



Rapportage Boekenbranche Meting 49

2e reguliere meting van 2019 naar kopen, lezen en lenen van boeken

654743

Augustus 2019

Stefan Peters, Erica Nagelhout



1 Inleiding

2 Management samenvatting

3 Resultaten

- Leesgedrag
- Voorlezen
- Luisterboeken
- Lezen op vakantie
- Koopgedrag
- Waarde van de boekhandel
- Boekenprijs
- Lenen
- CPNB-campagnes

4 Bijlagen

- Achtergrondinformatie
- Onderzoeksverantwoording
- Algemene voorwaarden

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 tweede reguliere meting van 2019 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 de Nederlandse bevolking en trends/veranderingen hierin 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:

- Leesgedrag
- Voorlezen
- Luisterboeken
- Lezen op vakantie
- Koopgedrag
- Waarde van de boekhandel
- Boekenprijs
- Lenen
- CPNB-campagnes

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

NL
representatief

NL representatief: is de verhouding zoals die in de gehele populatie in Nederland (14 jaar en ouder) wordt gevonden.

Heavy lezers lezen minstens 3 keer per week een boek

Medium lezers lezen 1-2 keer per week een boek

Light lezers lezen minstens 1 keer per jaar een boek



Management samenvatting



Management samenvatting (1/5)

Lezen & voorlezen

93% van de lezers heeft in de afgelopen 12 maanden een boek gelezen

Dit is vergelijkbaar met eerdere zomermetingen. Het laatst gelezen boek is meestal een papieren boek (79%). De leesfrequentie laat een positieve trend zien (de groep frequente lezers groeit van 26% in januari 2017 naar 33% in de huidige meting).

Bijna een kwart van de consumenten leest tenminste 1 keer per maand voor aan kinderen

Ook geeft men vaak 'het goede voorbeeld' door zelf te lezen of samen te lezen (beide 19%), tips te geven of het lezen tijdens de vakantie te stimuleren. Ouders doen dit vaker dan de overige consumenten. Maar er worden ook leesactiviteiten uitgevoerd met kleinkinderen of andere kinderen uit de familie, bijvoorbeeld door een boek cadeau te doen of boeken te ruilen/lenen. Twee derde van de consumenten vindt voorlezen plezierig om te doen. Een beter taalgevoel en het vergroten van de woordenschat van kinderen worden het meest herkend als positief effect van voorlezen.

Luisterboeken

Bijna één op de vijf consumenten luistert wel eens naar een luisterboek (18%)

Men koopt meestal digitaal (26%) en soms in de winkel (11%). Ook leent men vaak luisterboeken in de bibliotheek (25%) of via de LuisterBieb-app (23%). Ook de abonnementen via Storytell en Kobo worden genoemd als bron van luisterboeken. Belangrijkste reden om te kiezen voor een luisterboek, is dat je ermee kunt multitasken. Maar ook rust is een belangrijk argument; luisteren is rustgevender dan lezen. Tevens kun je tijdens het lezen een prettigere houding aannemen.



Lezen op vakantie

Nog steeds nemen bijna zeven op de tien vakantiegangers een papieren boek mee op vakantie

Gemiddeld nam men 1,7 papieren boeken mee. Vanzelfsprekend ligt het aantal meegenomen e-books, doordat ze geen ruimte innemen en sommige e-readers vol met boeken staan, hoger. Gemiddeld neemt men dan ook 24 e-books mee. Het aantal gelezen e-books ligt gemiddeld gezien met 2,9 e-books hoger dan het aantal gelezen papieren boeken (2,0).

Lezen wordt door de helft van de consumenten geassocieerd met vakantie

Ruim een derde leest deze periode meer dan anders en 1 op de 10 leest zelfs enkel in deze periode. Dit geldt minder sterk voor de 65-plussers. Juist deze groep leest vaker in de periode oktober tot en met maart. De meeste vakantieboeken komen uit de eigen boekenkast. Het meest gelezen genre is spannende fictie. Ook reisboeken/reisgidsen gaan relatief vaak mee op vakantie.



Koopgedrag

Loyaliteit aan de fysieke winkel is groot, de voorkeur voor online aankopen van boeken neemt toe
Zes op de tien consumenten koopt bij voorkeur in een fysieke boekwinkel; 36% kiest bij voorkeur voor de aankoop in een internet(boek)winkel. De voorkeur voor online aankopen vertonen een lichte stijging ten opzichte van 2017. Een derde van de consumenten kiest voor de aankoop bij de fysieke boekwinkel waar men altijd al komt. Men kiest voor deze boekwinkel uit loyaliteit; men wil graag dat de winkel blijft bestaan. Daarnaast kiest men deze winkel voor het gemak (omdat deze in de buurt ligt) en vanwege de prettige sfeer. We zien dat, van iedereen die de afgelopen maand een boek heeft gekocht, 27% dit doet bij Bol.com. Hiermee is Bol.com de meest genoemde plaats van aankoop. De website van de fysieke winkel speelt nog geen rol van betekenis.

Het brede aanbod en het gemak van thuis winkelen is sterk bepalend voor internet aankopen
Ook de openingstijden en het makkelijk zoeken spelen een rol van betekenis. Consumenten die een boek in de fysieke boekwinkel kopen, doen dit veelal omdat de boekhandel een prettige en inspirerende ruimte is om in rond te lopen. Ook het feit dat deze boekhandel in de buurt is en dat men persoonlijk bediend wordt, is van belang.

Het boekenkoopgedrag van consumenten is stabiel
We zien weinig significante ontwikkeling in het koopgedrag van consumenten, zowel voor nieuwe boeken, tweedehands boeken als voor e-books.



Management samenvatting (4/5)

Waarde boekhandel

Frequentie van bezoek fysieke boekwinkel is vergelijkbaar met online boekwinkel

Bijna een kwart van de consumenten bezoekt maandelijks een fysieke boekwinkel, een even grote groep bezoekt maandelijks een online boekwinkel. Wel is er een grotere groep die nooit een online boekwinkel bezoekt (27%) dan de groep die nooit een fysieke boekwinkel bezoekt (15%).

Fysieke boekwinkel is voor 52% van de consumenten een vorm van recreatie of vrije tijdsbesteding

Ook noemt 50% van de consumenten de boekwinkel een inspirerende ervaring of een cultureel tijdverdrijf (40%). Voor de online boekwinkel geldt dit aanzienlijk minder. 57% van de consumenten vindt het belangrijk dat er een fysieke boekwinkel in de buurt is (nog belangrijker voor 65-plussers). De bibliotheek wordt eveneens ervaren als een vorm van recreatie, inspiratie en cultureel tijdverdrijf, ware het in iets minder sterke mate dan de fysieke boekwinkel.

Rustig rondlopen/oriënteren en het kunnen vastpakken van boeken van belang voor fysieke winkel

Voor ruim 70% van de consumenten zijn deze elementen van belang. Ook vindt men het belangrijk een selectie van het boekenaanbod beschikbaar te hebben en snel uit de meest actuele titels te kunnen kiezen. Voor jongere consumenten is juist het feit dat er minder boeken beschikbaar zijn in de boekwinkel een reden om online te kopen. Het brede aanbod is daarmee een belangrijk kenmerk van de online boekwinkel, evenals het rustig kunnen rondkijken en oriënteren. Het gegeven dat men op een zelfgekozen tijd/plaats kan winkelen en producten thuisbezorgd krijgt, is eveneens een kenmerk van belang voor de online boekwinkel.



Management samenvatting (5/5)

Boekenprijs

Prijsperceptie van consumenten voor boeken is doorgaans 'redelijke prijs'

17% van de kopers van papieren boeken vindt de prijs van het meest recent gekochte boek aan de hoge kant of veel te hoog. Zeven op de tien kopers noemen de betaalde prijs redelijk.

Lenen

Het verdwijnen van de eigen bibliotheek heeft duidelijke gevolgen voor leesgedrag

17% van de consumenten verwacht minder te gaan lezen; 16% van de consumenten zou meer e-books gaan lezen; 25% verwacht geen gevolgen voor het leesgedrag. De grootste groep zou een andere bibliotheek gaan bezoeken. 7% van de consumenten maakt gebruik van de digitale bibliotheek. Dit is vergelijkbaar met de vorige metingen. De bekendheid van de digitale bibliotheek stijgt, maar het gebruik stijgt nog niet. De centrale vestiging van de bibliotheek is nog altijd het meest gebruikt.

Campagnes

Ruim een derde van de consumenten heeft iets gezien van de Spannende Boeken Weken

Meestal heeft men affiches of posters gezien in de boekwinkel of iets gelezen in krant, magazine of dagblad. Bij 39% van de consumenten, die bekend zijn met de Spannende Boeken Weken, heeft dit invloed gehad op hun aankoop van de afgelopen maand. Dit is aanzienlijk meer dan in eerdere jaren.

Onderzoeksresultaten

Leesgedrag

Leesfrequentie en interesse in anderstalige boeken neemt toe



93%

...van de lezers heeft tenminste één boek gelezen in de afgelopen 12 maanden. Dit was voor 79% een papieren boek en voor 17% een e-book.



Leesfrequentie neemt toe in de afgelopen jaren. 33% van de lezers leest elke dag een boek ten opzichte van 30% een jaar geleden.



42%

... van de lezers koopt wel eens een anderstalig boek. Vooral stijging in Franstalige boeken en overige talen (anders dan Engels en Duits).



De belangrijkste reden om anderstalige boeken te kopen is het feit dat ze niet verkrijgbaar zijn in het Nederlands (35%) en om de taal bij te houden/leren (35%).

Papieren vs. e-book



Papieren boeken worden voor meer dan de helft (54%) gekocht en bij e-books is dit ruim een kwart (27%).

93% van de lezers heeft een boek gelezen in de afgelopen 12 maanden



93%

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

Januari '19

92%

Juni '18

95%

Januari '18

88%

Juni '17

94%

Januari '17

89%

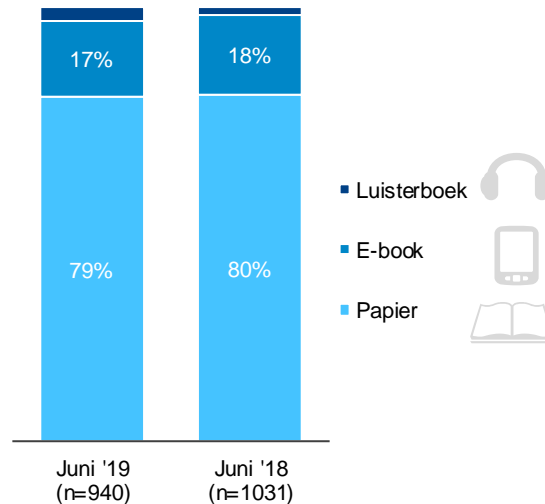
We zien geen belangrijke ontwikkelingen in de tijd. Verdere details staan in de bijlagen.

16% van de consumenten leest nooit

Achtergrond:

50-64 jarigen en heavy lezers lezen vaker e-books dan andere leeftijdsgroepen en medium en light lezers.

Vorm laatst gelezen boek



S02b. Heeft u in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een boek (papieren dan wel e-books) gelezen?
D01. In welke vorm heeft u uw laatst gelezen boek gelezen?

Basis S02b & D01: leest wel eens boeken (n=1009)

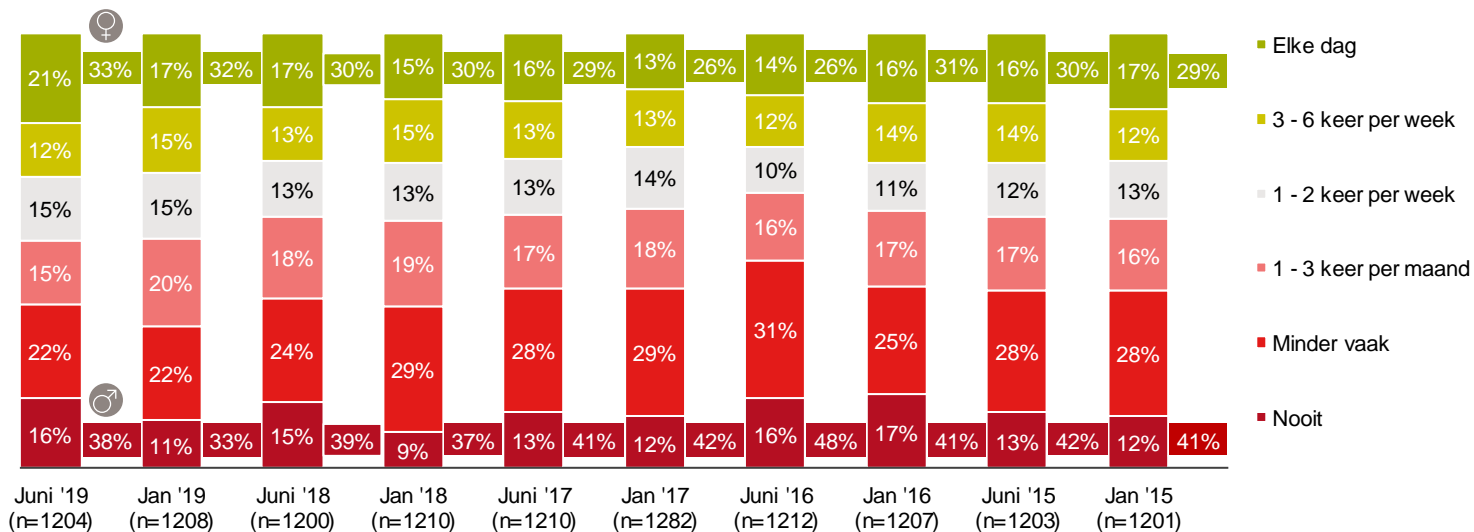
Leesfrequentie neemt licht toe de afgelopen jaren



Leesfrequentie

Achtergrond:

Hoogopgeleiden lezen vaker boeken dan laag- en midden opgeleiden.



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

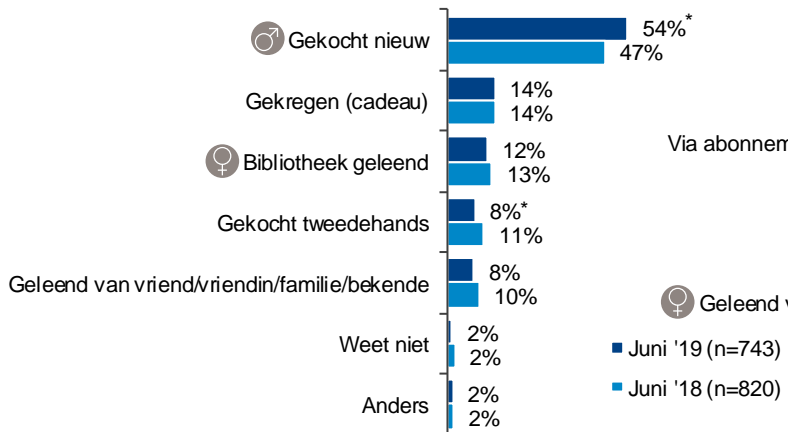
Meer dan de helft van de laatst gelezen papieren boeken is gekocht; bij e-books is dit ruim een kwart



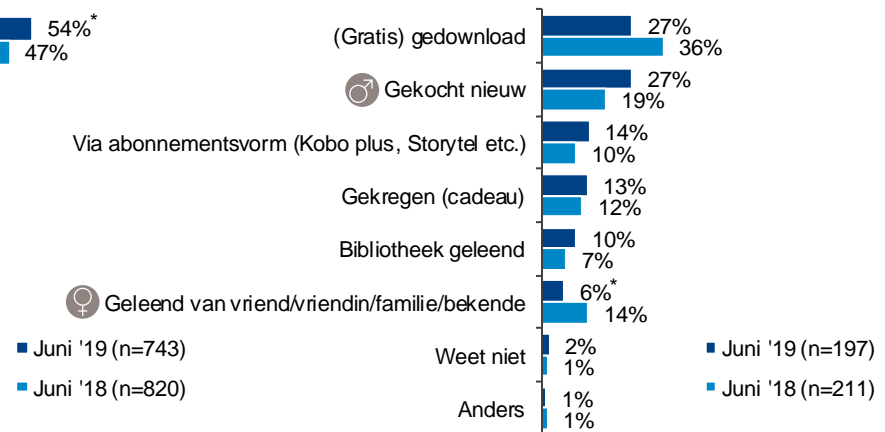
Papieren boek

Achtergrond:
Light lezers geven aan vaker e-books of luisterboeken cadeau te krijgen dan heavy of medium lezers.

Hypothese:
De gratis download lijkt af te nemen. Kopen en abonnementen lijken eerder toe te nemen.



E-book of luisterboek



D02. Hoe heeft u dit boek verkregen?
D03. Hoe heeft u dit boek verkregen?

Basis D02: heeft als laatst een papieren boek gelezen
Basis D03: heeft als laatst een e-book of luisterboek gelezen

Opnieuw een lichte toename van het kopen van anderstalige boeken; met name Franstalige boeken en overige talen



Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar kopen vaker Engelse en Duitse boeken dan oudere leeftijdsgroepen.

Hoogopgeleiden lezen vaker boeken in de taal waarin ze geschreven zijn dan laag- en midden opgeleiden. 65-plussers lezen vaker anderstalige boeken om de taal bij te houden/leren dan jongere leeftijdsgroepen.

Heavy lezers geven vaker dan licht en medium lezers aan anderstalige boeken te kopen omdat ze goedkoper zijn

Koopt wel eens boeken in (het)...



Engels

41% Juni '19
38% Juni '18
35% Juni '17



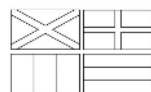
Duits

13% Juni '19
12% Juni '18
10% Juni '17



Frans

* 9% Juni '19
6% Juni '18
5% Juni '17



Anderse talen

* 12% Juni '19
8% Juni '18
8% Juni '17

% koopt wel eens een boek in deze taal

42%

Juni '19

40%

Juni '18

37%

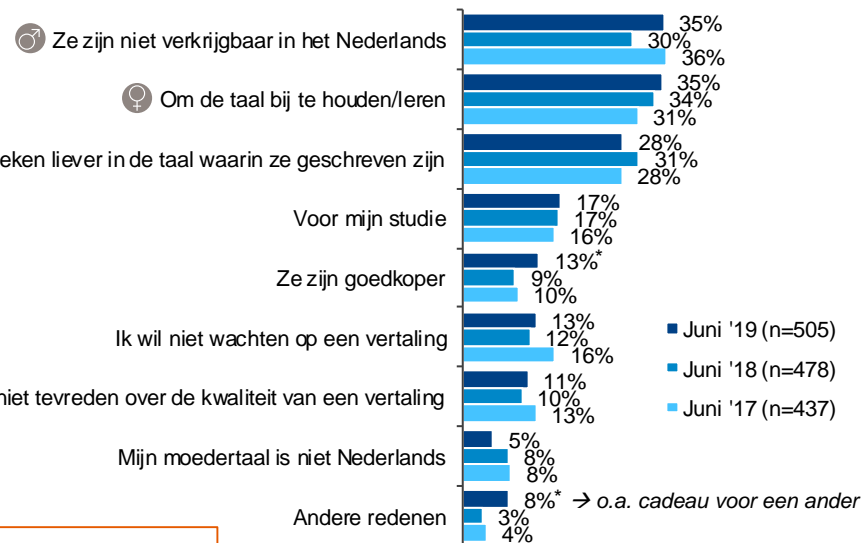
Juni '17

Koopt wel eens een anderstalig boek

Profiel van anderstalige lezers

Geslacht	Opleidingsniveau	Leeftijd
Man: 56%	Laag: 12%	t/m 34 jaar: 45%
Vrouw: 44%	Midden: 37%	35-49 jaar: 24%
	Hoog: 52%	50-64 jaar: 19%
		65+: 12%

Redenen kopen anderstalige boeken



M01a. Koopt u wel eens anderstalige boeken? Zo ja, hoe vaak?

M02. Kunt u aangeven waarom u anderstalige boeken koopt?

Voorlezen

Voorlezers: 'Voorlezen is goed voor het taalbegrip en vergroot de woordenschat'



23%

...van de consumenten leest tenminste één keer per maand een boek voor aan kinderen.

Onder ouders met kinderen stijgt dit naar 45%.



17%

... van de consumenten bezoekt een bibliotheek met een kind. 15% van de consumenten bezoekt met hun kind(eren) een boekwinkel in een dorp of stad. Diverse lees activiteiten zijn toegenomen ten opzichte van een jaar geleden.

Zowel ouders als opa's en oma's lezen voor aan kinderen.

Top vijf meest herkende uitspraken over voorlezen (% helemaal mee eens):

1. Goed voor het taalbegrip en het taalgevoel **81%**
2. Vergroot de woordenschat **80%**
3. Prikzelt de fantasie **76%**
4. Vergroot de vaardigheid om verhalen te begrijpen **76%**
5. Een goede voorbereiding op het zelf leren lezen **76%**

Bijna een kwart van de consumenten leest ten minste een keer per maand voor aan een of meerdere kinderen



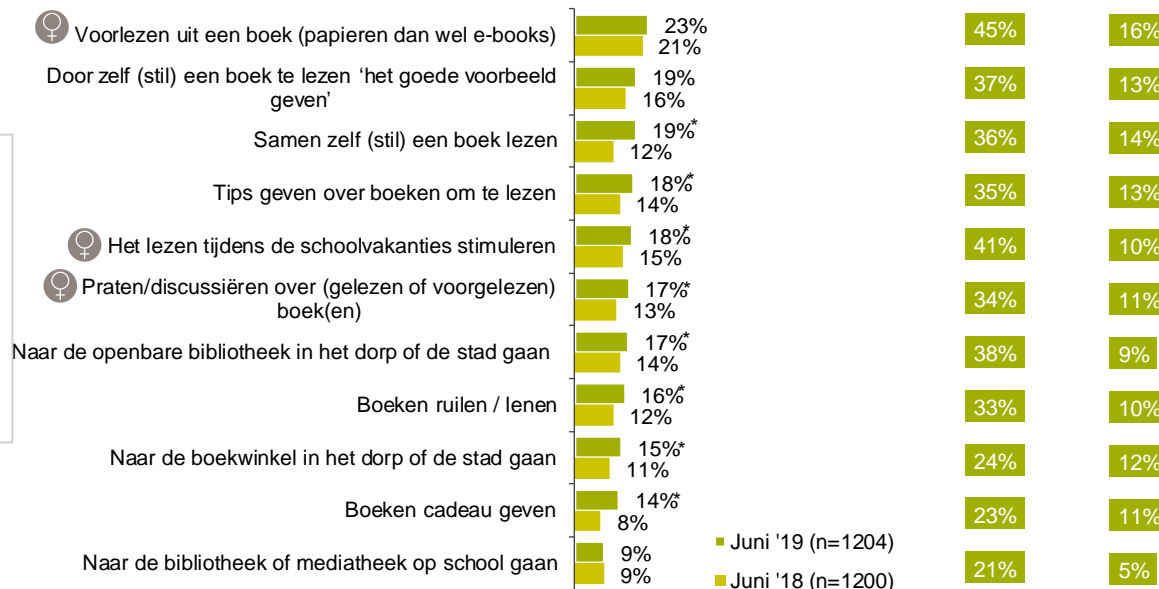
Frequentie leesactiviteiten met een kind



Ouders*
(n=297)



Niet ouders
(n=907)



62% van alle respondenten leest nooit voor uit een boek. Van de ouders is dit 40%.

■ = % minstens één keer per maand

Achtergrond:

Heavy en medium lezers praten/ discussiëren vaker over gelezen of voorgelezen boeken dan light lezers. Ook geven ze vaker het goede voorbeeld door zelf (stil) een boek te lezen dan medium en light lezers.

*Mensen die kinderen thuis hebben wonen

De meeste activiteiten worden met de eigen kinderen gedaan. Voorlezen gebeurt ook veel met kleinkinderen



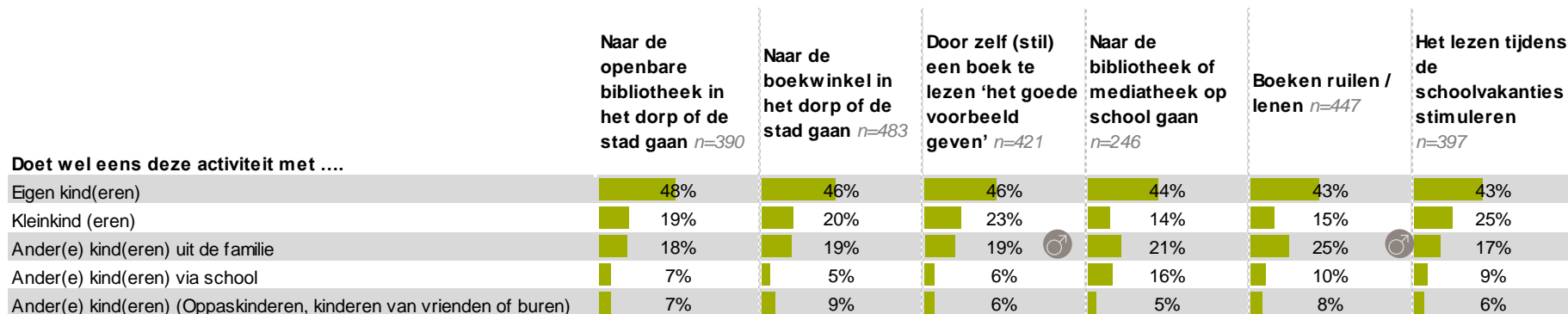
Gezamenlijke leesactiviteiten

Doet wel eens deze activiteit met	Tips geven over boeken om te lezen <i>n=463</i>	Praten/ discussiëren over (gelezen of voorgelezen) boek(en) <i>n=434</i>	Samen zelf (stil) een boek lezen <i>n=414</i>	Voorlezen uit een boek (papieren dan wel e-books) <i>n=449</i>	Boeken cadeau geven <i>n=636</i>
Eigen kind(eren)	43%	41%	37%	31%	30%
Kleinkind (eren)	20%	22%	24%	31%	24%
Ander(e) kind(eren) uit de familie	19%	17% ♂	21% ♂	21%	31%
Ander(e) kind(eren) via school	10%	11%	8%	9%	5%
Ander(e) kind(eren) (Oppaskinderen, kinderen van vrienden of burens)	8%	9%	10%	9% ♀	10%

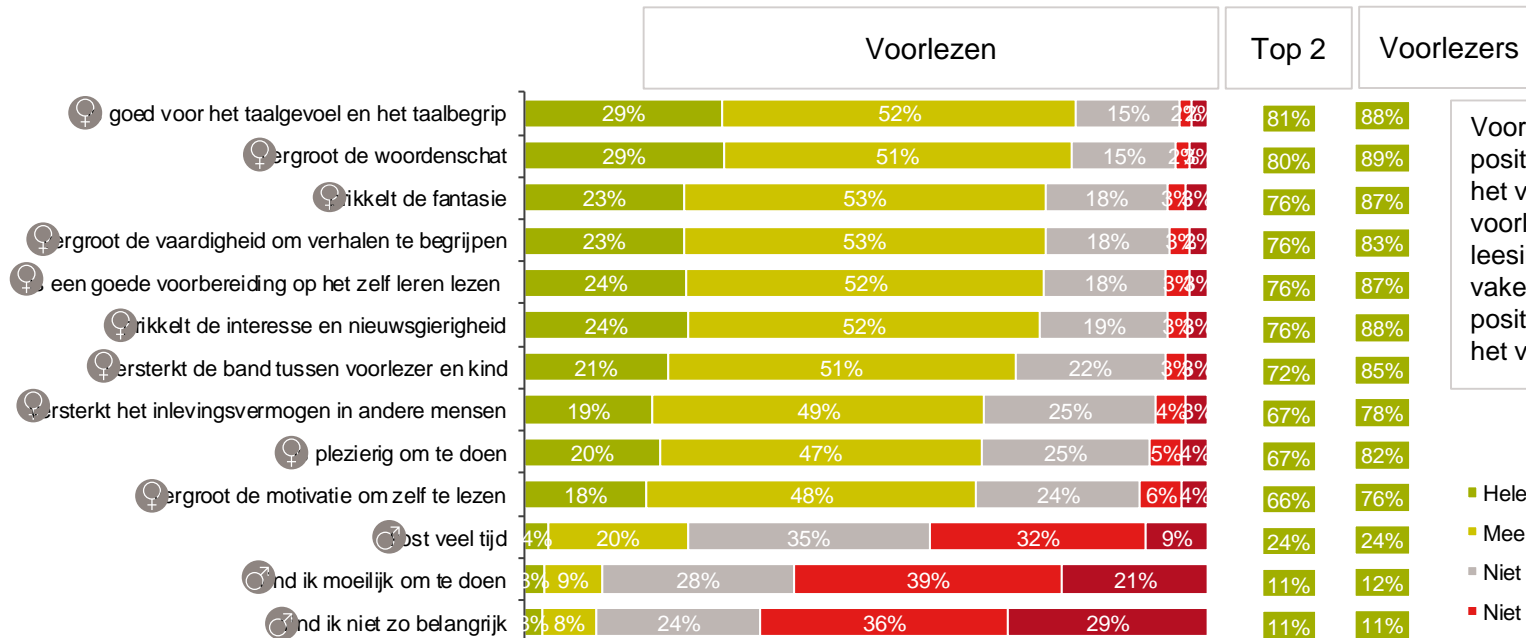
Boeken ruilen of lenen gebeurt ook regelmatig met andere kinderen uit de familie



Gezamenlijke leesactiviteiten



Twee derde van de consumenten vindt voorlezen plezierig om te doen; beter taalgevoel en vergroten van de woordenschat worden het meest als voordeel gezien



Voorlezers zelf zijn nog positiever over de effecten van het voorlezen. De mening over voorlezen hangt samen met leesintensiteit; naarmate men vaker voorleest, oordeelt men positiever over de effecten van het voorlezen.

- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Niet mee eens en niet mee oneens
- Niet mee eens
- Helemaal niet mee eens

Achtergrond:
65-plussers vinden voorlezen plezieriger om te doen dan jongere leeftijdsgroepen. Laagopgeleiden geven vaker dan hoog- en middelopgeleiden aan voorlezen niet zo belangrijk te vinden. Zij herkennen ook minder de mogelijke positieve effecten van het voorlezen.

■ % (helemaal) mee eens

N05. We leggen u nu een aantal uitspraken voor over voorlezen. Kunt u aangeven of u het hiermee eens bent?

Luisterboeken

Luisterboeken worden populairder; bijna één op de vijf consumenten luistert wel eens naar een luisterboek



Het aantal gebruikers van luisterboeken is gestegen van 12% in 2017 naar 18% in 2019



Bijna de helft van de luisteraars naar **luisterboeken** is jonger dan 35 jaar.

Redenen om naar een luisterboek te luisteren

1. Ik kan het combineren met andere activiteiten **40%**
2. Luisteren naar een boek is rustgevender dan lezen **28%**
3. Tijdens het luisteren van boeken kan ik een fijne houding aannemen **27%**
4. De voorleesstem voegt een 'extra dimensie' toe aan het boek **22%**
5. Luisterboeken zijn makkelijk te vervoeren **13%**

We zien een toename in aantal gebruikers van luisterboeken van 12% in 2017 naar 18% in 2019. Luisterboeklezers zijn iets vaker mannen en vaker onder de 35 jaar in vergelijking met lezers

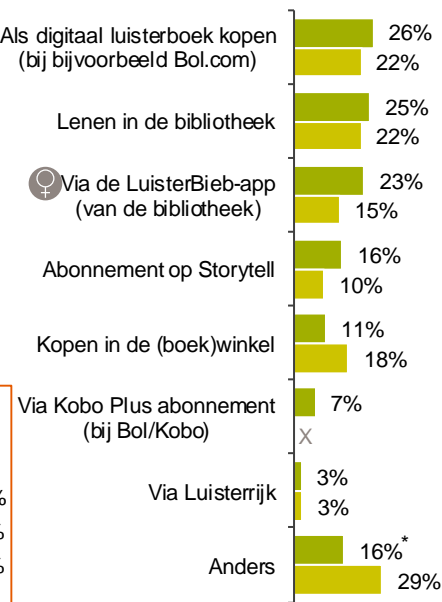


Luisterboeken



Profiel van de luisterboek gebruikers

Geslacht	Opleidingsniveau	Leeftijd
Man: 53%	Laag: 21%	t/m 34 jaar: 49%
Vrouw: 47%	Midden: 38%	35-49 jaar: 24%
	Hoog: 40%	50-64 jaar: 17%
		65+: 11%



■ Juni '19 (n=217)
■ Juni '18 (n=152)

→ o.a. downloaden, YouTube of gekregen/geleend van anderen

*De indeling van deze meting verschilt met die van vorige metingen. Vaak=Elke dag, 3-6 keer per week, 1-2 keer per week; Soms= 1-3 keer per maand, Minder vaak; Nooit= Nooit

D05. Luistert u wel eens naar een luisterboek?
D08. Hoe komt u aan de luisterboeken die u luistert?

Basis D05: alle respondenten
Basis D08: luistert naar luisterboeken

Mogelijkheid om te kunnen multitasken blijft de belangrijkste reden om luisterboeken te gebruiken, maar andere redenen nemen in belang toe



Redenen om naar luisterboeken te luisteren



Achtergrond:

65-plussers vinden het makkelijk vervoeren van luisterboeken vaker een reden om naar luisterboeken te luisteren dan lezers tot 50 jaar.

Lezen op vakantie

De helft van de consumenten vindt dat lezen hoort bij vakantie. Vooral spannende fictie en literatuur / literaire roman wordt gelezen



51%

...van alle consumenten
vindt dat lezen echt bij
vakantie hoort

69% van de
vakantiegangers neemt
papieren boek(en) mee
op vakantie.



32% van de
vakantiegangers neemt
e-books mee op vakantie

Dit is vergelijkbaar
met vorig jaar



24 

e-books worden
meegenomen op vakantie
versus

2

papieren boeken

3

E-books worden gelezen
op vakantie versus

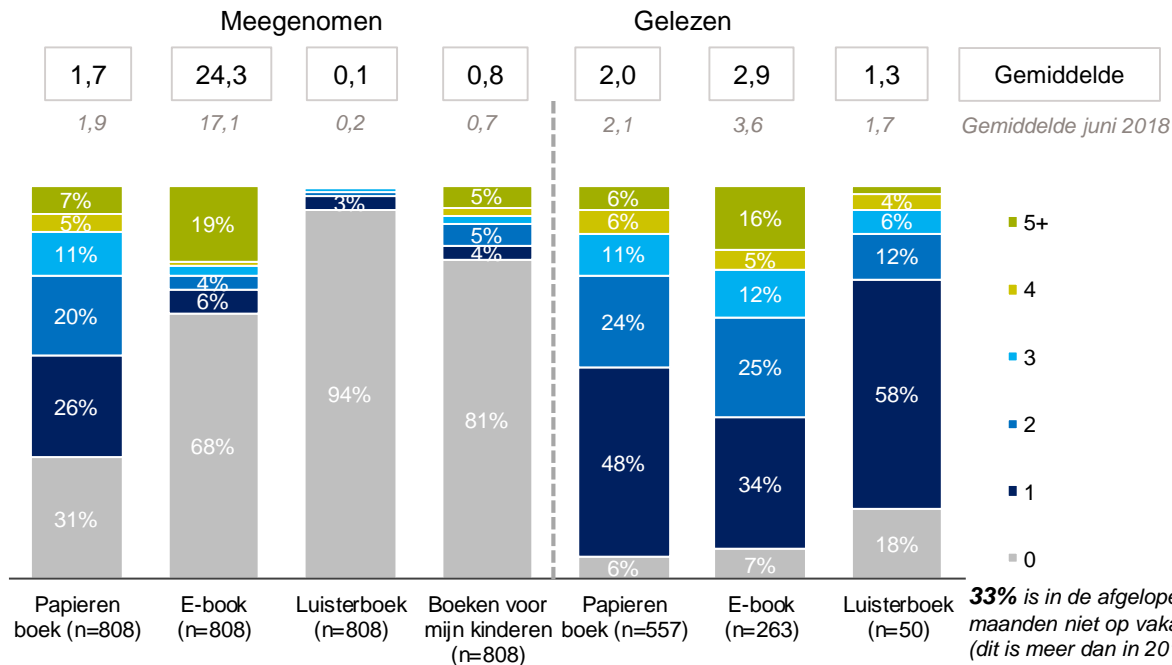
2

papieren boeken

Van de vakantiegangers neemt 69% papieren boeken mee op vakantie; 32% neemt e-books mee. Dit is vergelijkbaar met 2018



Aantal boeken meegenomen en gelezen op vakantie



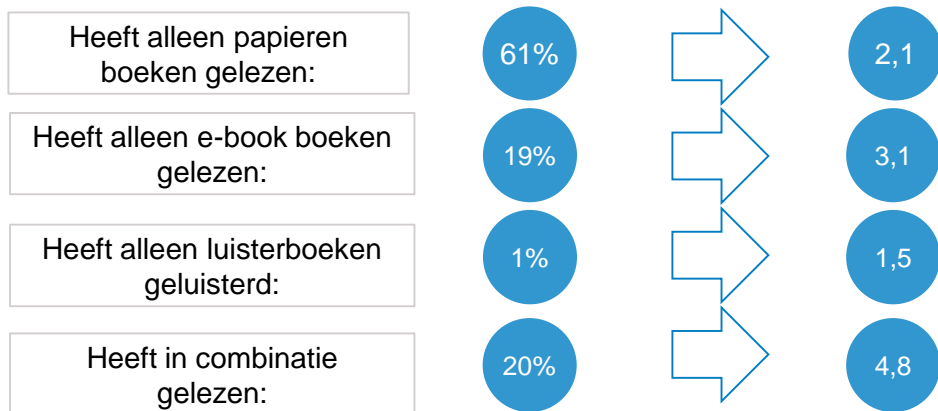
H02. Hoeveel boeken heeft u ongeveer meegenomen en gelezen op uw laatste (langste) vakantie?

Basis H02 meegenomen: is op vakantie geweest
 Basis H02 gelezen: is op vakantie geweest en heeft boeken meegenomen

61% van de boekenlezers op vakantie leest alleen papieren boeken



Gemiddeld aantal boeken gelezen:



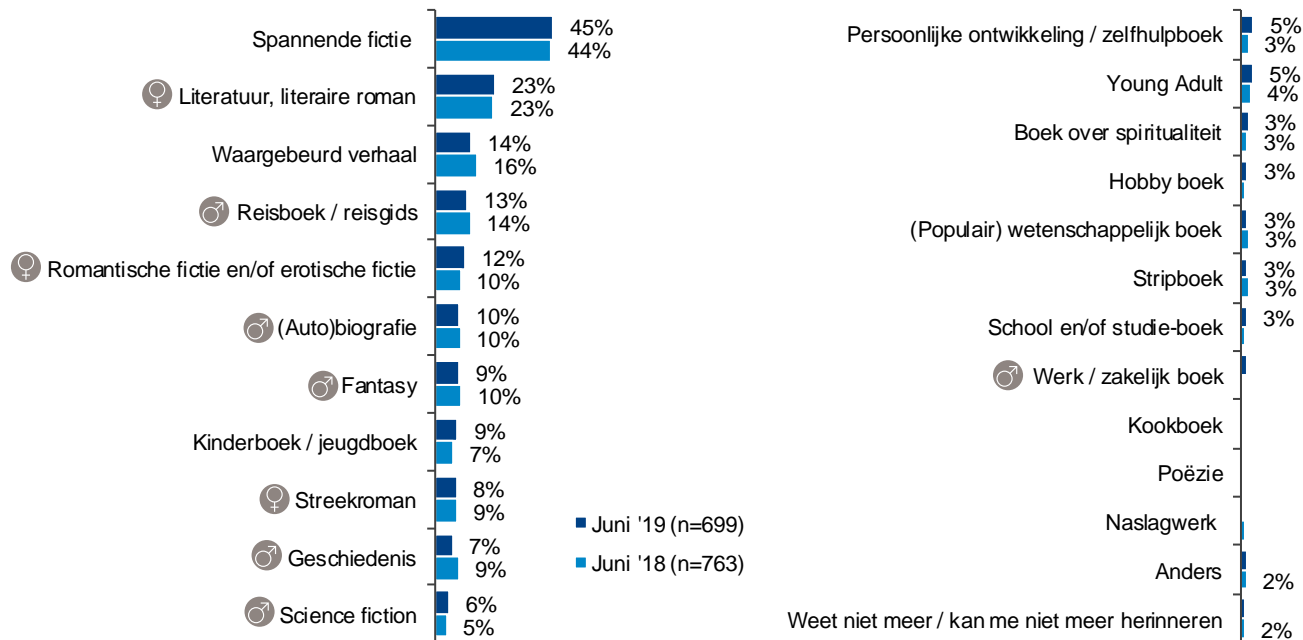
13% van de vakantiegangers neemt geen boek mee op vakantie. Vorig jaar was dit 14%.

17% van de vakantiegangers nam wel een of meerdere boeken mee op vakantie, maar las deze uiteindelijk niet.

Nauwelijks wijzigingen in genres van meegenomen boeken op vakantie



Genres boeken meegenomen op vakantie



H05. Welke genres boeken heeft u meegenomen op uw laatste (langste) vakantie?

Basis: heeft boeken meegenomen op laatste (langste) vakantie

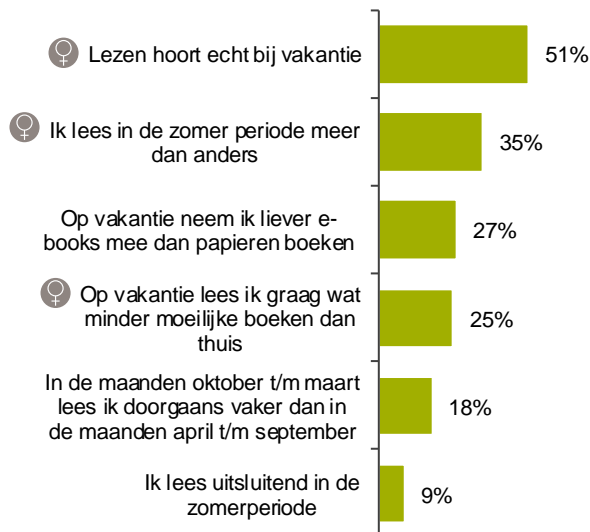
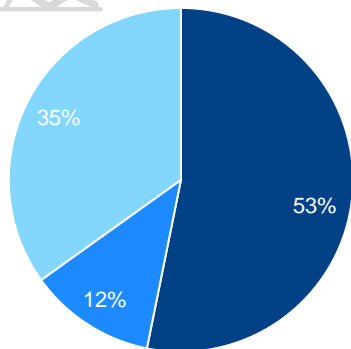
Lezen wordt door de helft van de consumenten geassocieerd met vakantie; ruim een derde leest deze periode meer dan anders en 1 op de 10 leest zelfs enkel in deze periode



Lezen op vakantie



- Ik ga nog op vakantie
- Ik ben al op vakantie geweest
- Ik ga deze periode niet op vakantie



Achtergrond:

65-plussers geven vaker dan de jongere leeftijdsgroepen aan dat ze in oktober t/m maart meer lezen dan in april t/m september. Ook geven ze vaker dan de jongere leeftijdsgroepen aan minder moeilijke boeken te lezen tijdens vakantie.

50-64 jarigen nemen vaker dan de andere leeftijdsgroepen liever e-books mee op vakantie dan papierboeken.

Hoogopgeleiden vinden lezen vaker echt bij vakantie horen dan midden- en laagopgeleiden en ze lezen in de zomer meer dan anders. Ook medium lezers geven aan vaker dan heavy lezers en light lezers in de zomer meer dan anders te lezen.

% (helemaal) mee eens

H10. Gaat u deze zomerperiode (juni tot en met september) op vakantie (buitenland of Nederland)?

H13. In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen

Vakantieboeken komen meestal uit de eigen boekenkast



Beslissing vakantieboeken

Samen:
47%



Achtergrond:

Laagopgeleiden geven vaker dan hoog- en middenopgeleiden aan geen boeken mee te nemen op vakantie.

Medium lezers geven vaker dan heavy en light lezers aan kort van tevoren naar de boekwinkel te gaan.

*o.a. e-reader mee
Heb nog boeken op
e-reader/telefoon
staan
(dit zijn voornamelijk
e-book lezers)*

Koopgedrag

Loyaliteit aan de fysieke winkel is groot, het online aankopen van boeken neemt licht toe



59%

koopt bij voorkeur in een fysieke winkel

Men kiest voor deze boekwinkel uit loyaliteit; men wil graag dat de winkel blijft bestaan. Daarnaast kiest men deze winkel voor het gemak en vanwege de prettige sfeer.



Iets meer dan 1 op de 3 kopers van nieuwe papieren boeken (36%) koopt bij voorkeur bij een internetboekhandel. Twee jaar geleden was dit 26%.

Het brede aanbod en het gemak van thuis winkelen is sterk bepalend voor internet aankopen

Boekenkoopgedrag van consumenten is stabiel

Top vijf meest gekochte genres:

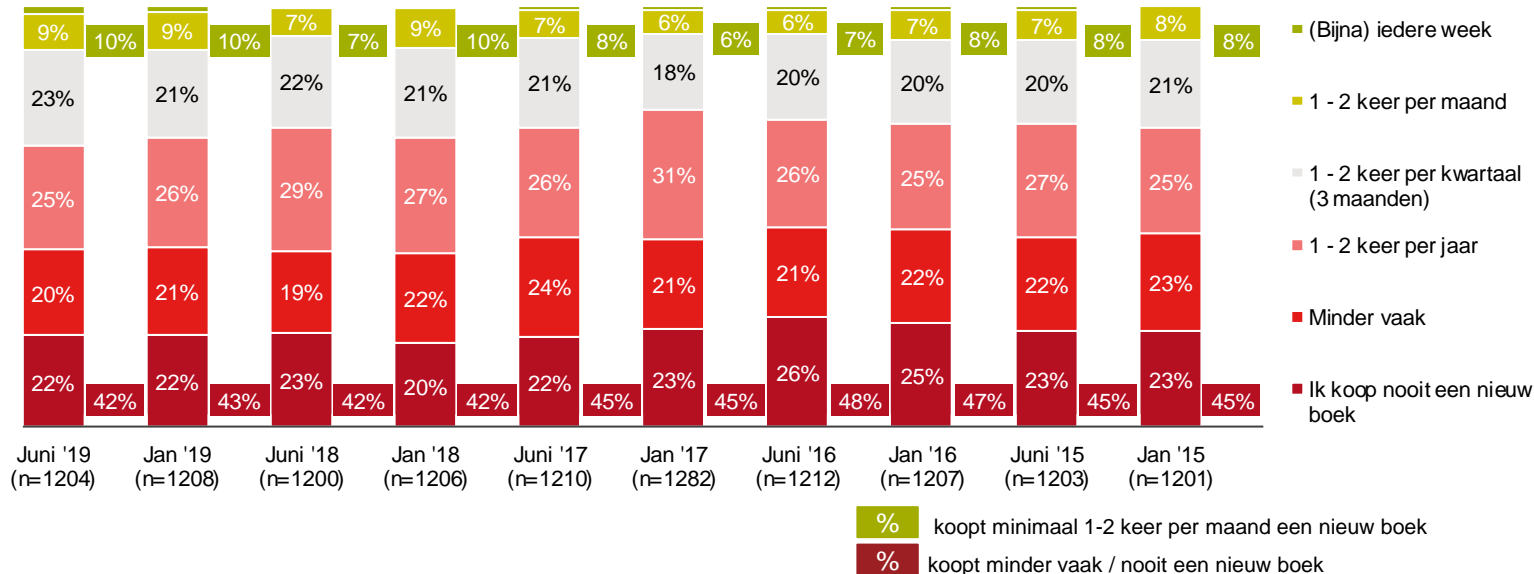
1. Spannende fictie **48%**
2. Literatuur / literaire roman **32%**
3. Boeken gebaseerd op waargebeurd verhaal **30%**
4. Reisboek / reisgids **27%**
5. Kookboek **25%**



Aankoopfrequentie van nieuwe boeken blijft stabiel

Koopfrequentie nieuwe boeken

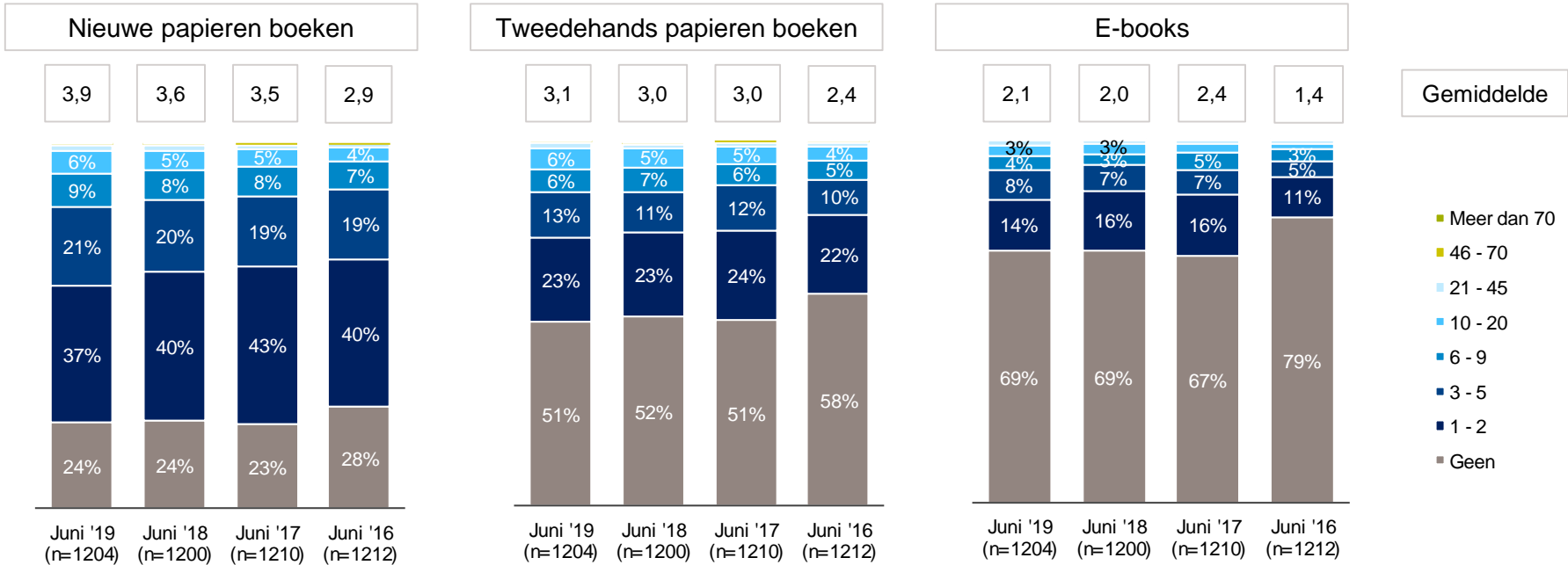
Achtergrond:
 Hoogopgeleiden en heavy lezers kopen vaker nieuwe boeken dan laagopgeleiden, midden opgeleiden, en light en medium lezers.





Aantal gekochte boeken is de afgelopen metingen stabiel

Aantal boeken dat men per jaar koopt



76% koopt wel eens nieuwe papieren boeken
 49% koopt wel eens tweedehands boeken
 31% koopt wel eens e-books

A01a. Hoeveel boeken koopt u gemiddeld per jaar?

© GfK 12 augustus 2019 | Boekenbranche M49

Basis: alle respondenten

6 op de 10 boekenkopers koopt nieuwe papieren boeken bij voorkeur in een fysieke boekwinkel; de voorkeur voor online verkoop neemt licht toe

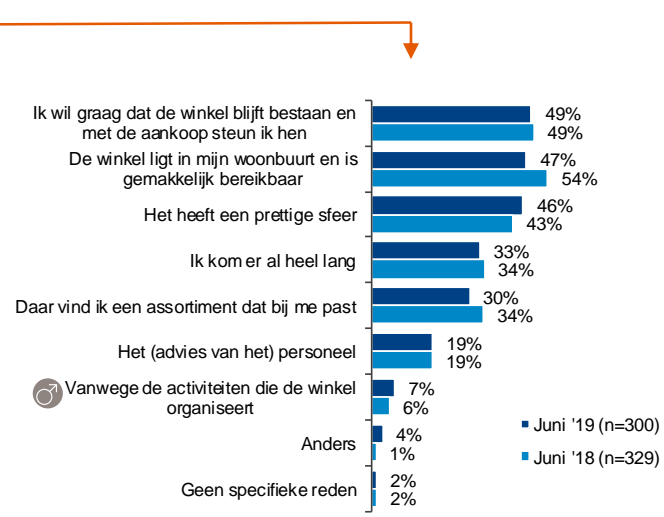
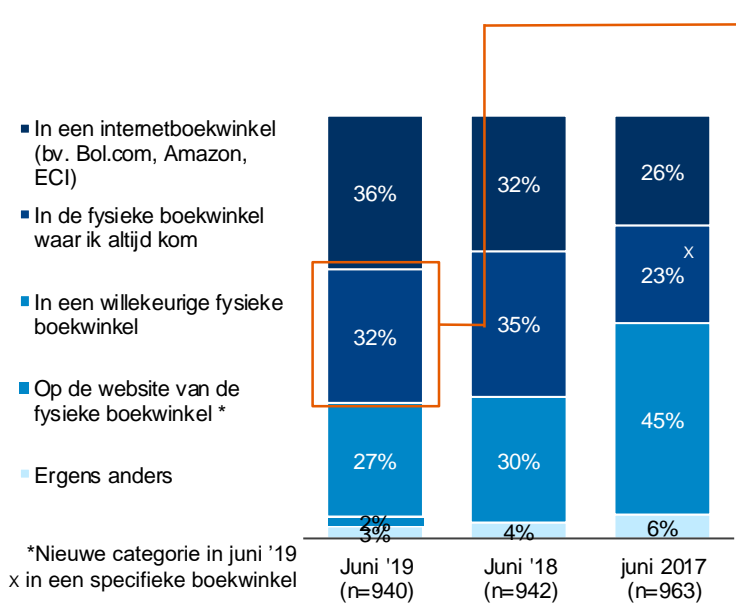


Plaats van aankoop papieren nieuwe boeken

Reden fysieke boekwinkel waar ik altijd kom

Achtergrond:
65-plussers houden in vergelijking met de andere leeftijdsgroepen het meest vast aan de fysieke boekwinkel waar ze altijd komen voor het kopen van nieuwe papieren boeken. Hetzelfde geldt voor hoogopgeleiden in vergelijking met laag- en midden opgeleiden.

Hoogopgeleiden geven vaker dan midden- en laagopgeleiden als reden voor het bezoeken van een specifieke boekwinkel de passendheid van het assortiment.



S12. Waar koopt u bij voorkeur uw papieren nieuwe boeken?
S13. Waarom kiest u voor deze specifieke boekwinkel?

Basis S12: koopt wel eens boeken
Basis S13: koopt in een specifieke fysieke boekwinkel

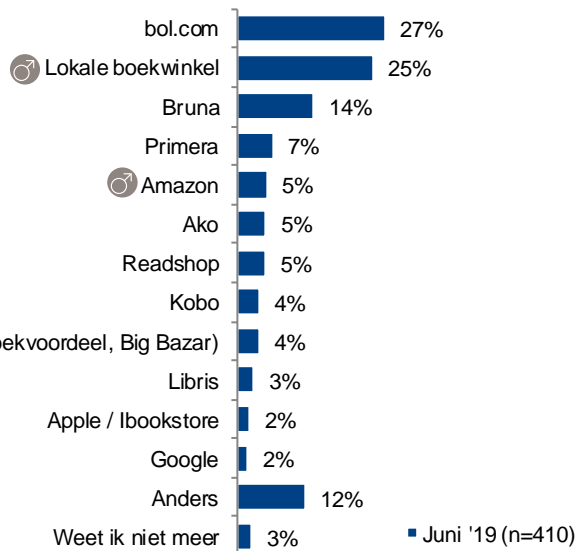
27% van de meest recente aankopen vindt plaats bij Bol.com. Bol.com stijgt langzaam in de afgelopen jaren als plaats van aankoop. De lokale boekhandel neemt niet af



Plaats van aankoop*

Achtergrond:

Hoogopgeleiden hebben vaker dan midden- en laagopgeleiden aangegeven afgelopen maand boeken bij een lokale boekwinkel te hebben gekocht.



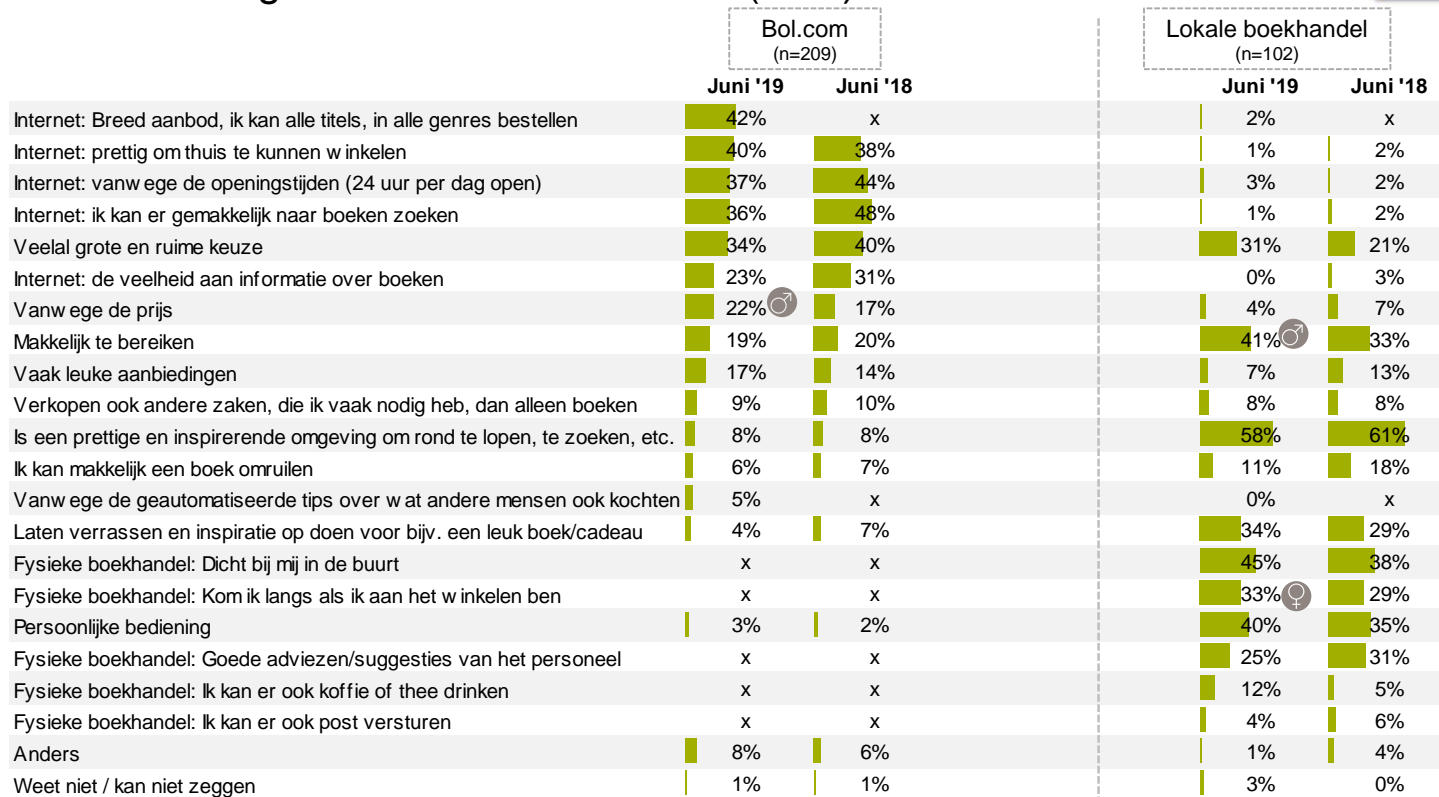
	Juni 2018 (n=368)	Juni 2017 (n=401)	Juni 2016 (n=316)	Juni 2015 (n=320)
bol.com	24%	18%	20%	19%
Lokale boekwinkel	28%	27%	22%	26%
Bruna	13%	15%	15%	17%
Primera	6%	8%	6%	3%
Amazon	5%	5%	2%	4%
Ako	6%	5%	6%	5%
Readshop	5%	4%	6%	4%
Kobo	2%	3%	X	X
Voordeel(book)winkels (bijv. Boekvoordeel, Big Bazar)	4%	5%	2%	2%
Libris	4%	2%	2%	3%
Apple / Ibookstore	1%	1%	X	X
Google	1%	1%	X	X
Anders	15%	14%	15%	13%
Weet ik niet meer	2%	2%	2%	2%

Antwoordcategorie < 2% is niet opgenomen in grafiek

*Data is geijkt met GfK point of sale cijfers

Basis: heeft in de afgelopen maand boeken gekocht

Consumenten kopen bij de lokale boekhandel vanwege de prettige en inspirerende omgeving. Bol.com wordt vooral gekozen vanwege het brede aanbod en het gemak van thuiswinkelen (24/7)



Bedrijven alleen opgenomen bij 50 of meer waarnemingen

Basis: koopt bij specifieke locatie

Resultaten kunnen over de tijd heen afwijken door de toevoeging van nieuwe antwoord categorieën

A03. Wat zijn voor u redenen om een boek te kopen bij onderstaande locaties?

Top 5 meest gekochte genres blijft gelijk; spannende fictie nog altijd meest gekochte genre



Genres gekochte boeken

Achtergrond:

- Jongeren tot 35 jaar kopen in vergelijking met de andere leeftijdsgroepen het meest de genres Young Adult, school- en/of studieboeken en romantische fictie. 65-plussers kopen vaker dan andere leeftijdsgroepen streekromans.
- Heavy lezers kopen vaker literatuur/literaire romans en spannende fictie dan light en medium lezers.
- Hoogopgeleiden kopen vaker dan midden- en laagopgeleiden literatuur/literaire romans, spannende fictie, reisboeken, werk/zakelijke boeken, kookboeken, wetenschappelijke boeken, school-/studieboeken en boeken over persoonlijke ontwikkeling/ zelfhulpboeken. Laagopgeleiden kopen vaker dan midden- en hoogopgeleiden streekromans.

	Juni '19 (n=940)	Juni '18 (n=935)	Juni '17 (n=947)	Juni '16 (n=863)	Juni '15 (n=918)
Spannende fictie	48%	48%	53%	49%	52%
Literatuur, literaire roman	32%	30%	28%	28%	30%
Waargebeurd verhaal	30%	26%	28%	27%	28%
Reisboek / reisgids	27%*	22%	26%	24%	24%
Kookboek	25%	22%	22%	23%	22%
Geschiedenis	22%*	17%	16%	14%	x
(Auto)biografie	19%	16%	16%	17%	15%
Kinderboek / jeugdboek	18%	15%	17%	15%	17%
Hobby boek	16%	14%	15%	16%	16%
Fantasy	16%	15%	14%	15%	13%
School en/of studie-boek	15%*	10%	10%	10%	9%
Romantische fictie en/of erotische fictie	15%*	11%	13%	15%	12%
Persoonlijke ontwikkeling / zelfhulpboek	14%*	10%	11%	11%	11%
Stripboek	13%	12%	10%	10%	11%
(Populair) wetenschappelijk boek	13%	12%	14%	13%	14%
Science fiction	12%	10%	11%	9%	9%
Streekroman	11%	10%	10%	11%	10%
Young Adult	10%	9%	6%	6%	7%
Werk / zakelijk boek	9%	8%	8%	8%	7%
Boek over spiritualiteit	9%	8%	7%	8%	7%
Naslagwerk	8%	7%	7%	7%	8%
Poëzie	3%	3%	3%	1%	2%
Anders	5%	5%	6%	6%	7%
Weet niet meer / kan me niet meer herinneren	2%	3%	2%	1%	4%

Waarde van de boekhandel

Frequentie van bezoek fysieke boekwinkel is vergelijkbaar met online boekwinkel



Een boek **kunnen vastpakken en doorbladeren** en een **selectief aanbod beschikbaar** hebben is belangrijk in de fysieke boekwinkel.



Online is **het brede aanbod**, plus het **24/7** kunnen oriënteren belangrijk

70%

...van de consumenten bezoekt zowel de online als de fysieke boekwinkel

52%

...van de consumenten vindt de fysieke boekwinkel een vorm van recreatie of vrijetijdsbesteding. Dit is veel meer dan de online boekwinkel (25%)

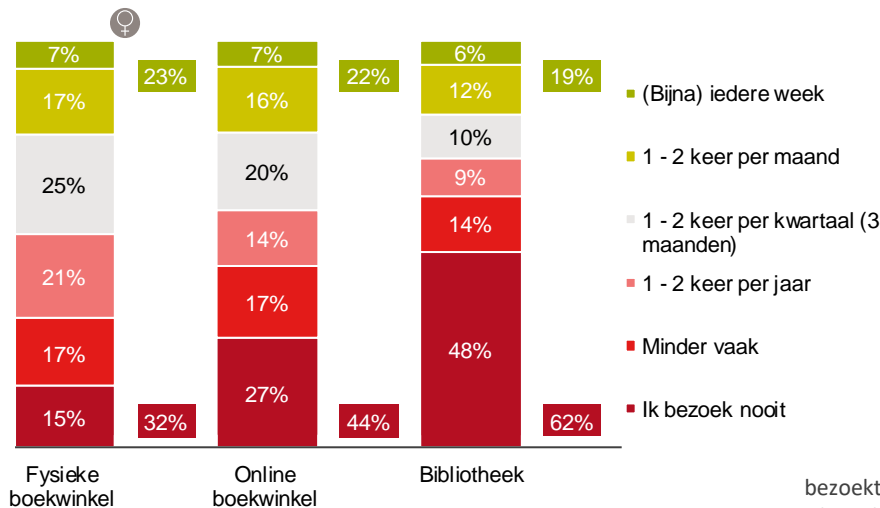
Meeste consumenten bezoeken zowel de online als de fysieke boekwinkel (70%)



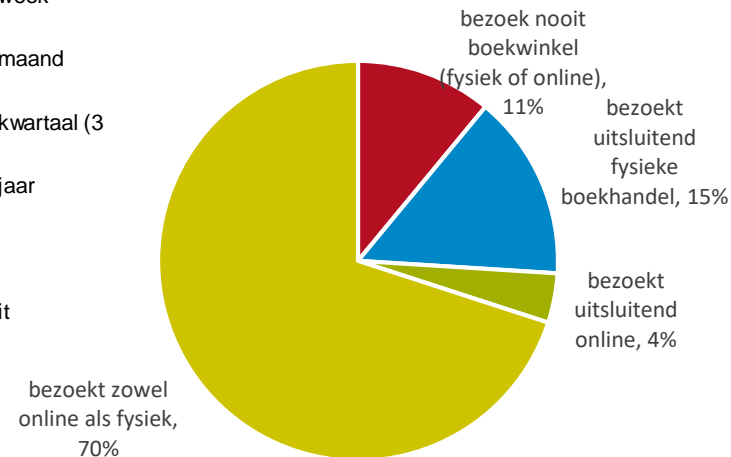
Achtergrond:

Heavy en medium lezers komen gemiddeld vaker in een fysieke boekwinkel dan light lezers.

Hoogopgeleiden bezoeken vaker een online boekwinkel dan midden- en laagopgeleiden. Jongeren tot 35 jaar en 35-49 jarigen bezoeken vaker de online boekwinkel dan 50-plussers.



Bezoek boekwinkel



X01. Hoe vaak komt u gemiddeld in de fysieke boekwinkel?

X02. Hoe vaak bezoekt u een online boekwinkel?

S010a. Hoe vaak komt u gemiddeld in de bibliotheek?

Een boek kunnen vastpakken en doorbladeren en een selectie van het aanbod beschikbaar hebben, is belangrijk in de fysieke boekwinkel; online is het brede aanbod, plus het 24/7 kunnen oriënteren belangrijk



Mogelijkheden fysieke boekwinkel



Mogelijkheden online boekwinkel



Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar vinden suggesties krijgen op basis van bestel gedrag belangrijker dan oudere leeftijdsgroepen. Boeken thuisbezorgd krijgen en reviews raadplegen is voor deze groep, net als de 35-49 jarigen, belangrijker dan voor 50-plussers.

Voor 65-plussers is het advies van de boekverkoper belangrijker dan voor jongere leeftijdsgroepen.

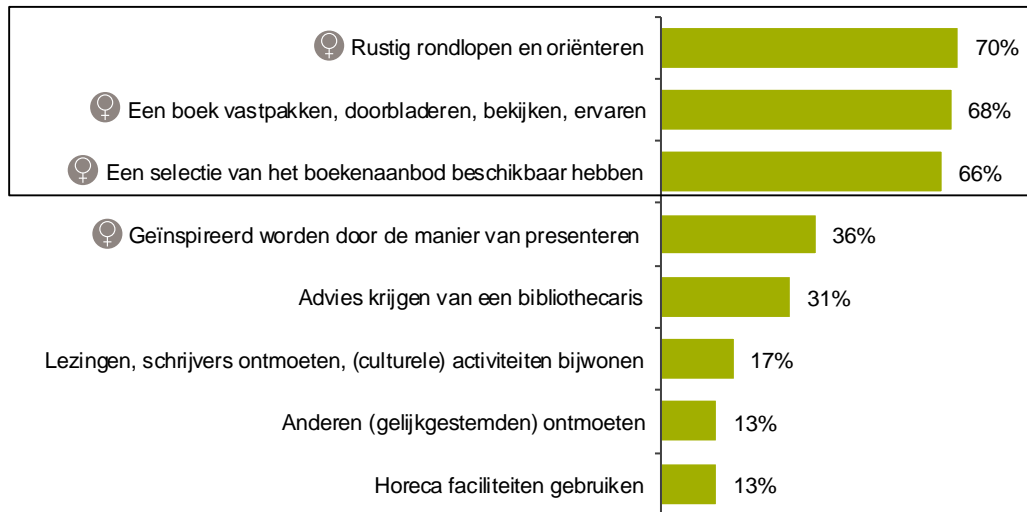
X03. Hoe belangrijk vindt u de volgende mogelijkheden in een fysieke boekwinkel, ongeacht of u hier gebruik van maakt?

X04. Hoe belangrijk vindt u de volgende mogelijkheden in een online boekwinkel, ongeacht of u hier gebruik van maakt?

Ook in een bibliotheek vinden de meeste consumenten rustig kunnen oriënteren en een boek kunnen doorbladeren (zeer) belangrijk



Mogelijkheden bibliotheek



Leden
(n = 374)

Niet leden
(n = 830)

82%

65%

79%



63%



78%



61%



44%

33%



38%



27%



23%

14%

17%

11%

18%



10%

Achtergrond:

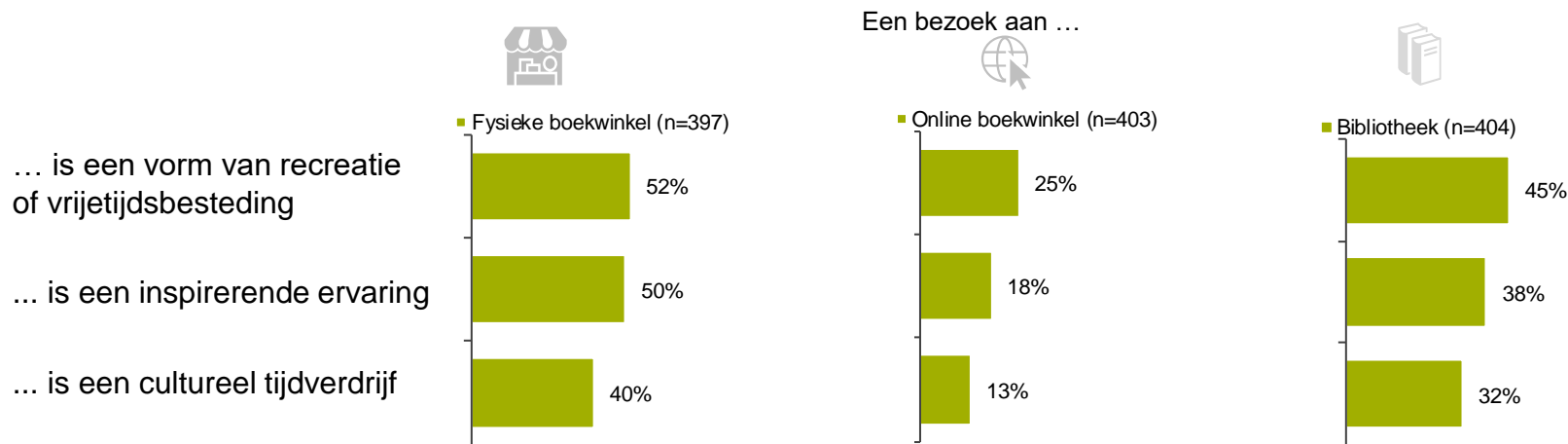
Hoogopgeleiden vinden, op horeca faciliteiten en andere ontmoeten na, alle mogelijkheden belangrijker dan midden- en laagopgeleiden.

Horeca faciliteiten en andere ontmoeten vinden jongeren tot 35 jaar belangrijker dan de andere leeftijdsgroepen.

Een bezoek aan fysieke boekwinkel of de bibliotheek is vaker een vorm van recreatie, een inspirerende ervaring of een cultureel tijdverdrijf dan een bezoek aan de online winkel



Perceptie bibliotheek, onlineboekwinkel en fysieke boekwinkel



Achtergrond:

Vrouwen vinden een bezoek aan de bibliotheek en online boekwinkel een inspirerendere ervaring dan mannen. Ook zien vrouwen een bezoek aan een online boekwinkel meer als een vorm van recreatie of vrijetijdsbesteding dan mannen.

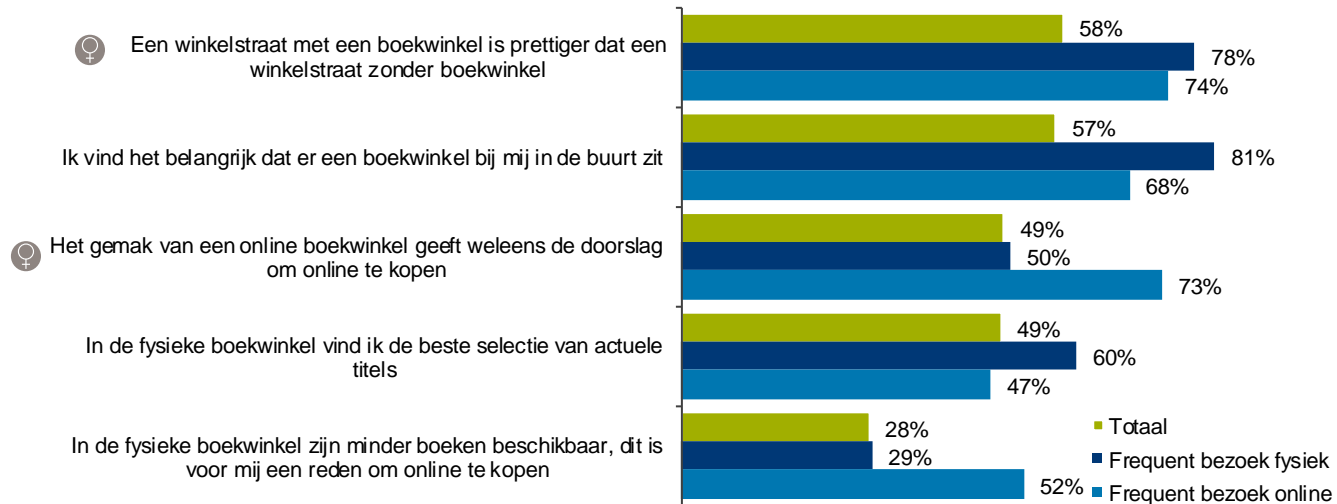
57% van de consumenten vindt het belangrijk dat er een fysieke boekwinkel in de buurt is



Perceptie boekwinkel

Achtergrond:

- 65-plussers vinden het belangrijker dat een boekwinkel in de buurt is en vinden in een fysieke boekwinkel vaker de beste selectie van actuele titels, dan andere leeftijdsgroepen.
- Jongeren tot 35 jaar geven vaker dan anderen aan online boeken te kopen vanwege minder beschikbare boeken in de fysieke boekwinkel.
- Heavy lezers geven vaker aan dat een winkelstraat met boekenwinkel prettiger is dan één zonder.
- Voor hoogopgeleiden geeft het gemak van een online boekwinkel vaker de doorslag om online te kopen dan voor midden- en laagopgeleiden.



Boekenprijs

Prijs van het laatst gekochte nieuwe papieren boek is gemiddeld €18,30; dit vindt men doorgaans een redelijke prijs



€18,30

...betalen consumenten gemiddeld voor het laatst gekochte nieuwe papieren boek.

69%

...vindt het bedrag dat ze betaalden redelijk; 17% vindt het (veel) te hoog

Gemiddeld betaald

(te) hoog:

24,38

redelijk:

18,06

laag:

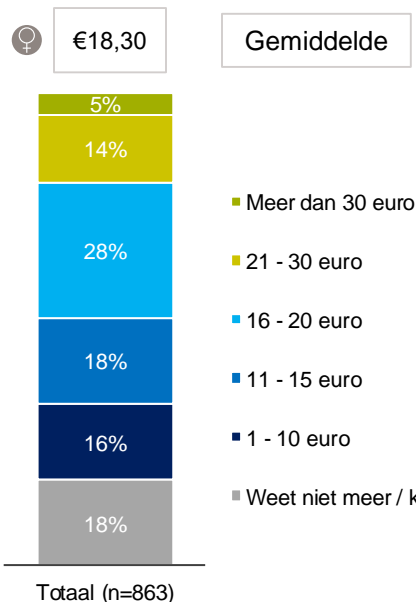
9,40



Gemiddeld betalen consumenten €18; 17% van hen vindt bedrag (veel) te hoog; het merendeel noemt de betaalde prijs redelijk

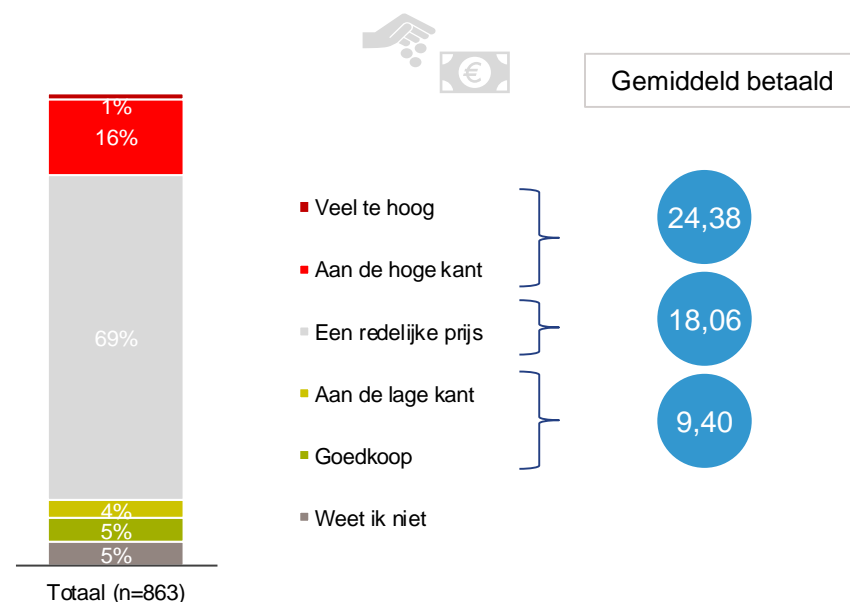


Bedrag boek



Achtergrond:
Hoogopgeleiden geven gemiddeld meer uit aan boeken dan midden- en laagopgeleiden.

Beoordeling prijs



X10. Hoeveel heeft u voor dit boek betaald?
X11. Hoe beoordeelde u de prijs van dit boek?

Basis: heeft de afgelopen 12 maanden een nieuw papieren boek gekocht

Lenen

De bekendheid van de digitale bibliotheek neemt toe



Gebruik type bibliotheek in afgelopen 12 maanden

- | | |
|-----------------------|------------|
| 1. Centrale vestiging | 20% |
| 2. Wijkvestiging | 14% |
| 3. Inlever/afhaalpunt | 9% |
| 4. Bibliotheek.nl | 7% |
| 5. Schoolbibliotheek | 5% |



54%

...van alle consumenten maakte afgelopen 12 maanden geen gebruik van een bibliotheek

de Bibliotheek
online

Toename in bekendheid van de online bibliotheek, van **25%** in 2017 naar **42%** in 2019

7% van de consumenten maakt gebruik van de online bibliotheek

41% van de gebruikers van de online bibliotheek maakt er tenminste 1-2 keer per maand gebruik van

17%

.. verwacht bij het verdwijnen van de eigen bibliotheek minder te gaan lezen!



25%

.. verwacht dat de afwezigheid van de eigen bibliotheek geen invloed heeft op het eigen leesgedrag

Centrale vestiging van de openbare bibliotheek wordt het meest gebruikt

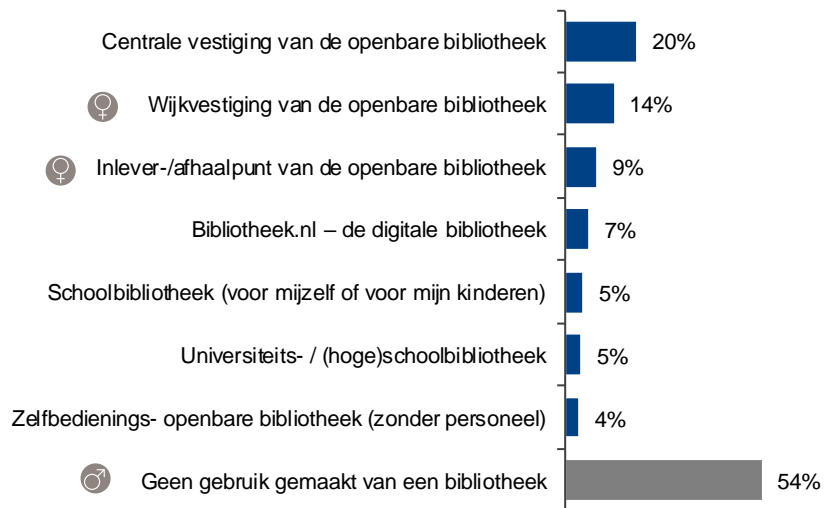


Gebruik type bibliotheek in de afgelopen 12 maanden

Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar maken vaker gebruik van de online bibliotheek dan de 50+ leeftijdsgroepen.

Hoogopgeleiden maken vaker dan laag- en middenopgeleiden gebruik van de centrale vestiging van de openbare bibliotheek en de universiteits-/ (hoge) schoolbibliotheek.

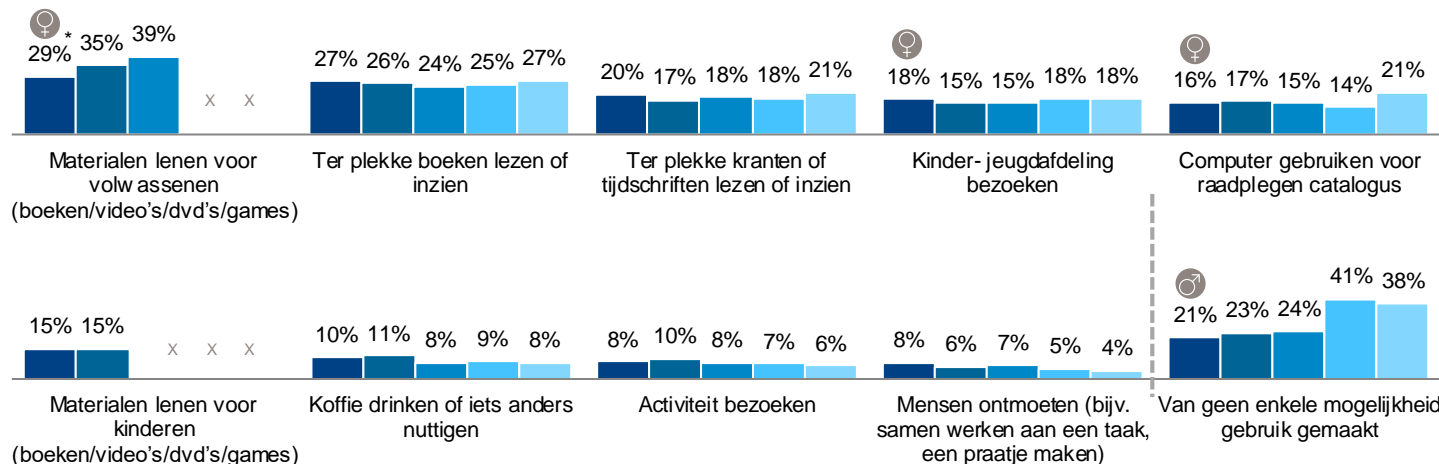


We zien geen belangrijke ontwikkelingen in de tijd. Verdere details staan in de bijlagen.

Materialen lenen voor volwassenen nog altijd meest gebruikte dienst, maar lijkt af te nemen



Gebruik diensten bibliotheek in de afgelopen 12 maanden



Achtergrond:
Heavy lezers maken vaker dan medium en light lezers gebruik van activiteiten voor volwassenen, materialen lenen voor volwassenen en computergebruik voor het raadplegen van catalogus.

- Juni '19 (n=625)
- Juni '18 (n=586)
- Juni '17 (n=563)
- Juni '16 (n=527)
- Juni '15 (n=525)

Slechts de top-10 wordt in de grafieken getoond

B02. Van welke van de onderstaande mogelijkheden in de openbare bibliotheek heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens gebruik gemaakt? Basis: komt wel eens in de bibliotheek

Afwezigheid eigen bibliotheek denkt men op te lossen door naar een andere bibliotheek te gaan, meer e-books te lezen, boeken te lenen van anderen of meer boeken te kopen



Achtergrond:

Voor bibliotheekleden zou het verdwijnen van de bibliotheek er eerder voor zorgen dat ze meer e-books gaan lezen, dan niet-leden.

Bibliotheekbezoekers van 34-49 jaar geven vaker dan de overige leeftijdsgroepen aan dat hun kinderen minder zouden gaan lezen als de bibliotheek er niet meer zou zijn.

We zien geen belangrijke ontwikkelingen in de tijd. Verdere details staan in de bijlagen.

Invloed afwezigheid bibliotheek op het leesgedrag



B04. Stel dat uw bibliotheek er niet meer zou zijn, wat zou dit voor gevolgen hebben op uw leesgedrag?

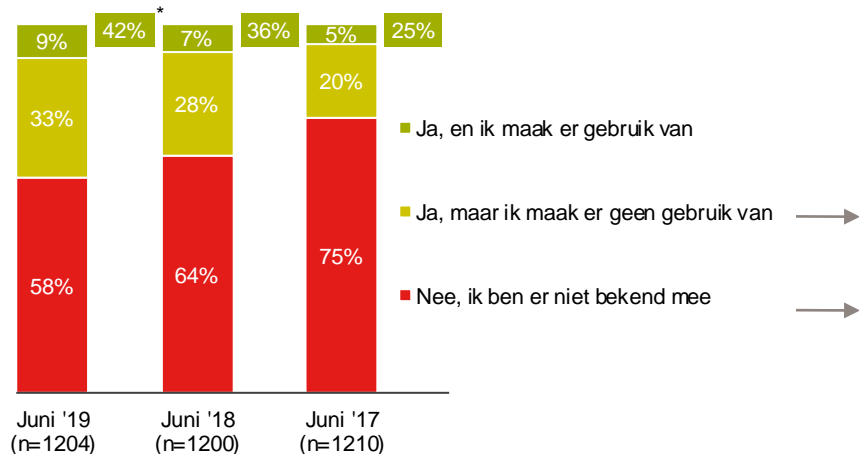
**Voorheen was de selectie: lid van de bibliotheek/leent op de pas van iemand anders*

Basis: bezoekt bibliotheek wel eens om boeken te lenen

Toename in bekendheid van de online bibliotheek



Bekendheid online bibliotheek



En hoe bekend is dit bij bibliotheekleden?



68% van de bibliotheekleden is bekend met de online bibliotheek.

23% van de bibliotheekleden maakt gebruik van de online bibliotheek (juni '18: 20% '17: 17%)

Reden geen gebruik online bibliotheek



* In voorgaande metingen splitsten we nog uit naar nee, en ik zou er ook geen gebruik van maken / nee maar ik zou er wel gebruik van maken

B05. De online bibliotheek is een plaats waar e-books, cursussen en de LuisterBieb online gevonden kunnen worden.

Bent u bekend met dit online platform van de bibliotheek?

B07. Waarom maakt u of zou u geen gebruik maken van de online bibliotheek?

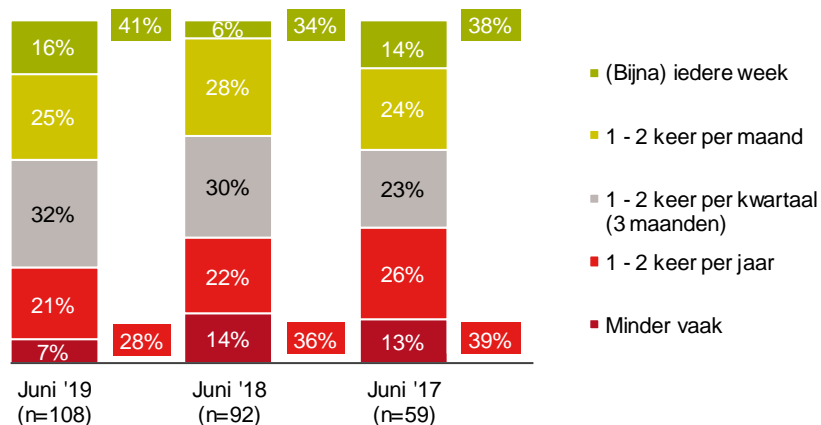
© GfK 12 augustus 2019 | Boekenbranche M49

Basis B05: alle respondenten
Basis B07: maakt geen gebruik van de online bibliotheek

4 op de 10 gebruikers van de online bibliotheek maakt er tenminste 1-2 keer per maand gebruik van



Frequentie gebruik online bibliotheek



CPNB - campagnes

Spannende Boeken Weken



Spannende Boeken Weken

36%

heeft iets gezien, gehoord
of gelezen over de
Spannende Boeken Weken

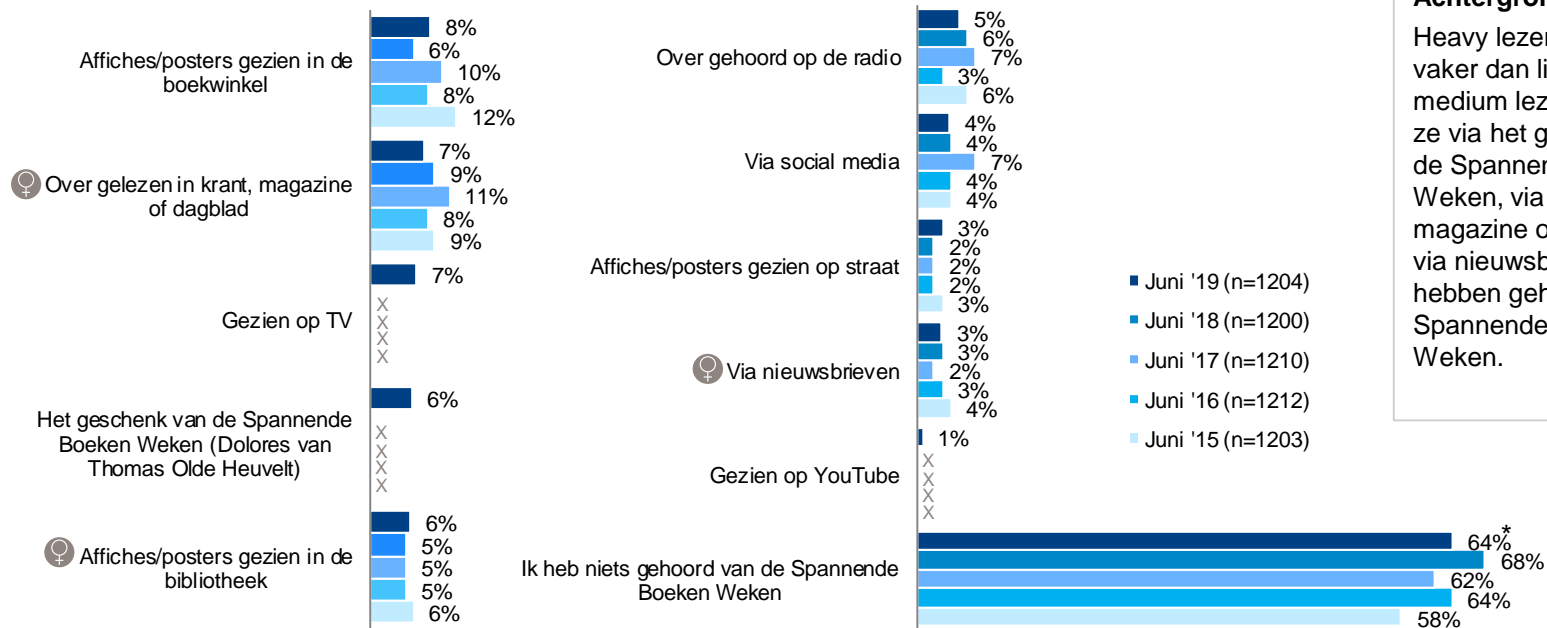


Bij 39% die bekend is met
de Spannende Boeken
Weken, heeft de campagne
het aankoopgedrag
beïnvloed

Ruim een derde van de consumenten heeft iets gezien, gehoord of gelezen over de Spannende Boeken Weken



Iets gehoord / gezien / gelezen over de Spannende Boeken Weken



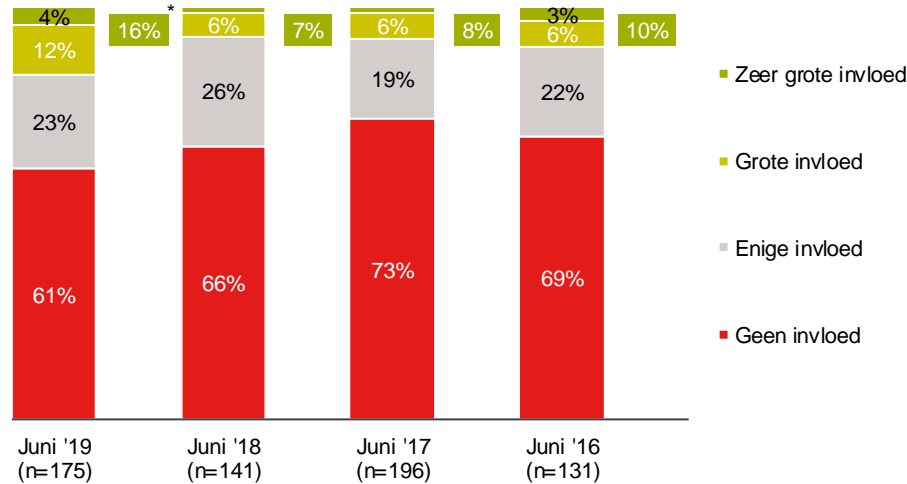
Achtergrond:

Heavy lezers geven vaker dan light en medium lezers aan dat ze via het geschenk van de Spannende Boeken Weken, via krant, magazine of dagblad en via nieuwsbrieven hebben gehoord over de Spannende Boeken Weken.

Bij bijna 4 op de 10 consumenten, die bekend zijn met de Spannende Boeken Weken, heeft dit (enige) invloed gehad op hun aankoop van de afgelopen maand



De Spannende Boeken Weken



% (zeer) grote invloed

G03. In hoeverre hebben de Spannende Boeken Weken invloed gehad op uw aankoop van de afgelopen maand?

© GfK 12 augustus 2019 | Boekenbranche M49

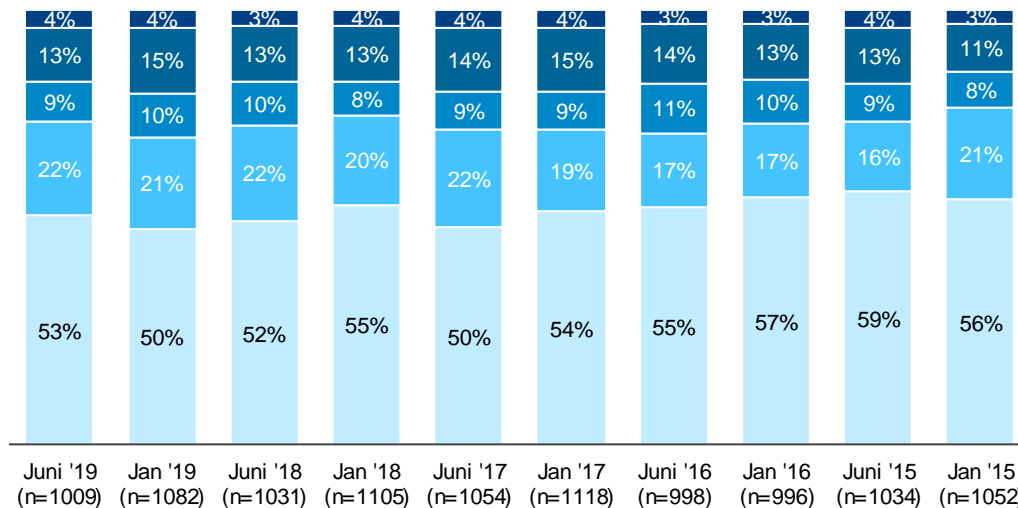
Basis: kent de Spannende Boeken Weken en heeft afgelopen maand boek(en) gekocht

Bijlagen

Papieren boeken vs. e-books

Achtergrond:
65-plussers lezen vaker alleen papieren boeken dan de jongere leeftijdsgroepen.

Jongeren tot 35 jaar lezen, vergeleken met de andere leeftijdsgroepen, vaker vooral op papier en soms een e-book. De 50-64 jarigen lezen vaker dan de overige leeftijdsgroepen vooral e-books en soms een papieren boek.



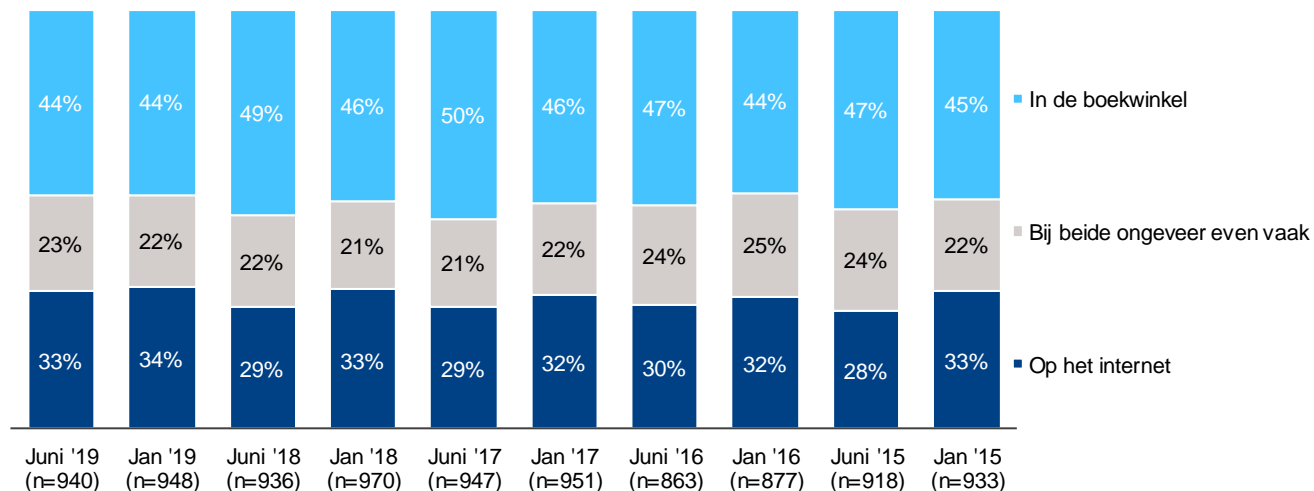
- Ik lees alleen maar e-books
- Ik lees vooral e-books en soms een papieren boek
- Ik lees ongeveer evenveel papieren boeken als e-books
- Ik lees vooral papieren boeken en soms een e-book
- Ik lees alleen maar papieren boeken

Boekwinkel vs. internet

Achtergrond:

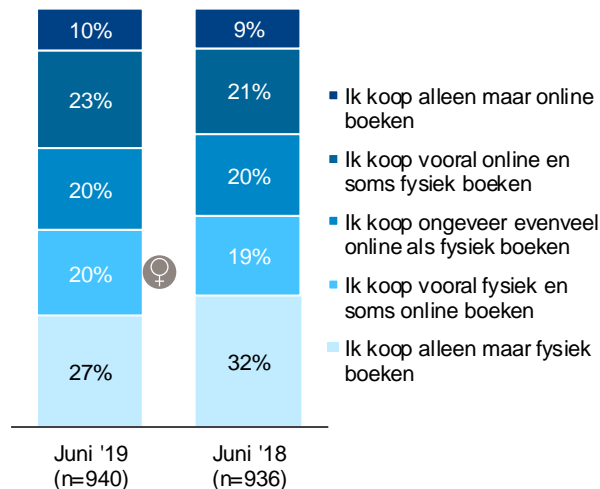
65-plussers kopen doorgaans vaker in een boekwinkel dan de andere leeftijdsgroepen.

Heavy lezers kopen vaker dan medium en light lezers bij beide ongeveer even vaak.



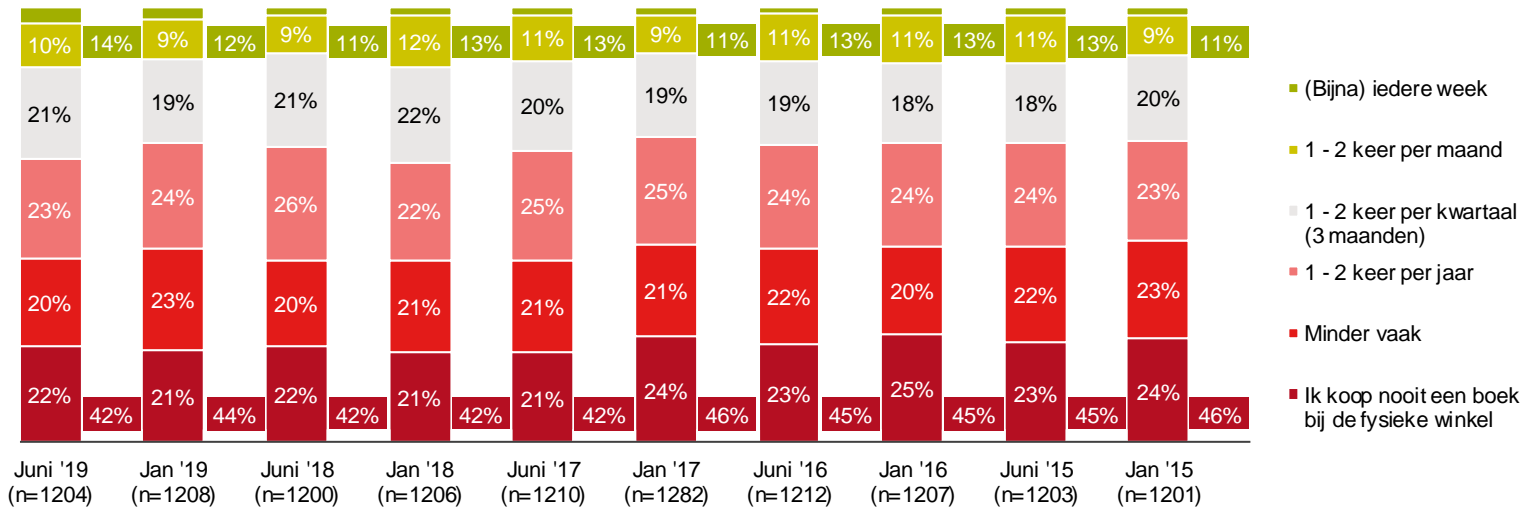
Aankoop boeken via het internet en in de fysieke (boek)winkel

Achtergrond:
 65-plussers kopen vaker dan andere leeftijdsgroepen uitsluitend fysieke boeken.
 Ook laagopgeleiden kopen vaker alleen fysieke boeken dan hoog- en middenopgeleiden.



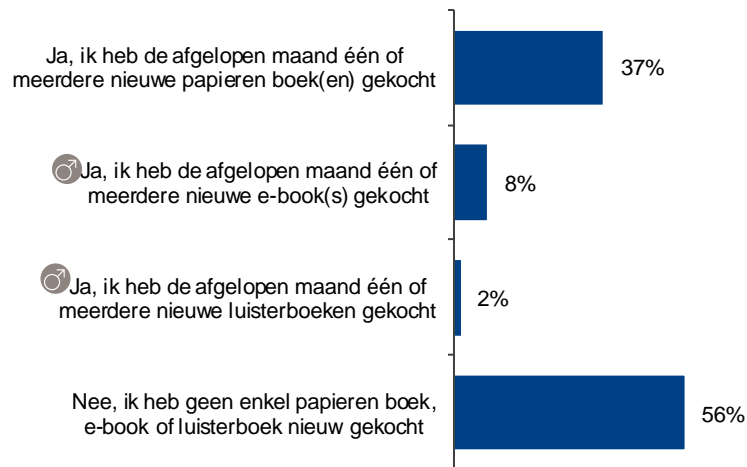
Bezoekfrequentie fysieke boekwinkel

Achtergrond:
Hoogopgeleiden komen gemiddeld vaker in de fysieke boekwinkel dan laag- en middenopgeleiden.





Aankoop boeken



Gemiddeld aantal



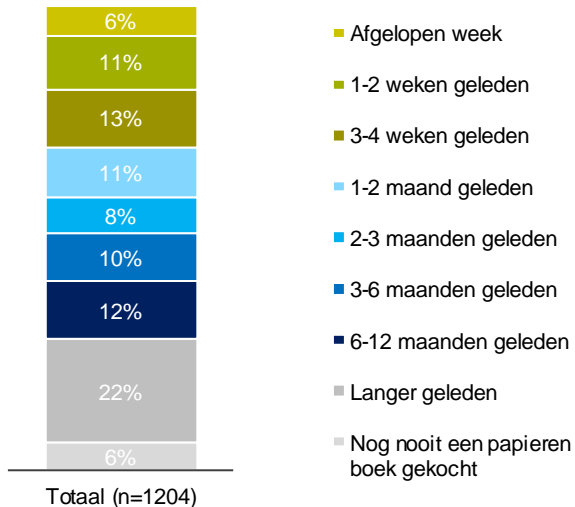
Achtergrond:

Vrouwen hebben afgelopen maand gemiddeld meer luisterboeken gekocht dan mannen.

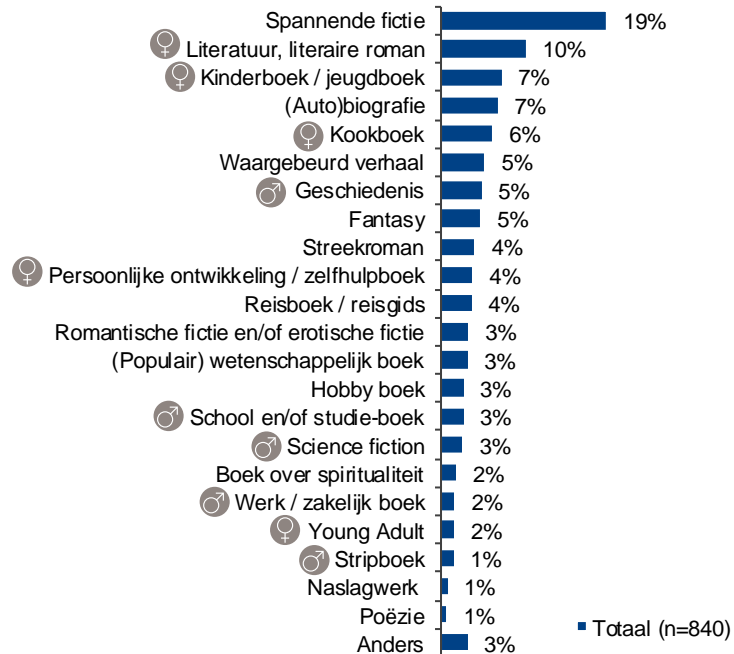
Bijna een vijfde van de laatst gekochte papieren boeken is spannende fictie



Laatst gekochte papieren boek



Genre laatst gekochte papieren boek



X08. Hoe lang geleden heeft u voor het laatst een nieuw papieren boek gekocht?
 X09. Van welk genre was dit boek?

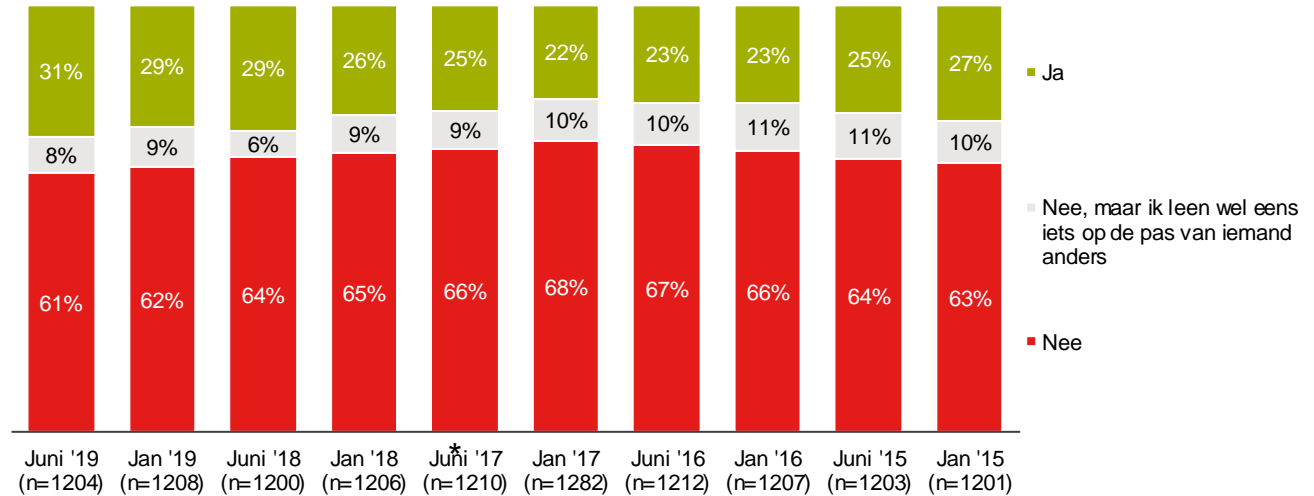
Lid van de bibliotheek



Achtergrond:

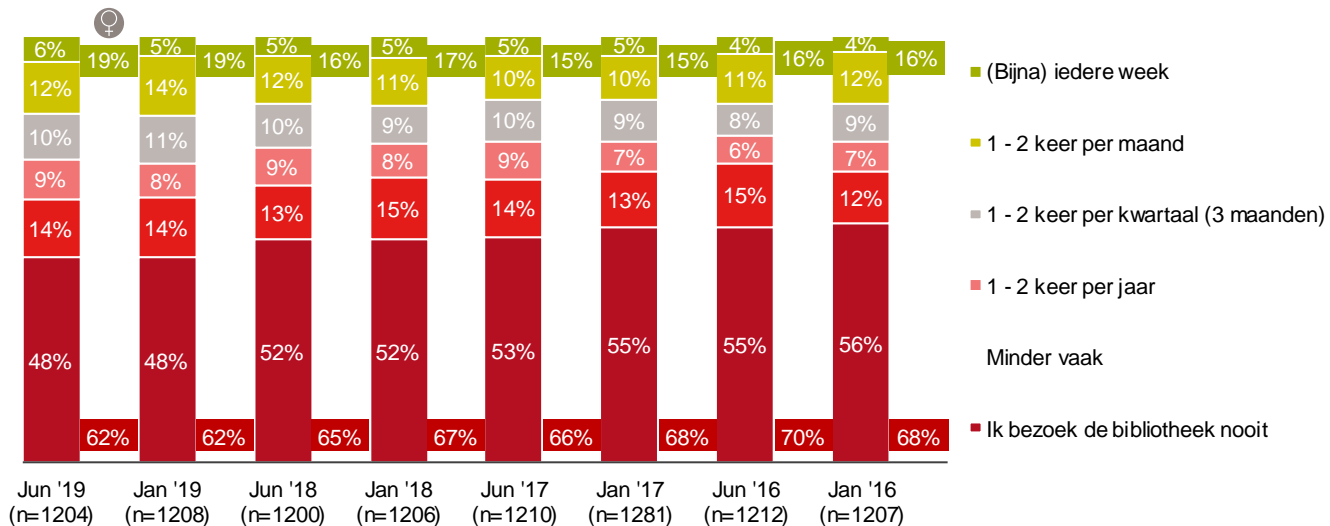
50-64 jarigen geven vaker aan geen lid te zijn van de bibliotheek dan de andere leeftijdsgroepen.

De leeftijdsgroep tot 49 jaar geeft vaker dan de leeftijdsgroep 50+ aan dat ze geen lid zijn, maar wel eens iets op de pas van iemand anders lenen.



*Per juni 2018 zijn er andere antwoordcategorieën voorgelegd: geen splitsing meer naar type bibliotheek.

Bezoekfrequentie bibliotheek

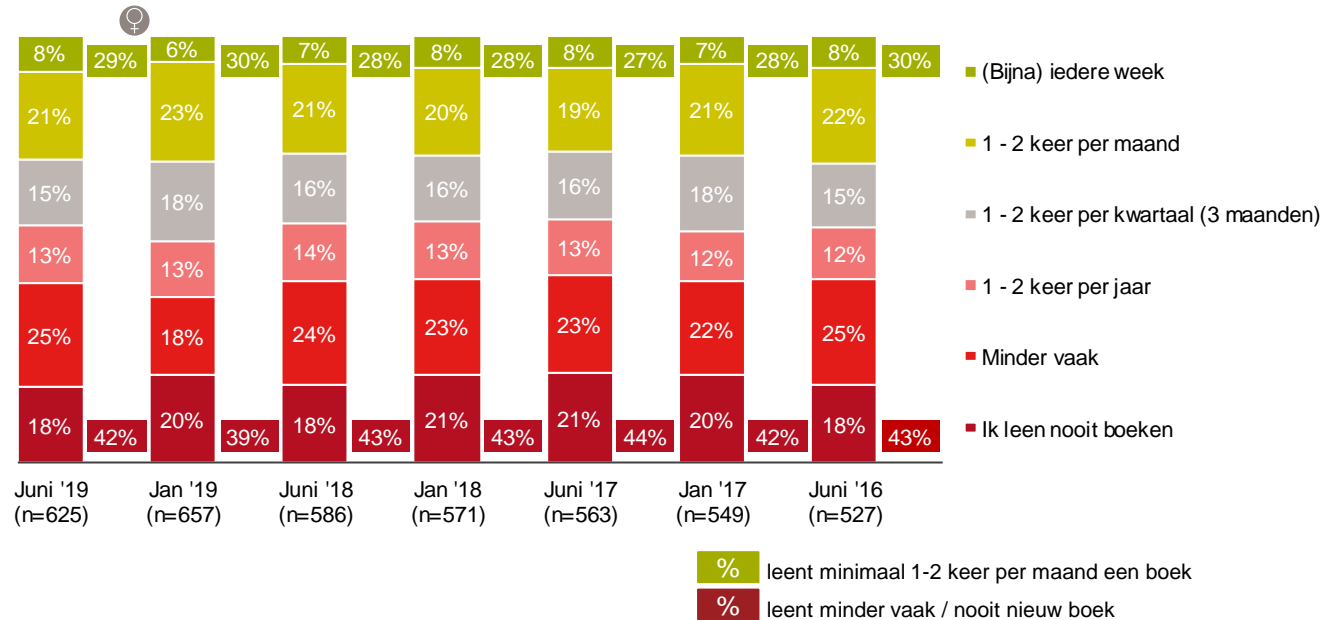


■ bezoekt minimaal 1-2 keer per maand de bibliotheek
■ bezoekt minder vaak / nooit de bibliotheek

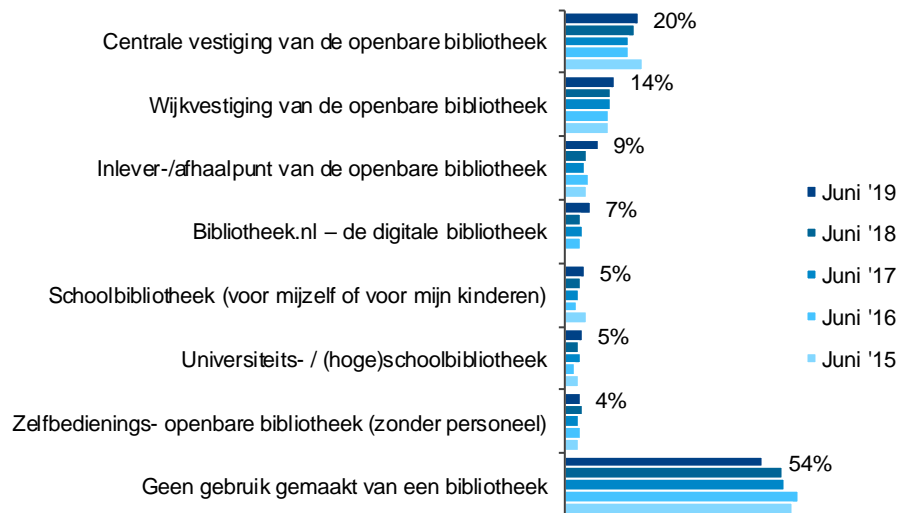
Bezoekfrequentie bibliotheek

Achtergrond:

Heavy lezers komen vaker in de bibliotheek om boeken te lenen medium en light lezers.



Trendgrafiek - Gebruik type bibliotheek in de afgelopen 12 maanden



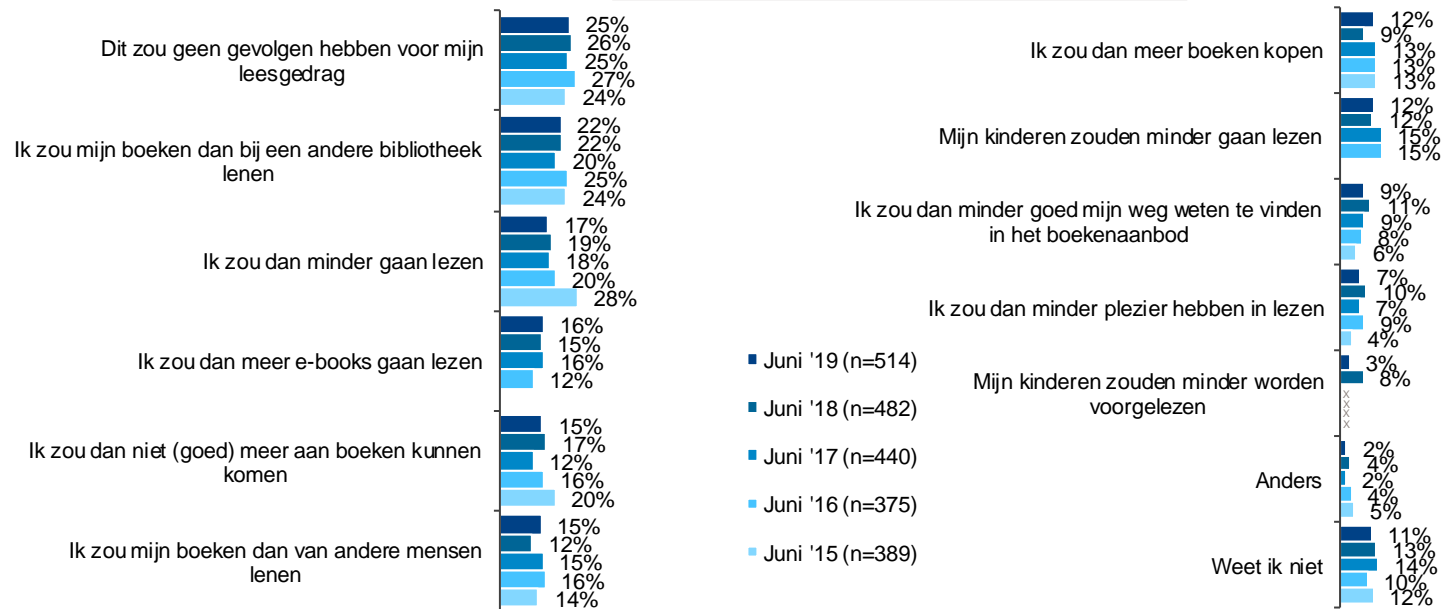
Antwoordcategorie <2% is niet opgenomen in grafiek

Basis: alle respondenten

B01. Kunt u aangeven van welke van de onderstaande typen bibliotheken u de afgelopen 12 maanden gebruik heeft gemaakt?

Toename in gebruik centrale vestiging mogelijk te wijten aan verwijderen van wijkvestigingen 75

Trendgrafiek - Invloed afwezigheid bibliotheek op het leesgedrag



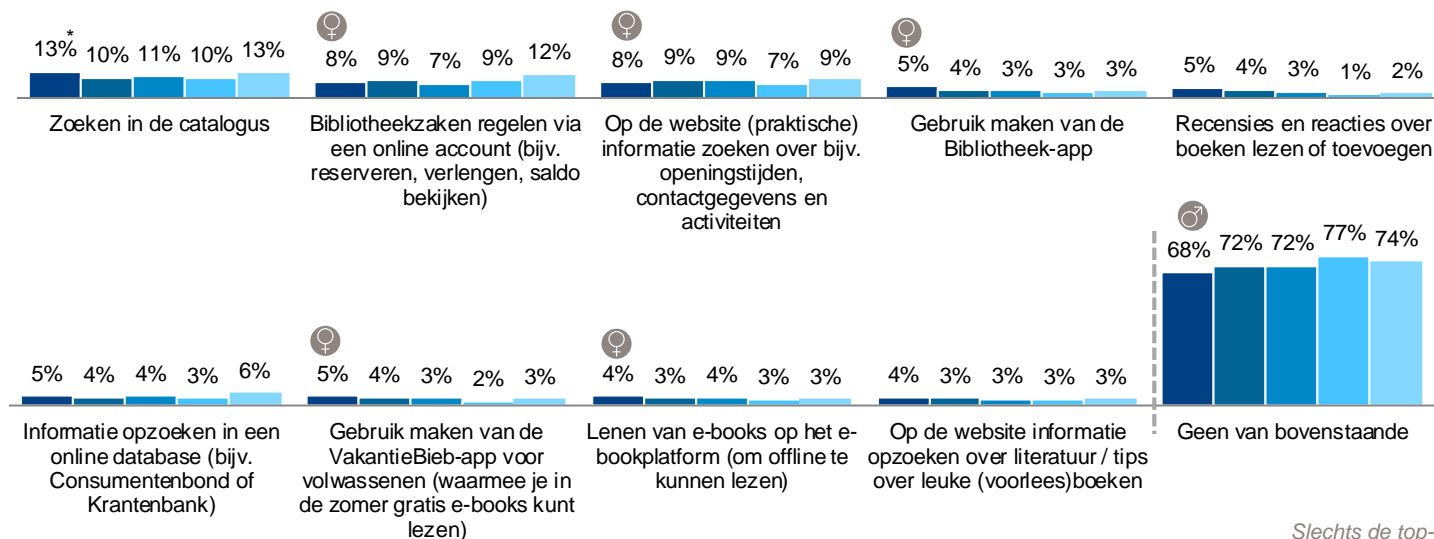
*Voorheen was de selectie: lid van de bibliotheek/leent op de pas van iemand anders

B04. Stel dat uw bibliotheek er niet meer zou zijn, wat zou dit voor gevolgen hebben op uw leesgedrag?

Basis: bezoekt bibliotheek wel eens om boeken te lenen



Gebruik digitale en/of online bibliotheekdiensten in de afgelopen 12 maanden



Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar geven vaker aan de digitale etalage te bekijken dan andere leeftijdsgroepen.

Heavy lezers regelen vaker bibliotheekzaken via een online account dan light en medium lezers. Ook zoeken ze vaker in de catalogus en informatie op de website.

- Juni '19 (n=1204)
- Juni '18 (n=1200)
- Juni '17 (n=1210)
- Juni '16 (n=1212)
- Juni '15 (n=1203)

Slechts de top-10 wordt in de grafieken getoond

Redenen aankoop boeken per winkel



Reden aankoop boek bij ...

	Bol.com (n=209)				Lokale boekwinkel (n=102)			
	Juni '19	Juni '18	Juni '17	Juni '16	Juni '19	Juni '18	Juni '17	Juni '16
Internet: Breed aanbod, ik kan alle titels, in alle genres bestellen	42%	x	x	x	2%	x	x	x
Internet: prettig om thuis te kunnen w inkelen	40%	38%	58%	60%	1%	2%	3%	2%
Internet: vanw ege de openingstijden (24 uur per dag open)	37%	44%	60%	49%	3%	2%	5%	3%
Internet: ik kan er gemakkelijk naar boeken zoeken	36%	48%	0%	0%	1%	2%	0%	0%
Veelal grote en ruime keuze	34%	40%	42%	40%	31%	21%	37%	33%
Internet: de veelheid aan informatie over boeken	23%	31%	27%	24%	0%	3%	3%	3%
Vanw ege de prijs	22%	17%	35%	32%	4%	7%	10%	5%
Makkelijk te bereiken	19%	20%	31%	32%	41%	33%	36%	38%
Vaak leuke aanbiedingen	17%	14%	23%	18%	7%	13%	19%	14%
Verkopen ook andere zaken, die ik vaak nodig heb, dan alleen boeken	9%	10%	24%	16%	8%	8%	11%	6%
Is een prettige en inspirerende omgeving om rond te lopen, te zoeken, etc.	8%	8%	6%	5%	58%	61%	55%	58%
Ik kan makkelijk een boek omruilen	6%	7%	8%	4%	11%	18%	20%	25%
Vanw ege de geautomatiseerde tips over w at andere mensen ook kochten	5%	x	x	x	0%	x	x	x
Laten verrassen en inspiratie op doen voor bijv. een leuk boek/cadeau	4%	7%	5%	6%	34%	29%	40%	34%
Fysieke boekhandel: Dicht bij mij in de buurt	x	x	x	x	45%	38%	48%	40%
Fysieke boekhandel: Kom ik langs als ik aan het w inkelen ben	x	x	x	x	33%	29%	43%	33%
Persoonlijke bediening	3%	2%	4%	0%	40%	35%	39%	52%
Fysieke boekhandel: Goede adviezen/suggesties van het personeel	x	x	x	x	25%	31%	30%	28%
Fysieke boekhandel: Ik kan er ook koffie of thee drinken	x	x	x	x	12%	5%	0%	0%
Fysieke boekhandel: Ik kan er ook post versturen	x	x	x	x	4%	6%	12%	7%
Anders	8%	6%	6%	8%	1%	4%	8%	2%
Weet niet / kan niet zeggen	1%	1%	2%	1%	3%	0%	0%	2%

A03. Wat zijn voor u redenen om een boek te kopen bij onderstaande locaties?

Bedrijven alleen opgenomen bij 50 of meer waarnemingen

Basis: koopt bij specifieke locatie

Resultaten kunnen over de tijd heen afwijken door de toevoeging van nieuwe antwoord categorieën



Redenen aankoop boeken per winkel

Reden aankoop boek bij ...

Bruna (n=84)

	Juni '19	Juni '18	Juni '17	Juni '16
Internet: Breed aanbod, ik kan alle titels, in alle genres bestellen	9%	x	x	x
Internet: prettig om thuis te kunnen winkelen	2%	2%	7%	4%
Internet: vanwege de openingstijden (24 uur per dag open)	5%	6%	9%	4%
Internet: ik kan er gemakkelijk naar boeken zoeken	6%	5%	0%	0%
Veelal grote en ruime keuze	14%	16%	27%	22%
Internet: de veelheid aan informatie over boeken	4%	2%	7%	3%
Vanwege de prijs	0%	3%	13%	12%
Makkelijk te bereiken	35%	32%	52%	38%
Vaak leuke aanbiedingen	21%	19%	28%	22%
Verkopen ook andere zaken, die ik vaak nodig heb, dan alleen boeken	15%	12%	27%	26%
Is een prettige en inspirerende omgeving om rond te lopen, te zoeken, etc.	31%	42%	30%	28%
Ik kan makkelijk een boek omruilen	8%	8%	26%	7%
Vanwege de geautomatiseerde tips over wat andere mensen ook kochten	0%	x	x	x
Laten verrassen en inspiratie op doen voor bijv. een leuk boek/cadeau	11%	21%	24%	18%
Fysieke boekhandel: Dicht bij mij in de buurt	39%	36%	58%	47%
Fysieke boekhandel: Kom ik langs als ik aan het winkelen ben	36%	41%	46%	44%
Persoonlijke bediening	20%	24%	21%	22%
Fysieke boekhandel: Goede adviezen/suggesties van het personeel	17%	12%	13%	6%
Fysieke boekhandel: Ik kan er ook koffie of thee drinken	3%	0%	0%	0%
Fysieke boekhandel: Ik kan er ook post versturen	17%	11%	39%	22%
Anders	8%	2%	3%	0%
Weet niet / kan niet zeggen	1%	3%	3%	4%

Bedrijven alleen opgenomen bij 50 of meer waarnemingen

Basis: koopt bij specifieke locatie

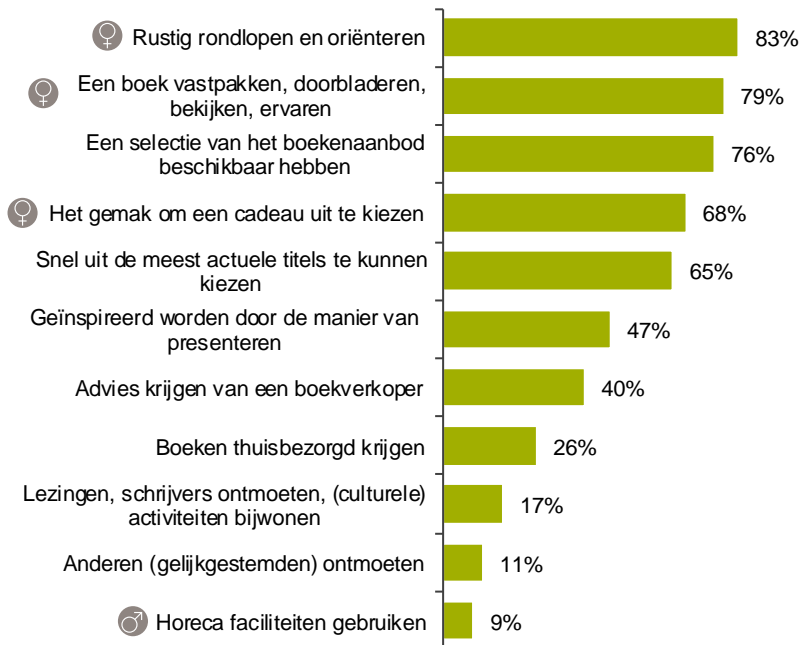
Resultaten kunnen over de tijd heen afwijken door de toevoeging van nieuwe antwoord categorieën

A03. Wat zijn voor u redenen om een boek te kopen bij onderstaande locaties?

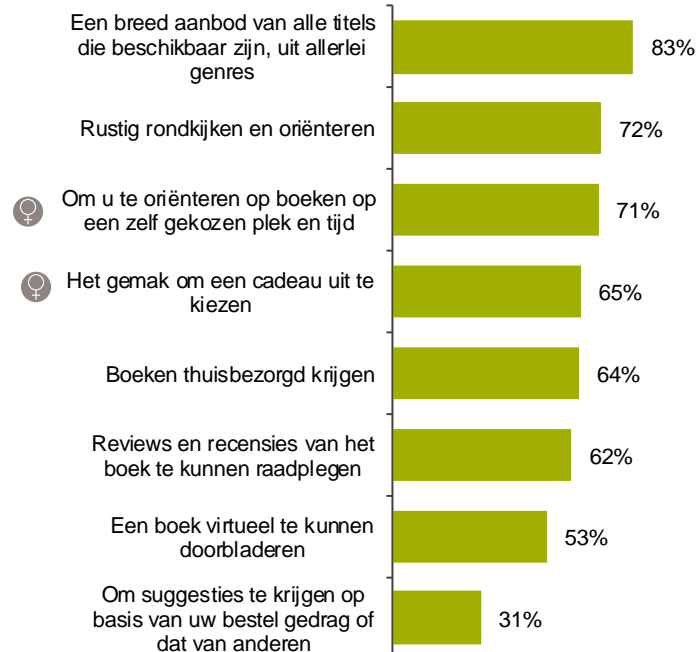
Belang aspecten boekwinkels bij kopers:



Mogelijkheden fysieke boekwinkel



Mogelijkheden online boekwinkel



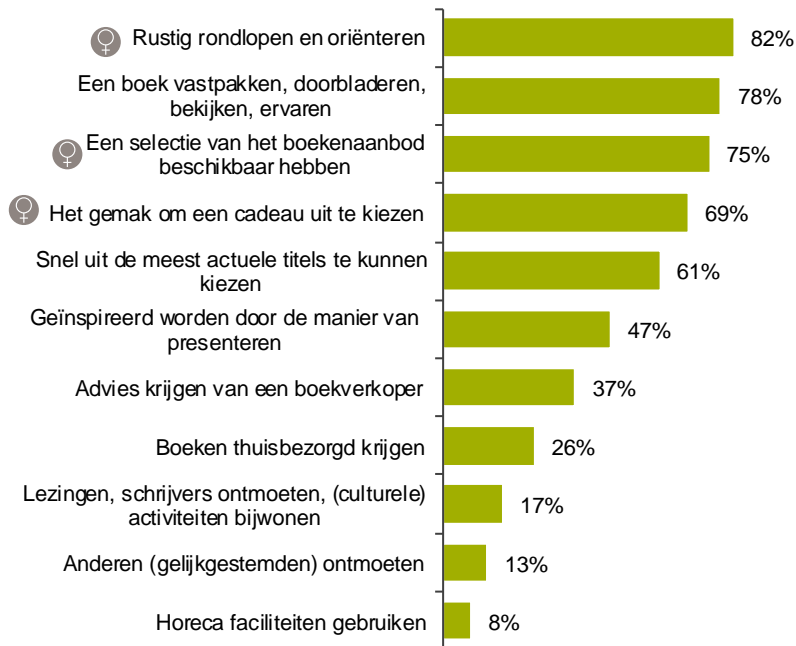
X03. Hoe belangrijk vindt u de volgende mogelijkheden in een fysieke boekwinkel, ongeacht of u hier gebruik van maakt?

X04. Hoe belangrijk vindt u de volgende mogelijkheden in een online boekwinkel?

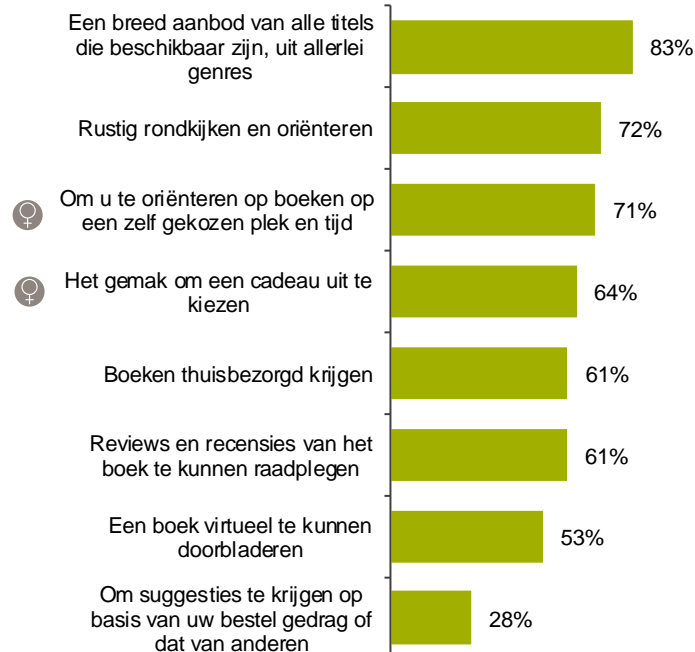


Belang aspecten boekwinkels bij lezers:

Mogelijkheden fysieke boekwinkel



Mogelijkheden online boekwinkel



X03. Hoe belangrijk vindt u de volgende mogelijkheden in een fysieke boekwinkel, ongeacht of u hier gebruik van maakt?

X04. Hoe belangrijk vindt u de volgende mogelijkheden in een online boekwinkel?

% (zeer) belangrijk

Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksverantwoording



Methode



Online (CAWI in GfK Online panel)



Invulduur van de vragenlijst: circa 15 minuten



Onderwerpen van de vragenlijst: leesgedrag, koopgedrag, leengedrag, luisterboeken, voorlezen, anderstalige boeken, sociaal culturele waarde boekhandel, lezen op vakantie, CPNB-campagnes.

Veldwerk



25 juni 2019 – 1 juli 2019



Netto steekproef: n = 1.204
Bruto steekproef: n = 5.411

Sample



GfK Online Panel



Nederlandse consumenten van 14 jaar en ouder



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

In de rapportage wordt soms 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 – 1-2 keer per kwartaal



Op sommige plekken in het rapport wordt vergeleken met NL representatief. Dit is de verhouding zoals die in de gehele populatie in Nederland (14 jaar en ouder) wordt gevonden.



Algemene voorwaarden

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