Koopgedrag (2/2)

Koopgedrag bij internet boekwinkels is vaker doelgericht dan bij de fysieke boekwinkel

De motieven om in de fysieke boekwinkel, internet boekwinkel of de bibliotheek rond te kijken en / of boeken te kopen / lenen, zijn verschillend. Het gedrag in de internet boekwinkel is vaker doelgericht: kopers weten relatief vaak welk boek ze willen hebben en gaan daar gericht naar op zoek. De fysieke boekwinkel en de bibliotheek worden vaker gebruikt om inspiratie op te doen. En vooral in de bibliotheek laat men zich graag verrassen door wat men tegenkomt. Natuurlijk speelt hier ook het aspect in mee dat het lenen van boeken minder financiële risico's met zich meebrengt.

Fysieke boekwinkels kunnen winst behalen door het beter verstrekken van aanvullende boekinformatie

Zowel kopers als leners vinden de sfeer in de boekhandel / bibliotheek belangrijk. Deze wordt meestal ook positief beoordeeld. Waar de fysieke boekwinkel nog van kan leren ten opzichte van zowel de bibliotheek als de internet boekwinkel is bij het verstrekken van aanvullende boekinformatie. Bij zowel internet boekwinkels als de bibliotheek geeft meer dan de helft van de kopers / leners aan dat ze vaak voldoende aanvullende boekinformatie kunnen vinden. Bij de fysieke boekwinkel is dat minder dan 30%.

Boekwinkel versus kledingwinkel: meer sfeer in boekwinkel, betere adviezen in kledingwinkel

In deze meting is de fysieke boekwinkel vergeleken met kledingwinkel. In deze vergelijking komen een aantal duidelijke verschillen naar voren. Bij de boekwinkel vindt men de sfeer vaak prettiger en kan men beter vinden wat men zoekt. Als het gaat om het vinden van aanvullende informatie, dan is het oordeel over de boekwinkel ook positiever dan over de kledingwinkel. Bij de kledingwinkel is het advies van de medewerker belangrijker en vindt men vaker dat men goede adviezen krijgt.

Conclusies en aanbevelingen (3/4)



Prijs van het boek

Prijsanalyse geeft duidelijk inzicht in voorkeur voor e-books / papieren boeken binnen specifieke prijssegmenten

Onder kopers van zowel e-books als papieren boeken hebben we de prijsvoorkeur voor beide boekvormen uitgevraagd. Zowel in het goedkope segment (€ 7,99) als in het duurdere segment (€ 19,99) zien we dat bij een gelijke prijs de voorkeur voor ruim driekwart van de kopers naar het papieren boek uitgaat. Daalt de prijs van het e-book, dan zien we dat een meerderheid “switcht” bij een prijs van € 3,99 in het lagere segment en een prijs van € 11,99 in het hogere segment. In het hogere segment ligt de voorkeur iets meer bij papieren boeken dan bij het lagere segment.

E-books

Het verkrijgen van e-books gaat via veel verschillende kanalen – top-3 kanalen zijn gratis

De wijze waarop lezers aan hun e-books komen is zeer gevarieerd. Opvallend is dat de top-3 antwoorden alle drie gratis zijn: uit legale bron, van iemand gekopieerd / geruild of uit illegale bron gedownload. En dan is het nog de vraag of men weet wat legaal en illegaal is.



Conclusies en aanbevelingen (4/4)

Bibliotheek

Veranderende rol bibliotheek gaat minder snel dan leners verwachten

De bibliotheek is een plek waar mensen die boeken lenen graag komen om zich te laten verrassen. De primaire functie van de bibliotheek is volgens de doelgroep nog altijd “boeken lenen” gevolgd door “inspiratie opdoen”. Dit aandeel is ten opzichte van 2015 vrij stabiel. Toch verwacht men dat dit over 5 jaar anders zal zijn. Zij verwachten dat andere functies als e-books lenen en het leren omgaan met nieuwe apparaten vaker gebruikt zullen worden. Aangezien ook de toekomstverwachting sinds 2015 vrijwel stabiel is, is het aan te nemen dat de redenen om de bibliotheek te gebruiken minder sterk zullen veranderen dan de leners inschatten.

CPNB

Associaties met Boekenweek lopen sterk uiteen

De bekendheid van alle lees- / boekencampagnes blijft stabiel: nog altijd zijn de Boekenweek en Kinderboekenweek veruit de bekendste campagnes. Waar de spontane associaties met de Spannende Boeken Weken en Literatour zeer eenduidig zijn, zien we dat dit bij de Boekenweek sterk uiteenloopt. Hierbij noemt men verschillende elementen van de campagne zoals het Boekenweekgeschenk, het Boekenbal en het gratis reizen met de trein op vertoon van het Boekenweekgeschenk.

Onderzoeksresultaten

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 een boek



Leesgedrag

Aantal consumenten dat in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een boek las blijft stabiel



Gemiddeld aantal uitgelezen boeken



88% *

op basis van klassenmidden

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

94%

Juni '17

87%

Januari '17

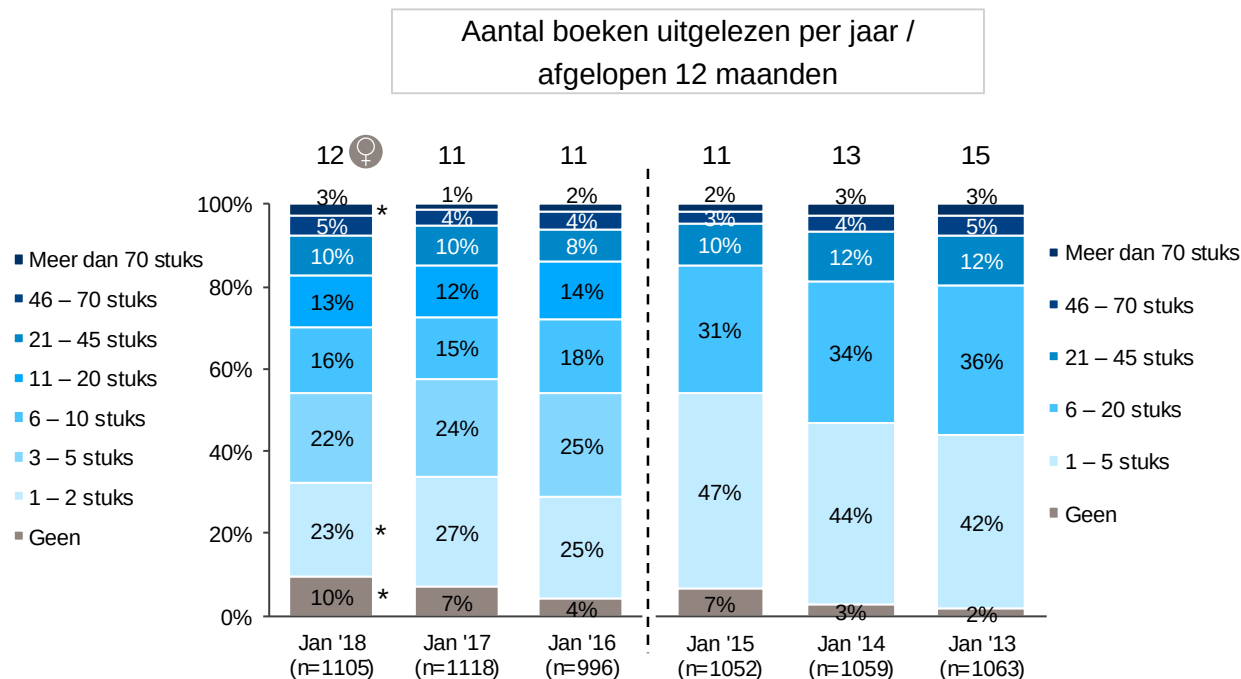
93%

Juni '16

94%

Januari '16

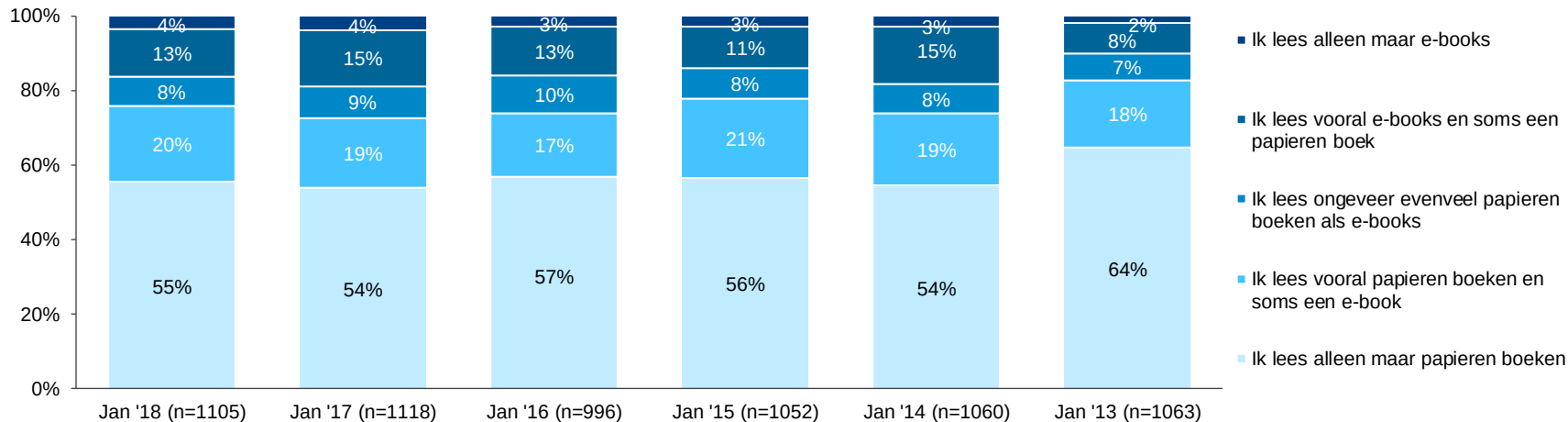
In de afgelopen 12 maanden heeft de lezer gemiddeld 12 boeken uitgelezen



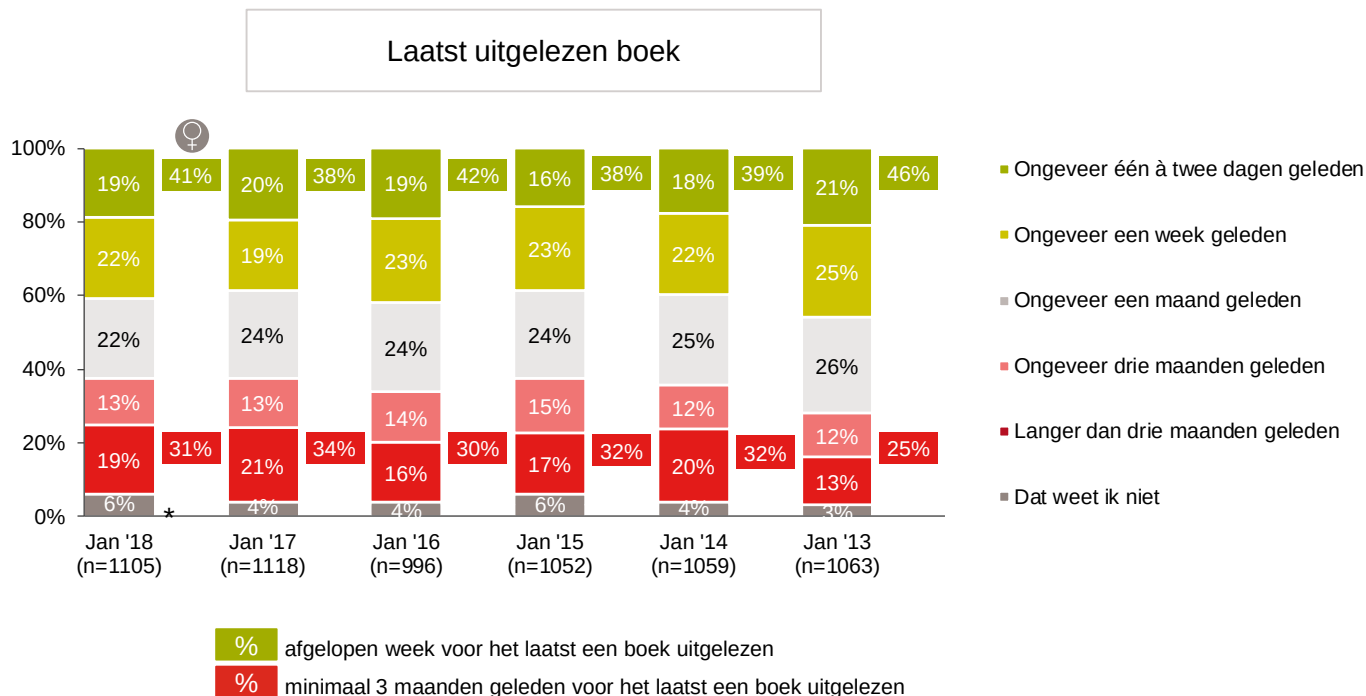
55% van de lezers geeft de voorkeur voor het lezen via papieren boeken



Papieren boeken vs. e-books



41% van de lezers las in de afgelopen week een boek uit



De e-reader blijft het meest gebruikte device als het gaat om het lezen van e-books

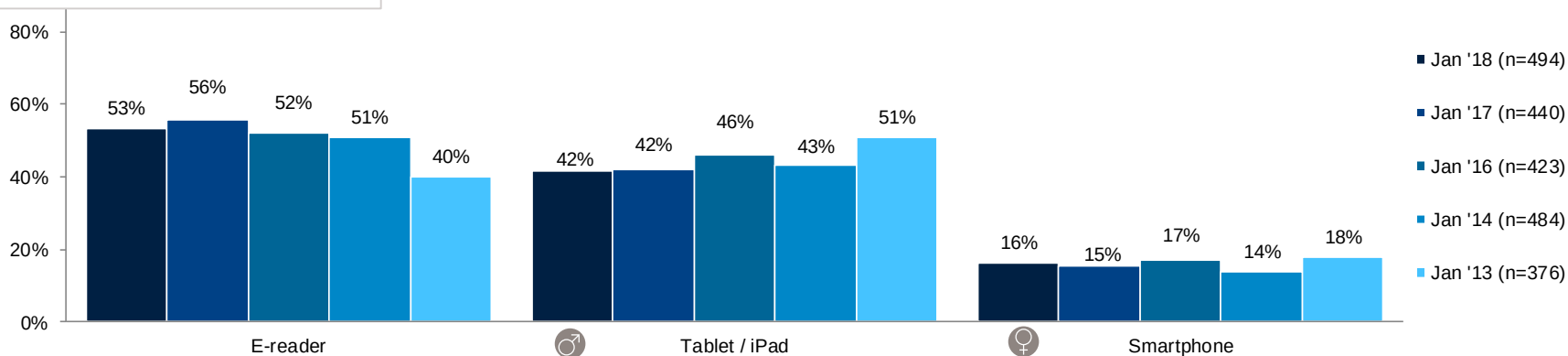


Achtergrond

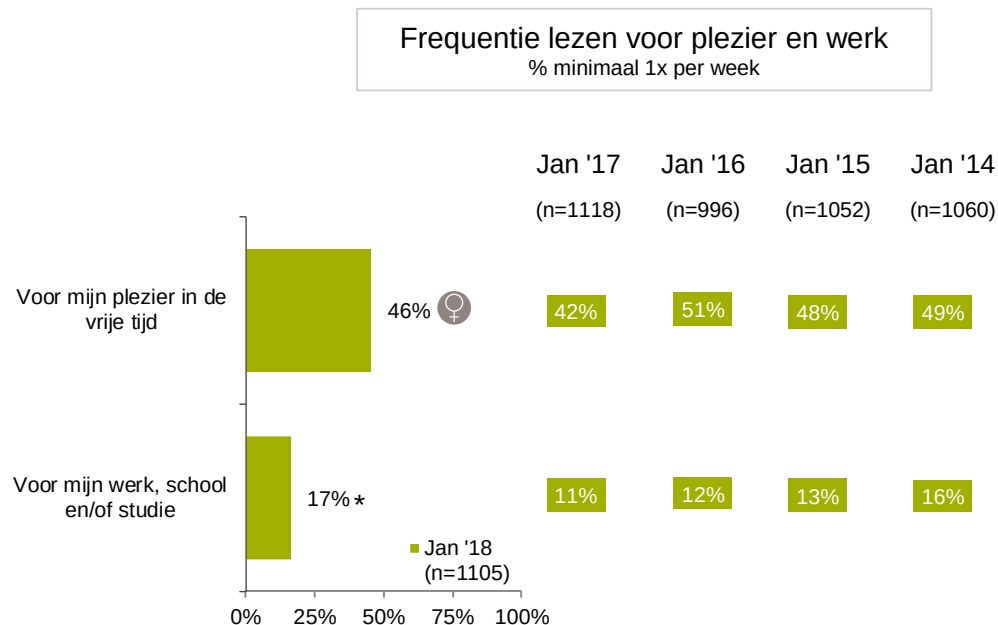
Heavy lezers geven vaker aan een e-reader te gebruiken om e-books te lezen dan medium en light lezers.

65-plussers gebruiken de smartphone minder vaak om e-books op te lezen.

Apparaat lezen e-books



17% van de boeken lezers leest wekelijks voor werk, school en/of studie; lezen voor plezier wordt wekelijks door bijna de helft gedaan



Vrouwen lezen vooral vanuit een ontspanningsmotief, mannen meer informatief



Spannende fictie wordt het meest gelezen gevolgd door literatuur / literaire romans

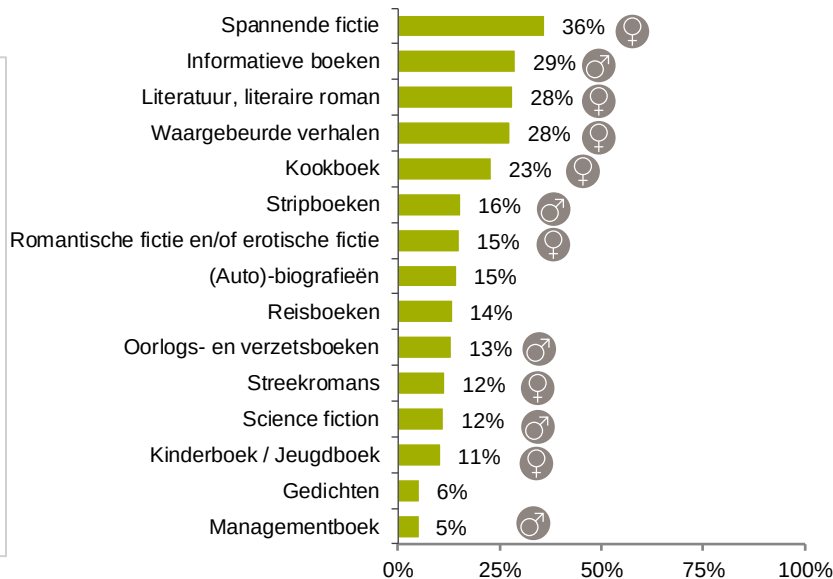


Frequentie boeken lezen per genre

Achtergrond

Hoogopgeleiden geven vaker aan spannende fictie, literatuur/literaire roman en informatieve boeken te lezen dan midden en laagopgeleiden.

Heavy lezers lezen vaker literatuur/literaire roman en spannende fictie dan medium en light lezers.



% Minimaal 1x per maand

Van de mensen die weinig of nooit lezen heeft 41% in de afgelopen 2 jaar toch wel eens een boek gelezen omdat iedereen het erover had of uit nieuwsgierigheid

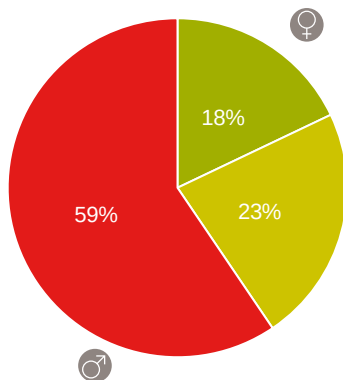


Boek lezen door nieuwsgierigheid/
invloed anderen

37% van de consumenten
leest minder vaak dan
maandelijks / nooit een boek

Van de nooit-lezers geeft
19% aan in de afgelopen 2
jaar wel eens een boek te
hebben gelezen omdat
iedereen het erover had of
omdat hij of zij nieuwsgierig
was

Van de lezers die minder
vaak dan maandelijks lezen
geeft 47% dit aan



■ Ja, een paar keer

■ Ja, één keer

■ Nee, nooit

Boek(en)

1. Judas

2. 50 tinten grijs / 50 shades of grey

3. Dagboek van Hendrik Groen

4. Gijp

K10: Is het in de afgelopen 2 jaar toch wel eens gebeurd dat u een boek ging lezen, omdat iedereen het erover had of omdat u nieuwsgierig was?

K13: Welk boek of welke boeken waren dat?

Basis K10: Leest gemiddeld minder
vaak/nooit boeken (n=447)

Basis K13: Toch weleens een boek
gelezen in de afgelopen 2 jaar (n=181)

Veruit het meest leest men thuis; bijna een kwart van de consumenten leest in het openbaar vervoer

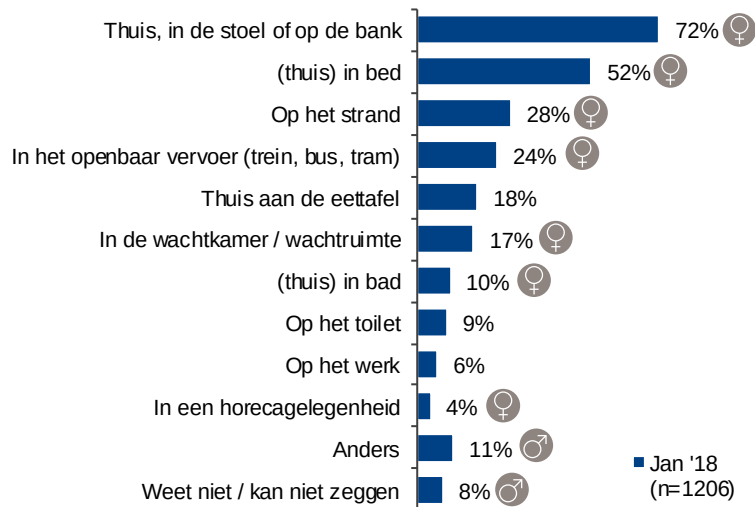


Locatie lezen van boek

Achtergrond

Consumenten < 35 jaar lezen vaker een boek op het strand en in het openbaar vervoer. 68% leest daarnaast ook thuis op de bank boeken.

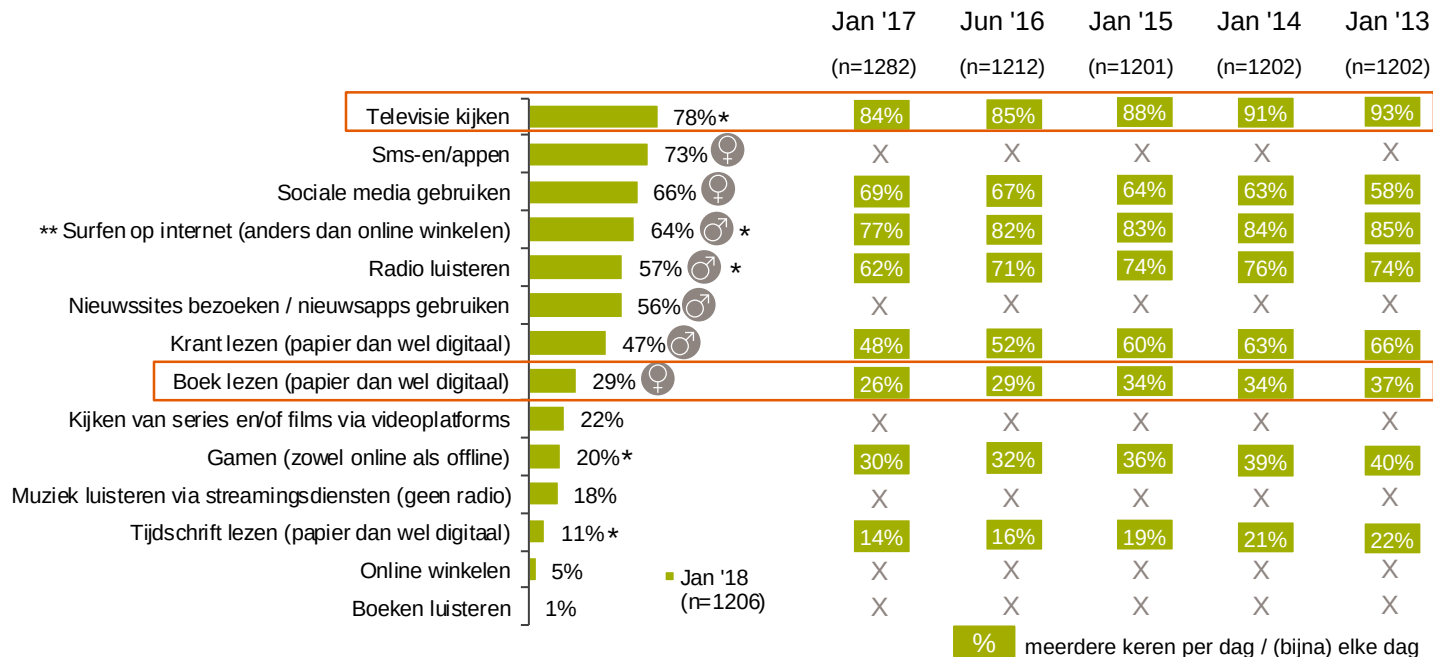
Heavy lezers lezen vaker in bed en in de wachtkamer dan medium en light lezers.



Frequent lezen van boeken daalt op de lange termijn



Frequentie activiteiten



Achtergrond

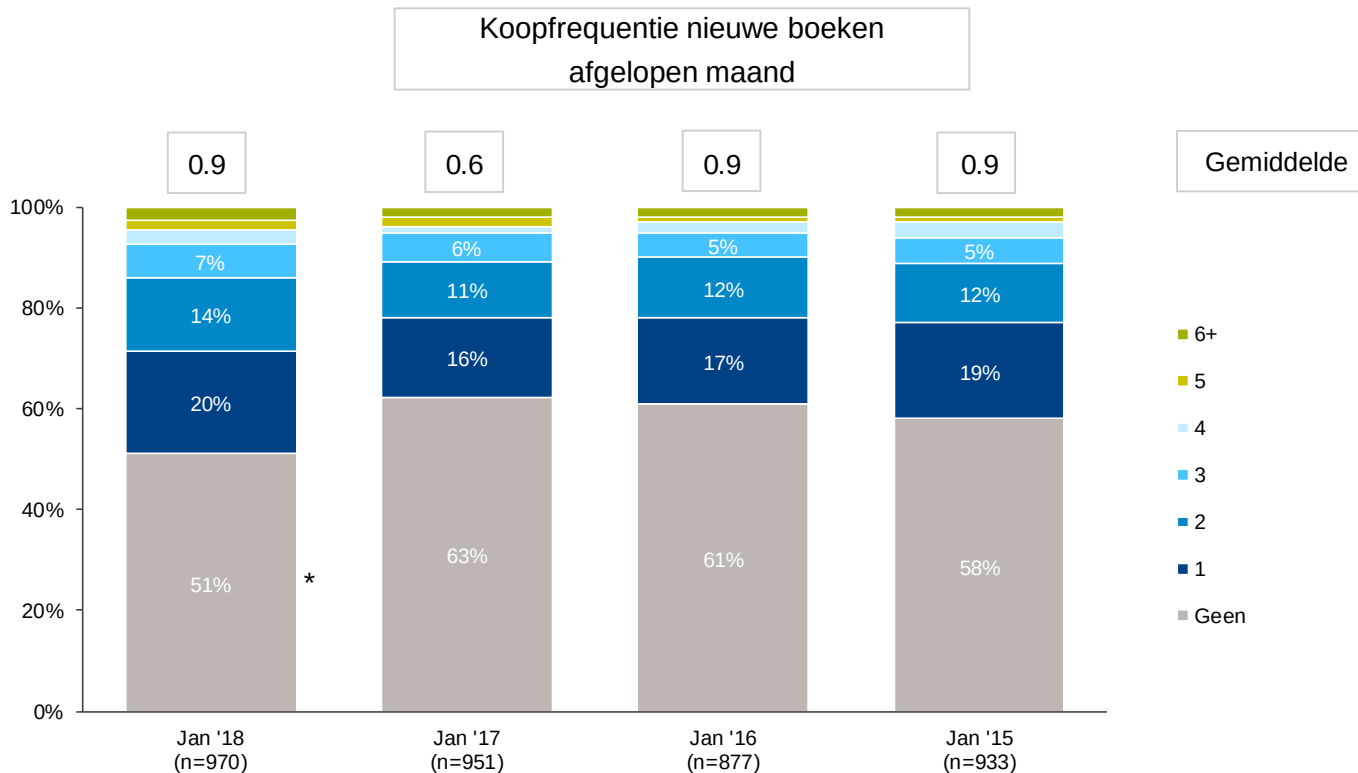
Medium lezers surfen vaker op internet dan heavy en light lezers.

Consumenten < 35 jaar en hoogopgeleiden kijken vaker series/films via videoplatforms.

** Was in vorige metingen 1 categorie "surfen op het internet" en is nu opgedeeld in "surfen op het internet" en "online winkelen". Daarnaast zijn er in deze meting een aantal categorieën toegevoegd ten opzichte van de metingen ervoor wat mogelijk van invloed kan zijn op de verdelingen.

Koopgedrag

Aandeel boekenkopers dat in de afgelopen maand tenminste 1 boek kocht is toegenomen



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

Basis: Koopt weleens nieuwe boeken

Verhoudingen van kanalen waar men boeken verkrijgt blijft stabiel over de langere termijn

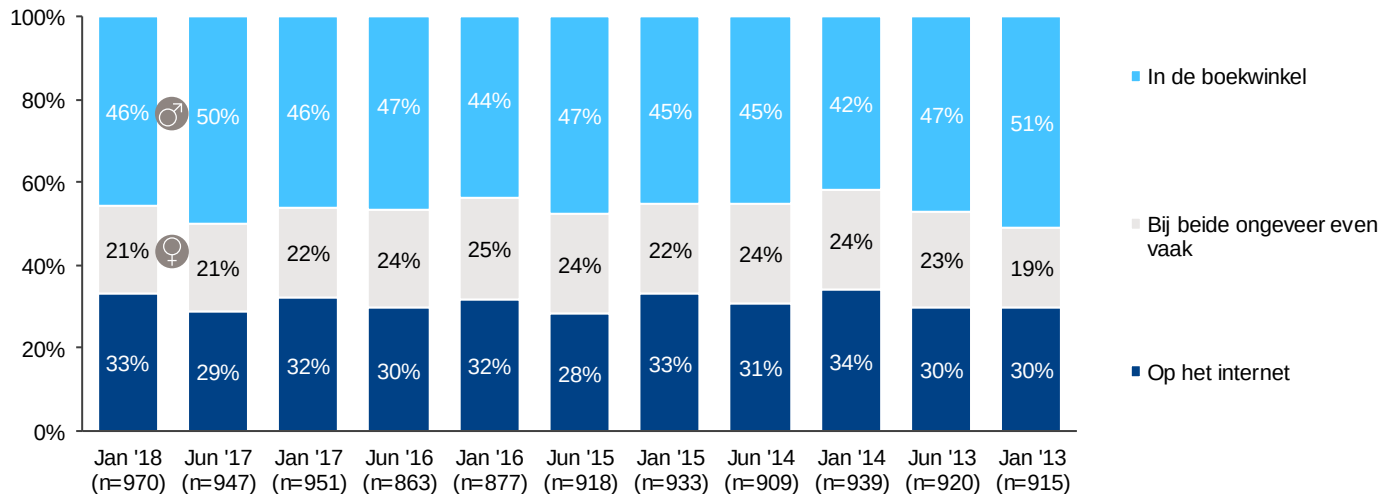


Boekwinkel vs. internet

Achtergrond

Hoogopgeleiden kopen boeken even vaak bij de fysieke boekwinkel als online.

50-plussers kopen vaker boeken in de fysieke boekwinkel.



Voorafgaand aan een bezoek aan de internetboekwinkel wordt vaak nagedacht over wat men wil gaan kopen; fysieke boekenwinkel wordt vaker impulsief bezocht voor inspiratie



Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?			
Situaties	Fysieke boekwinkel (n=657)	Internet boekwinkel (n=516)	Bibliotheek (n=448)
Ik kom vooral in de ... om lekker rond te snuffelen en inspiratie op te doen	43%	24%	31%
Ik bedenk thuis wat ik wil kopen/lenen en ga gericht op zoek in de ... Ik kom meestal thuis met hetgeen ik gepland had	38%	60%	32%
Ik bezoek een ... zonder dat ik dat van tevoren van plan was	30%	14%	13%
Ik ben meestal niet op zoek naar iets specifiek, maar laat me verrassen door wat ik tegenkom	29%	17%	40%
Ik bedenk thuis wat ik wil kopen/lenen, maar ga nog verder zoeken en neem geregeld (ook) andere boeken mee	24%	21%	36%
Ik ben meer boeken gaan kopen/lenen dan ik vooraf van plan was	16%	9%	29%
Ik ben andere boeken gaan kopen/lenen dan ik van tevoren van plan was	13%	8%	27%
Ik laat mij adviseren door de boekverkoper/medewerker van de bibliotheek	7%	X	8%
Ik bezoek de ... niet om iets te kopen/lenen, maar alleen bijvoorbeeld om te lezen, te studeren of een activiteit	5%	X	15%
Ik laat me verleiden door een aanbieding op de site	X	11%	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?

© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: K02a: koopt weleens een boek in de boekwinkel

Basis K02b: koopt weleens een boek online

Basis K02c: leent weleens een boek

Vindbaarheid bij alle aanbieders belangrijk; internet boekwinkel scoort hier het hoogst op



Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?			
Situaties	Fysieke boekwinkel (n=657)	Internet boekwinkel (n=516)	Bibliotheek (n=448)
De sfeer in de ... is voor mij belangrijk om met plezier en langdurig rond te lopen	65%	X	55%
Ik vind de sfeer in de ... vaak prettig	74%	X	64%
Ik vind het belangrijk dat ik snel kan vinden wat ik zoek in de ...	62%	80%	71%
Ik kan in de ... snel vinden wat ik zoek	55%	72%	58%
Ik vind het belangrijk dat de ... me op nieuwe ideeën brengt door de presentatie van de boeken	57%	32%	49%
De presentatie van de boeken in de ... brengt me op nieuwe ideeën	54%	30%	48%
Ik hecht veel waarde aan het advies van de verkoper in de (internet)boekwinkel/bibliotheekmedewerker	25%	15%	27%
De verkoper/medewerker in de ... geeft mij vaak goede adviezen	29%	21%	32%
Ik vind het belangrijk dat ik aanvullende boekinformatie kan vinden in de ..., want dan koop/leen ik eerder het boek	24%	56%	46%
Ik kan vaak voldoende aanvullende boekinformatie vinden in de ... (bijv. via digitale schermen)	28%	59%	52%
Ik vind reviews van boeken (meningen van andere klanten) belangrijk	X	47%	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?

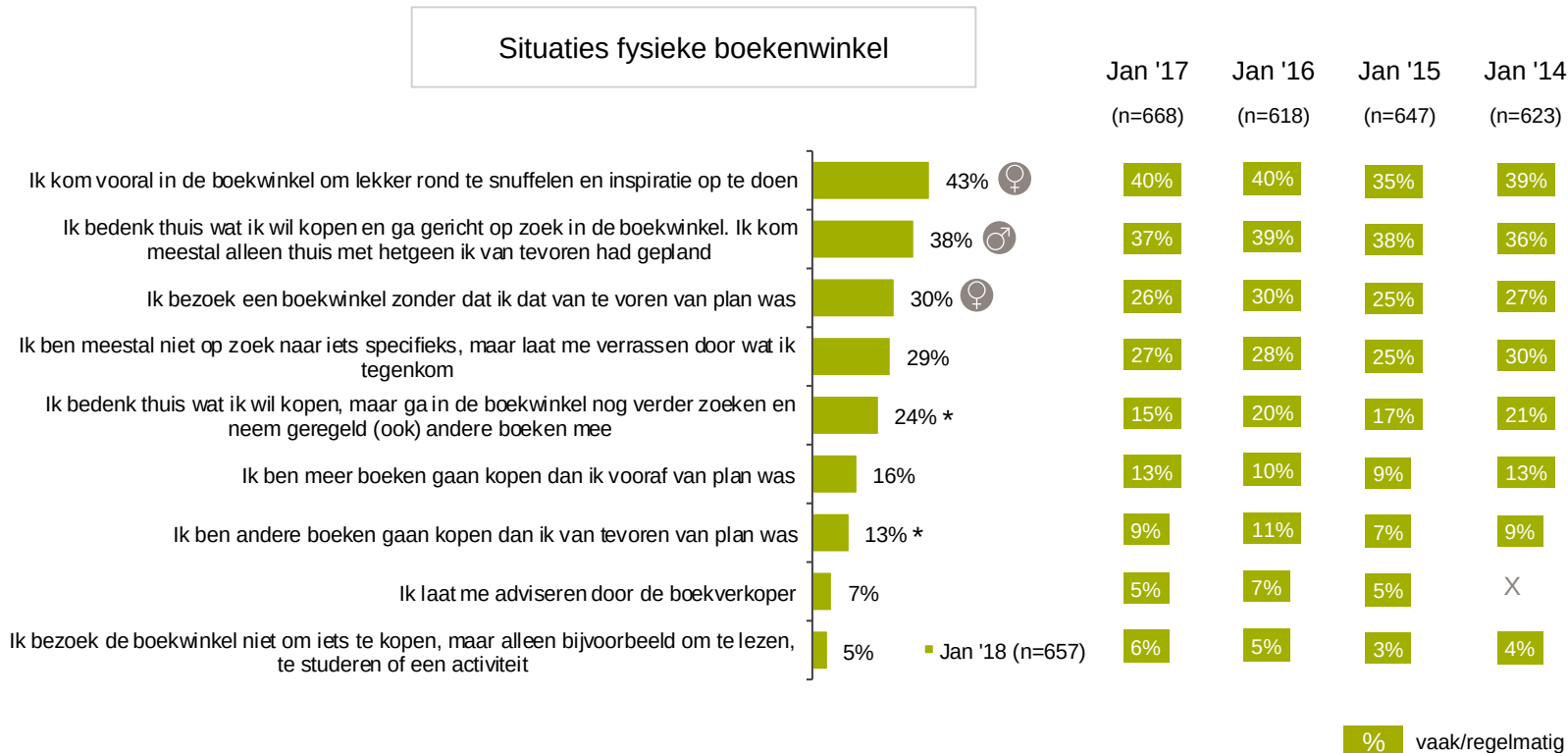
© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: K03a: koopt weleens een boek in de boekwinkel

Basis K03b: koopt weleens een boek online

Basis K03c: leent weleens een boek

Meer dan 40% van de boekenkopers komt vooral in de fysieke boekwinkel om rond te snuffelen en inspiratie op te doen

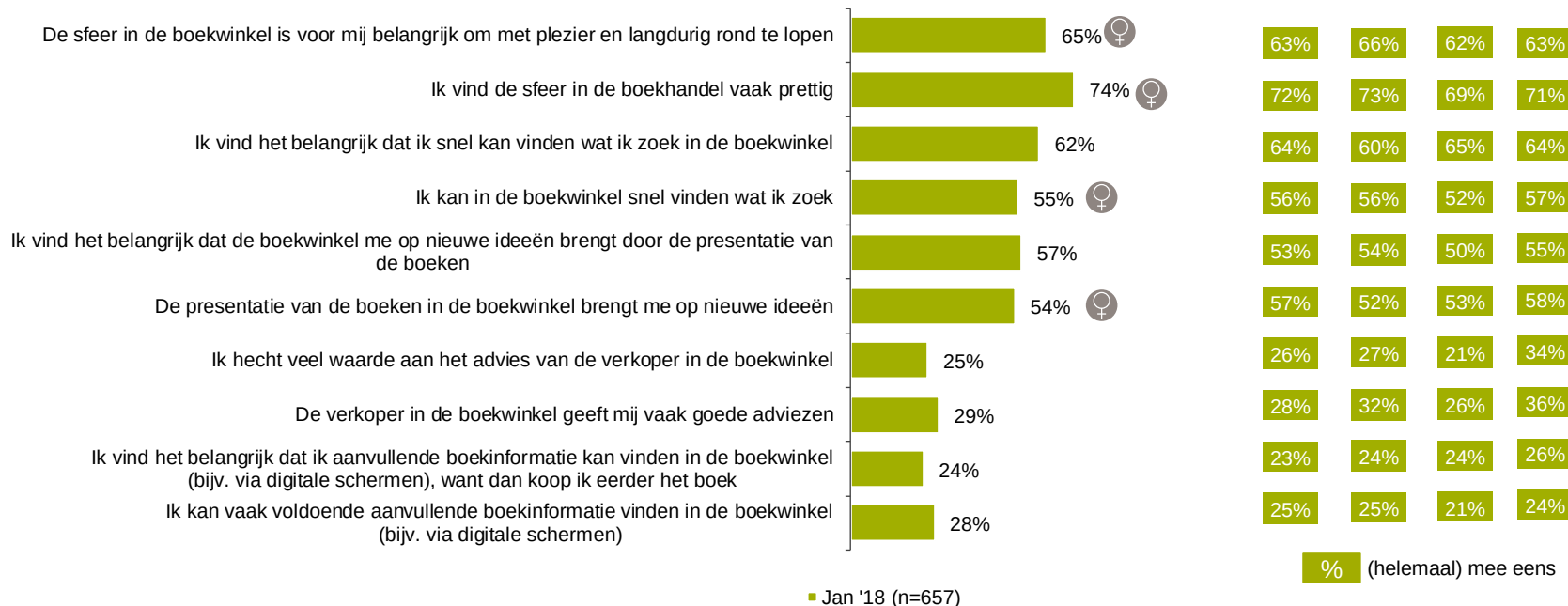


De fysieke winkel wordt nog vaak gezien als een bron van inspiratie voor het lezen van nieuwe boeken



Stellingen fysieke boekenwinkel

Jan '17 Jan '16 Jan '15 Jan '14
(n=481) (n=460) (n=488) (n=537)



K03a: In hoeverre bent u het met onderstaande stellingen eens of oneens?

© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: koopt weleens een boek in de boekwinkel

Goede voorbereiding voorafgaand aan het kopen van een boek in de internetboekwinkel blijft voor meeste online boekenkopers onveranderd



Situaties internetboekwinkel



Gebruiksgemak van de internetboekwinkel blijft belangrijk; 80% van de online boekenkopers wil snel kunnen vinden waar ze naar opzoek zijn



Stellingen internetboekwinkel



% (helemaal) mee eens

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

© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: koopt weleens een boek online

Sfeer en het krijgen van aanvullende informatie wordt meer gewaardeerd in de fysieke boekwinkel dan in de fysieke kledingwinkel



Winkelen in een kledingwinkel t.o.v. een fysieke boekenwinkel*



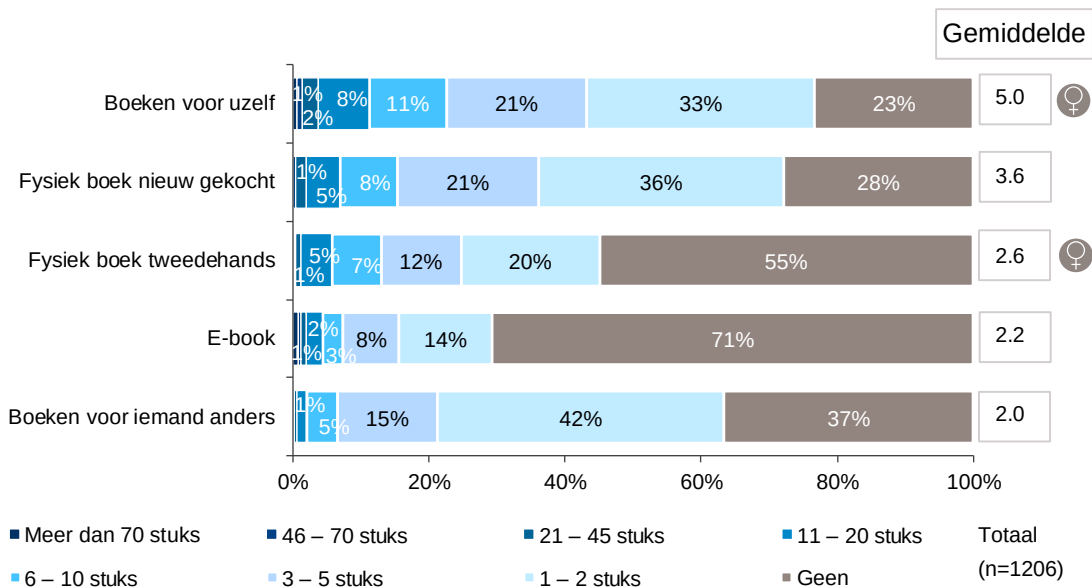
*Vergelijking fysieke boekwinkel en fysieke kledingwinkel wordt gemaakt om te zien hoe onderdelen als sfeer, vindbaarheid en advies scores. Er is voor de fysieke kledingwinkel gekozen omdat dit vergelijkbaar is met de fysieke boekwinkel op het gebied van overweging.

%(helemaal) mee eens

In een jaar tijd koopt de consument gemiddeld 5 boeken voor zichzelf



Aantal gekochte boeken
(per jaar)



Bedrag besteed aan
boeken afgelopen jaar

Jan '18
(n=1206)

Nieuwe papieren boeken	€ 59,04
Tweedehands papieren boeken	€ 12,66
E-books	€ 11,03

K04: Hoeveel boeken koopt u ongeveer per jaar?

K05: Welk bedrag heeft u afgelopen 12 maanden uitgegeven aan?

© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Op basis van GfK retail data zien we dat de consument in dit onderzoek een overschatting heeft van het aantal boeken dat men gemiddeld per jaar koopt
Basis: Alle respondenten

Voor 44% van de boekenkopers speelt prijs een rol wanneer het boek van een favoriete auteur is



Achtergrond

De prijs van een boek met goede recensies wordt belangrijker gevonden door consumenten <35 jaar.



Basis: Koopt weleens boeken

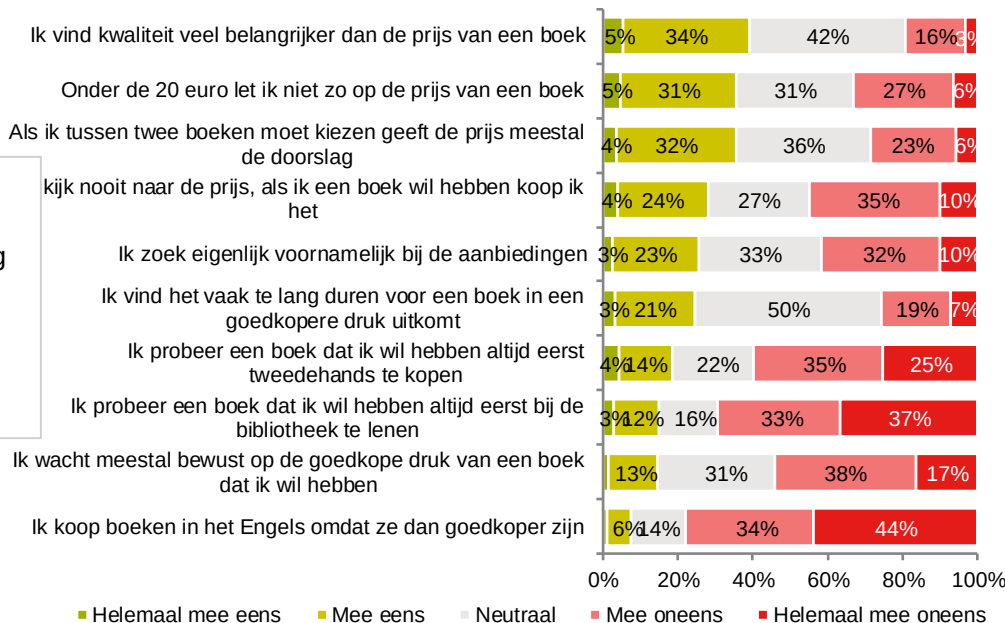
Onder de 20 euro let ruim een derde van de boekenkopers niet op de prijs van een boek



Kopen van boeken

Achtergrond

Hoogopgeleiden vinden, in tegenstelling tot midden en laagopgeleiden, de kwaliteit belangrijker dan de prijs van het boek.



	Jan '18 (n=1049)	Jan '17 (n=974)	Jan '16 (n=916)
*	39%	34%	38%
*	36%	31%	32%
	36%	37%	34%
*	28%	24%	29%
	26%	26%	23%
	25%	24%	22%
	19%	22%	18%
	15%	13%	X
	14%	17%	14%
	8%	6%	5%
%	(helemaal) mee eens		

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

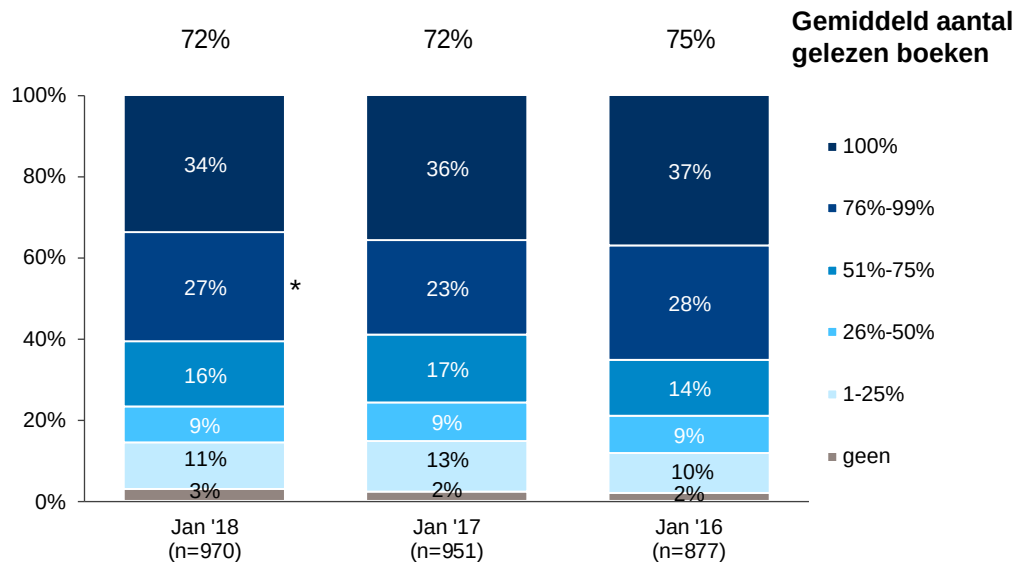
© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: Koopt boeken

61% van de boekenkopers leest minimaal driekwart van de boeken die men voor zichzelf koopt



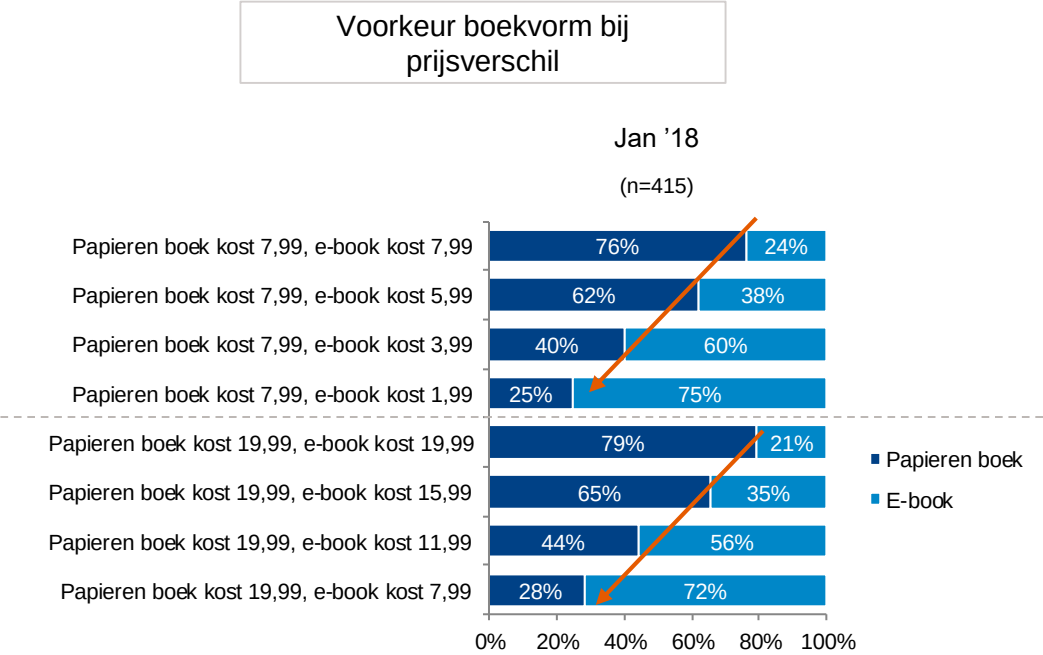
Daadwerkelijk gelezen boeken van gekochte boeken



Achtergrond

Consumenten tussen de 35 en 49 jaar geven het vaakst aan gekochte boeken ook daadwerkelijk te hebben gelezen.

Bij boeken onder de tien euro heeft 60% de voorkeur voor het kopen van een e-book wanneer deze de helft goedkoper is dan een papieren boek



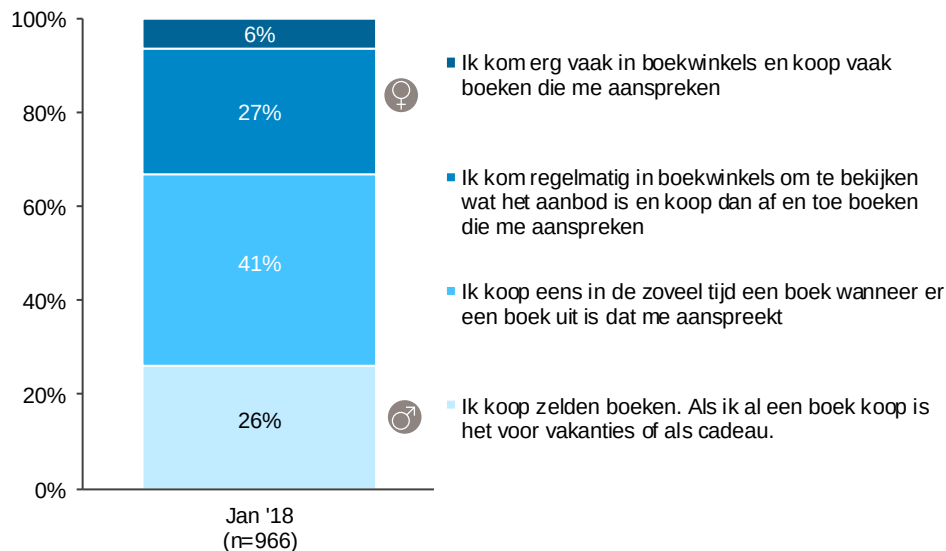
Ruim een kwart van de consumenten komt regelmatig in boekwinkels om te bekijken wat het aanbod is



Type boekenkoper

Achtergrond

Hoogopgeleiden geven vaker aan regelmatig in boekwinkels te komen om het aanbod te bekijken en af en toe een boek te kopen dan midden en laagopgeleiden.



K09x2: Stel u zou uzelf als type boekenkoper moeten definiëren, welke van onderstaande omschrijvingen past dan het best bij u als persoon?

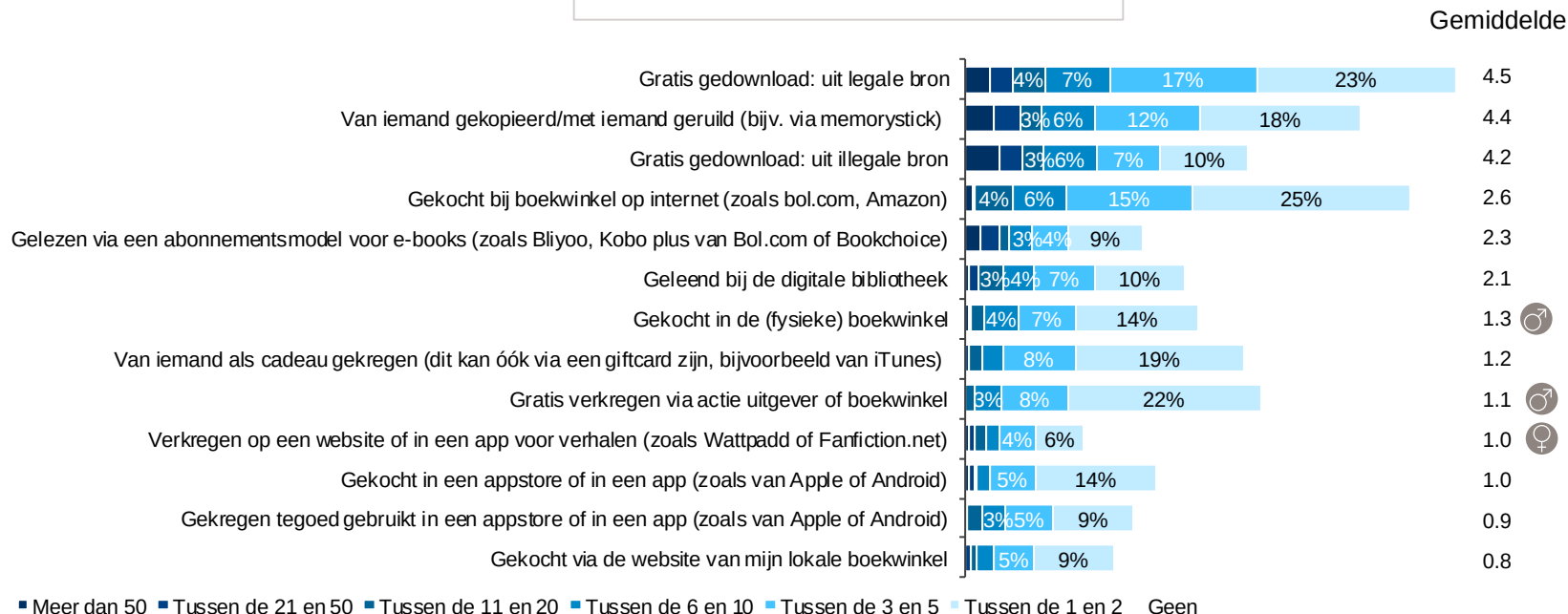
© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: Koopt wel eens een boek (n=966)

E-books worden via een breed scala aan kanalen verkregen



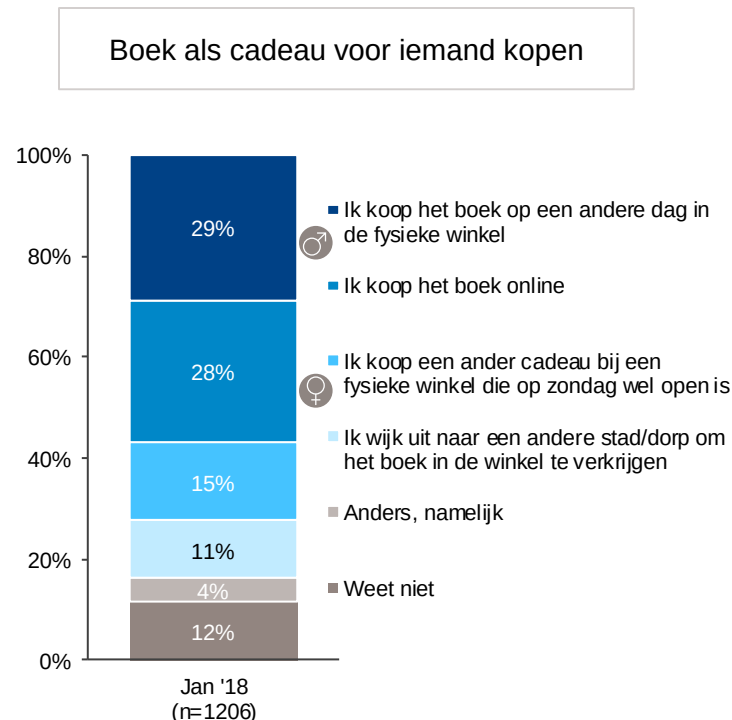
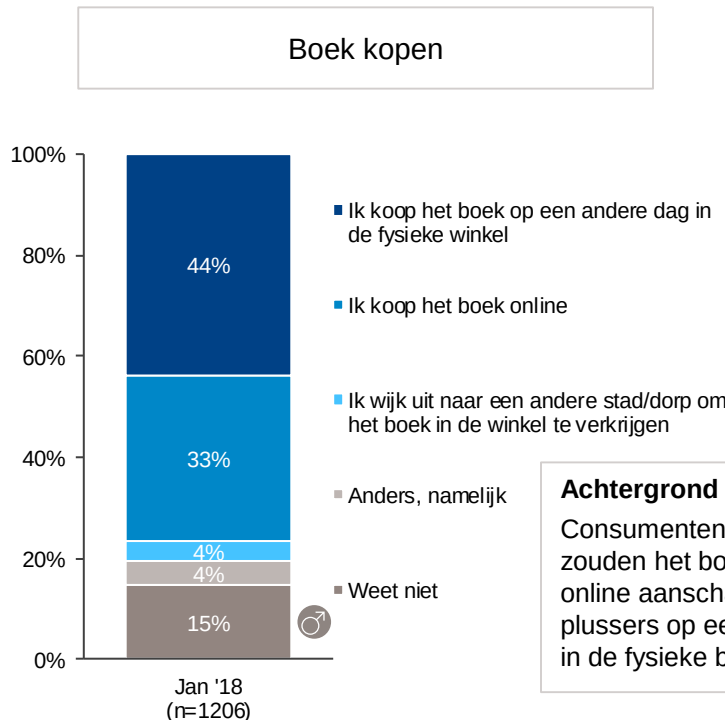
Frequentie manier e-books verkrijgen



K11: Hoeveel e-books verkrijgt u per jaar op de volgende manieren? U kunt kiezen tussen:

Basis: Leest wel eens e-books (n=492)

Een gesloten fysieke boekwinkel op zondag heeft een lichte invloed op de verschuiving van aankoop naar een online kanaal; 44% blijft voorkeur houden voor kopen in de fysieke boekwinkel op een andere dag



Achtergrond

Consumenten <49 jaar zouden het boek vaker online aanschaffen; 65-plussers op een andere dag in de fysieke boekwinkel.

K12a: Stel u wil op zondag een boek kopen en de fysieke winkel waar u heen wil is op zondag niet geopend, welke van onderstaande alternatieven kiest u dan voor de aanschaf van het boek?

K12b: Stel u wil op zondag een boek als cadeau voor iemand kopen en de fysieke winkel waar u heen wil is op zondag niet geopend, welke van onderstaande alternatieven kiest u dan voor de aanschaf van het boek?

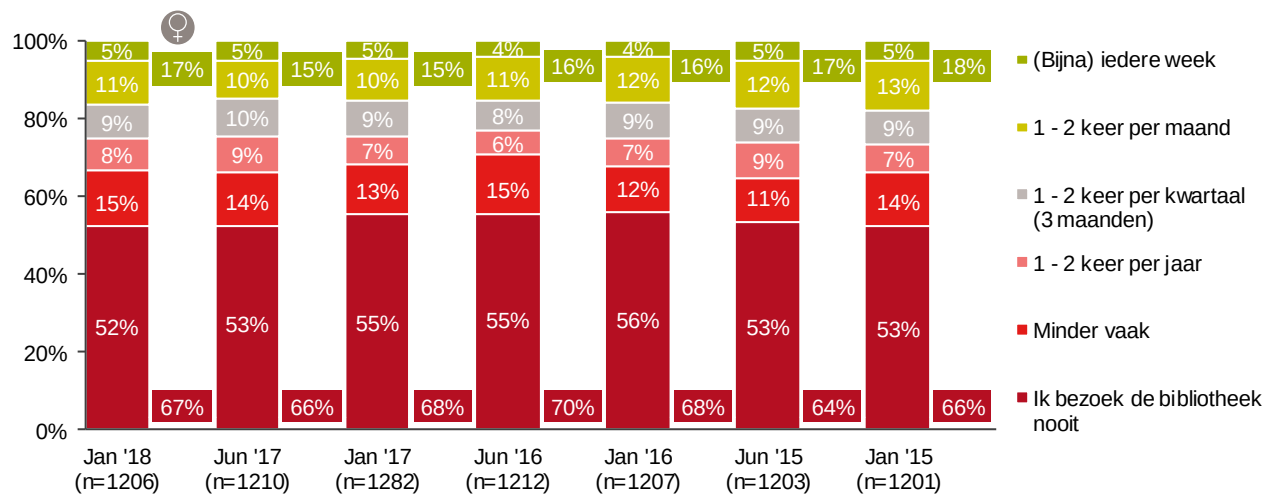
Basis: Alle respondenten

Bibliotheek

Bezoekfrequentie bibliotheek over langere periode ongeveer gelijk



Bezoekfrequentie bibliotheek

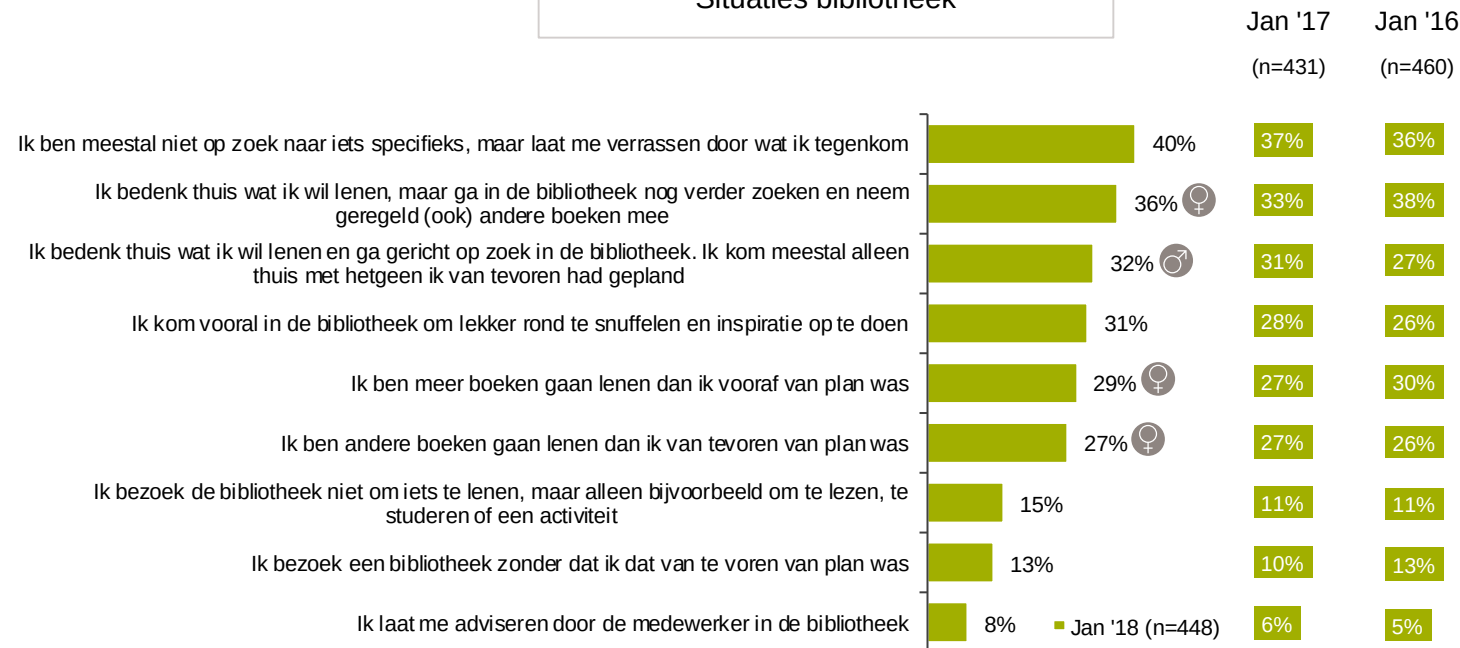


% bezoekt minimaal 1-2 keer per maand de bibliotheek
 % bezoekt minder vaak / nooit de bibliotheek

Men laat zich in de bibliotheek graag verrassen



Situaties bibliotheek



% vaak/regelmatig

K02c: Hoe vaak komen onderstaande situaties bij u voor?

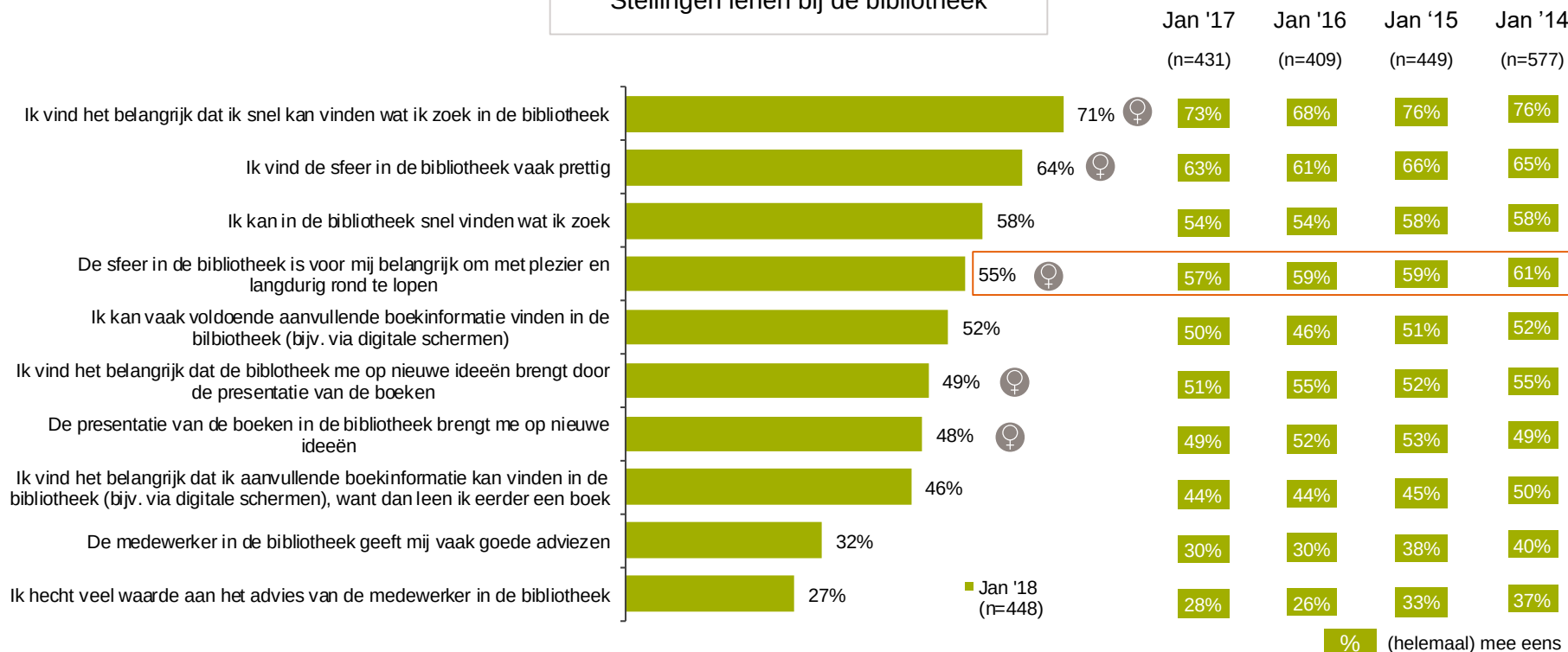
© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: Leent weleens boeken in de bibliotheek

Sfeer in de bibliotheek blijft over de tijd heen goed



Stellingen lenen bij de bibliotheek



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

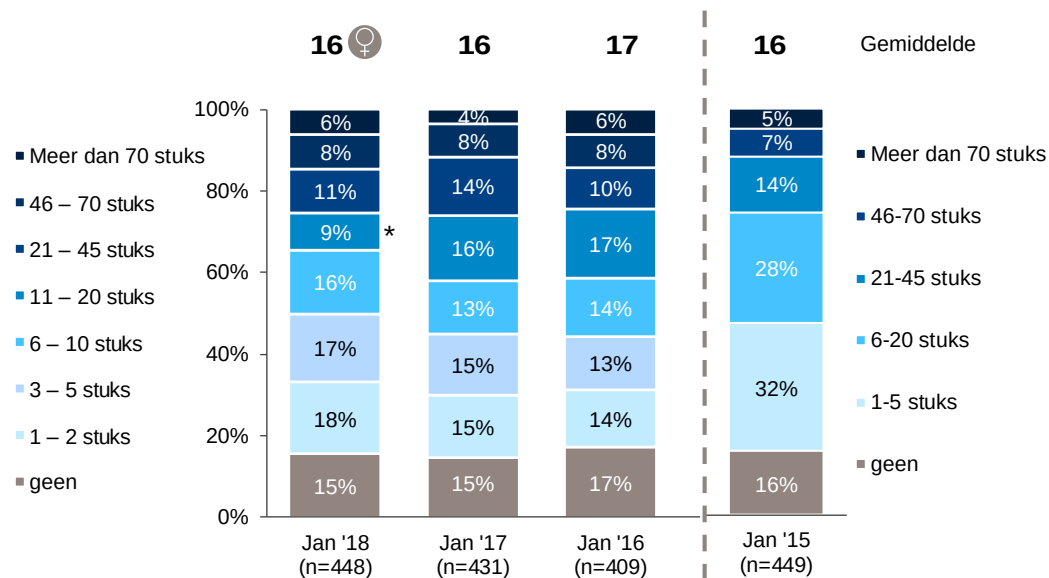
© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: Leent weleens boeken bij de bibliotheek

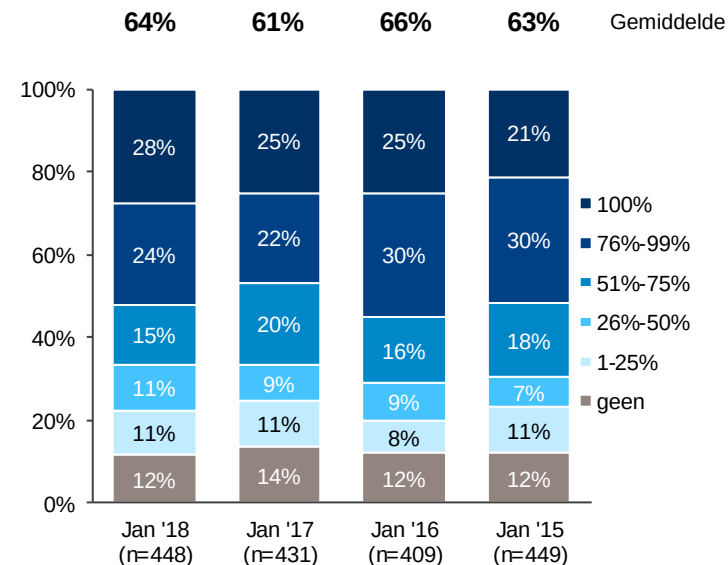


Het aantal geleende boeken blijft over de tijd gelijk

Aantal boeken per jaar geleend in de bibliotheek



Aantal geleende boeken daadwerkelijk gelezen



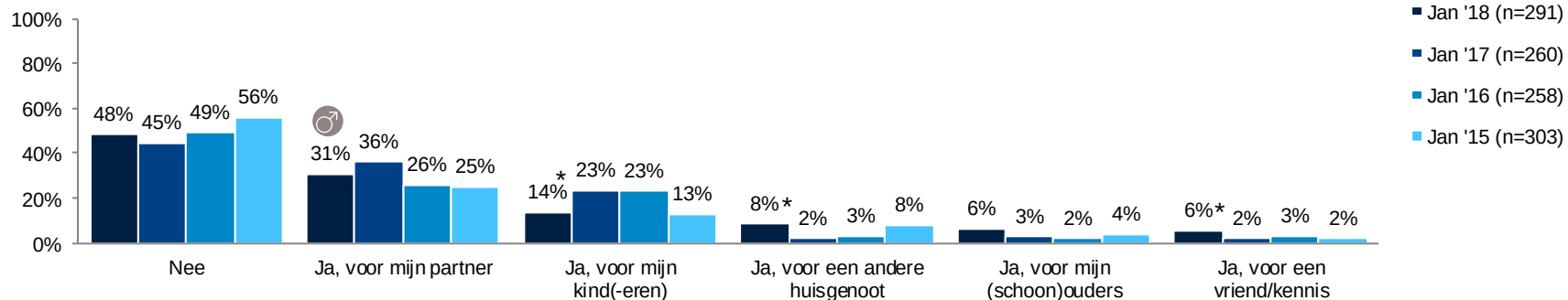
B01: Kunt u een schatting geven van hoeveel boeken (papier en e-books voor uzelf of voor anderen) u op jaarbasis leent bij de bibliotheek?
B02: Kunt u een schatting geven van hoeveel bij de bibliotheek geleende boeken voor uzelf (dus niet voor iemand anders) u op jaarbasis ook daadwerkelijk leest?

Basis: Leent weleens boeken bij de bibliotheek

Bijna de helft van de leners gebruikt de pas enkel zelf en leent geen boeken of andere materialen voor anderen



Lenen voor anderen met eigen bibliotheekpas



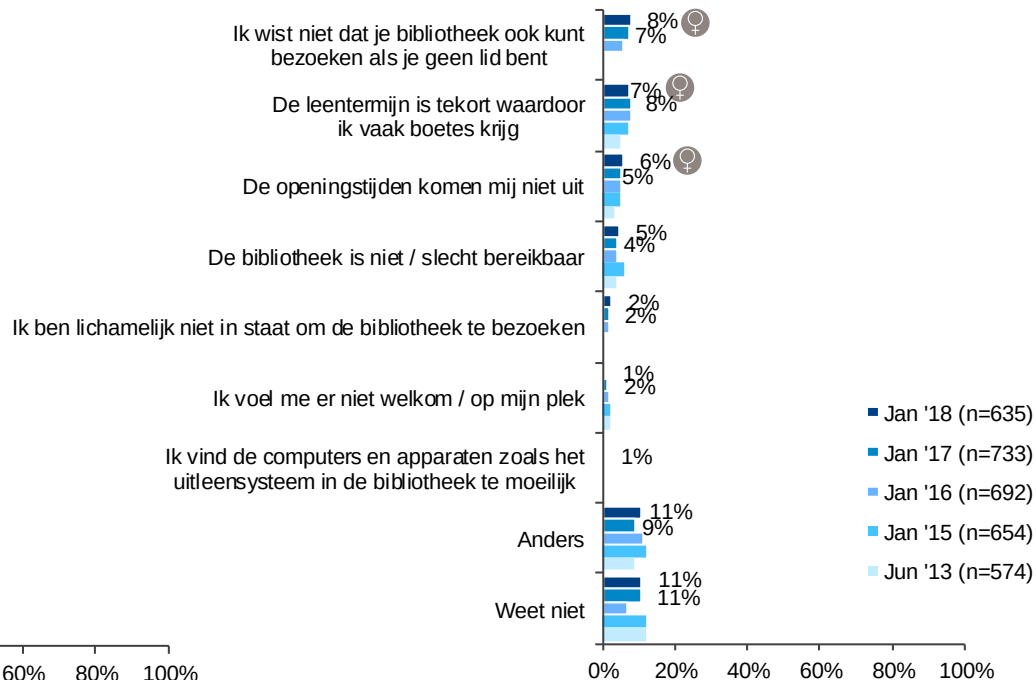
B03: Leent u met uw eigen bibliotheekpas wel eens boeken of andere 'materialen' voor iemand anders?

Basis: leent wel eens boeken in de bibliotheek en is lid van de bibliotheek

Bijna een kwart van de consumenten die de bibliotheek nooit bezoeken geeft aan zijn of haar boeken ergens anders te verkrijgen



Redenen **geen** gebruik maken van bibliotheek



B04: Wat zijn uw belangrijkste redenen om geen gebruik te maken van de bibliotheek?

© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

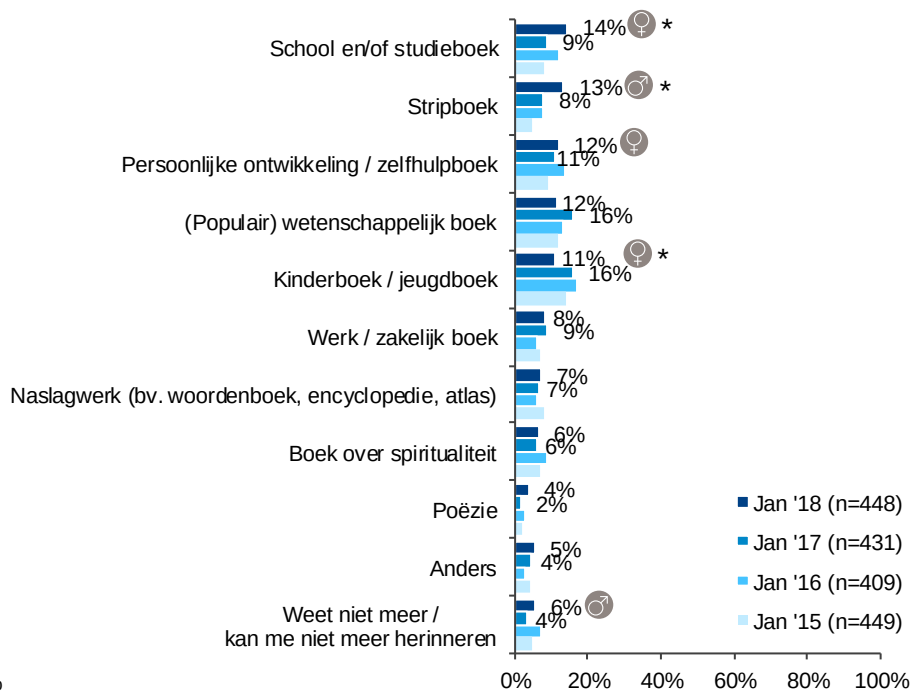
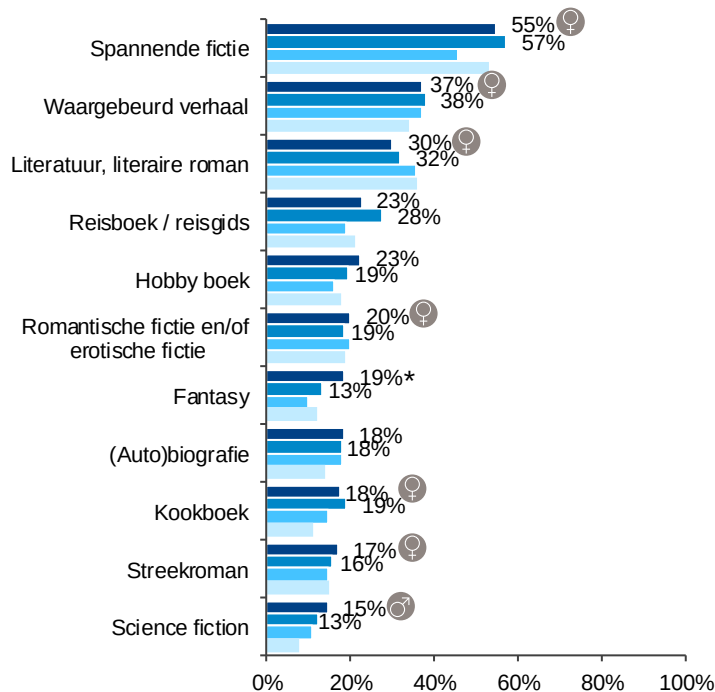
Basis: Bezoekt nooit de bibliotheek

48

Lenen van boeken binnen de genres fantasy, stripboek en school- en/of studiegerelateerd toegenomen



Genres lenen



B05: Welke genres leent u vaak?

© GfK April 24, 2018 | Boekenbranche M43

Basis: Leent weleens boeken in de bibliotheek

Verwachting dat de bibliotheek in de toekomst vooral moet gaan voorzien in opleiding, cultuur en e-books zet door



Redenen om gebruik te maken van de bibliotheek

	Dit jaar Jan '18 (n=1189)	Over 5 jaar Jan '18 (n=1189)		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	92%	34%	-58%	96%	41%	-55%	95%	57%	-38%	94%	58%	-36%
Rond te snuffelen en inspiratie opdoen	90%	39%	-51%	93%	49%	-44%	89%	54%	-35%	91%	54%	-37%
Gericht te zoeken naar informatie (of daarbij hulp te krijgen)	89%	38%	-52%	92%	44%	-48%	88%	49%	-39%	92%	47%	-45%
Gebruik te maken van computer- / internetfaciliteiten	87%	36%	-51%	91%	40%	-51%	87%	46%	-41%	89%	45%	-44%
Kinderen te begeleiden of stimuleren tot lezen	87%	45%	-42%	88%	56%	-32%	88%	62%	-26%	88%	59%	-29%
Bij te blijven en te volgen wat er in de wereld gebeurt	86%	36%	-49%	87%	44%	-43%	83%	47%	-36%	87%	39%	-48%
Hulp te krijgen in de omgang met nieuwe media	81%	43%	-38%	81%	52%	-29%	77%	52%	-25%	81%	48%	-33%
Gebruik te maken van werk- of studieplekken	81%	51%	-30%	86%	58%	-28%	85%	60%	-25%	83%	62%	-21%
Andere mensen te ontmoeten of gewoon onder de mensen te zijn	80%	47%	-33%	86%	56%	-30%	80%	58%	-22%	82%	53%	-29%
Een lezing bij te wonen	80%	50%	-29%	83%	57%	-26%	83%	55%	-28%	83%	55%	-28%
Te leren lezen en/of schrijven (een taal cursus volgen)	79%	47%	-32%	81%	59%	-22%	80%	49%	-31%	83%	47%	-36%
Een cursus of workshop te volgen	75%	53%	-22%	80%	60%	-20%	76%	57%	-19%	79%	50%	-29%
Een tentoonstelling bezoeken	73%	54%	-20%	77%	63%	-14%	77%	55%	-22%	79%	52%	-27%
Gebruik van horecafaciliteiten	65%	59%	-5%	62%	68%	6%	68%	56%	-12%	70%	54%	-16%
E-books te lenen	65%	63%	-2%	64%	71%	7%	71%	67%	-4%	68%	68%	0%
Leren omgaan met nieuwe apparaten	51%	71%	20%	55%	73%	18%	53%	70%	17%	X	X	

*Selectie: leent wel eens boeken in de bibliotheek

Basis: alle respondenten

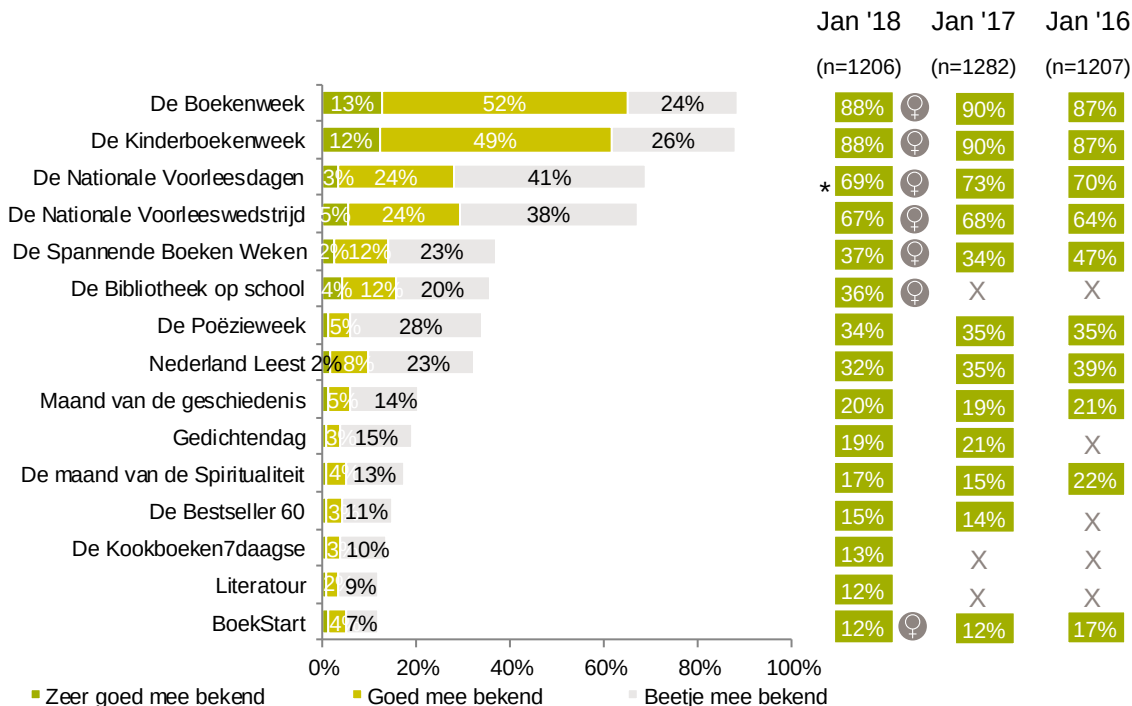
B06: Kunt u aangeven of u het waarschijnlijk vindt dat mensen voor onderstaande redenen gebruik maken van de bibliotheek?

CPNB-Campagnes

De Boekenweek blijft meest bekende campagne gevolgd door de Kinderboekenweek



Bekendheid lees/boekencampagnes

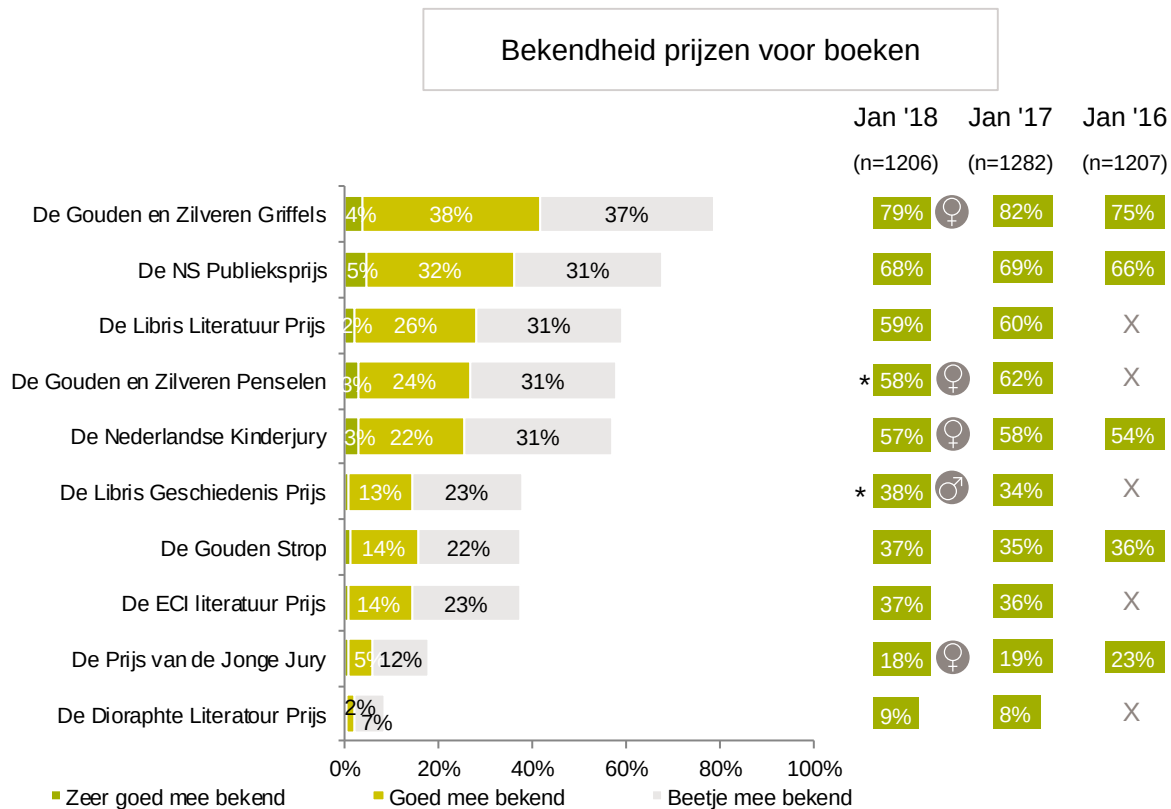


% (zeer) goed / beetje mee bekend

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

Basis: Alle respondenten

De bekendheid van de Libris Geschiedenis Prijs neemt toe



% (zeer) goed / beetje mee bekend

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

Basis: Alle respondenten

Associaties bij de Boekenweek erg divers



Associaties Boekenweek

*“Het **Boekenweekgeschenk**”*

*“Week waarin **boeken** **centraal** staan”*

“Boekenbal”

*“**Promotie** van het **lezen** van boeken”*

*“**Gratis** reizen met de **trein**”*

“Detectives thrillers”

*“Week waarin het spannende boek centraal staat en je een spannend **Boekenweekgeschenk** krijgt dat speciaal is geschreven voor deze week”*

*“**Promotie** voor **thrillers** en spannende boeken”*

*“Extra **aandacht** voor de spannende boeken.
Aanbiedingen en een gratis spannend boek”*

Associaties Spannende Boeken Weken

Associaties Literatuur

*“Rondreizende **literatuurpresentatie**”*

*“**Litteraire auteurs reizen** door het land met hun boeken en lezen voor/ houden **lezingen**”*

*“Een **tour** door Nederland per trein waarbij **literatuur** gelezen wordt”*

*“Rond rijden in een **bus** vol met **boeken**”*

*“**Boekenweek** voor **jongeren**”*

C03: Waar denkt u aan bij de Boekenweek?

C04: Waar denkt u aan bij de Spannende Boeken Weken?

C05: Waar denkt u aan bij de Literatuur?

Basis C03: (beetje) bekend met de Boekenweek (n=609)

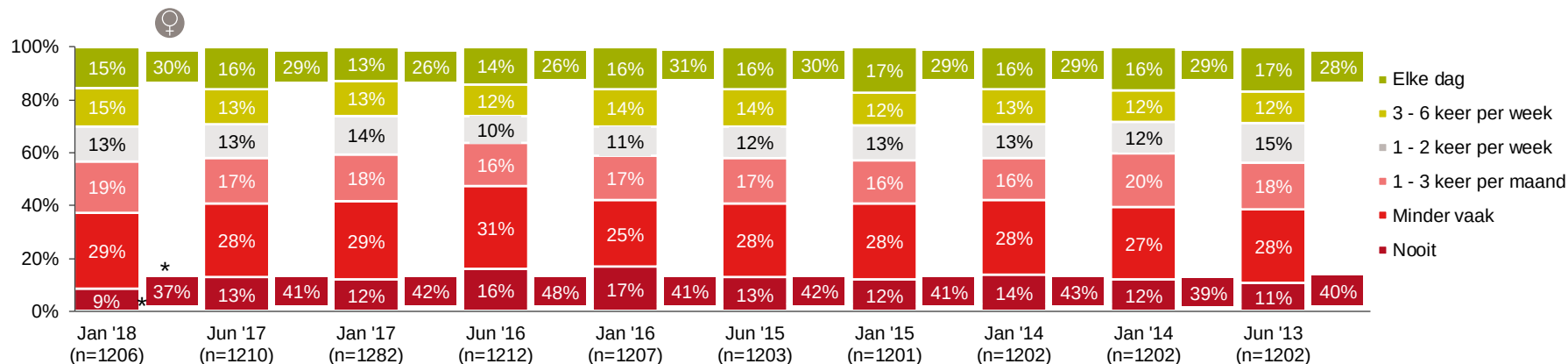
Basis C04: (beetje) bekend met de Spannende Boeken Weken (n=336)

Basis C05: (beetje) bekend met Literatuur (n=144)

Bijlagen

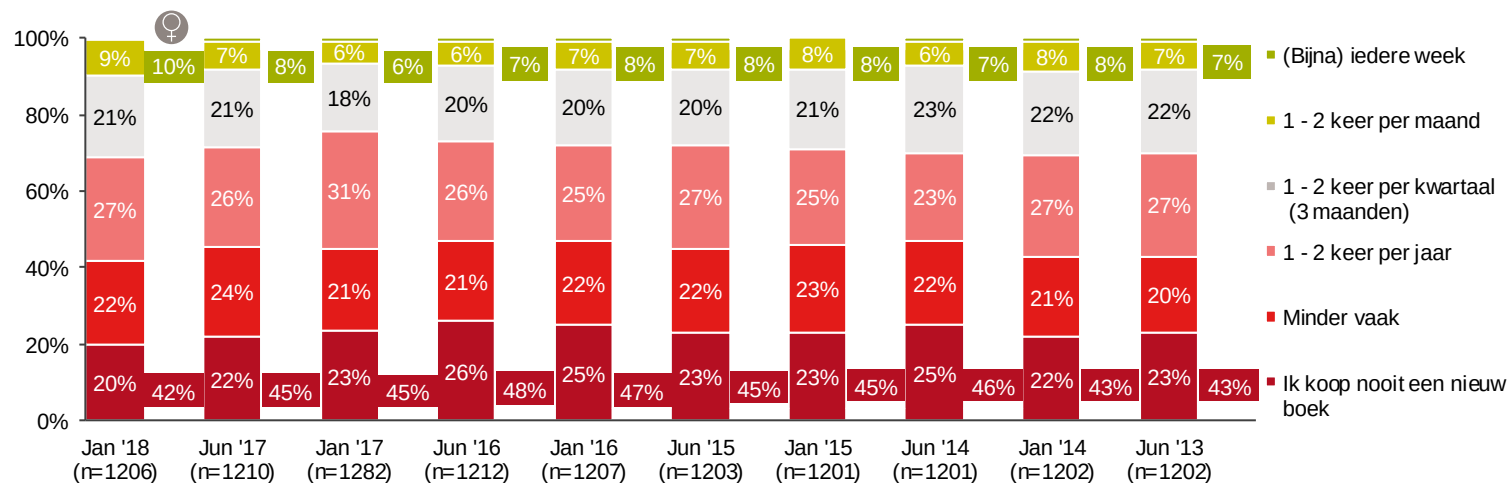
Achtergrond informatie

Leesfrequentie



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

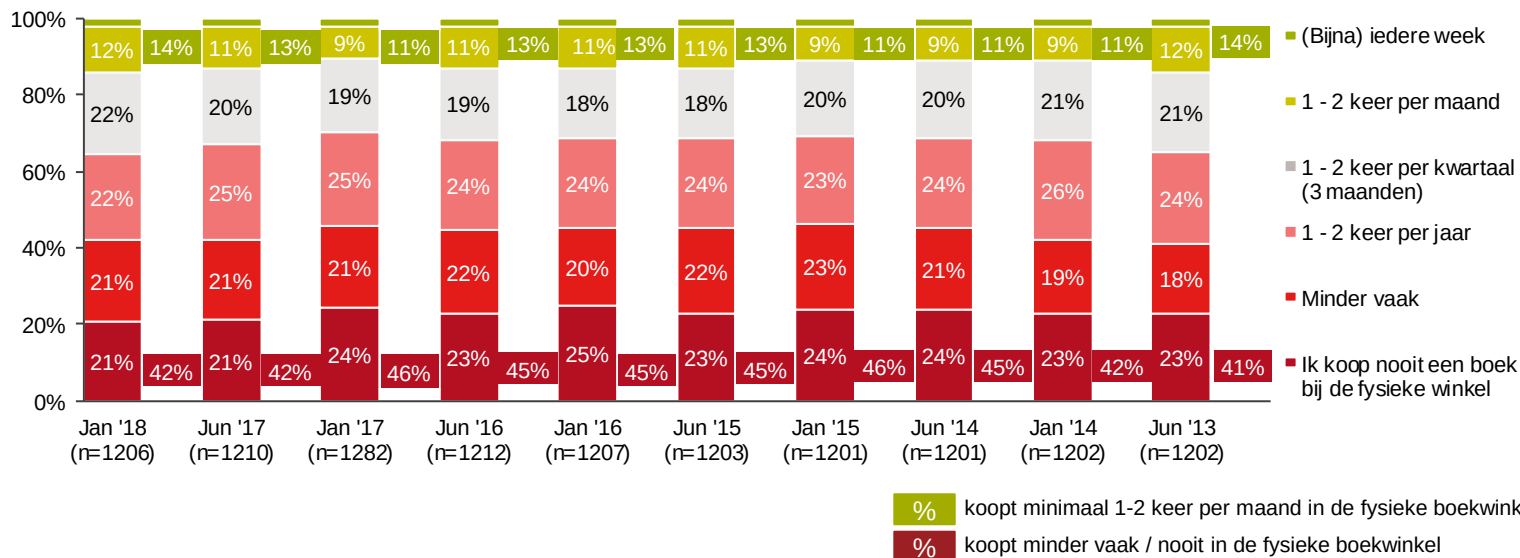
Koopfrequentie nieuwe boeken



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

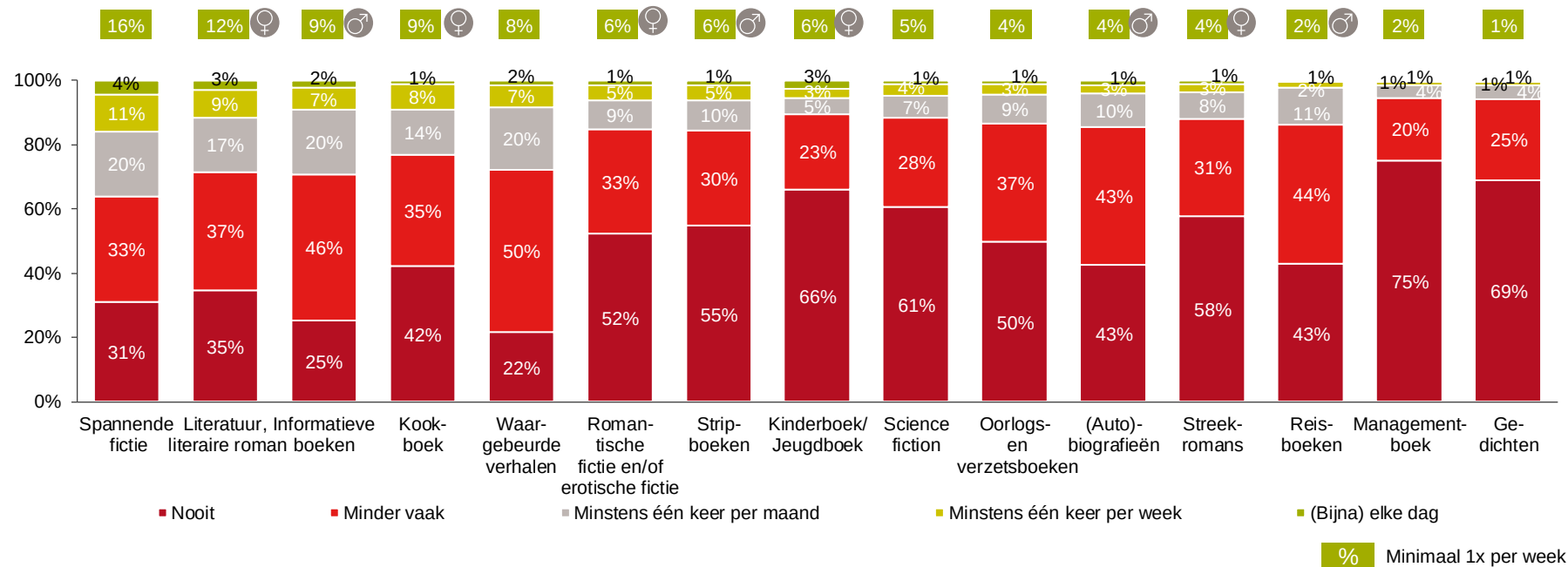
% koopt minder vaak / nooit een nieuw boek

Bezoekfrequentie fysieke boekwinkel





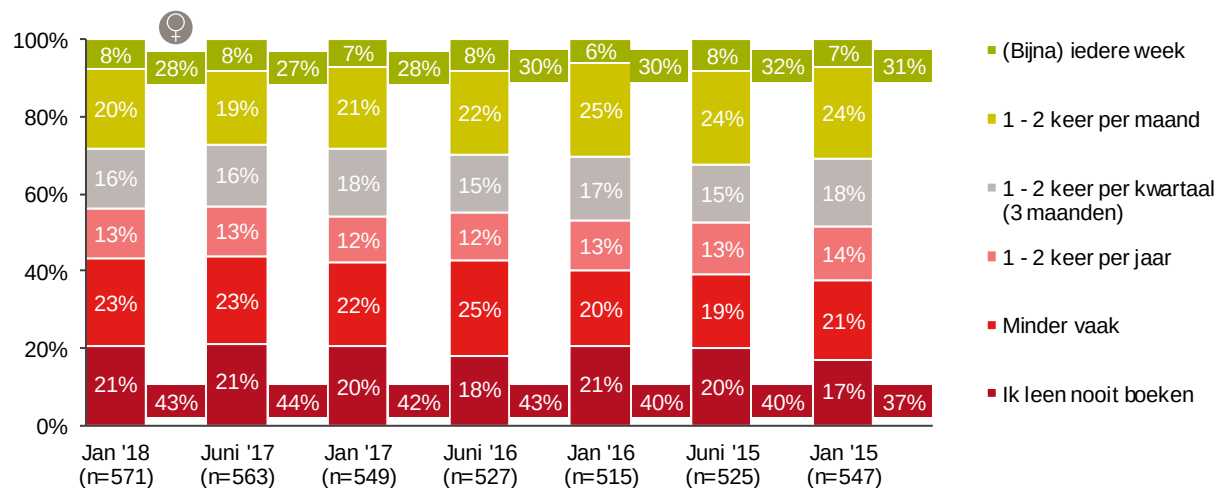
Frequentie boeken lezen per genre



L04a: Hoe vaak leest u boeken (papier en wel e-books) in de volgende genres?

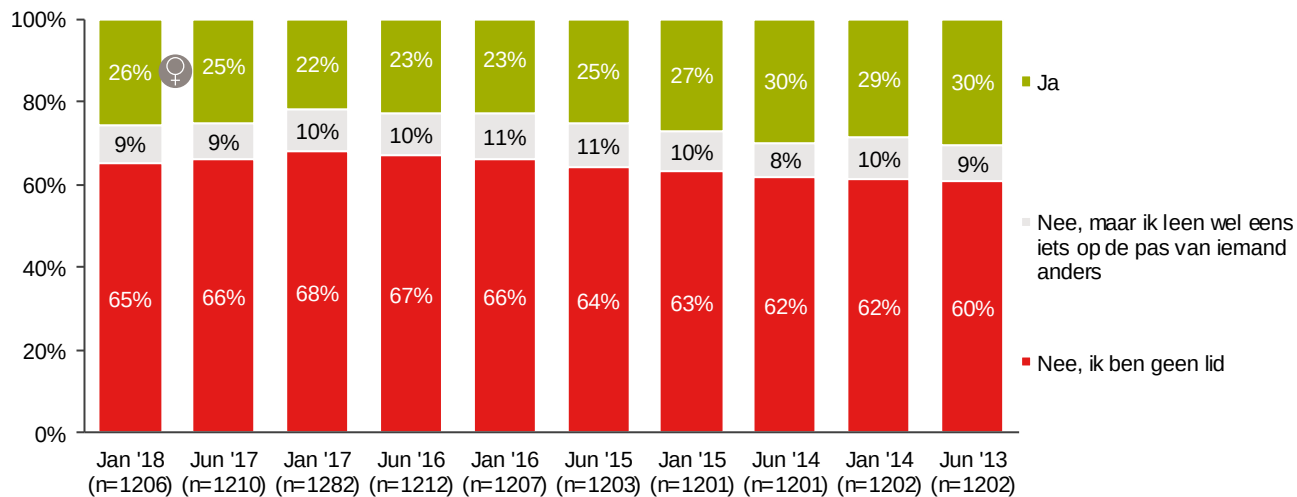
Basis: Leest weleens boeken (n=1105)

Bezoekfrequentie bibliotheek



■ leent minimaal 1-2 keer per maand een boek
■ leent minder vaak / nooit nieuw boek

Lid van de bibliotheek



Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksverantwoording



Methode



Online (CAWI in GfK Online panel)



Invalduur van de vragenlijst: circa 15 minuten



Onderwerpen van de vragenlijst: leesgedrag, koopgedrag, leengedrag, CPNB campagnes

Veldwerk



9 januari 2018 - 15 januari 2018



Netto steekproef: $n = 1.206$

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



Certificering

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 2018>" te worden vermeld. Exclusiviteit van verzamelde gegevens is gebaseerd op de Gedragscode van de MOA, art. 5 (zie <http://www.moaweb.nl>).