



Rapportage Boekenbranche Meting 54

Klantreis 2020



1 Inleiding

2 Management Summary

3 Onderzoeksresultaten

- Klantreis kopers
- Klantreis leners

4 Bijlagen

- Achtergrondinformatie
- Onderzoeksverantwoording
- Algemene voorwaarden

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 themameting van 2020 behandelt het thema klantreis van zowel kopers als leners, waarbij de gevolgen van corona mede aan de orde komen.

Doel

Het doel van het onderzoek is om meer inzicht te krijgen in het lees- koop- een leengedrag (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. Er zijn in deze meting een aantal extra vragen meegenomen om ontwikkelingen naar aanleiding van de corona uitbraak te kunnen volgen.

Thema's

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

- Koop-/Leengedrag
- Laatste boek
- Triggers en inspiratie
- Aankoop-/Leenmoment
- Ervaringen
- Corona

Veldwerkperiode

Het veldwerk voor dit onderzoek vond plaats van 7 september 2020 tot en met 23 september 2020. Op 29 september werden de maatregelen om corona te voorkomen opnieuw aangescherpt. Het veldwerk voor deze studie was toen al afgerond.



*	Significant verschil t.o.v. primaire kopers of leners
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 1-3 keer per maand – Minder vaak

	In het onderzoek verwijzen we regelmatig naar klantreizen die op basis van eerder onderzoek zijn vastgesteld. Deze zijn als volgt gedefinieerd:
👤➡️📖	De gerichte klantreis (ik wil dit boek nu)
👤📖	De struin klantreis (ik hou ervan om door de boekwinkel te struinen)
📈💡📖	De prikkelende klantreis (dit moet ik onthouden, wil ik wel (over) lezen)
⚡📖	De impuls klantreis (ik was niet van plan dit boek te kopen)
€📖	De budget klantreis (ik ben op zoek naar aantrekkelijke koopjes)
📖📁	De cadeau klantreis (ik wil een boek cadeau geven)

Doelgroepen

In dit onderzoek maken we onderscheid naar de volgende doelgroepen:



Kopers totaal (n=513)

Kopers primair (n=408)

Consumenten die in de afgelopen 3 maanden een boek hebben gekocht en afgelopen half jaar niet hebben geleend

Kopers en leners (combinatie) (n=105)

Consumenten die in de afgelopen 3 maanden een boek hebben gekocht en ook boeken hebben geleend in het afgelopen half jaar

Leners totaal (n=509)

Leners primair (n=341)

Consumenten die het afgelopen half jaar een boek hebben geleend en de afgelopen 3 maanden geen boek hebben gekocht

Leners en kopers (combinatie) (n=168)

Consumenten die boeken hebben geleend in het afgelopen half jaar en ook in de afgelopen 3 maanden een boek hebben gekocht

Beide combinatie groepen hebben dezelfde kenmerken op het gebied van kopen en lenen. Zij hebben alleen andere vragen beantwoord (of over kopen of over lenen)

Management summary

Management summary -1-



- Corona heeft het koop- en leengedrag van Nederlanders veranderd. Van de kopers is 9% meer online gaan kopen, vanwege corona. In de winkels is de sfeer minder prettig en kun je minder makkelijk struinen. De effecten zijn het meest voelbaar bij kopers in de fysieke winkels. Leners besteden minder tijd in de bibliotheek; 4% is online gaan lenen en een deel van de leners is boeken gaan kopen. 26% van de kopers zegt dat corona het aankoopproces heeft beïnvloed, 37% van de leners zeggen dat corona van invloed is geweest op het leenproces. We zien dat de effecten het grootst zijn bij de veel-leners.
- Nog los van corona zien we het gebruik van het online verkoopkanaal toenemen bij aankoop. Van alle kopers kocht 57% het laatste boek online. Bijna een kwart (23%) geeft aan momenteel meer boeken online te kopen dan een jaar geleden. De helft van de kopers zou overwegen om via de website van de lokale boekhandel te kopen, bij gelijke voorwaarden. De kracht van bol.com ligt in het gemak; de boekhandel moet dan met name het gemak van bol.com zien te evenaren.
- Het laatst gekochte boek kostte gemiddeld € 18,31. 31% kocht meerdere boeken tegelijkertijd. De tweede aankoop is doorgaans iets goedkoper.
- 56% van de kopers weet vooraf niet welk boek ze gaan kopen. Er is daarmee nog veel beïnvloeding mogelijk in de winkel.

Management summary -2-



- Online is een belangrijk inspiratiekanaal geworden voor de aankoop van boeken. Ook social media speelt een belangrijke rol. Een groot deel van de kopers benoemt bovendien meerdere triggers voor een boek. Dit biedt goede handvatten voor communicatie die door herhaling meer effect zal sorteren. Voor bibliotheken is dit beduidend anders. Hier vindt de inspiratie vooral in de bibliotheek zelf plaats en/of via vrienden en familie. De inspiratietafel is hierbij bijvoorbeeld van belang.
- De meeste kopers zijn tevreden met hun aankoop. Ook leners zijn tevreden met hun geleende boek, maar iets minder vaak dan kopers. Kopers en leners delen graag hun mening over een boek. Ook dit doen kopers nog iets meer dan leners. Meestal doet men dit mondeling met vrienden of familie, men leent het boek uit of geeft het cadeau. Vier op de 10 kopers en leners houden een lijstje bij van nog te kopen/lenen boeken.
- 74% van de leners is inmiddels bekend met de online bibliotheek; 37% maakt er gebruik van. Van de leners leende 3% een luisterboek, geen van de kopers kocht een luisterboek.
- We zien dat de groep leners en kopers op een aantal manieren afwijkt van de primaire lezer/koper. Vaak zijn dit heavy lezers. Zij lenen vaker spannende fictie en literatuur dan dat zij dit kopen, terwijl zij biografieën en kinder- en jeugdboeken eerder kopen dan lenen.



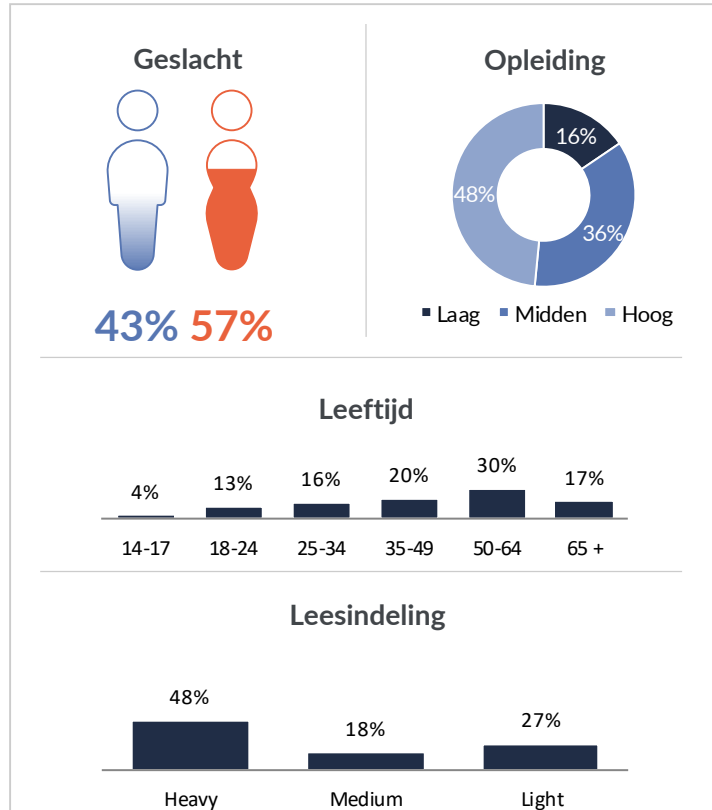
Growth
from
Knowledge

Onderzoeksresultaten

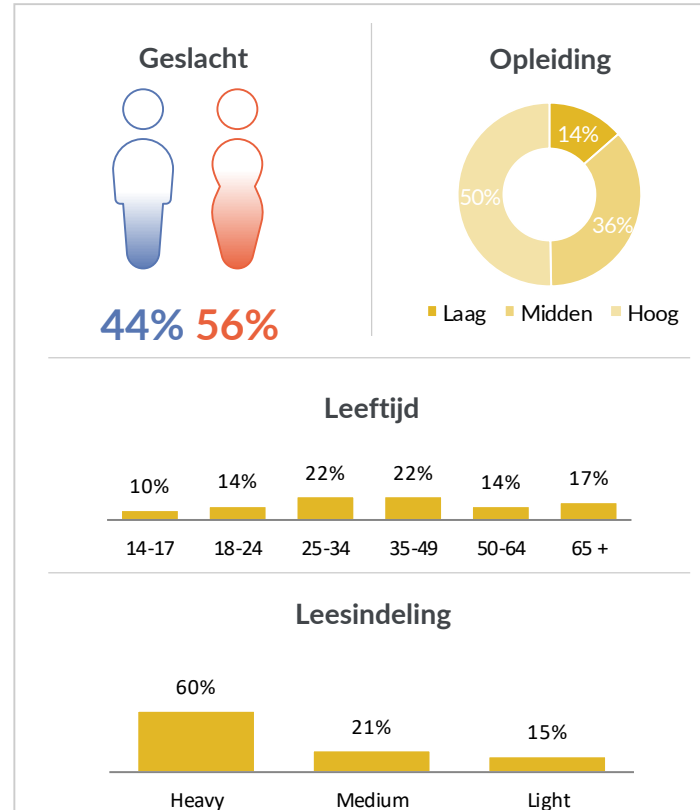
Kopers (primair en combinatie) zijn wat vaker hoogopgeleid dan primaire leners. Kopers & leners zijn veelal heavy lezers. Primaire leners zijn vaker dan kopers 65 plussers.



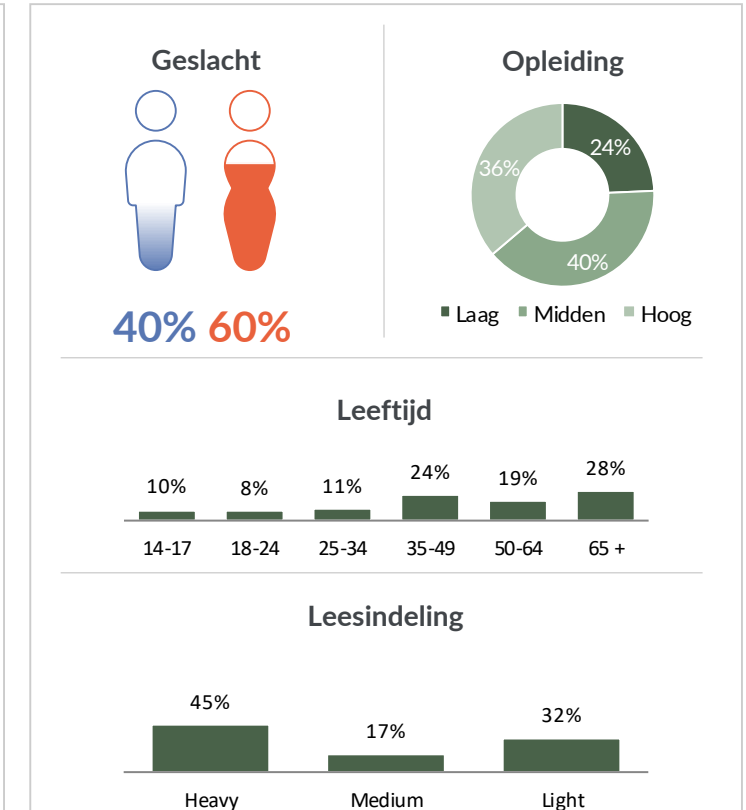
Primaire Kopers



Kopers & Leners



Primaire Leners



Wat is uw geslacht? Wat is uw leeftijd? Wat is uw hoogst gevolgde opleiding?
S01: Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)?

Basis: alle respondenten n=1.022



Growth
from
Knowledge

Klantreis kopers

80% van de Nederlandse boekkopers volgt wel eens een gerichte klantreis; 46% volgt wel eens een struin klantreis. De gerichte klantreis komt het meest voor.



Manieren om een boek te kopen

Laatste boekaankoop:



De gerichte klantreis

(ik wil dit boek nu)

80%



De cadeau klantreis

(ik wil een boek cadeau geven)

30%



De struin klantreis

(ik hou ervan om door de boekwinkel te struinen)

46%



De prikkelende klantreis

(dit moet ik onthouden, wil ik wel (over) lezen)

28%



De impuls klantreis

(ik was niet van plan dit boek te kopen)

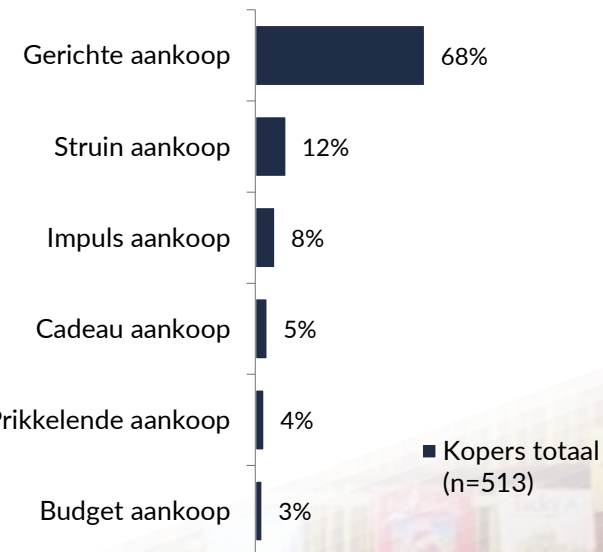
30%



De budget klantreis

(ik ben op zoek naar aantrekkelijke koopjes)

28%



Achtergrond:

Kopers tot 65 jaar doen vaker een impulsaankoop dan 65-plussers. Kopers tussen 50-64 jaar doen vaker een budget aankoop dan de andere leeftijdsgroepen.

Hoogopgeleiden doen vaker een struin aankoop en een cadeau aankoop dan laag- en middenopgeleiden.

Heavy en medium lezers doen vaker een struin aankoop dan light lezers.

Heavy lezers doen vaker een prikkelende klantreis dan light lezers.

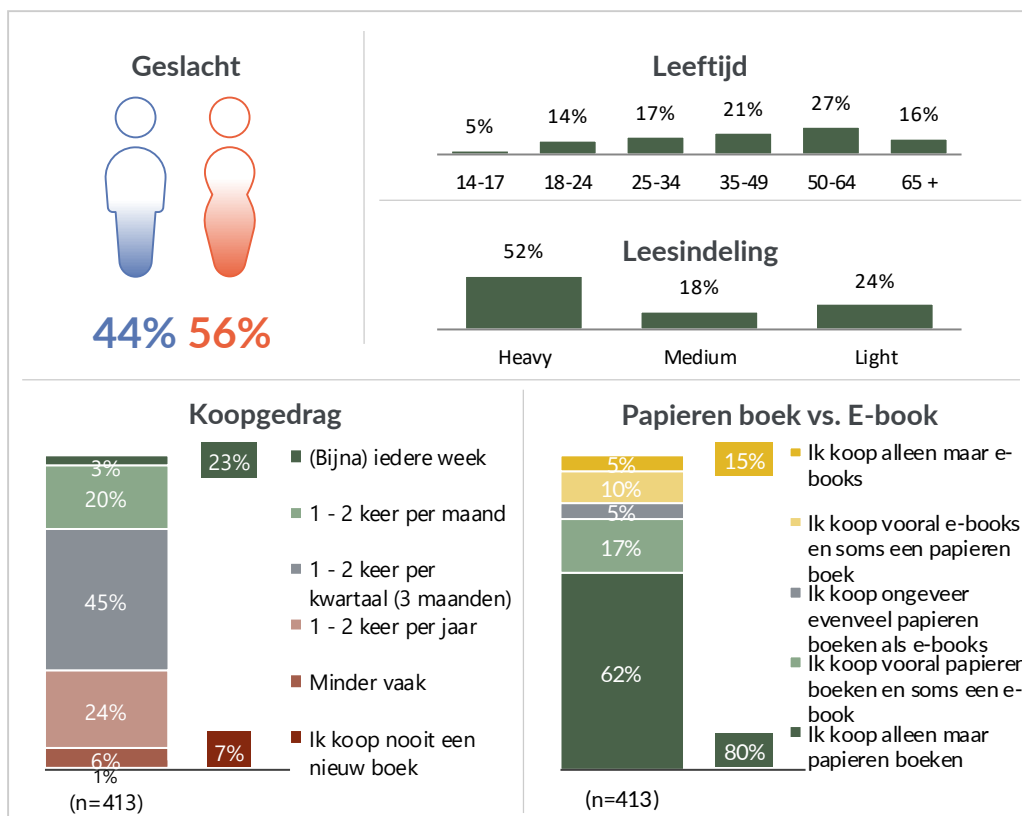
S14: Er zijn verschillende manieren waarop u tot de aankoop van een boek kunt komen. Hieronder staat een aantal van deze beschreven. Kunt u aangeven welke van deze manieren u weleens toepast?

Basis: Kopers, alle respondenten

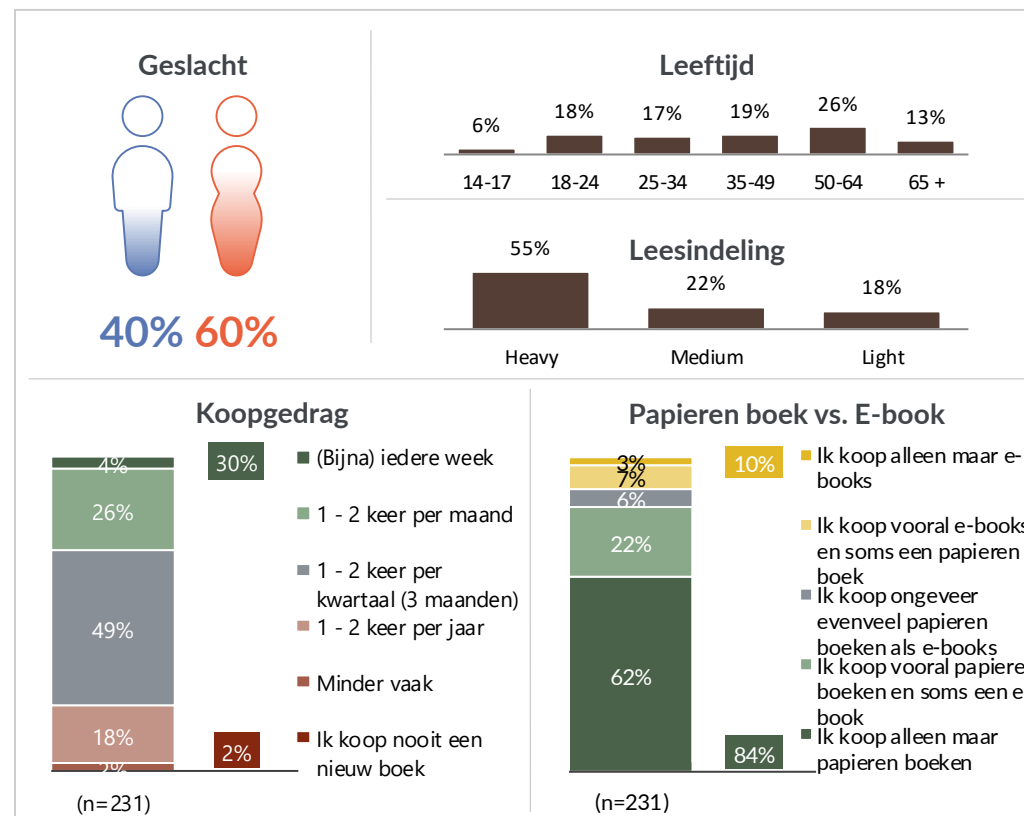
Wie volgen de verschillende klantreizen: De struin klantreisvolgers kopen relatief vaak boeken.



De gerichte klantreis (80%)



De struin klantreis (46%)



Wat is uw geslacht? Wat is uw leeftijd?

S01: Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)?

S05: Hoe vaak koopt u gemiddeld boeken (papieren, e-books, luisterboeken)?

S02b: Wanneer u koopt, zijn dit dan papieren boeken of e-books?

Basis: Kopers, alle respondenten
Basis S02b: Kopers, die weleens boeken kopen

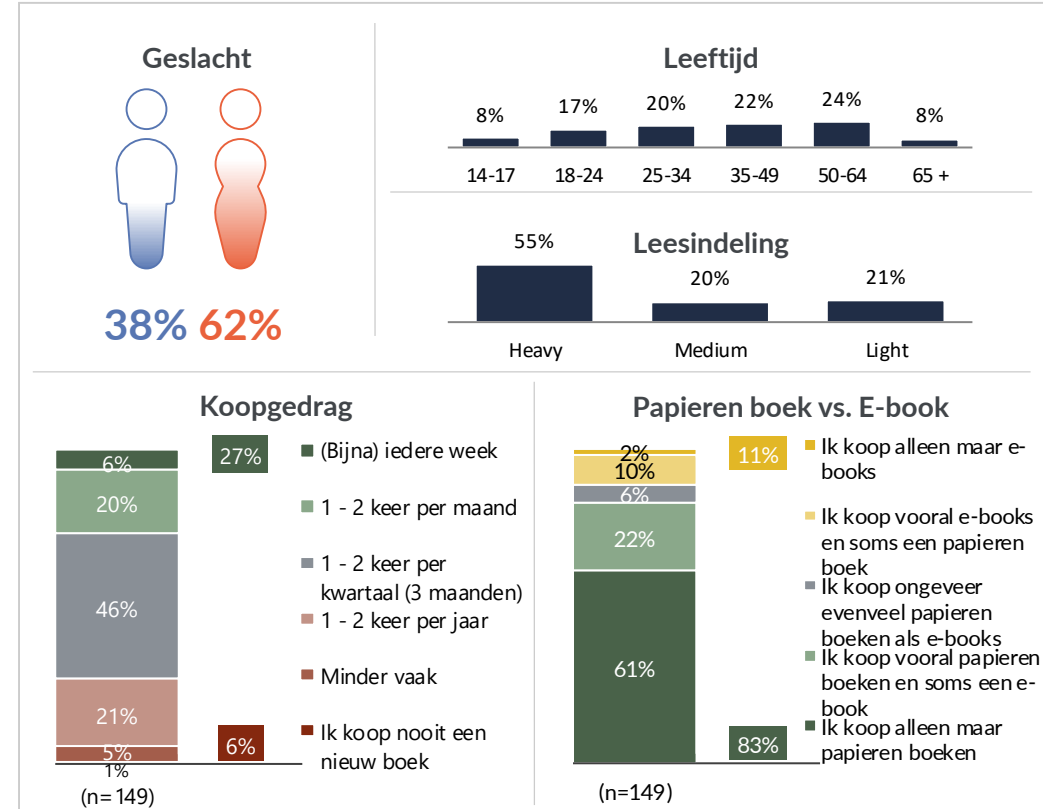
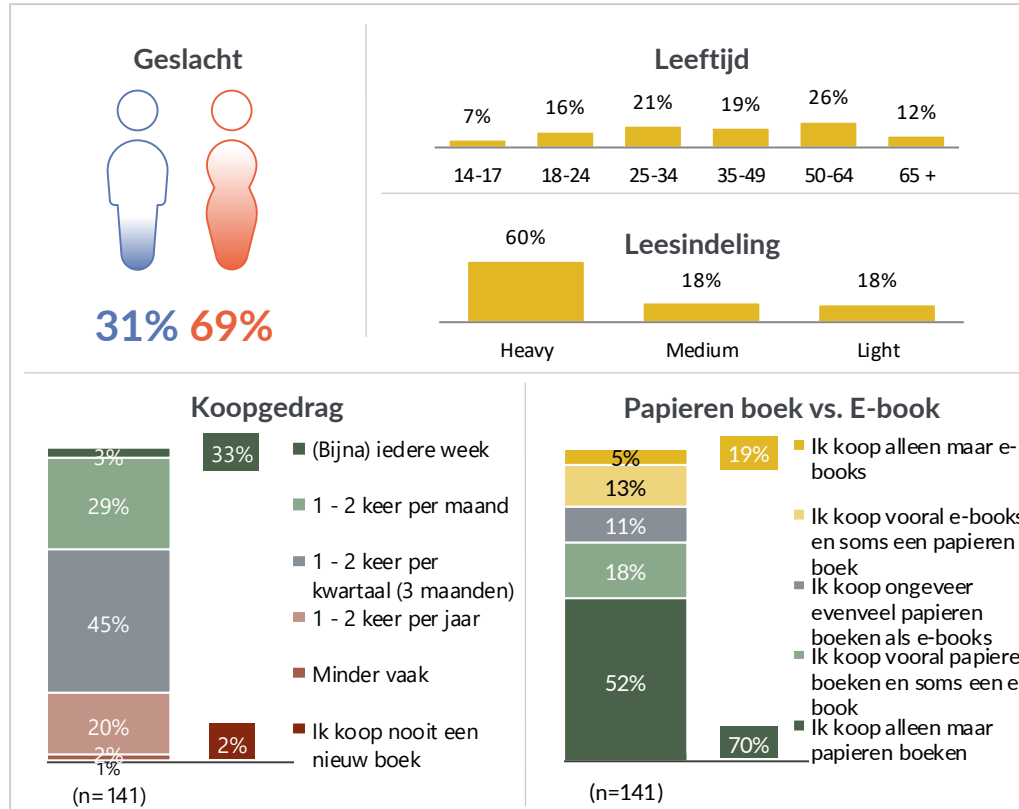
De prikkelende klantreis wordt vaker gevolgd door heavy lezers en vrouwen. Zij kopen relatief vaak boeken (wat vaker e-books) en houden vaak een lijstje bij. De impuls klantreis volgers zijn vaker jong.



De prikkelende klantreis



De impuls klantreis



Wat is uw geslacht? Wat is uw leeftijd?

S01: Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)?

S05: Hoe vaak koopt u gemiddeld boeken (papieren, e-books, luisterboeken)?

S02b: Wanneer u koopt, zijn dit dan papieren boeken of e-books?

Basis: Kopers, alle respondenten
Basis S02b: Kopers, die weleens boeken kopen

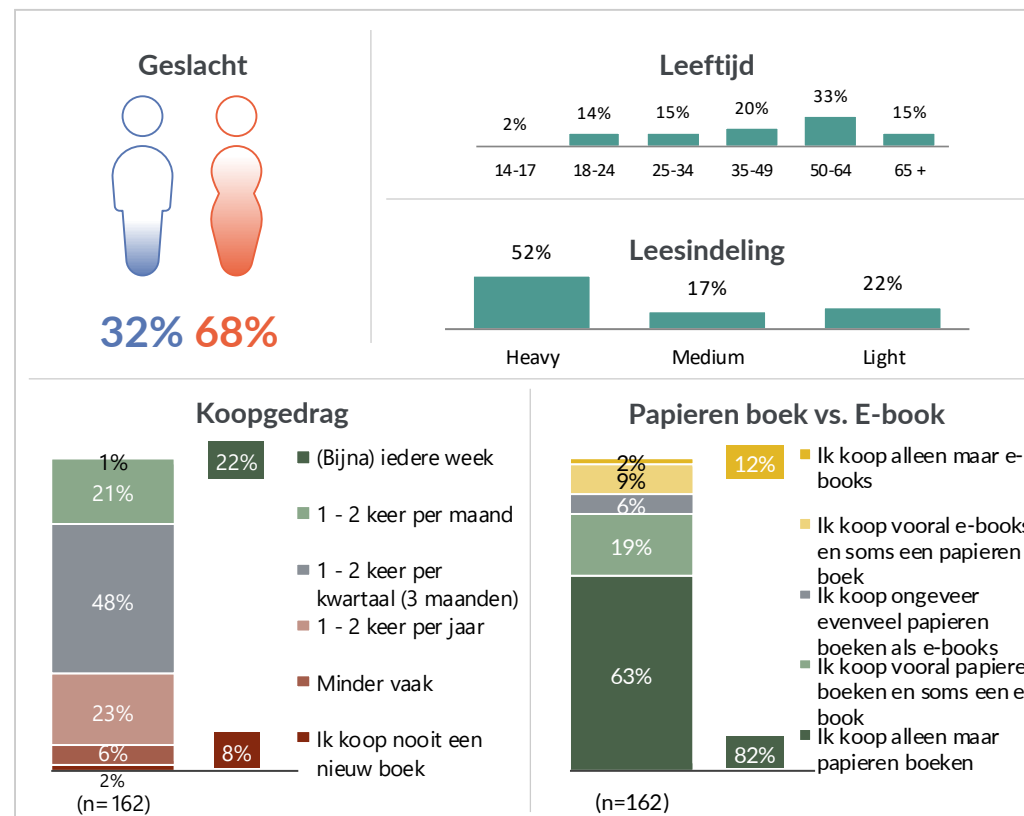
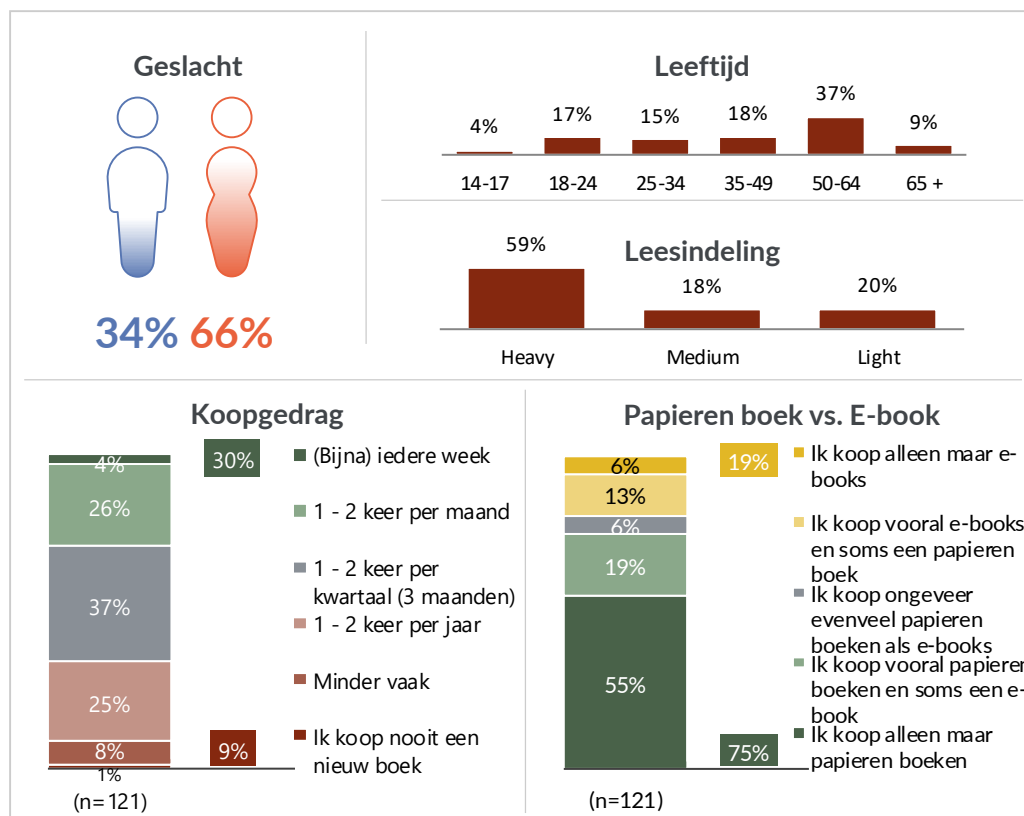
Budget klantreis volgers zijn vaak heavy lezers en veelal iets ouder (50-64). Zij lezen vaker e-books. De cadeau klantreis wordt vaker gevolgd door vrouwen.



De budget klantreis



De cadeau klantreis



Wat is uw geslacht? Wat is uw leeftijd?

S01: Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)?

S05: Hoe vaak koopt u gemiddeld boeken (papieren, e-books, luisterboeken)?

S02b: Wanneer u koopt, zijn dit dan papieren boeken of e-books?

Basis: Kopers, alle respondenten
Basis S02b: Kopers, die weleens boeken kopen

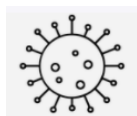
Lenen en kopen in tijden van corona

Corona heeft het koop- en leengedrag van Nederlanders veranderd.
Het heeft het online verkoopkanaal een extra boost gegeven.



Kopen

26%



... van de boekenkopers geeft aan dat corona van invloed is geweest op het aankoopproces.

Men koopt **sneller, meer gericht** of op **andere plekken**.

9%



... van de boekenkopers kocht vaker online in plaats van in de winkel.



Lenen

37%

... van de boekenleners geeft aan dat corona van invloed is geweest op het leenproces.

Leners besteden vooral **minder tijd** in de bibliotheek dan normaal. Maar lenen ook vaker **gericht** en **oriënteren meer online**.

4%

... van de leners koos voor de online bibliotheek ipv de fysieke bibliotheek.

10%

... van de kopers/leners kocht een boek in plaats van te lenen.

5%

... van de leners/kopers leende een boek dat men anders gekocht zou hebben

Opvallend

3%



... van de boekenkopers koos ervoor om meer in de fysieke winkel te kopen (vanwege corona)

De helft van de kopers (51%) zou overwegen om via de website van de lokale boekhandel te kopen, bij gelijke voorwaarden.



Waarom niet overwogen:

Bol.com is gemakkelijker



62%

Corona heeft voor een kwart van de boekenkopers tot veranderd gedrag geleid. Men koopt sneller, meer gericht of op andere plekken.



Invloed corona op aankoopproces

Achtergrond:

Hoogopgeleiden hebben vaker het boek in een fysieke winkel gekocht in plaats van online dan midden- en laagopgeleiden.

Laagopgeleiden kochten vaker dan midden- en hoogopgeleiden het boek in een andere fysieke winkel dan zij normaalgesproken zouden doen

Kopers/leners ervaren vaker gevolgen voor het aankoopproces van het boek. Zij hebben boeken gekocht die ze anders geleend zouden hebben. Ook kopen zij meer gericht dan ze anders zouden hebben gedaan.

Het zijn vooral de frequente kopers waar de invloed sterker voelbaar is.



D13: U heeft dit boek gekocht na de corona uitbraak. Het kan zijn dat de situatie rondom corona op een bepaalde manier van invloed is geweest op de keuzes die u hebt gemaakt tijdens het aankoopproces van dit boek. Kunt u aangeven of dit zo is en zo ja, op welke manier?

Basis: Kopers, alle respondenten

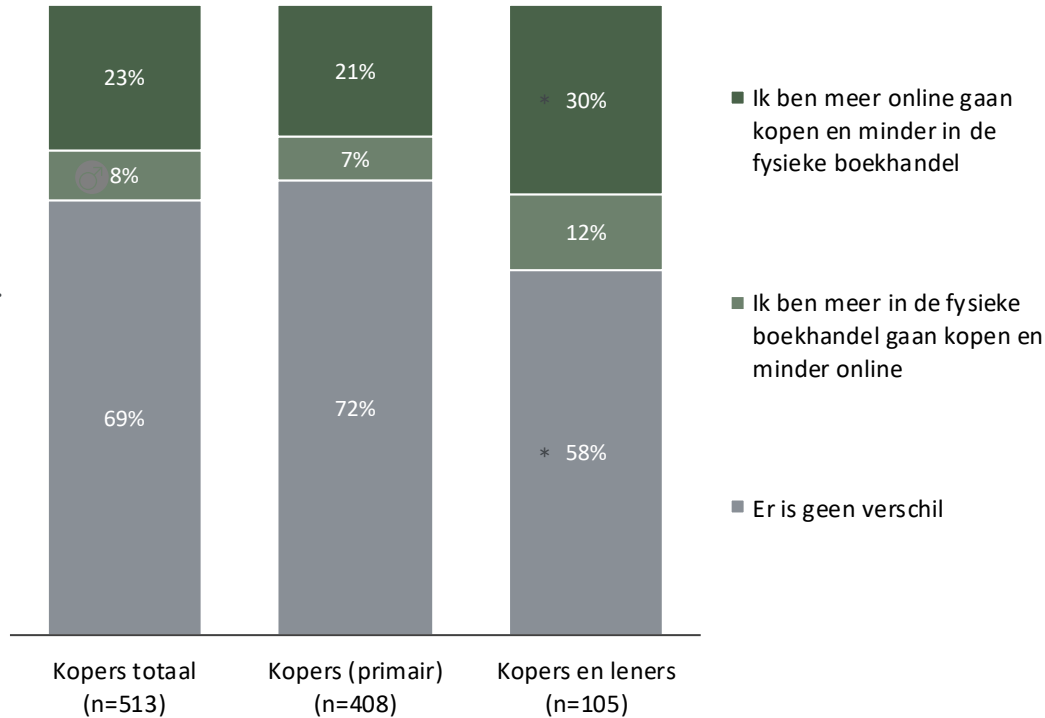
Bijna een kwart koopt momenteel meer online dan een jaar geleden. Van alle kopers koopt 9% vaker online vanwege corona.



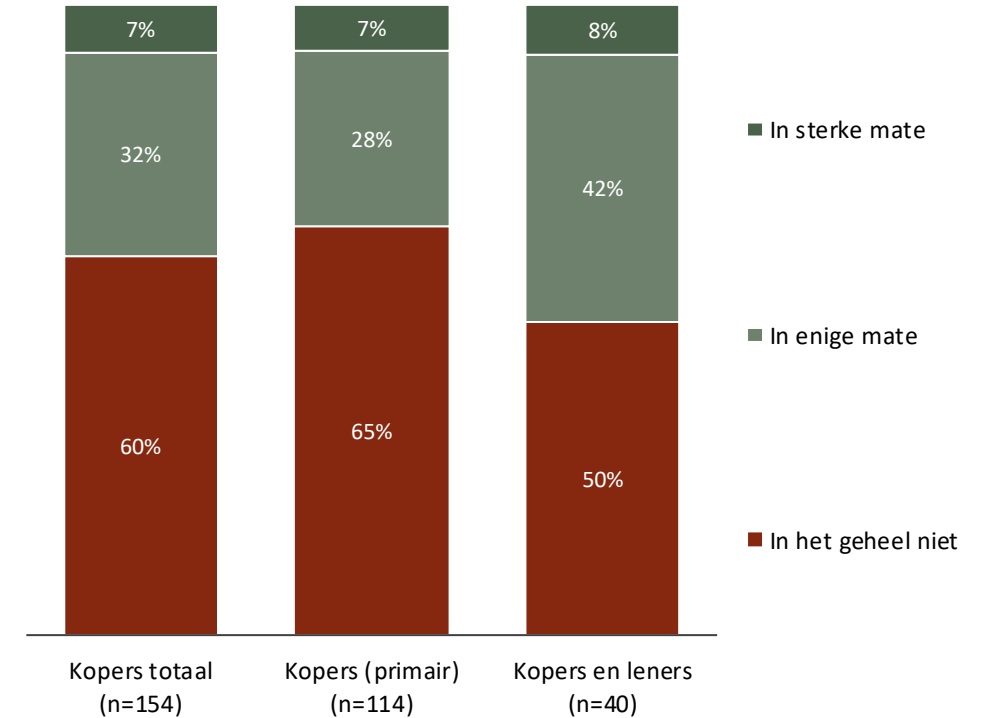
Boekenaankopen vs. jaar geleden



3% van de kopers is juist meer in de fysieke winkel gaan kopen vanwege corona. (8% is juist meer in de fysieke winkel gaan kopen. Voor zo'n 40% is dit coronagerelateerd)



Boekenaankopen veranderd door corona



Achtergrond:

Medium lezers en laagopgeleiden zijn vaker meer online gaan kopen en minder in de fysieke boekhandel dan heavy en light lezers, en midden- en hoogopgeleiden.

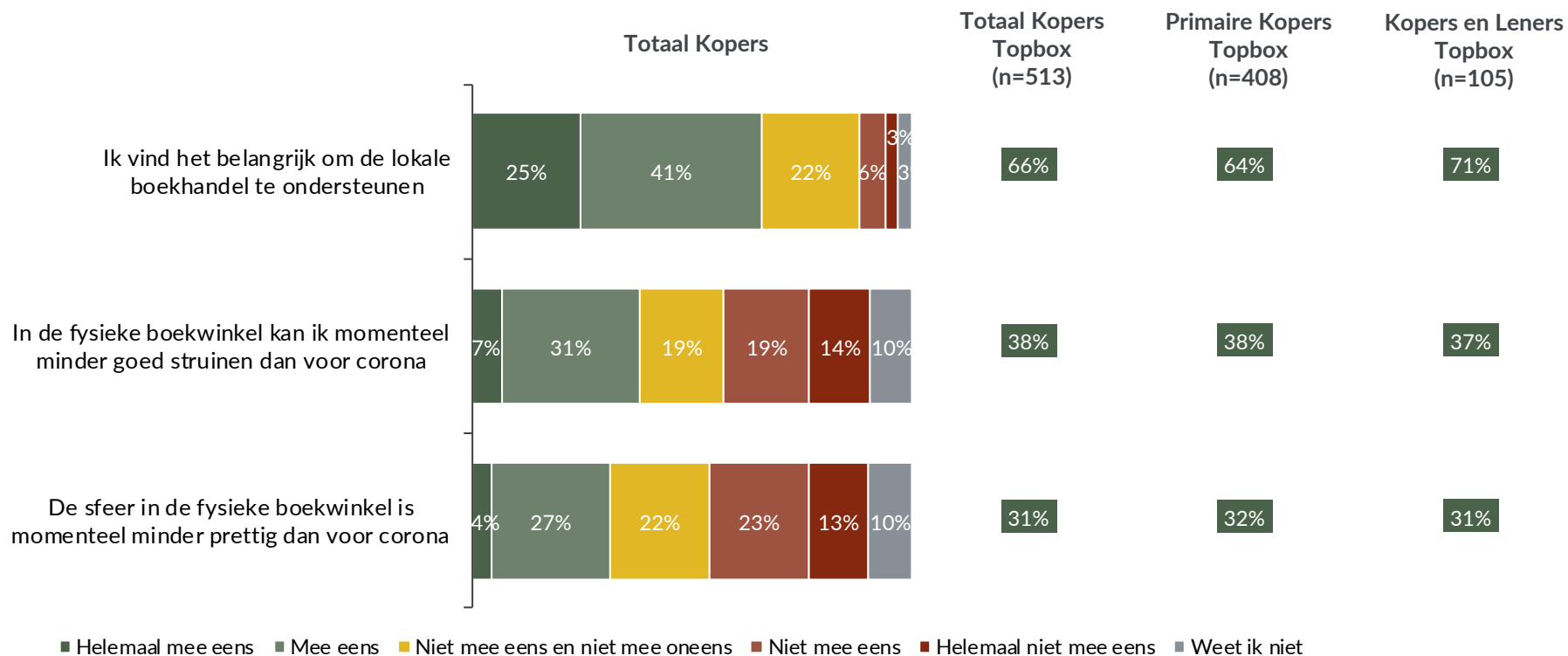
E11: Als u uw huidige boekenaankopen vergelijkt met een jaar geleden, welke van onderstaande uitspraken is dan waar?
E12: In hoeverre wordt deze verandering veroorzaakt door de coronacrisis?

Basis E11: Kopers, alle respondenten
Basis E12: Kopers, heeft verandering gebracht in boekenaankopen vergeleken met een jaar geleden

Tweederde van alle boekenkopers erkent dat het belangrijk is de lokale boekhandel te ondersteunen. Tegelijkertijd ziet men ook dat het 'struinen' en de 'sfeer' door corona negatief wordt beïnvloed.



Invloed corona op fysieke boekenwinkel



Topbox = (Helemaal) Mee eens

Achtergrond:

Kopers tot 50 jaar en 65-plussers zijn het vaker (helemaal) eens met de stelling 'de sfeer in de fysieke boekwinkel is momenteel minder prettig dan voor corona' dan 50-64 jarigen.

Kopers van 65 jaar en ouder zijn het vaker (helemaal) eens met de stelling 'ik vind het belangrijk om de lokale boekhandel te ondersteunen' dan kopers tot 50 jaar.

E13: In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen?

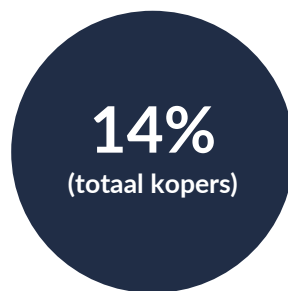
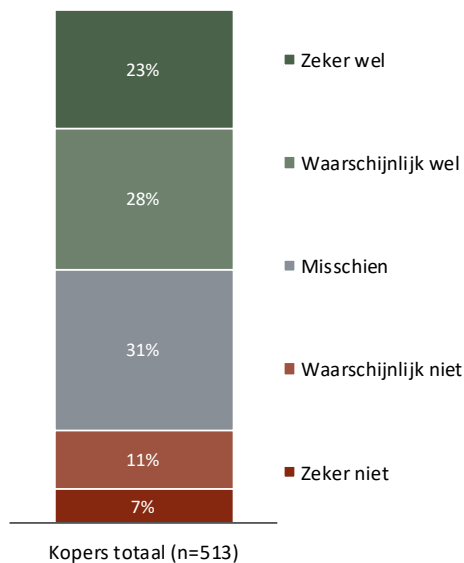
Basis: Kopers, alle respondenten

De helft van de kopers zou overwegen om via de website van de lokale boekhandel te kopen, bij gelijke voorwaarden. De kracht van bol.com ligt in het gemak.



Overweging aanschaf boek online via website lokale boekhandel

Stel dat u informatie zou hebben over de website van uw lokale boekhandelaar en de voorwaarden (verzendkosten en bezorgen) zijn vergelijkbaar met een online boekwinkel. Zou u dan overwegen om hier boeken te kopen?



..heeft overwogen boek te kopen via website van lokale boekhandel

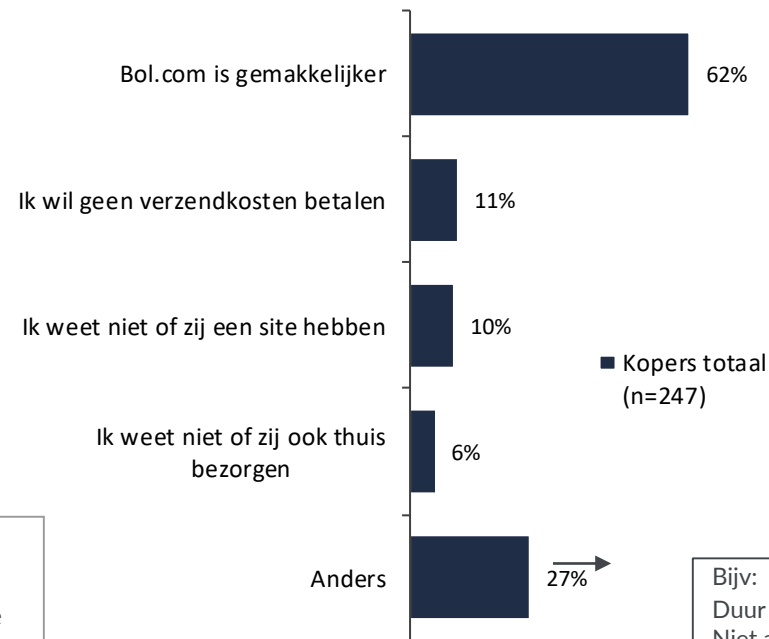
Achtergrond:

Kopers tot 35 jaar geven vaker aan waarschijnlijk wel te overwegen via de website van de lokale boekhandel boeken te kopen dan 50-plussers.

Klantreis:

Het zijn met name de **gerichte** reizigers die dit eerder zouden overwegen.

Waarom niet overwogen:



Bijv:
Duur
Niet aan gedacht
Prijs
Verkopen ze daar niet
E-book

D10a: U heeft het boek in de online winkel gekocht. Heeft u overwogen om dit boek te kopen via de website van een lokale boekhandel?

D10b: Waarom heeft u dit niet overwogen?

D10c: Zou u dan overwegen om hier boeken te kopen?

Basis D10a: Kopers, heeft boek online aangeschaft
Basis D10b: Kopers, heeft niet overwogen om via de website van een lokale boekhandel het boek te kopen
Basis D10c: Kopers, alle respondenten

Corona heeft voor 37% van de leners tot veranderd gedrag geleid. Leners besteden vooral minder tijd in de bibliotheek dan normaal. Maar lenen ook vaker gericht en oriënteren meer online.

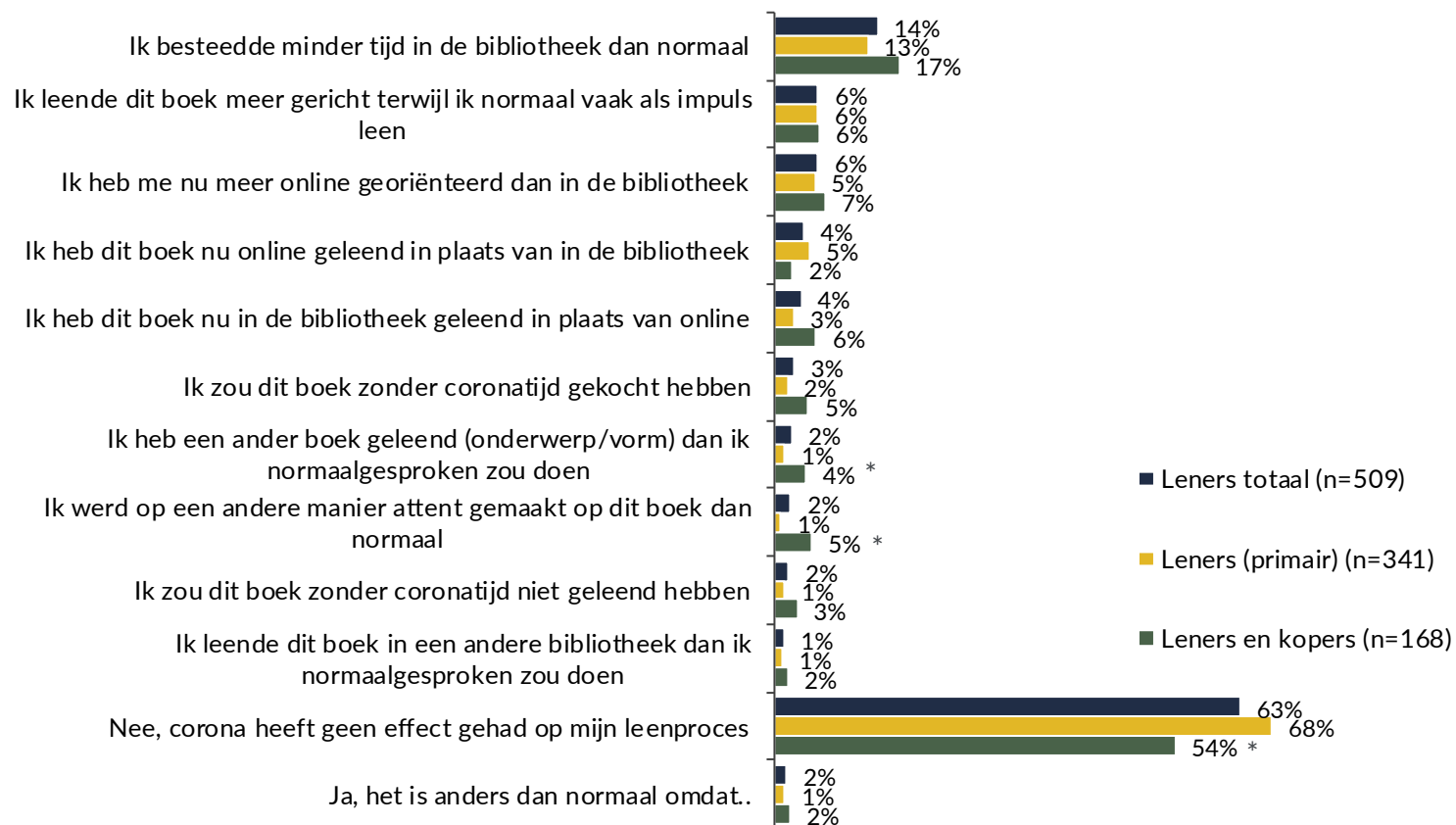


Invloed corona op leenproces

Achtergrond:

Leners tot 35 jaar geven vaker aan het boek meer gericht te hebben geleend terwijl zij normaal vaak als impuls lenen dan leners van 35-49 jaar.

Heavy lezers geven vaker dan light lezers aan dat zij minder tijd besteedde in de bibliotheek dan normaal.





Growth
from
Knowledge

Kopers laatste boek

Het laatst gekochte boek kostte gemiddeld € 18,31. 45% kocht meerdere boeken tegelijkertijd. De tweede aankoop is doorgaans iets goedkoper.



Boek

84%

... van de kopers kocht een papieren boek. 16% kocht een e-book.



55% 1 boek gekocht

31% 2 boeken

14% 3 of meer boeken



84%

Van de gekochte boeken was Nederlandstalig.



Prijs

Gemiddelde prijs van het laatstgekoachte boek:

€ 18,31

Totale gemiddelde prijs bij meerdere aankopen:

€ 35,10

Tweede gekochte product doorgaans dus iets goedkoper.

€ 16,79

Opvallend



Struin- en prikkelende reizigers kopen vaker meer boeken tegelijkertijd.

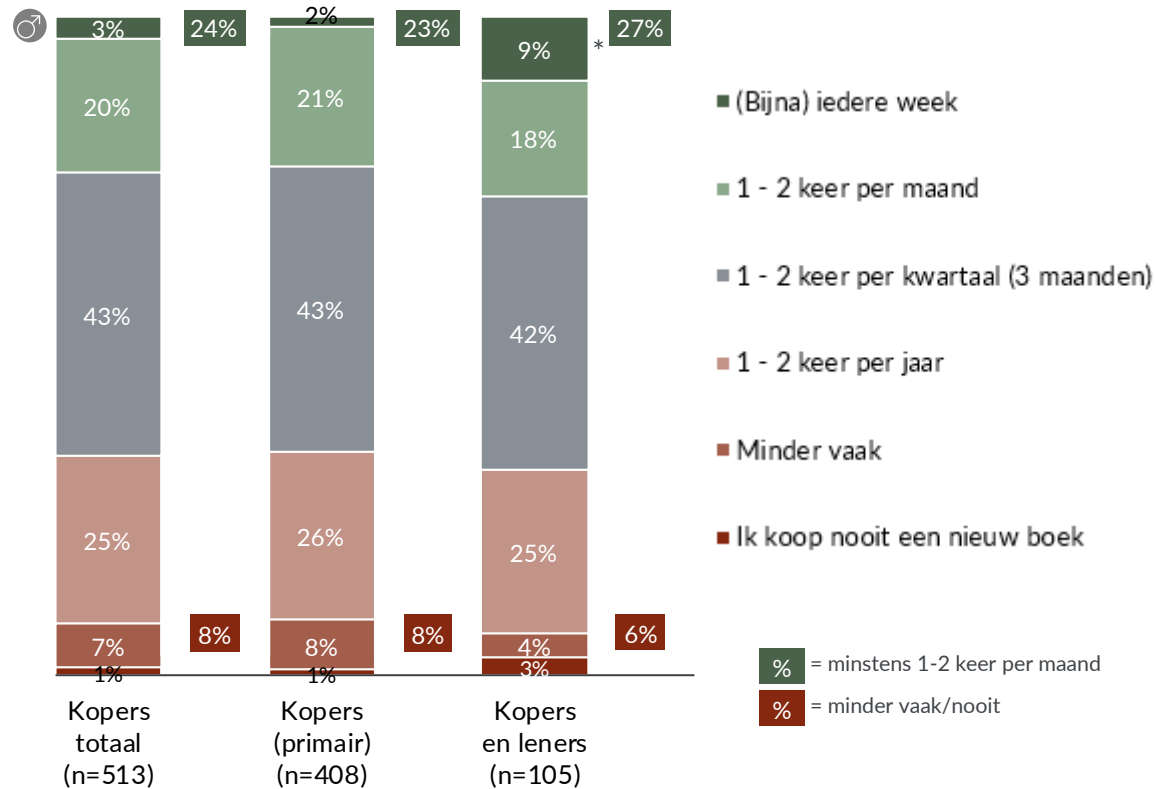


Spannende fictie wordt het meest gekocht; de kopers/leners kopen minder vaak spannende fictie en vaker autobiografieën en kinderboeken.

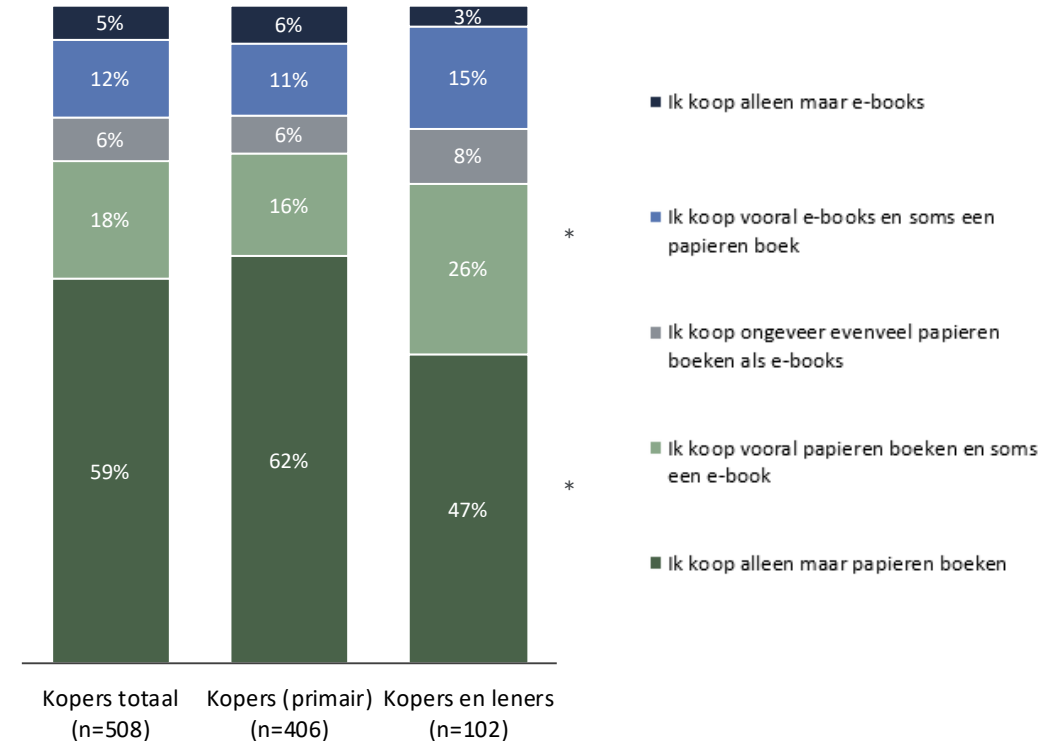
Kopers/leners zijn veelvuldige boekenkopers; zij kopen vaker e-books dan de primaire kopers.



Koopfrequentie boeken



Papier of e-book

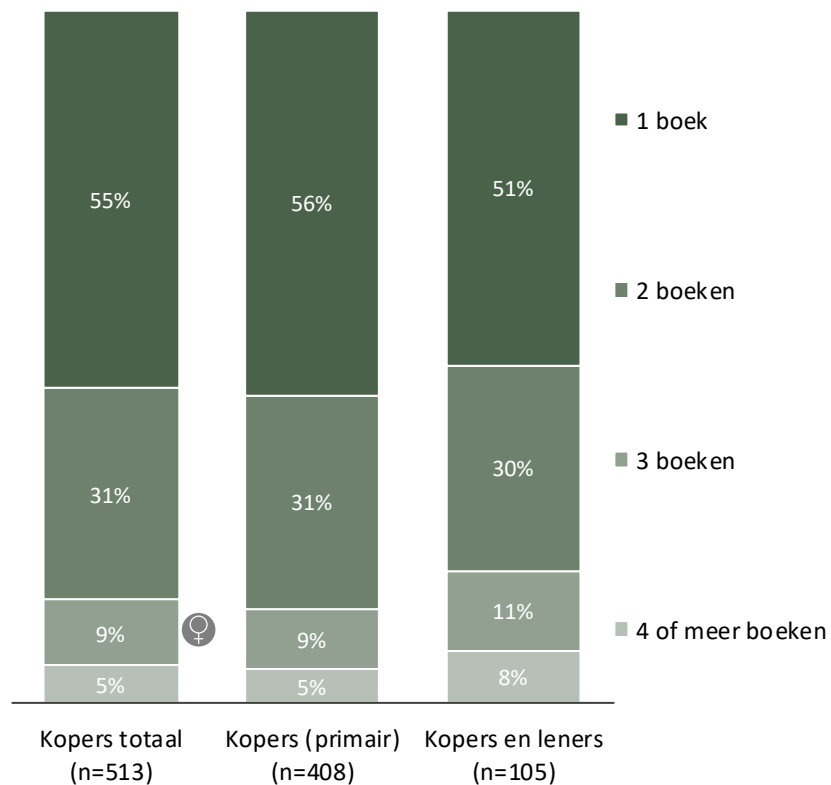


Achtergrond:
Medium en light lezers geven vaker aan alleen papieren boeken te kopen dan heavy lezers.

De meeste kopers kopen 1 boek, maar bijna eenderde van de totale kopers kocht 2 boeken tegelijkertijd.



Hoeveelheid aankopen



Achtergrond:

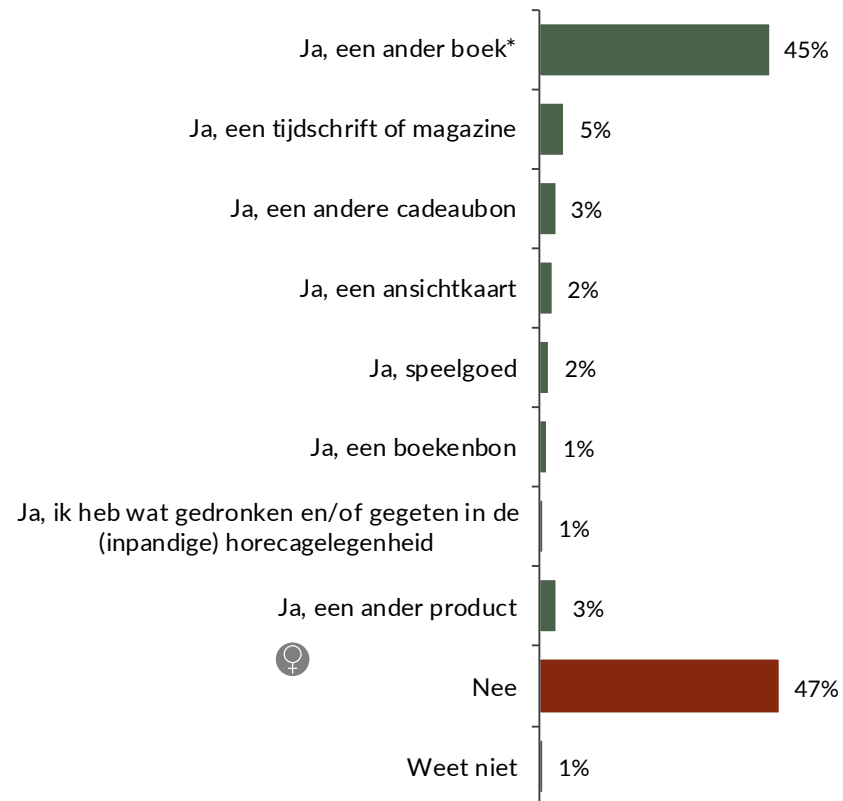
Kopers jonger dan 35 jaar en tussen 50-64 jaar kochten de laatste keer vaker 3 boeken dan de andere leeftijdsgroepen.

Laagopgeleiden kochten vaker een boekenbon naast een boek dan midden en hoogopgeleiden.

Klantreis:

Struinreizigers en prikkelende reizigers kopen vaker meerdere boeken tegelijkertijd.

Bijgekohte producten naast aanschaf boek



A01a: Toen u de laatste keer een nieuw boek (papier of e-book) kocht, kocht u er toen 1 of meerdere?
A05: Heeft u tijdens de aanschaf van het boek nog andere producten erbij gekocht?

* gecorrigeerd obv vraag A01a.

Basis: Kopers, alle respondenten

84% van de kopers kocht een papieren boek. Meestal een uitgave met een zachte koft.



Soort boek

Achtergrond:

Kopers van 35 jaar en ouder hebben vaker een e-book gekocht dan kopers tot 35 jaar. 65-plussers geven vaker aan een papieren boek (goedkope editie) te hebben gekocht dan de andere leeftijdsgroepen.

Heavy lezers hebben vaker een e-book gekocht dan medium en light lezers.

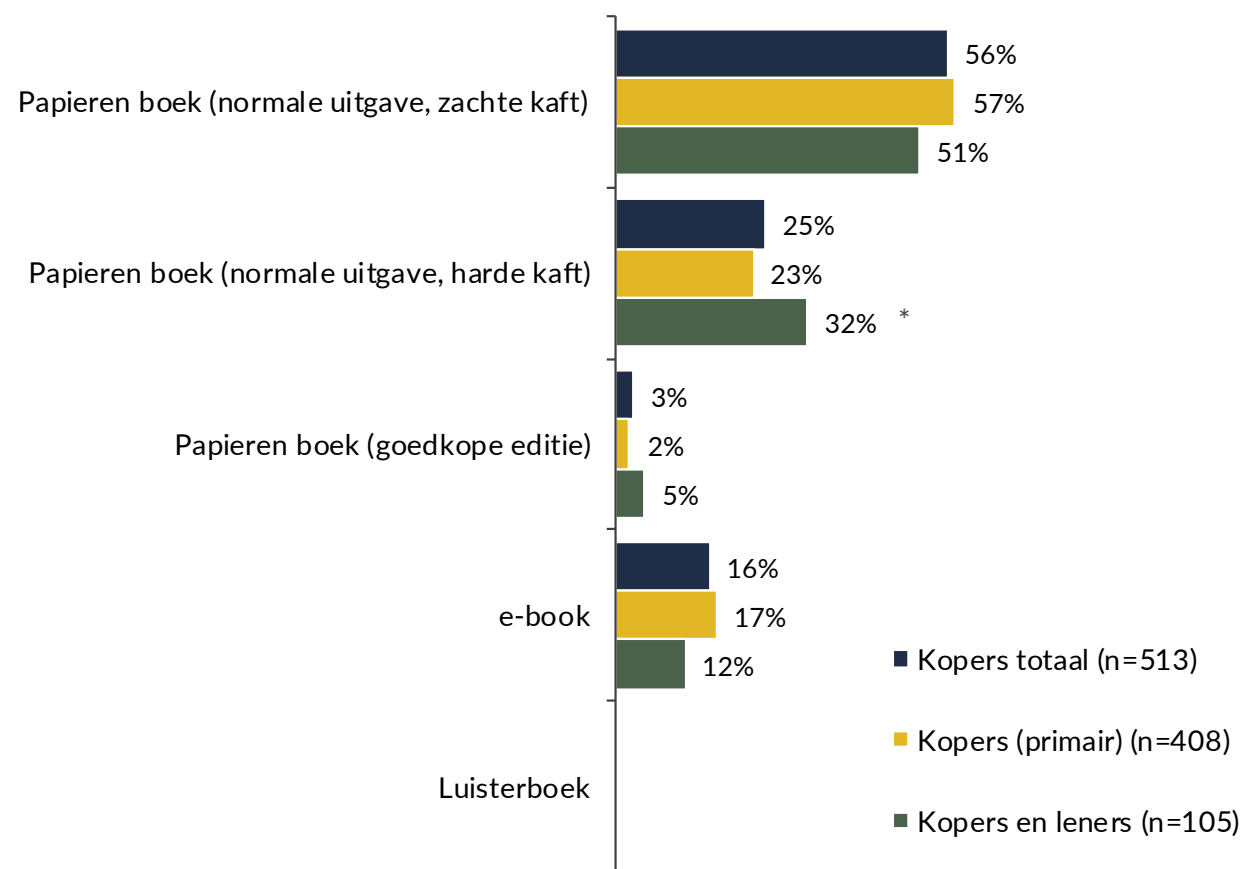
Klantreis:

Het zijn de **budget**reizigers die wat vaker een e-book kopen.

Cadeaureizigers kopen vaker een harde koft

Leners:

Van de leners leende eveneens 84% een papieren boek.



Spannende fictie wordt het meest gekocht; de kopers/leners kopen minder vaak spannende fictie en vaker autobiografieën en kinderboeken.



Genre boek

Achtergrond:

50-plussers kochten vaker spannende fictie dan jongeren tot 35 jaar.

Laag- en middenopgeleiden hebben vaker romantische fictie en reis- en recreatieboeken gekocht dan hoogopgeleiden.

Klantreis:

Het zijn de **struinreizigers** die wat vaker spannende fictie kopen. Ook **budget-** en **impulsreizigers** lijken dit vaker te kopen.

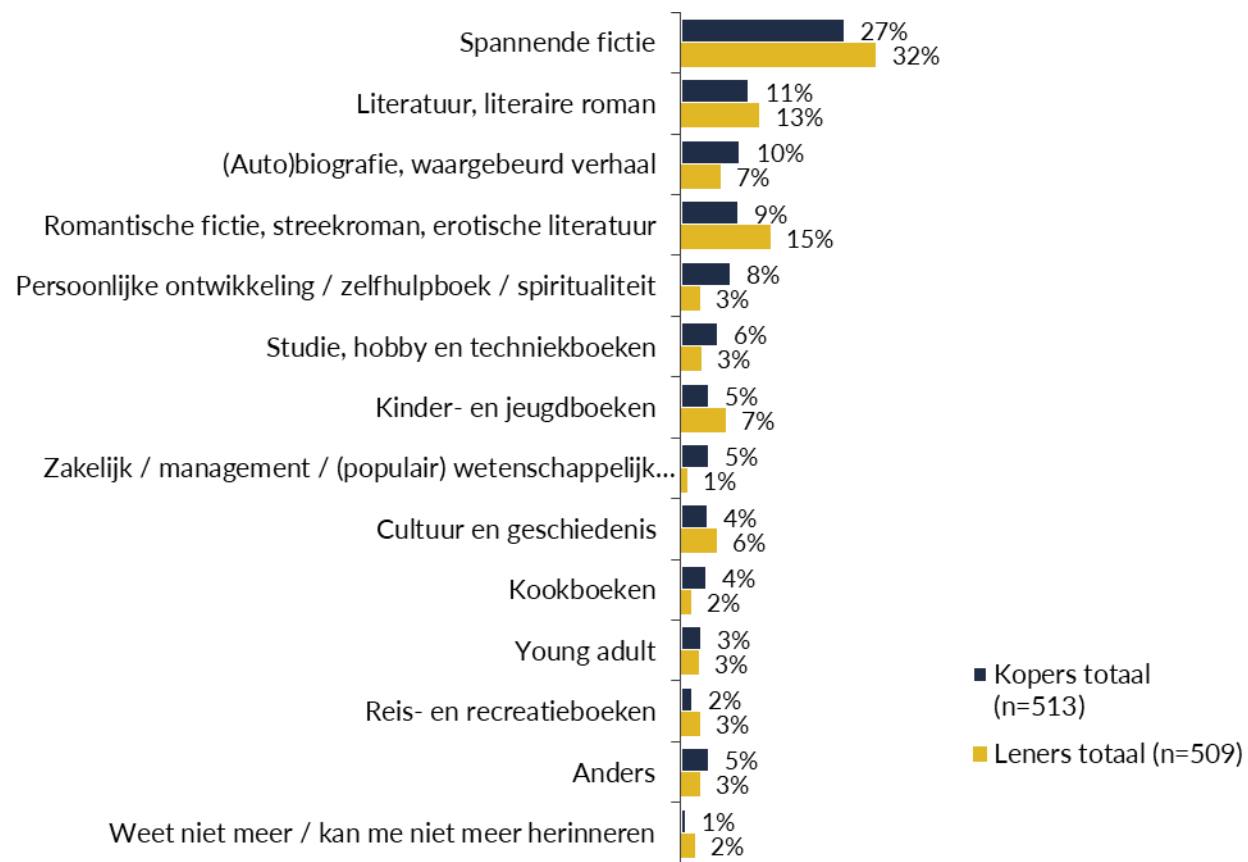
Genre	Kopers totaal (n=513)	Kopers (primair) (n=408)	Kopers en leners (n=105)
Spannende fictie	27%	30%	14% *
Literatuur, literaire roman	11%	11%	13%
(Auto)biografie, waargebeurd verhaal	10%	8%	15% *
♀ Romantische fictie, streekroman, erotische literatuur	9%	9%	9%
Persoonlijke ontwikkeling / zelfhulpboek / spiritualiteit	8%	9%	6%
Studie, hobby en techniekboeken	6%	6%	6%
Kinder- en jeugdboeken	5%	2%	12% *
♂ Zakelijk / management / (populair) wetenschappelijk boek	5%	5%	3%
Cultuur en geschiedenis	4%	4%	4%
♀ Kookboeken	4%	5%	2%
Young adult	3%	3%	5%
♂ Reis- en recreatieboeken	2%	2%	3%
Anders	5%	4%	7%
Weet niet meer / kan me niet meer herinneren	1%	1%	0%

Gekochte e-books of luisterboeken betreft vaker spannende fictie en romantische fictie/streekroman, erotische literatuur in vergelijking met papieren boeken. Kinderboeken en zakelijke boeken worden vaker in papiervorm gekocht.

Spannende fictie en romantische fictie wordt vaker geleend (door leners) dan gekocht (door kopers).



Genre boek



Acht op de tien kopers kocht het boek voor zichzelf. Vooral kopers/leners kochten vaker een boek als cadeau.

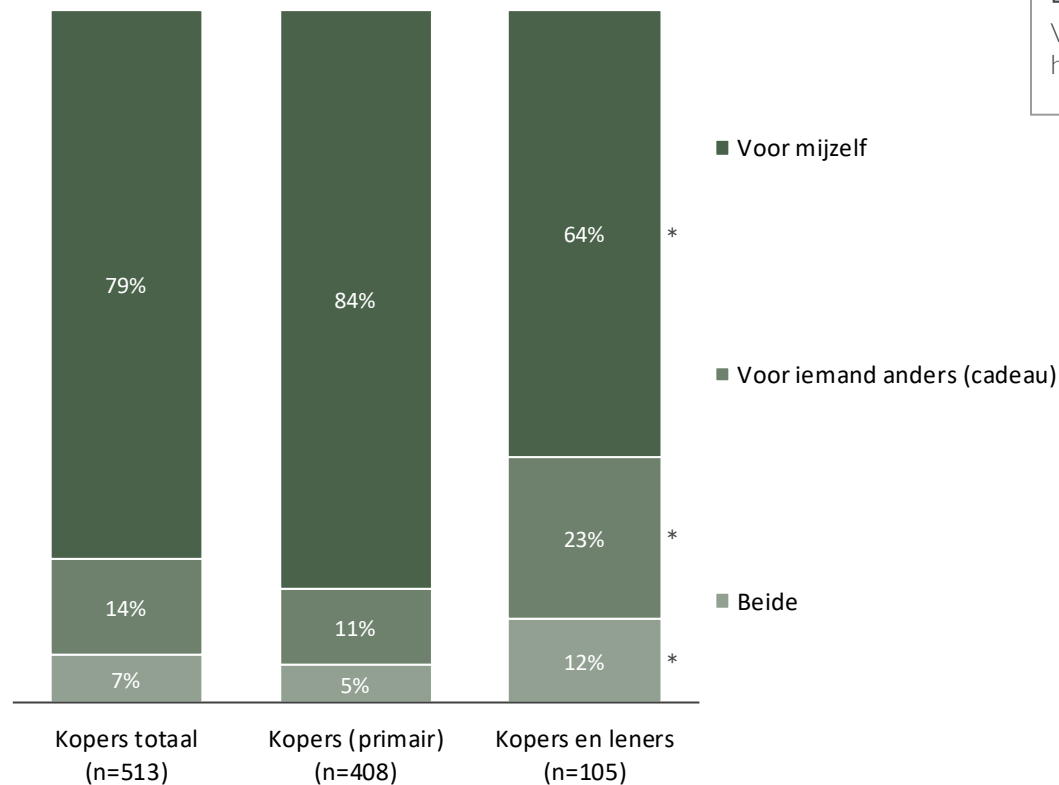


Voor wie gekocht

Achtergrond:
Laagopgeleiden kochten vaker een boek voor zichzelf dan midden en hoogopgeleiden. Ook heavy lezers kochten vaker voor zichzelf dan medium en light lezers

Midden- en hoogopgeleiden kochten vaker voor beide een boek dan laagopgeleiden.

Medium en light lezers geven vaker aan een boek voor iemand anders te hebben gekocht dan heavy lezers.



Leners:

Van de leners leende eveneens 78% het boek voor zichzelf.

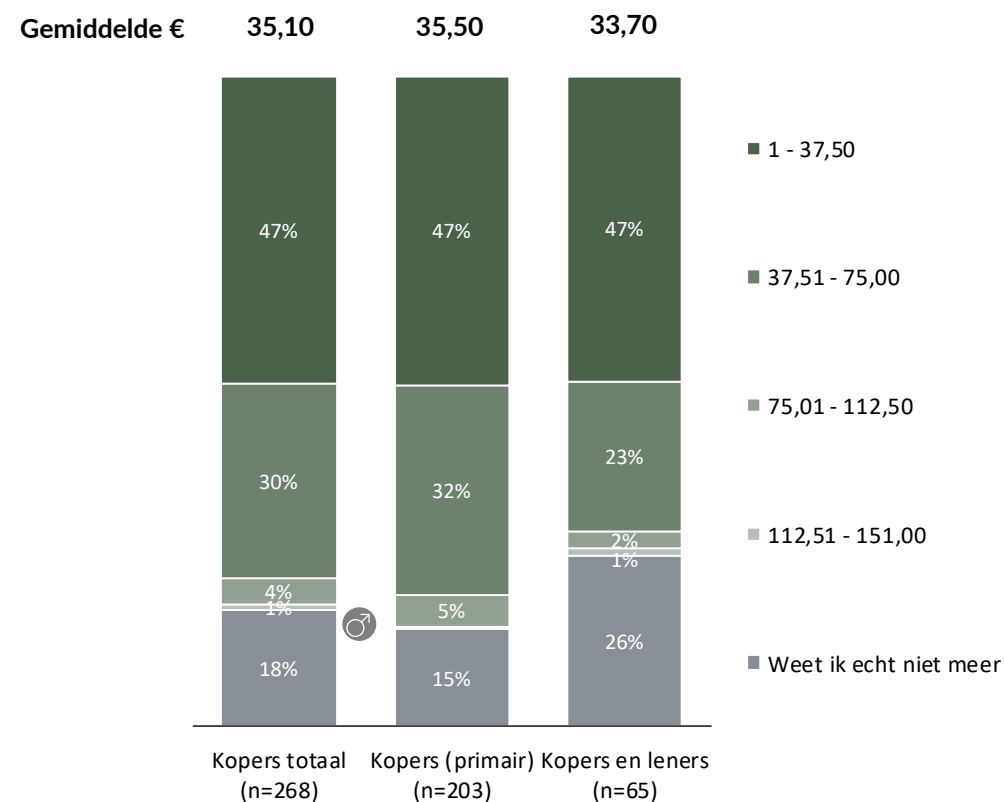
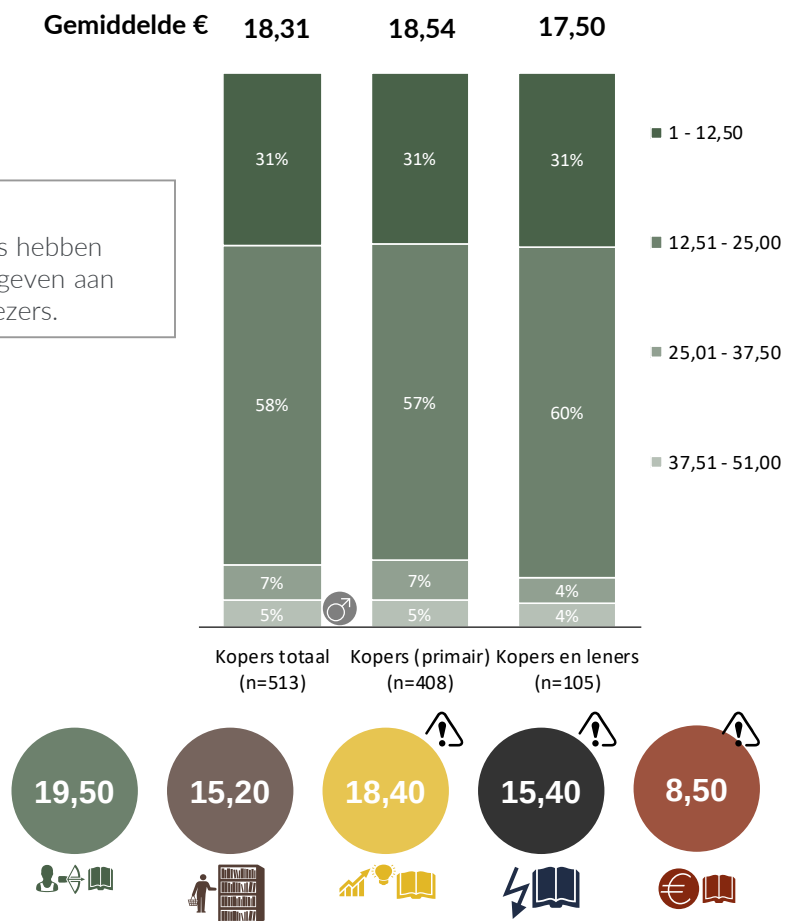
Gemiddeld geeft men € 18,31 uit aan het laatstgekoachte boek.
Een tweede product is doorgaans iets goedkoper (€ 17,-)



Prijs boek

Totale uitgaven bij meerdere aankopen

Achtergrond:
Medium en light lezers hebben
gemiddeld meer uitgegeven aan
een boek dan heavy lezers.



A07: Wat was de prijs van uw laatstgekoachte boek?
A13: Weet u nog wat u bij de aankoop van dit boek in totaal uitgaf?

Basis A07: Kopers, alle respondenten
Basis A13: Kopers, Heeft meerdere boeken of ander product erbij gekocht

Laag aantal waarnemingen

© GfK

32

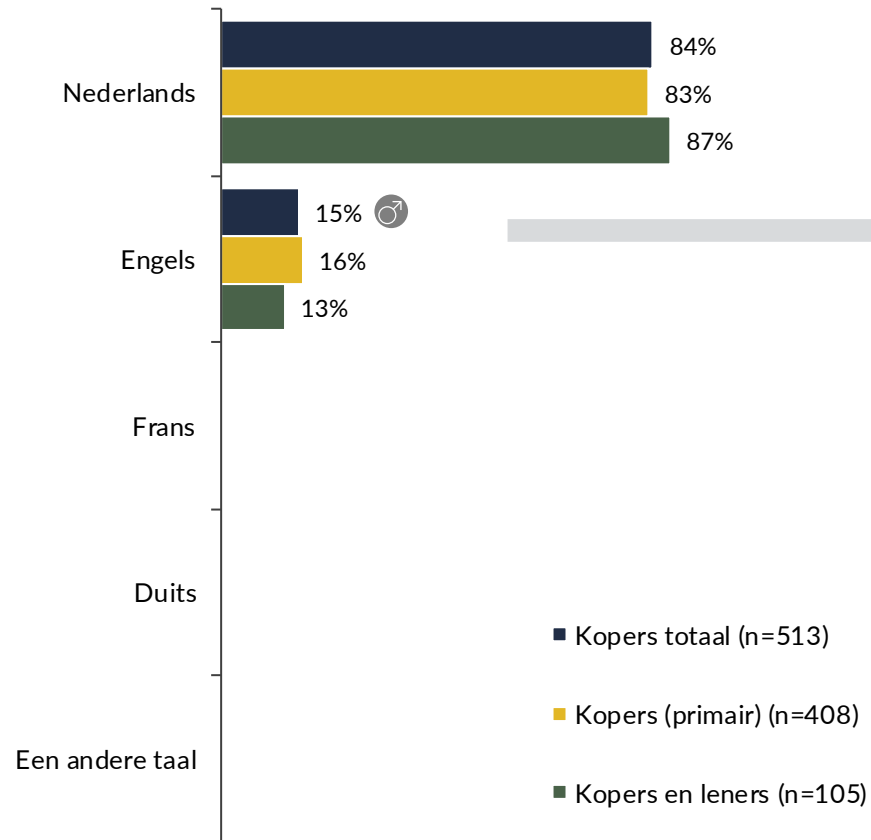
84% van de laatst gekochte boeken zijn Nederlandstalig; 15% is Engelstalig.



Taal boek

Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar kochten vaker een Engels boek dan 35-plussers. Andersom, kochten 35-plusser vaker een Nederlands boek dan jongeren tot 35 jaar.



Leners:

Van de leners leende 5% een Engelstalig boek.

Kocht Engelstalig boek (n=105)

15-34	68%
35-49	14%
50-64	19%



Growth
from
Knowledge

Kopers triggers en inspiratie

Online is een belangrijk inspiratiekanaal geworden. Een groot deel van de kopers benoemt meerdere triggers voor een boek.



Triggers

Top 5 eerste kennismaking

- 15% Internet
- 13% Familie en vrienden
- 12% Fysieke boekwinkel
- 10% Social media
- 9% Online winkel

36%

...maakt zijn keus na de eerste kennismaking.

50%

...wordt meerdere keren geconfronteerd met het specifieke boek.

Wat beslist men wanneer?



Voor **1/3** van de cadeaুকopers lag het specifieke boek al vast. De overige cadeaুকopers bedachten zelf welk boek ze wilden kopen.

56% van de kopers weet vooraf niet welk boek ze gaan kopen. Er is daarmee nog veel beïnvloeding mogelijk in de winkel.



60% koopt voor zichzelf ter ontspanning



28% koopt voor zichzelf omdat het onderwerp aansluit bij interesse of hobby

Klantreis



Koopt direct 30%

1 week 21%

2 weken 13%

3 weken 8%

Langer dan 3 weken 21%

31% van de kopers zoekt vooraf informatie over het te kopen boek. Dit wordt veel vaker gedaan door kopers die online kochten

36% heeft de keuze na de eerste trigger gemaakt. Een groot deel van de kopers benoemt meerdere triggers.



Waar nog meer over het boek gezien, gehoord of gelezen

Achtergrond:

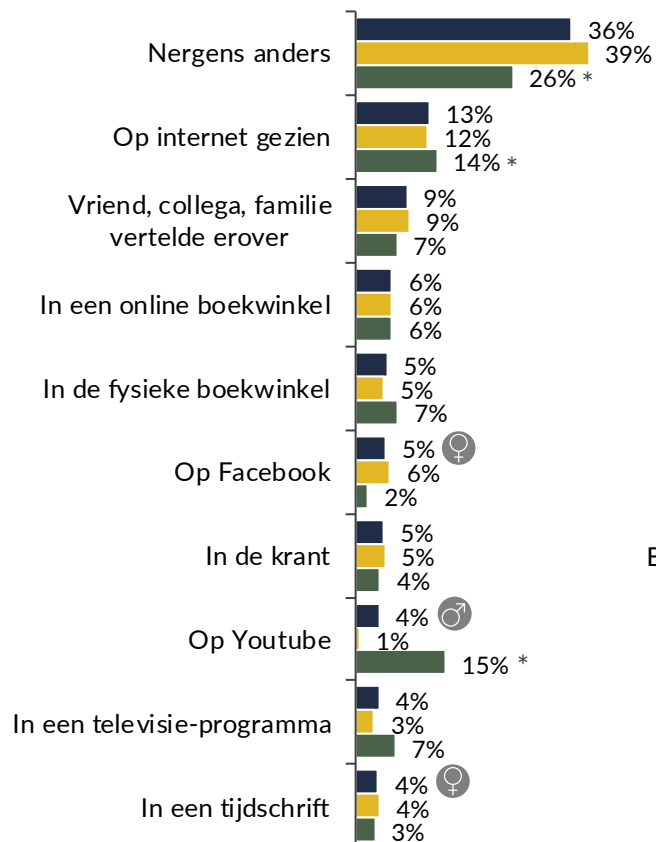
30% van de kopers kocht het boek binnen 1 dag na het voor de eerste keer horen over het boek. Gevolgd door 20% van de kopers die het boek binnen 1 week kochten.

Klantreis:

Struinreizigers noemen vaker nergens anders (evenals impuls en budgetreizigers indicatief). Zij maken de keuze voor een boek vaker al na de 1e trigger.

Corona:

Kopers die aangeven dat corona van invloed is geweest op hun koopproces geven vaker aan via internet iets over dit boek gezien te hebben (36%), in vergelijking tot kopers die geen invloed van corona ervaren (24%). Ook de radio was voor deze groep vaker een inspiratiebron.



Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar geven vaker aan op Instagram nog meer gezien te hebben over het boek dan 35-plussers. 65-plussers zagen vaker in de fysieke boekwinkel meer over het boek dan de andere leeftijdsgroepen.

Hoogopgeleiden zagen vaker in de online boekwinkel meer over het boek dan midden- en laagopgeleiden. Andersom, zagen midden- en laagopgeleiden vaker in de bibliotheek meer over het boek dan hoogopgeleiden.

■ Kopers totaal (n=513)
 ■ Kopers (primair) (n=408)
 ■ Kopers en leners (n=105)

B04b: En waar hebt u daarna nog meer iets gezien, gehoord of gelezen over dit boek?

B04c: Hoeveel tijd denkt u dat er tussen het voor de eerste keer horen over het boek en het aanschaf/lenen zat?

Leners:

Van de leners had 45% na 1 trigger de keuze gemaakt.

Basis: Kopers, alle respondenten

Ontspanning is voor 6 op de 10 kopers de belangrijkste reden om het boek te kopen. Kopers/leners kopen vaker vanwege studie en beduidend minder vaak voor ontspanning.



Belangrijkste reden van de aankoop van het boek

Achtergrond:

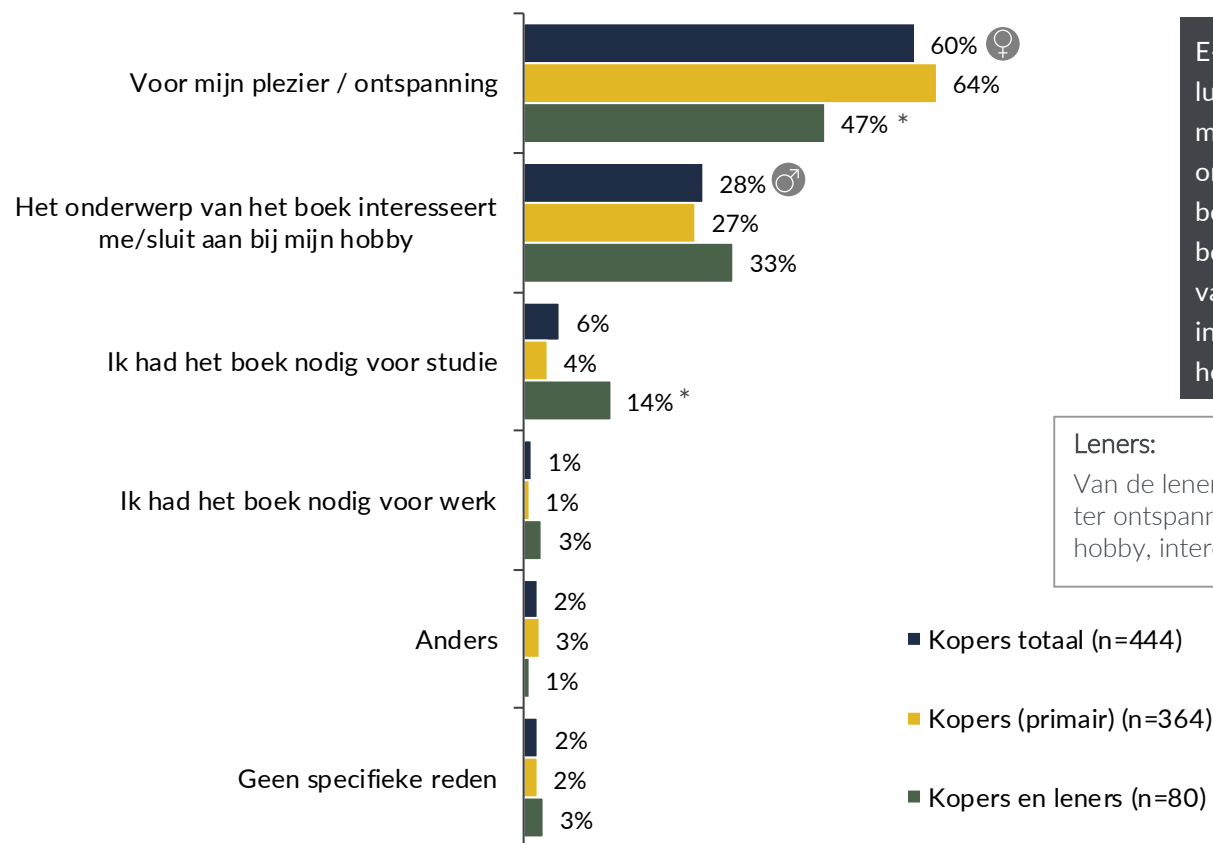
Kopers van 35 jaar en ouder geven vaker aan dan kopers tot 35 jaar het boek voor plezier / ontspanning te hebben gekocht.

Hoogopgeleiden kochten vaker voor interesse in het onderwerp van het boek / aansluiting bij een hobby dan laag- en middenopgeleiden.

Klantreis:

Struinreizigers kochten vaker voor de ontspanningen; **prikkelende** reizigers kochten het boek vaker voor werk.

Gerichte reizigers noemen vaker dat het onderwerp hen interesseert of aansluit bij hun hobby.



E-books en/of luisterboeken (71%) koopt men nog iets vaker ter ontspanning dan papieren boeken (58%). Papieren boeken koopt men iets vaker omdat het onderwerp interessant is/aansluit bij hobby.

Leners:

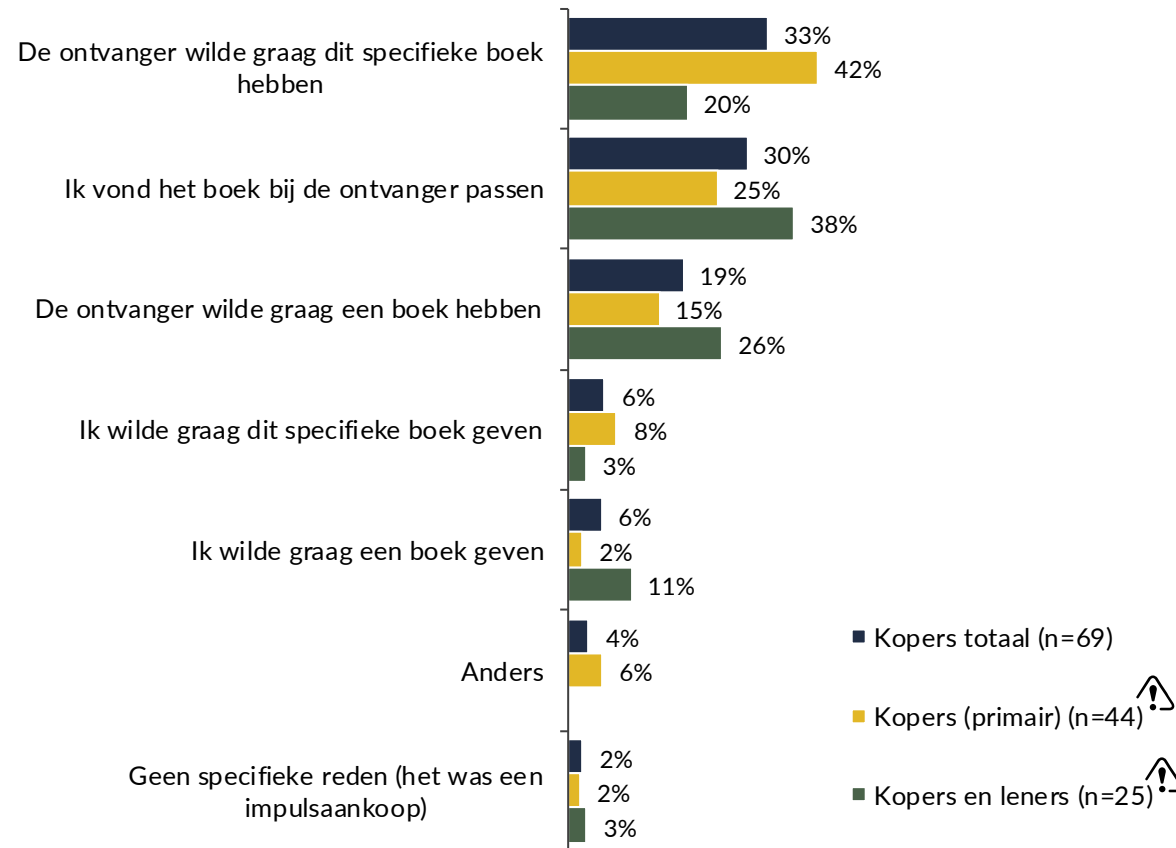
Van de leners leende 73% het boek ter ontspanning; 12% leende het voor hobby, interesse.

Voor eenderde van de cadeaukopers lag het specifieke boek al vast.
De overige cadeaukopers bedachten zelf welk boek ze wilden kopen.



Belangrijkste reden van de aankoop van het boek specifiek

Achtergrond:
Medium en light lezers geven vaker aan dan heavy lezers dat de ontvanger graag dit specifiek boek wilde hebben.



Voor 78% van de kopers is vooraf duidelijk dat ze een boek gaan kopen. Welk specifieke boek is lang niet altijd vooraf bepaald (56%).



Wel of geen impulsaankopen

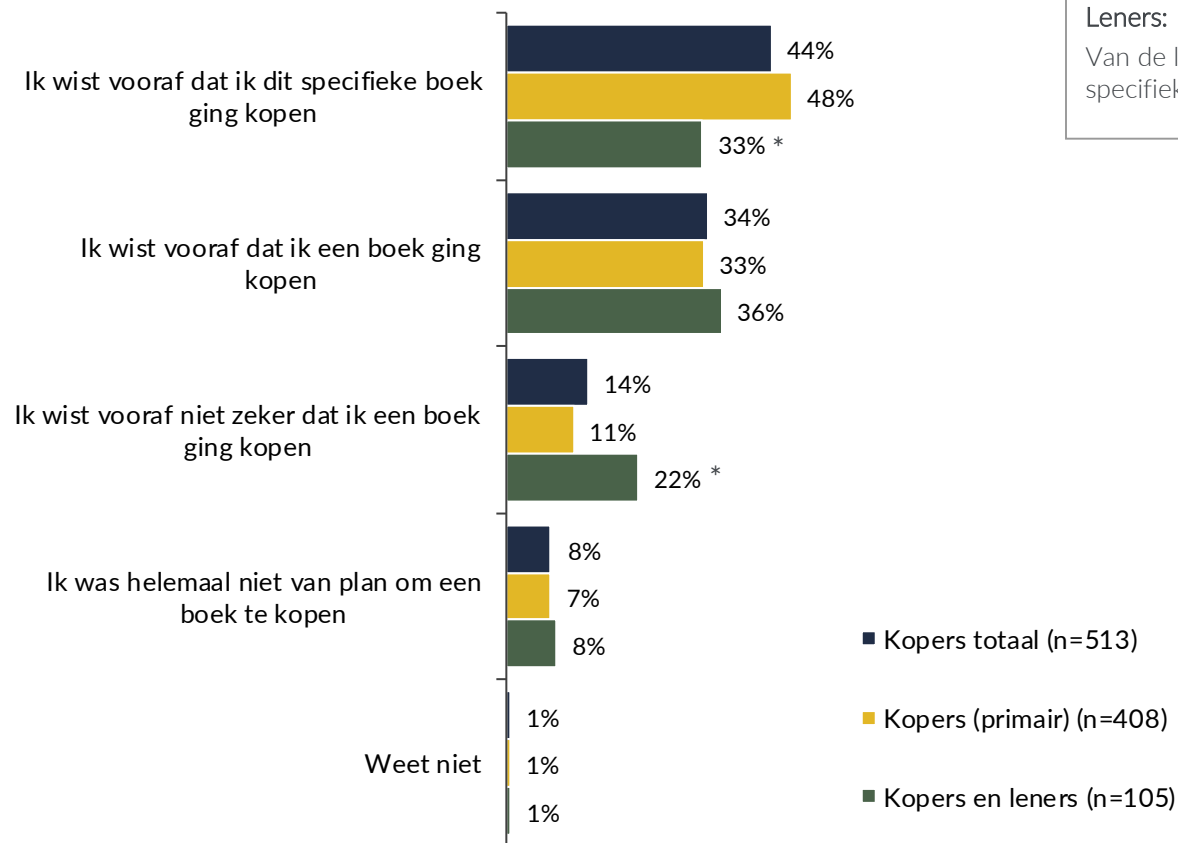
Achtergrond:

Kopers van 35-49 jaar geven vaker aan dat zij helemaal niet van plan waren om een boek te kopen dan kopers tot 35 jaar en 50-64 jaar.

Hoogopgeleiden geven vaker aan dat zij vooraf wisten dit specifieke boek te gaan kopen dan midden- en laagopgeleiden.

Klantreis:

De **gerichte** reizigers en de **cadeau**-reizigers wisten vaker vooraf welk boek ze gingen kopen of dat ze een boek gingen kopen. De andere klantreizigers weten vaker vooraf niet (zeker) of ze een boek gingen kopen.



Leners:

Van de leners wist 28% vooraf welk specifieke boek men ging kopen.

De totale klantreis voor de aankoop neemt voor 64% van de kopers maximaal 2 weken tijd in beslag. 30% koopt het boek direct.

Ruim een kwart van de kopers bewandelt een langere journey die meerdere maanden kan beslaan.

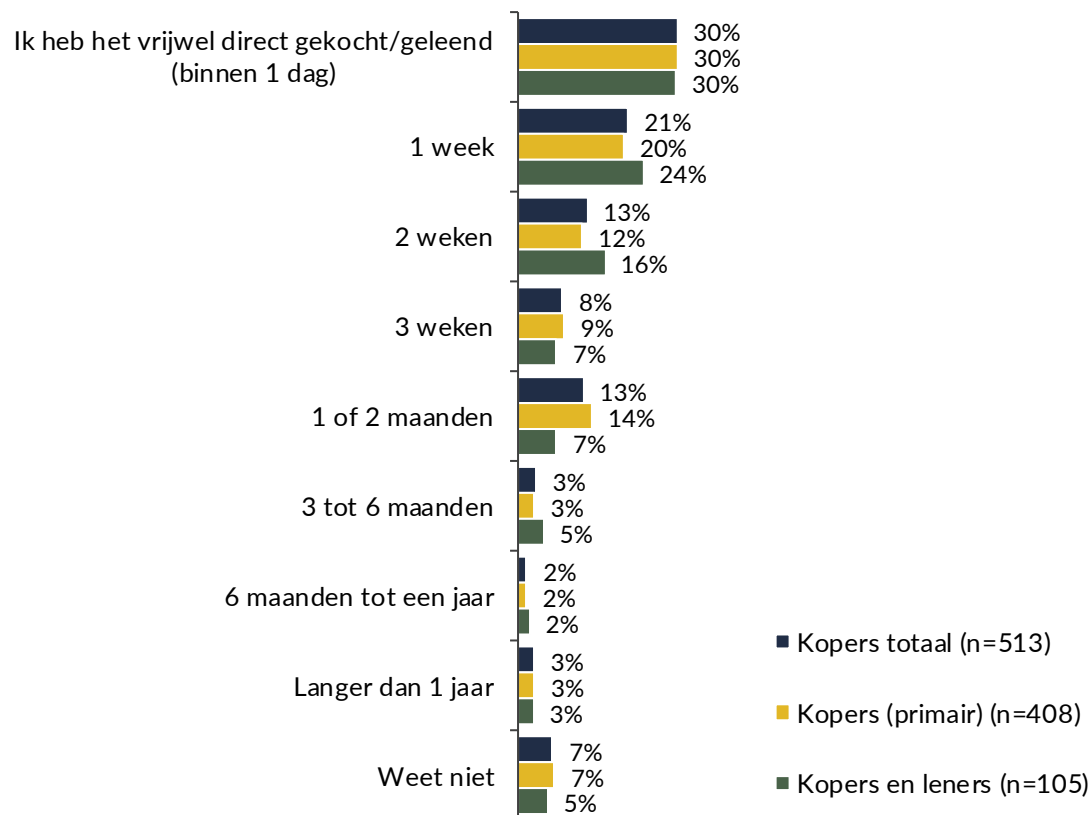


Tijd tussen het horen over het boek en aanschaf boek

Klantreis:

Struinreizigers (evenals impuls en budgetreizigers indicatief) hebben vaker een korte klantreis.

We zien voor het overige geen relevante profielverschillen.



Factoren van invloed op de keuze van het boek: onderwerp, schrijver eerder gelezen, persoonlijke aanbeveling van vrienden, nieuwsgierigheid en gelezen recensie.



Invloedsfactoren keuze boek

Achtergrond:

35-plussers geven vaker aan eerder een boek van de schrijver gelezen te hebben dan jongeren tot 35 jaar. Kopers tot 65 jaar geven vaker aan dat het onderwerp van het boek (ook) van invloed was op de keuze dan 65-plussers.

Bij medium lezers was dat vaker de persoonlijke aanbeveling van een vriend, collega, familielid dan heavy en light lezers.

Aspecten	Kopers totaal (n=513)	Kopers (primair) (n=408)	Kopers en leners (n=105)
Het onderwerp van het boek	36%	37%	35%
Ik heb eerder een boek van deze schrijver gelezen	26%	27%	22%
Persoonlijke aanbeveling van een vriend, collega, familielid	14%	14%	17%
Ik was nieuwsgierig naar een boek van deze schrijver	13%	13%	12%
Een recensie in krant of tijdschrift	10%	9%	11%
Het boek lag op een presentatietafel in boekwinkel/bibliotheek	9%	8%	11%
De aanbeveling van een lezer op internet	8%	8%	10%
Een suggestie op basis van wat ik eerder heb gelezen/gekocht/bekeken	6%	5%	7%
Het boek stond in de top 10 lijst in de winkel	5%	4%	8%
Aandacht voor dit boek in een tv-programma	5%	5%	3%
Iedereen had het over dit boek	4%	4%	5%
Het boek heeft een prijs gewonnen, of stond op een shortlist	4%	4%	4%
Een top 10 lijst in een online artikel	3%	3%	6%
Een interview met de schrijver in krant of tijdschrift	3%	3%	4%
De persoonlijke aanbeveling van de boekverkoper/bibliotheekmedewerker	3%	2%	7%*
De mooiste uitvoering van dit boek dat ik kon vinden in de boekwinkel/bibliotheek	2%	1%	6%*
Een aanbeveling van een influencer (online)	2%	2%	2%
Geen van deze/ weet niet	14%	14%	11%

Het onderwerp van het boek en de bekendheid met de schrijver zijn het meest bepalend bij de keuze van het boek.



Invloedsfactoren keuze boek – meest bepalend

Aspecten	Kopers totaal (n=447)	Kopers (primaair) (n=353)	Kopers en leners (n=94)
Het onderwerp van het boek	30%	32%	25%
Ik heb eerder een boek van deze schrijver gelezen	24%	25%	18%
Persoonlijke aanbeveling van een vriend, collega, familielid	11%	10%	13%
♂ Ik was nieuwsgierig naar een boek van deze schrijver	8%	8%	8%
Een recensie in krant of tijdschrift	5%	5%	6%
Het boek lag op een presentatietafel in boekwinkel/bibliotheek	4%	4%	5%
Het boek stond in de top 10 lijst in de winkel	3%	2%	7% *
Een suggestie op basis van wat ik eerder heb gelezen/gekocht/bekeken	3%	3%	2%
De aanbeveling van een lezer op internet	3%	3%	1%
Aandacht voor dit boek in een tv-programma	2%	2%	1%
Een interview met de schrijver in krant of tijdschrift	2%	2%	1%
Iedereen had het over dit boek	2%	1%	2%
♂ Een top 10 lijst in een online artikel	1%	0%	4% *
Het boek heeft een prijs gewonnen, of stond op een shortlist	1%	1%	1%
Een aanbeveling van een influencer (online)	1%	1%	1%
De persoonlijke aanbeveling van de boekverkoper/bibliotheekmedewerker	1%	0%	2%
De mooiste uitvoering van dit boek dat ik kon vinden in de boekwinkel/bibliotheek	0%	0%	2%
Geen van deze/ weet niet	1%	1%	1%

Achtergrond:

Voor kopers tot 64 jaar telde het onderwerp van het boek vaker het zwaarst mee dan de andere leeftijdsgroepen.

Voor laagopgeleiden was dat vaker een top 10 lijst in een online artikel dan midden- en hoogopgeleiden.

Voor medium lezers was dat vaker een persoonlijke aanbeveling van een vriend, collega, familielid dan heavy en light lezers.

Basis: Kopers, keuze boek was beïnvloed door 1 of meer aspecten

B04d: Welke van onderstaande aspecten telde het zwaarst mee bij uw keuze voor dit boek?

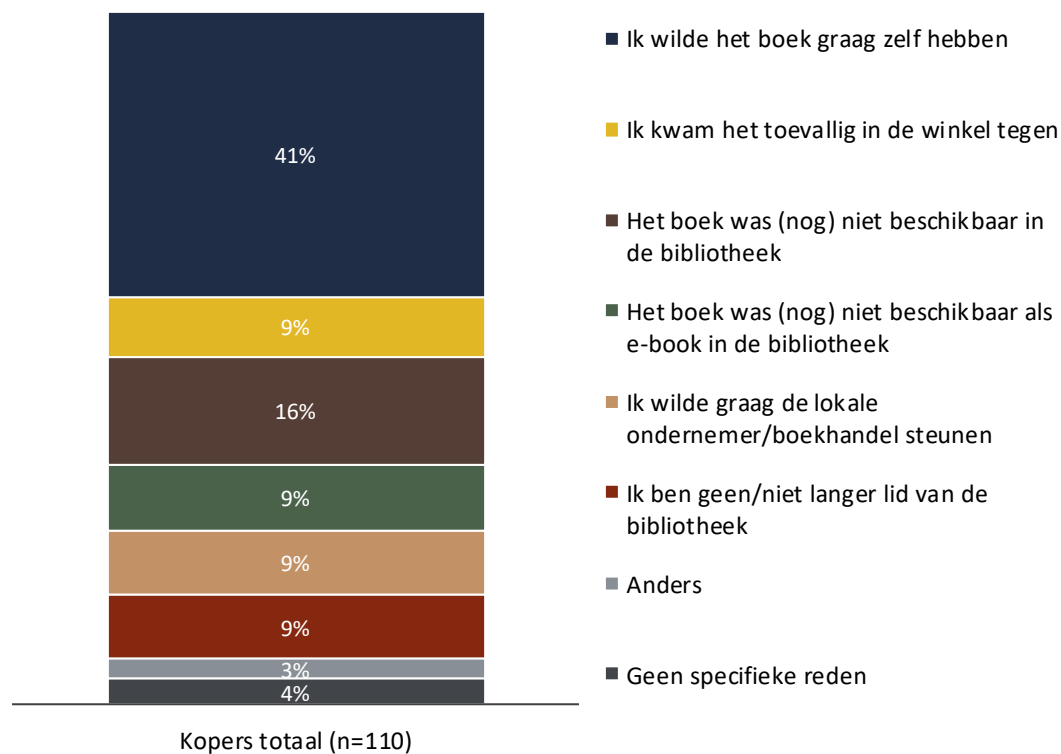
De belangrijkste reden om een boek te kopen in plaats van te lenen is dat men het boek graag zelf wil hebben.



Reden om het niet te lenen

Achtergrond:

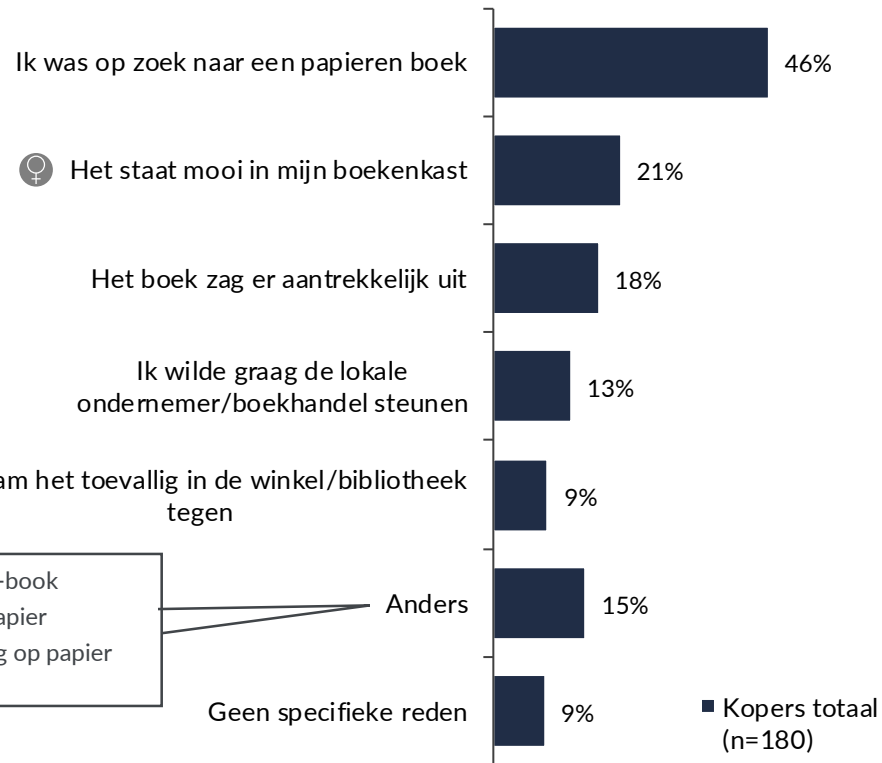
Medium en light lezers geven vaker dan heavy lezers als reden aan dat zij geen/niet langer lid van de bibliotheek zijn.



Men maakt de keuze voor papier omdat men nadrukkelijk op zoek is naar een papieren boek; bovendien staat het mooi in de boekenkast. De keus voor een e-book is in eerste instantie financieel (goedkoper).



Reden aankoop papieren boek



Reden aankoop e-book



Achtergrond:

Laagopgeleiden geven vaker aan dat zij het boek toevallig tegenkwamen in de winkel/bibliotheek dan midden- en hoogopgeleiden.

Heavy en medium lezers geven vaker aan dat zij een papieren boeken mooi vinden staan in de boekenkast dan light lezers.

B07: Wat was de reden om voor dit boek een papieren versie te kiezen en geen e-book?

B08: Wat was de reden om voor dit boek een e-book te kiezen en geen papieren boek?

Basis B07: Kopers, heeft papieren boek gekocht/geleend en leest ook e-books

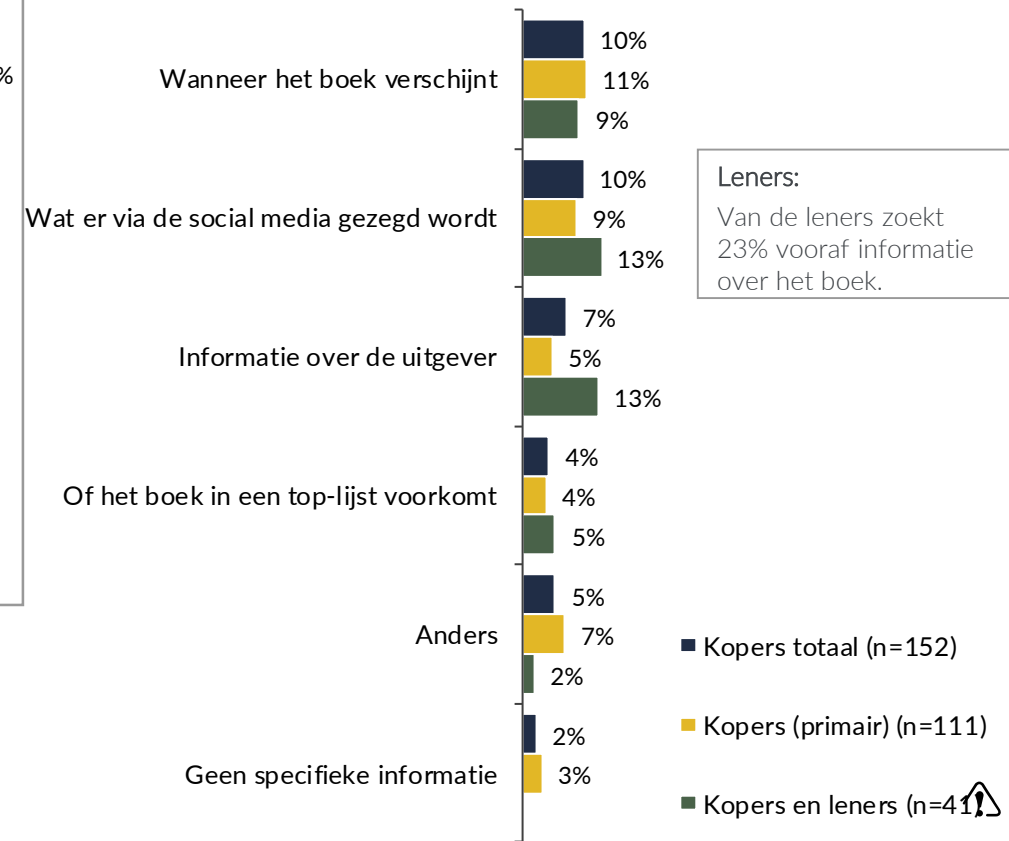
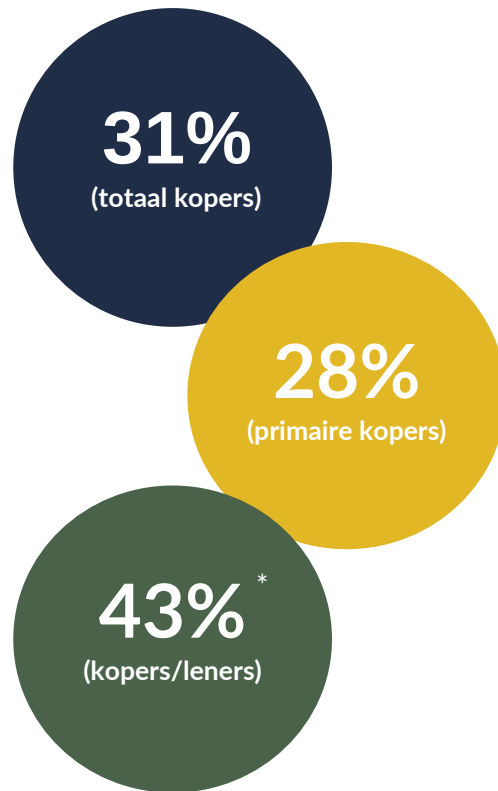
Basis B08: Kopers, heeft e-book gekocht/geleend en leest ook papieren boeken

31% van de kopers zoekt vooraf informatie over het te kopen boek.
Dit wordt veel vaker gedaan door kopers die online kochten (38%).
Prijs en recensies worden vaker gecheckt door online kopers.



Voorafgaand informatie opgezocht

Voorafgaand informatie opgezocht



Leners:
Van de leners zoekt 23% vooraf informatie over het boek.

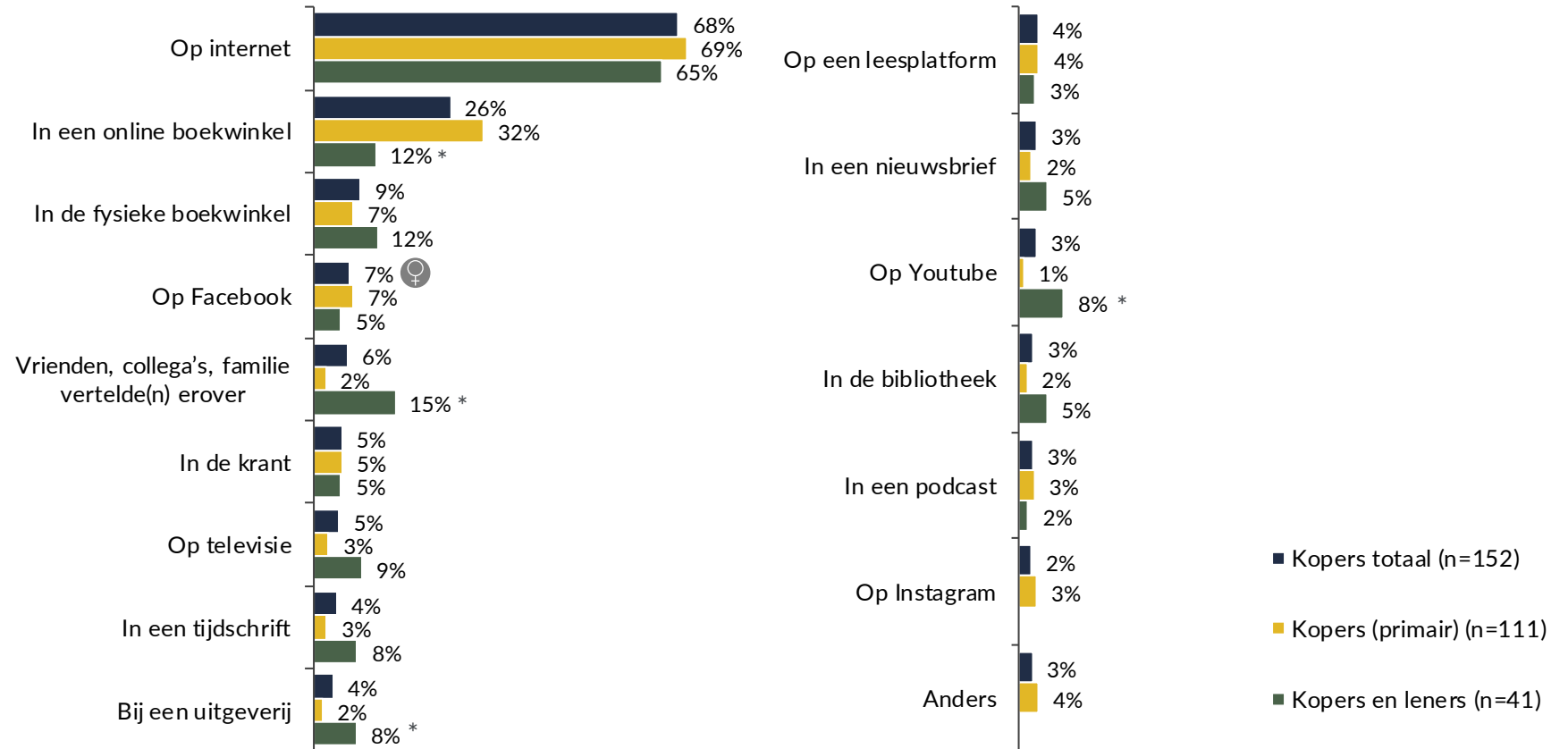
C01: Heeft u voordat u het boek kocht / leende nog informatie over het boek gezocht?
C02: Naar wat voor informatie was u op zoek?

Basis C01: Kopers, alle respondenten
Basis C02: Kopers, heeft voorafgaand informatie gezocht

Internet en de online boekwinkel zijn hier de belangrijkste bronnen.



Waar informatie boek gezocht





Growth
from
Knowledge

Kopers aankoopmoment

Online aankopen zijn toegenomen. Corona effecten zijn sterker voelbaar bij kopers die in de fysieke winkel kochten.

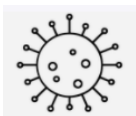


Kanaal

57%

... kocht het laatste boek online

23% koopt nu vaker online dan een jaar geleden.



Effecten corona sterker voelbaar bij kopers in fysieke winkel.

Kopers/leners kopen vaker in de fysieke winkel (54%)



Struinreizigers kopen het meest in de fysieke winkel.



Gerichte kopers het meest online.

Invloed fysieke en online winkel

32%

... van de kopers in de fysieke winkel komen het boek tijdens het winkelen tegen.

Top 3 invloedfactoren fysieke winkel

- 24%** Uitstalling op tafel
- 23%** Tekst achterop het boek
- 22%** Prijs

Top 3 invloedfactoren online winkel

- 29%** Prijs
- 25%** Omschrijving
- 21%** Bezorgtijd

Invloed fysieke winkel



Omslag in geheel veel sterkere invloed in fysieke winkel

8%

... laat zich beïnvloeden door medewerkers in de winkel.

Effect van corona op het aankoopproces sterker voelbaar bij aankopen in fysieke winkel.

Meer dan de helft van de boekenkopers kocht het laatste boek online.

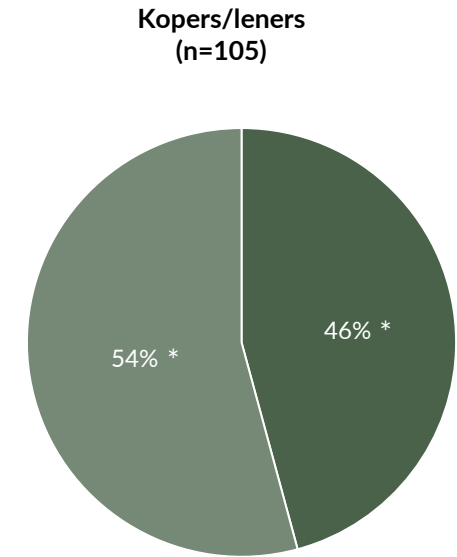
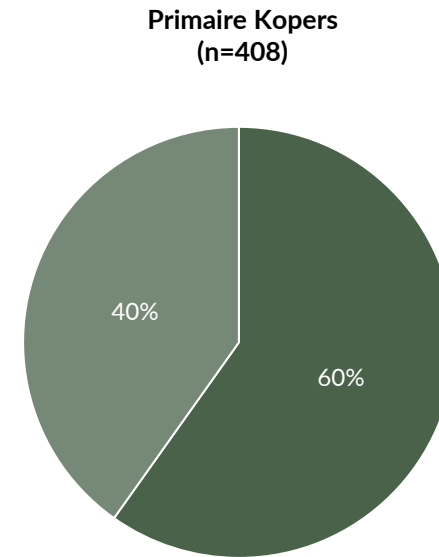
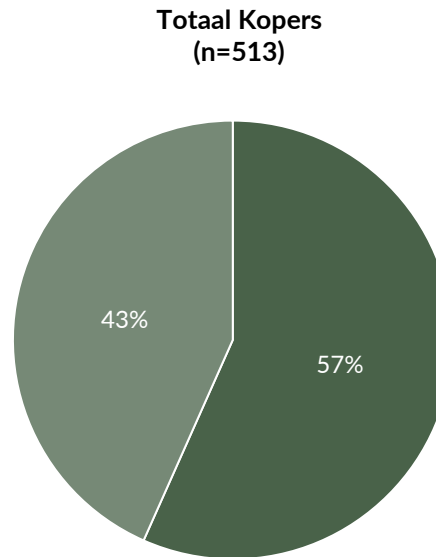


Fysieke winkel vs. online aankoop

Ja, corona effect op aankoopproces	
Fysiek gekocht	Online gekocht
32%*	22%

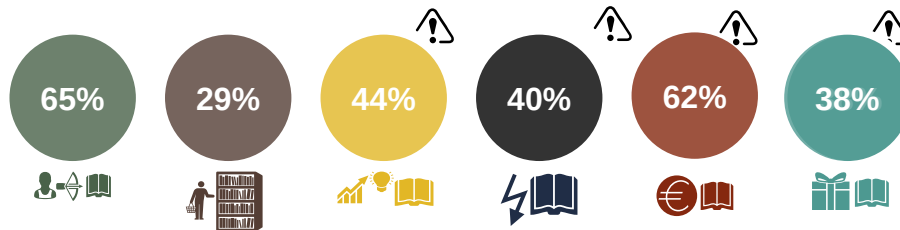
Achtergrond:

Kopers tot 65 jaar hebben vaker online het boek gekocht dan 65-plussers.



■ Online ■ Fysieke winkel

% online aankoop



D01: Heeft u het boek online of in een fysieke winkel gekocht?

D13: U heeft dit boek gekocht na de corona uitbraak. Het kan zijn dat de situatie rondom corona op een bepaalde manier van invloed is geweest op de keuzes die u hebt gemaakt tijdens het aankoopproces van dit boek. Kunt u aangeven of dit zo is en zo ja, op welke manier?

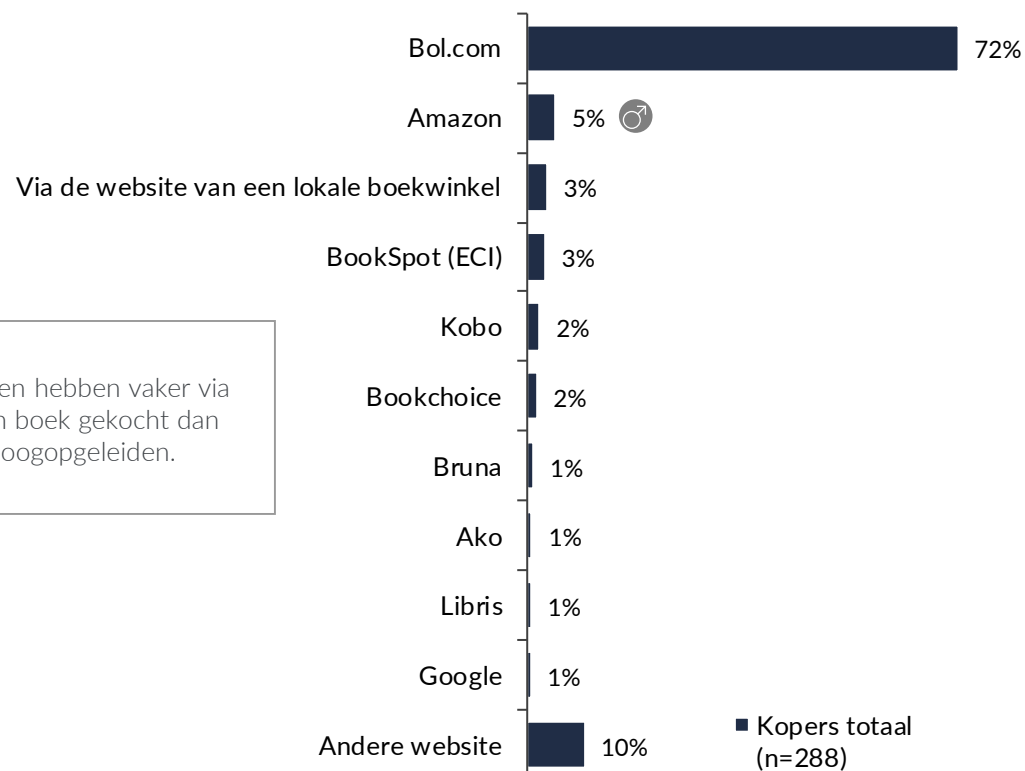
Basis: Kopers, alle respondenten
Fysiek gekocht n= 222
Online gekocht n=290

⚠ Laag aantal waarnemingen © GfK

Online aankopen werden voornamelijk bij Bol.com gedaan. De fysieke aankopen grotendeels bij de lokale boekwinkel, of bij Bruna.



Waar boek online gekocht



Waar boek gekocht



D02: Waar heeft u het boek online gekocht?
D03: Waar heeft u het boek gekocht?

Basis D02: Kopers, heeft boek online aangeschaft
Basis D03: Kopers, heeft boek in fysieke winkel aangeschaft

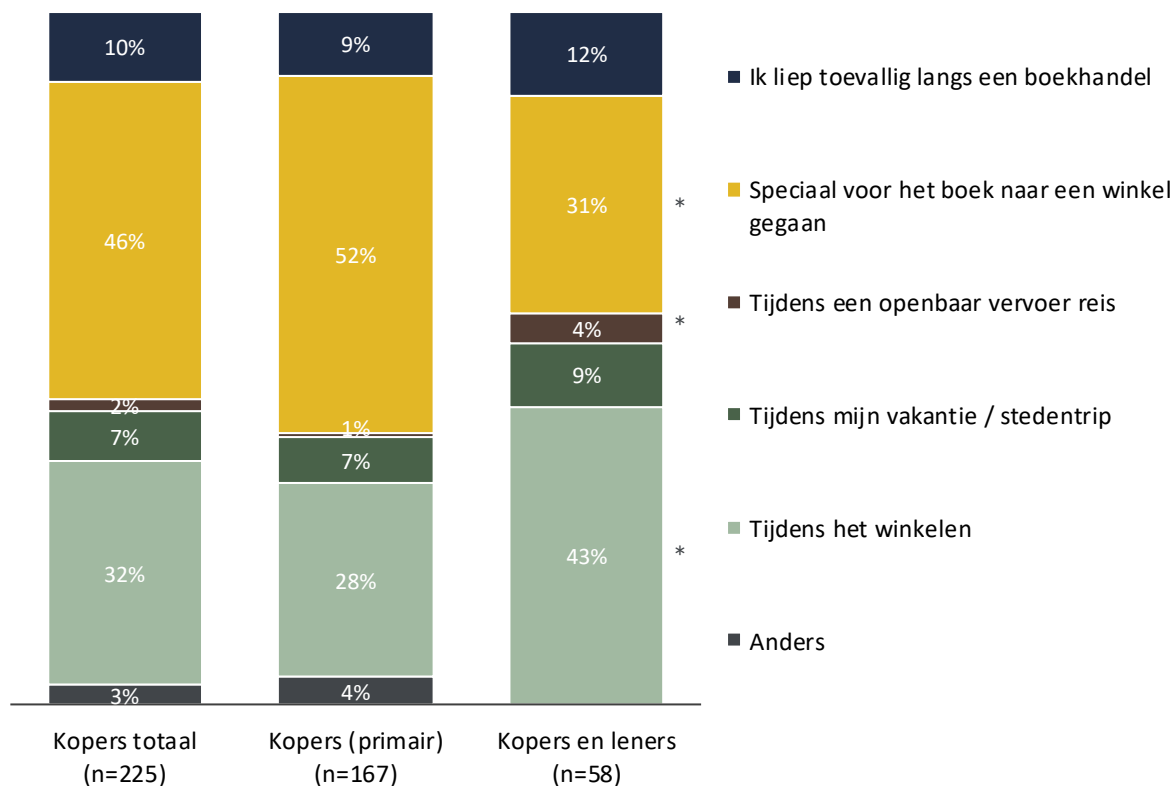
De meeste fysieke kopers zijn speciaal voor het boek naar de winkel gegaan (46%). Een aanzienlijk deel (32%) kwam het boek tijdens het winkelen tegen.



Vanuit welke situatie de aanschaf plaatsvond

Achtergrond:
50-plussers geven vaker aan speciaal voor het boek naar een winkel te zijn gegaan dan kopers jonger dan 35 jaar.

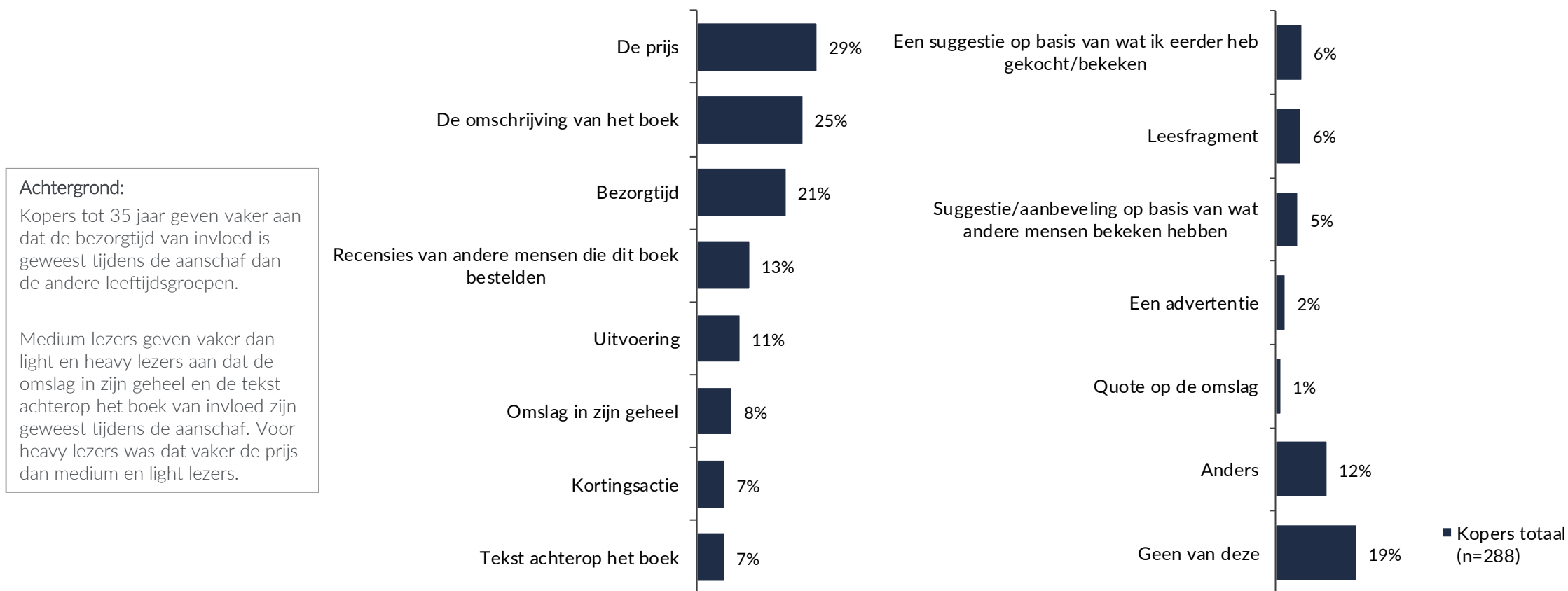
Klantreis:
Gerichte reizigers (evenals **cadeau-reizigers** indicatief) gaan vaker speciaal voor het boek naar de boekwinkel



De belangrijkste invloedsfactoren in de online winkel zijn afwijkend van de belangrijkste invloedsfactoren in de fysieke winkel: online heeft de prijs, de omschrijving en de bezorgtijd het meeste invloed.....



Invloedsfactoren aanschaf boek online



D06: Kunt u aangeven welke van de onderstaande factoren, op de website/van de webwinkel, invloed hebben gehad op uw keuze om dit boek te kopen?

Basis: Kopers, heeft boek online aangeschaft

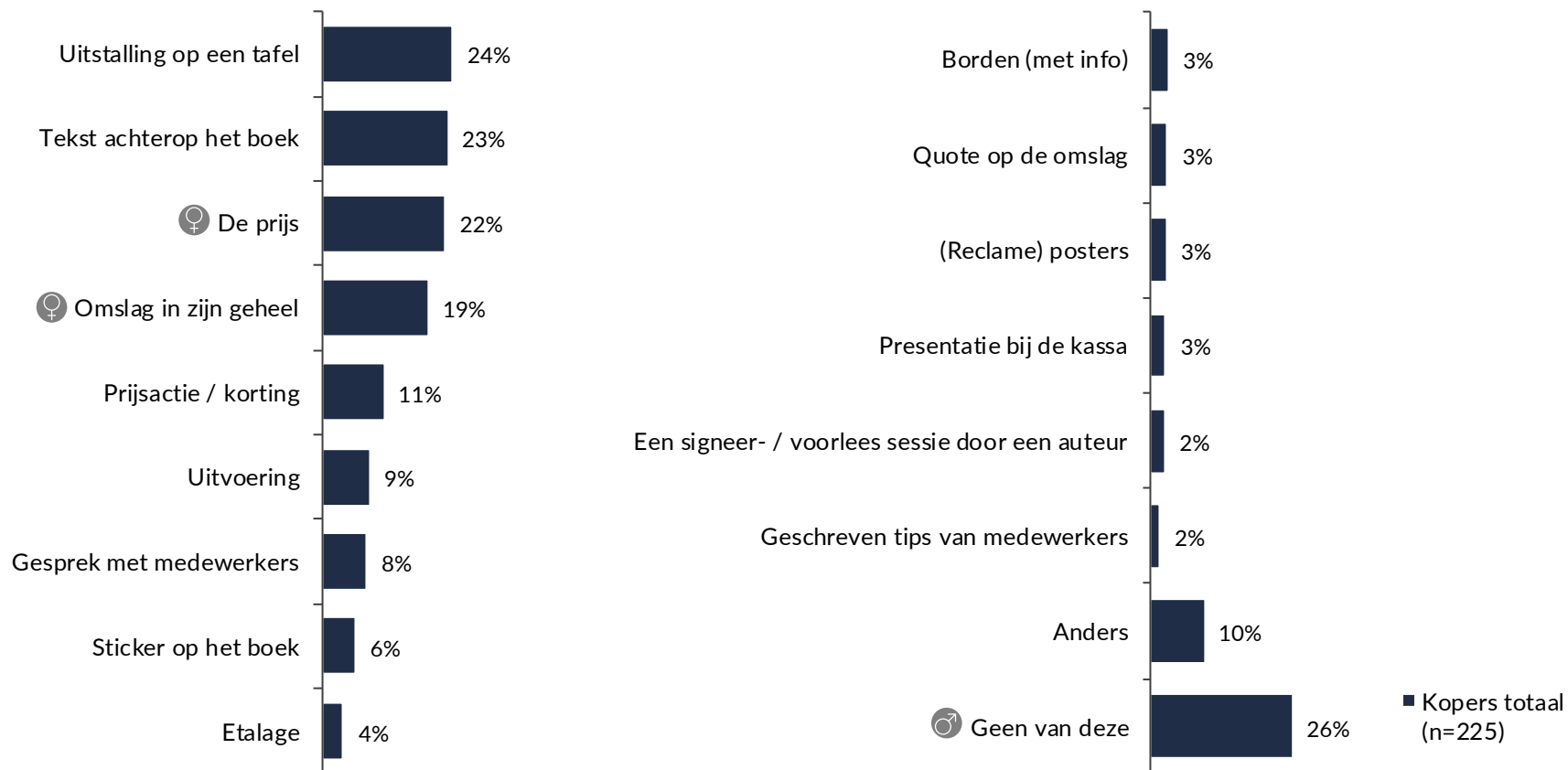
....terwijl in de fysieke boekhandel de uitstalling op tafel, de tekst achterop het boek en de prijs de belangrijkste factoren zijn.



Invloedsfactoren aanschaf boek in fysieke winkel

Achtergrond:
Jongeren tot 35 jaar geven vaker aan dat de omslag in zijn geheel invloed heeft gehad op de keuze dan 35-plussers.

Ook hoogopgeleiden geven vaker aan dat de omslag in geheel invloed heeft gehad op de keuze dan midden- en laagopgeleiden.



D07: Kunt u aangeven welke van de onderstaande factoren, in de winkel, invloed hebben gehad op uw keuze?

Basis: Kopers, heeft boek in fysieke winkel aangeschaft

In bijna de helft van de aankopen staat het genre vooraf al vast. Voor 40% staat de auteur al vast en voor 31% het soort boek. Alle andere variabelen zijn doorgaans nog variabel voor de aankoop.

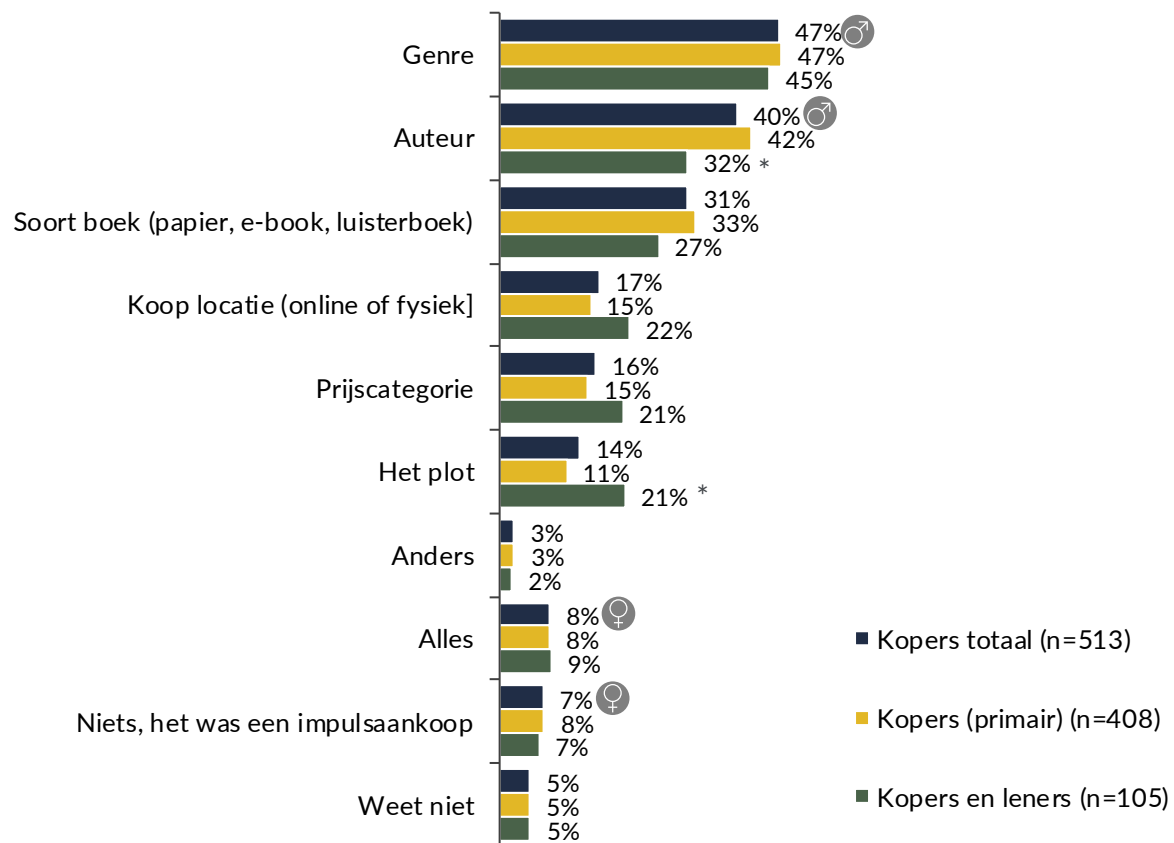


Voorafgaande vaste voorkeursaspecten

Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar geven vaker aan dat het plot en de kooplocatie vast stonden voor de aankoop dan 35-plussers.

Bij 50-plussers was dat het genre in vergelijking met kopers tot 50 jaar.



Leners:

Bij leners staat eveneens genre (49%), auteur (37%) en soort boek (28%) vooraf vast.



Growth
from
Knowledge

Koperservaringen

Tevredenheid overheerst. Kopers delen graag hun mening, meestal onder vrienden/familie.



Ervaringen



... is tevreden over het gekochte boek.

Top 3 manieren om te delen (80%):

- 46% In gesprek met vrienden/familie
- 31% Uitlenen
- 12% Cadeau doen

8%

... zou een recensie willen schrijven; 5% zou het via social media delen.

Lijst

43%

...houdt een lijstje bij



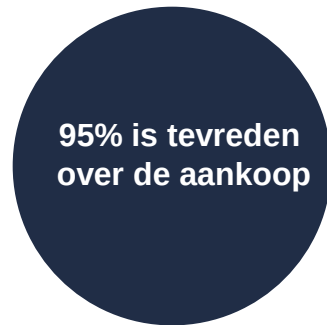
Top 3 lijstjes

- 16% Op telefoon
- 14% Op papier
- 11% Verlanglijstje online winkel

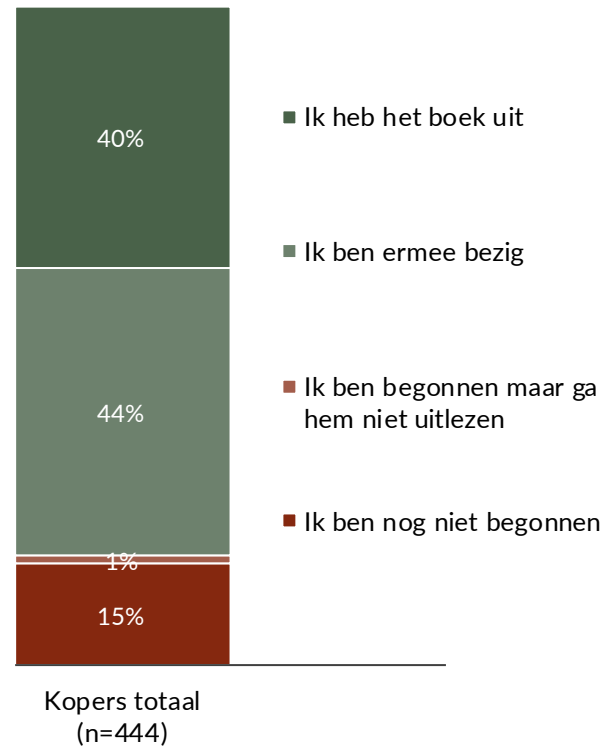
Een grote groep kopers zou zijn mening over het boek willen delen.
Meestal in een gesprek met vrienden, of door het boek uit te lenen of cadeau te doen. 8% zou een recensie willen schrijven.



Tevredenheid aankoop



Boek gelezen



Manier delen van mening over boek - kopers



Achtergrond:

Laagopgeleiden geven vaker aan zeer tevreden te zijn met de aankoop dan midden- en hoogopgeleiden.

Hoogopgeleiden zouden eerder in gesprek gaan met vrienden, familie of kennissen om hun mening over het boek te delen dan midden- en laagopgeleiden.

E04a: In hoeverre bent u achteraf blij met uw aankoop van het boek?

E04c: In hoeverre heeft u het boek al gelezen?

E05a: U heeft het boek al (deels) gelezen. Op welke manier zou u uw mening over dit boek met anderen delen?

Basis E04a: Kopers, heeft boek voor zichzelf gekocht

Basis E04c: Kopers, alle respondenten die een boek leende/kocht voor zichzelf

Basis E05a: Kopers, heeft het boek al (deels) gelezen



59

Bijna de helft van de kopers houdt een lijstje bij met nog te lezen, lenen of kopen boeken. Meestal gebeurt dit op papier of in de telefoon.



Lijst van boeken nog te lezen, lenen of kopen - lezers

Achtergrond:

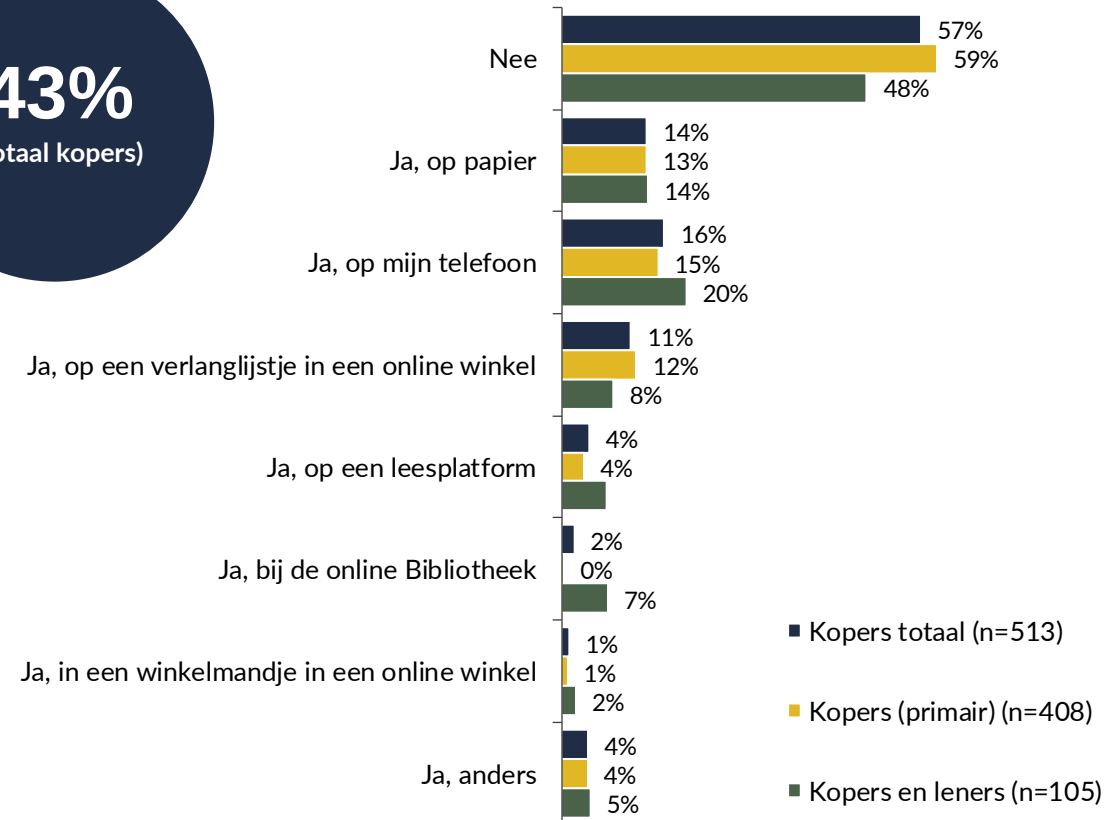
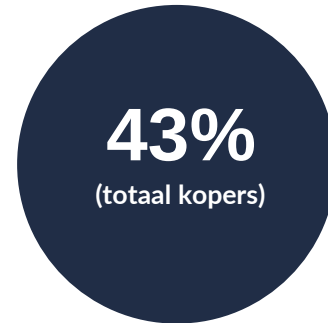
kopers en leners houden vaker een lijstje bij dan primaire kopers.

Kopers en leners geven vaker aan bij de online Bibliotheek een lijstje bij te houden dan primaire kopers.

Achtergrond:

65-plussers geven vaker aan geen lijstje bij te houden dan de andere leeftijdsgroepen.

Hoogopgeleiden houden vaker een lijstje in een online winkel bij dan midden- en laagopgeleiden..



Leners:

Van de leners houdt 41% een lijstje bij.

Tips:



Tips voor boekenverkopers



F01a: Tot slot nog een laatste vraag: heeft u nog tips voor de boekenverkopers over het aanbieden en onder de aandacht brengen van boeken?

Basis: Kopers, alle respondenten



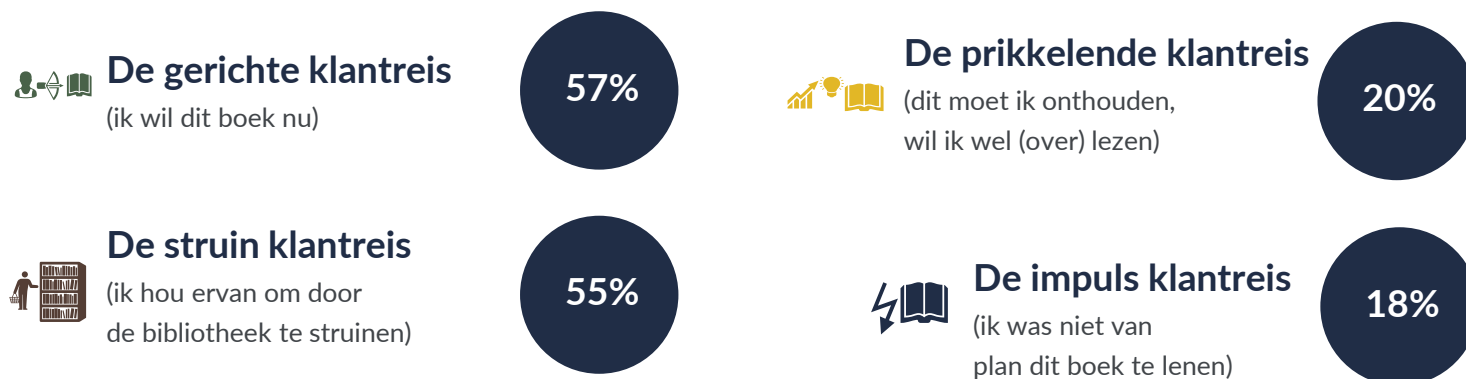
Growth
from
Knowledge

Klantreis leners

De gerichte klantreis (57%) en de struinklantreis (55%) zijn het meest dominant binnen de bibliotheken. De gerichte klantreis komt het meest voor.



Manieren om een boek te lenen

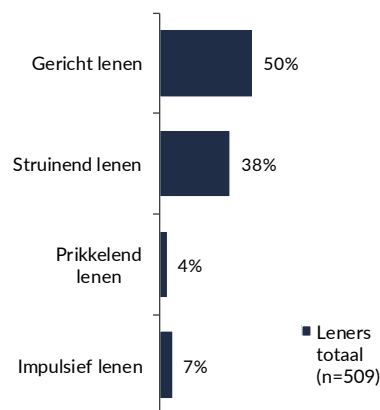


Achtergrond:

Hoogopgeleiden geven vaker aan prikkelend te lenen dan midden- en laagopgeleiden.

Heavy lezers geven vaker aan struinend te lenen dan medium en light lezers.

Laatste boek geleend:



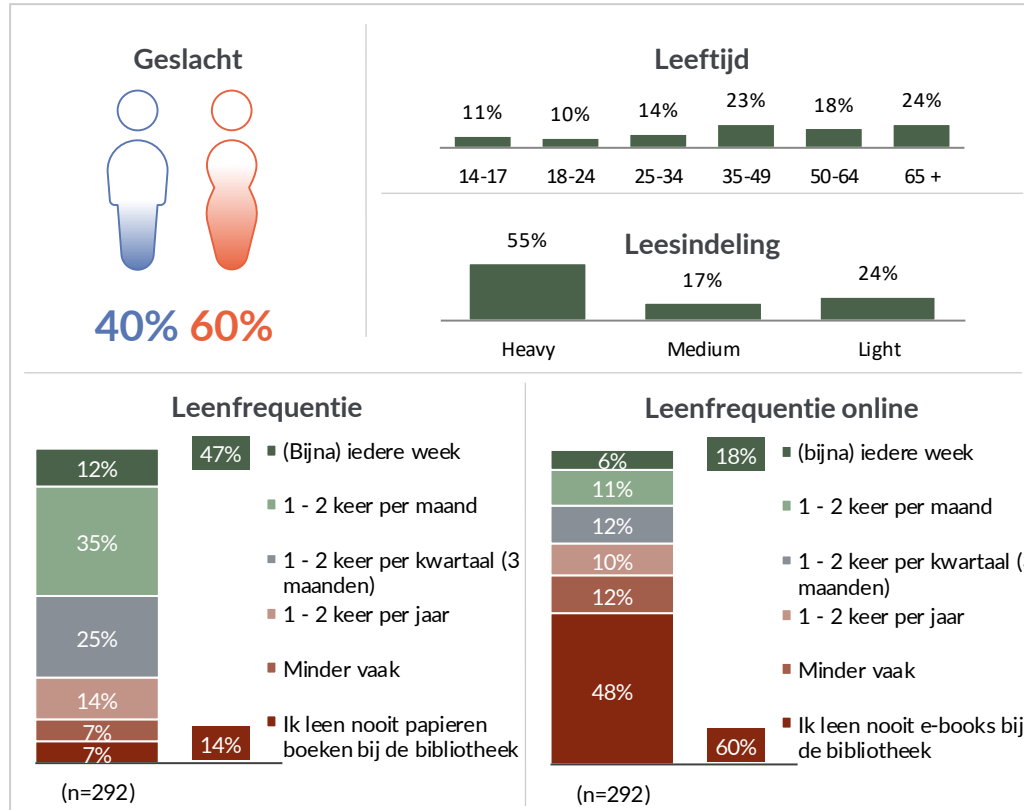
Basis: Leners, alle respondenten

Wie volgen de verschillende klantreizen:

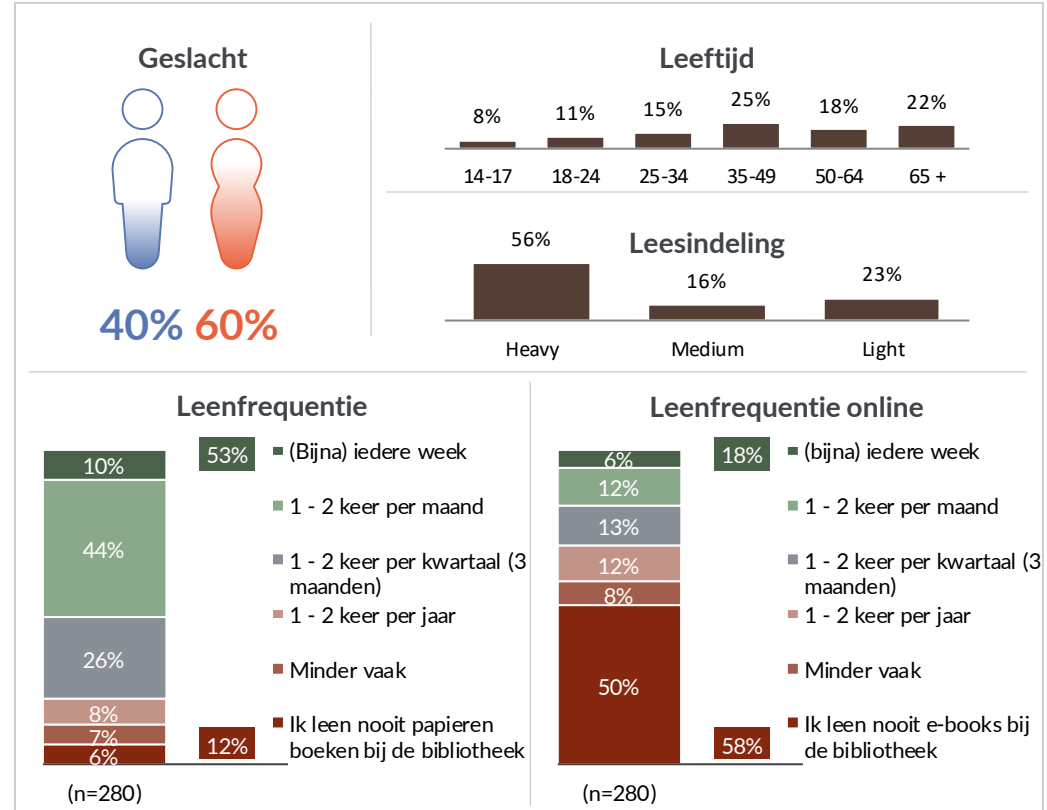
De gerichte klantreisvolgers zijn in vergelijking met andere klantreisvolgers vaker jong en lenen maar zelden via de online bibliotheek.



De gerichte klantreis (57%)



De struin klantreis (55%)



Wat is uw geslacht? Wat is uw leeftijd?

S01: Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)?

S06a: Hoe vaak leent u gemiddeld papieren boeken bij de bibliotheek?

S06b: Hoe vaak leent u gemiddeld e-books of luisterboeken bij de lokale of online bibliotheek?

Basis: Leners, alle respondenten

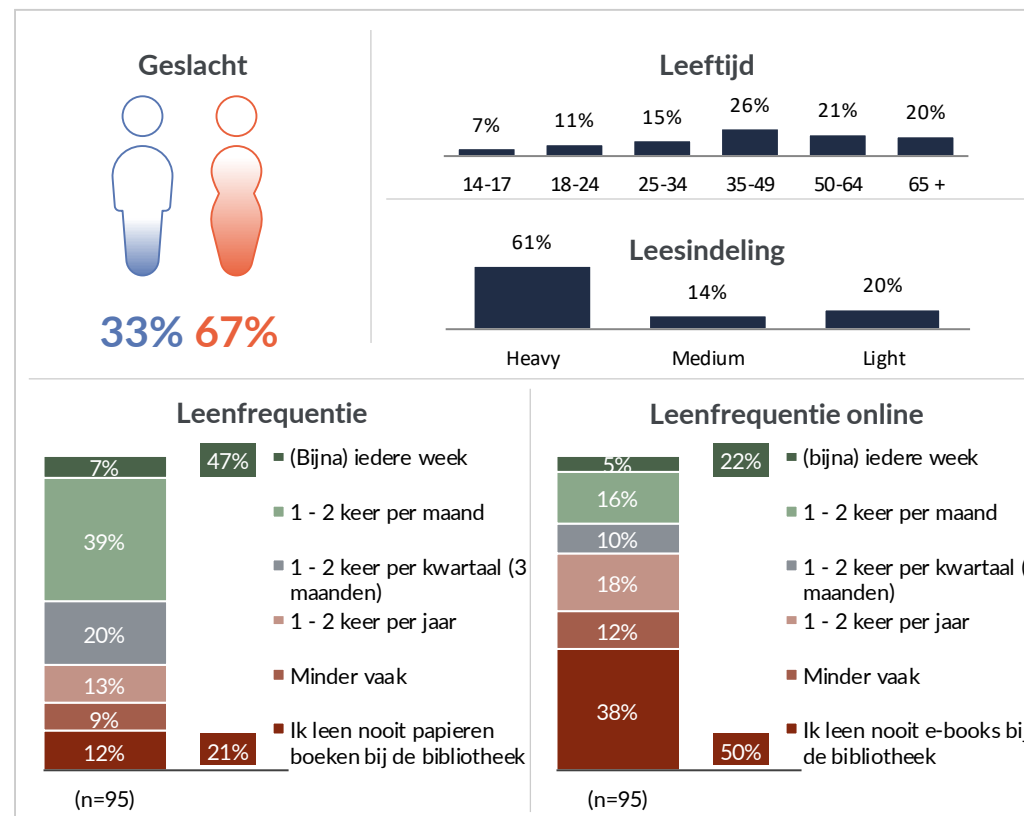
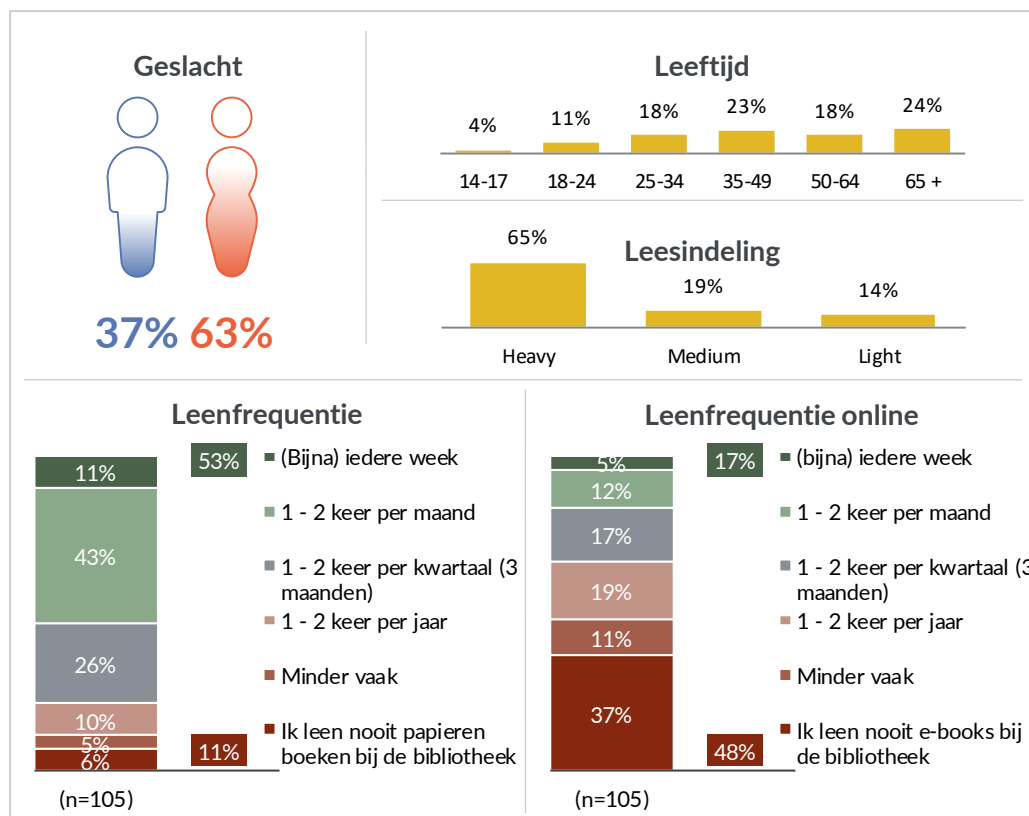
De prikkelende klantreis en de impuls klantreis worden vaker gevolgd door leners die ook gebruik maken van de online bibliotheek. De prikkelende klantreisvolgers zijn veelal heavy lezers.



De prikkelende klantreis (20%)



De impuls klantreis (18%)



Wat is uw geslacht? Wat is uw leeftijd?

S01: Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)?

S06a: Hoe vaak leent u gemiddeld papieren boeken bij de bibliotheek?

S06b: Hoe vaak leent u gemiddeld e-books of luisterboeken bij de lokale of online bibliotheek?

Basis: Leners, alle respondenten



Growth
from
Knowledge

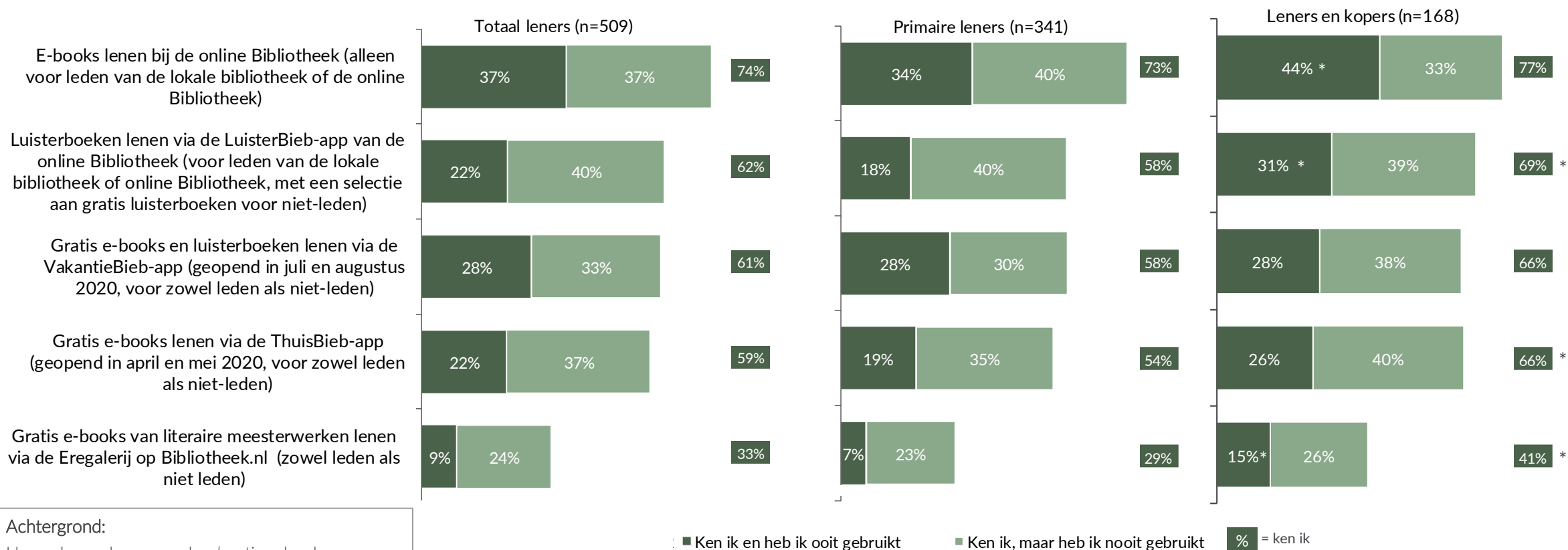
Leners laatste boek

We constateren dat de groep leners en kopers spannende fictie en literatuur vaker lenen dan kopen, terwijl zij biografieën eerder kopen dan lenen.

74% van de leners is bekend met de online Bibliotheek.
De VakantieBieb-app en de ThuisBiebapp zijn bij de meerderheid van de leners bekend, ongeveer even bekend als de LuisterBieb-app.



Gebruik mogelijkheden voor het lenen van e-books / luisterboeken



Achtergrond:

Heavy lezers kennen vaker 'gratis e-books en luisterboeken lenen via de VakantieBieb-app' dan medium en light lezers.

Meer informatie vanuit de Koninklijke Bibliotheek is te vinden op: <https://www.bibliotheekinzicht.nl/kern-en-basisgegevens/leden-van-de-digitale-bibliotheek>

Basis: Leners, alle respondenten

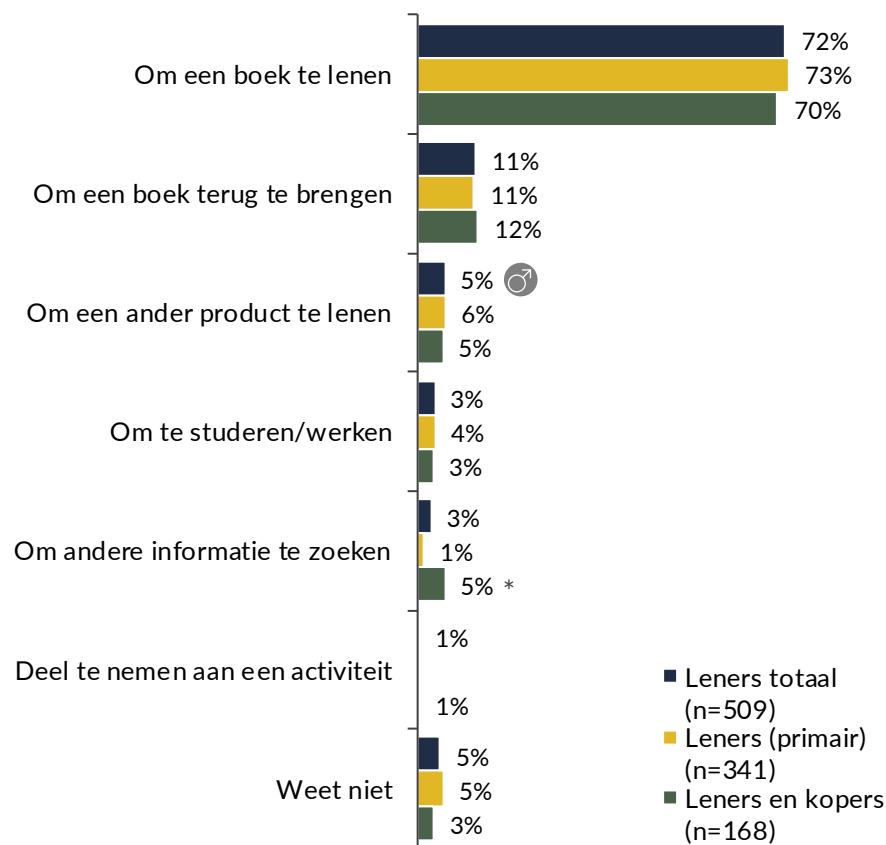
© GfK

68

Het lenen van boeken is veruit de belangrijkste reden voor het bibliotheekbezoek. Slechts een enkeling komt om te studeren, te werken of andere informatie te zoeken.



Belangrijkste reden voor het bezoek aan bibliotheek

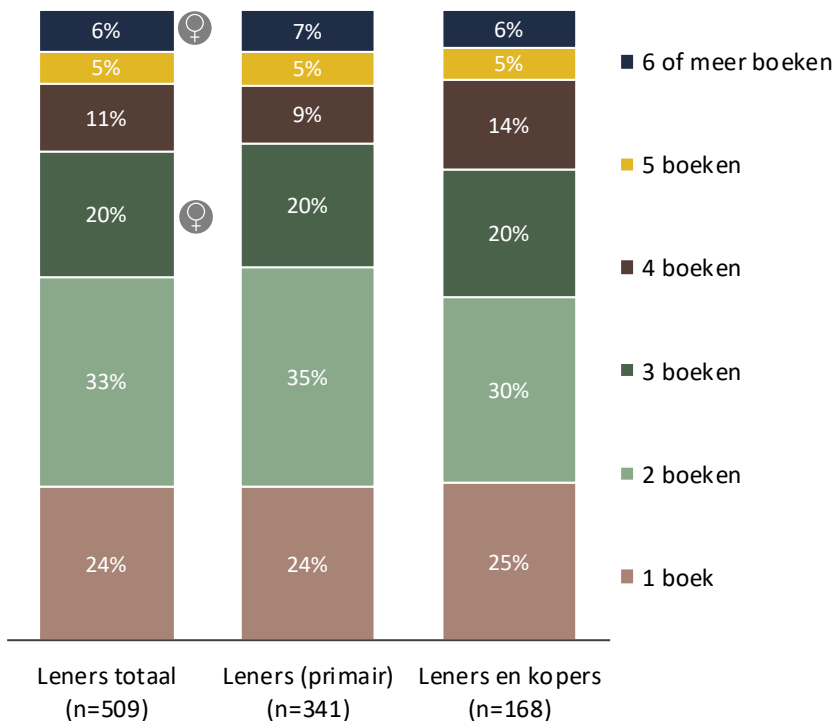


De meeste leners leende de laatste keer 1 of 2 boeken (57%). De overige leners leenden meer. De overige activiteiten in de bibliotheek bleven beperkt.



Leenaantal laatste keer

We zien hier geen verschillen tussen papieren boeken enerzijds en e-books/luisterboeken anderzijds.



Andere activiteiten naast het lenen in de bibliotheek



Klantreis:

Het zijn de **struinreizigers** die vaak meerdere boeken meenemen.

A01b: Toen u de laatste keer een boek (papier of e-book) leende, leende u er toen 1 of meerdere?

A06a: Heeft u toen u het specifieke boek leende nog iets anders in de bibliotheek gedaan?

* Gecorrigeerd obv vraag A01b

Achtergrond:

Leners en kopers hebben vaker de volgende activiteiten gedaan dan primaire leners: een ander boek geleend, een ander product geleend, een lezing/expositie/voorstelling/inloopspreekuur/cursus/workshop bezocht en informatie gezocht.

Basis: Leners, alle respondenten

Acht op de tien leners leende het boek voor zichzelf. 8% leende een boek voor iemand anders, en 14% leent zowel voor zichzelf als voor iemand anders (meestal kinderen).



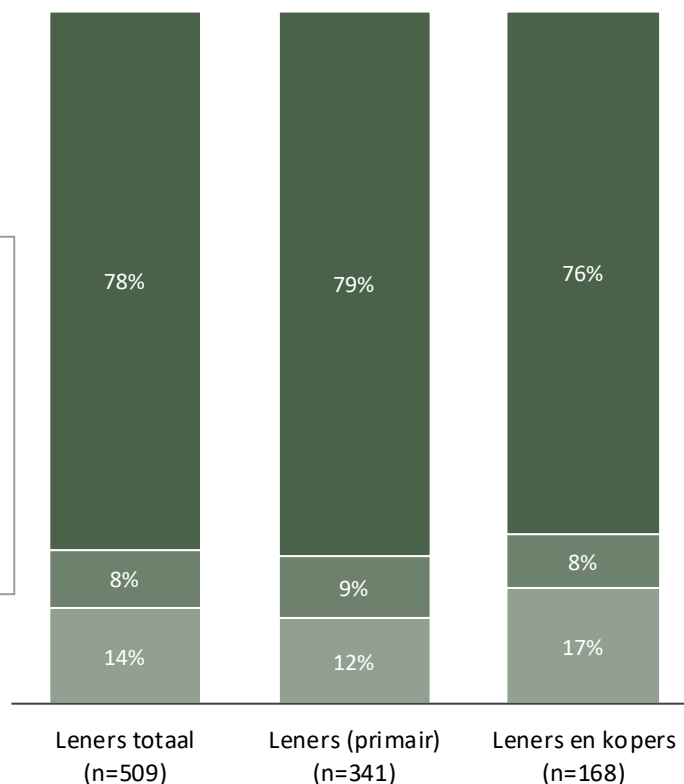
Voor wie geleend

E-books en/of
luisterboeken leent
men veel vaker voor
zichzelf.

Achtergrond:

Leners van 35-49 jaar leenden vaker voor iemand anders dan de andere leeftijdsgroepen. De andere leeftijdsgroepen leenden vaker voor zichzelf dan 35-49 jarigen.

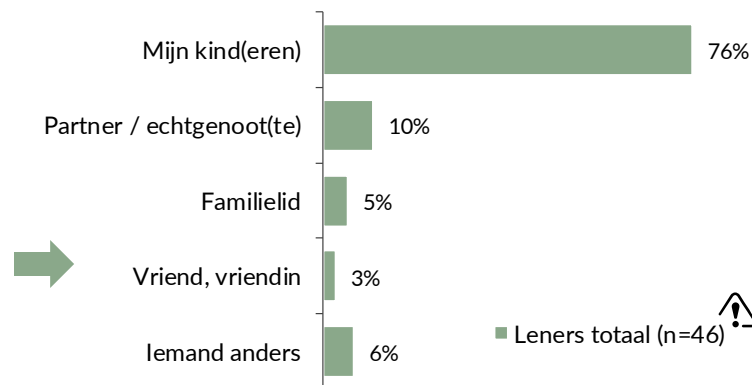
Light lezers leenden vaker voor iemand anders dan heavy en medium lezers.



■ Voor mijzelf

■ Voor iemand anders

■ Beide



Kopers:

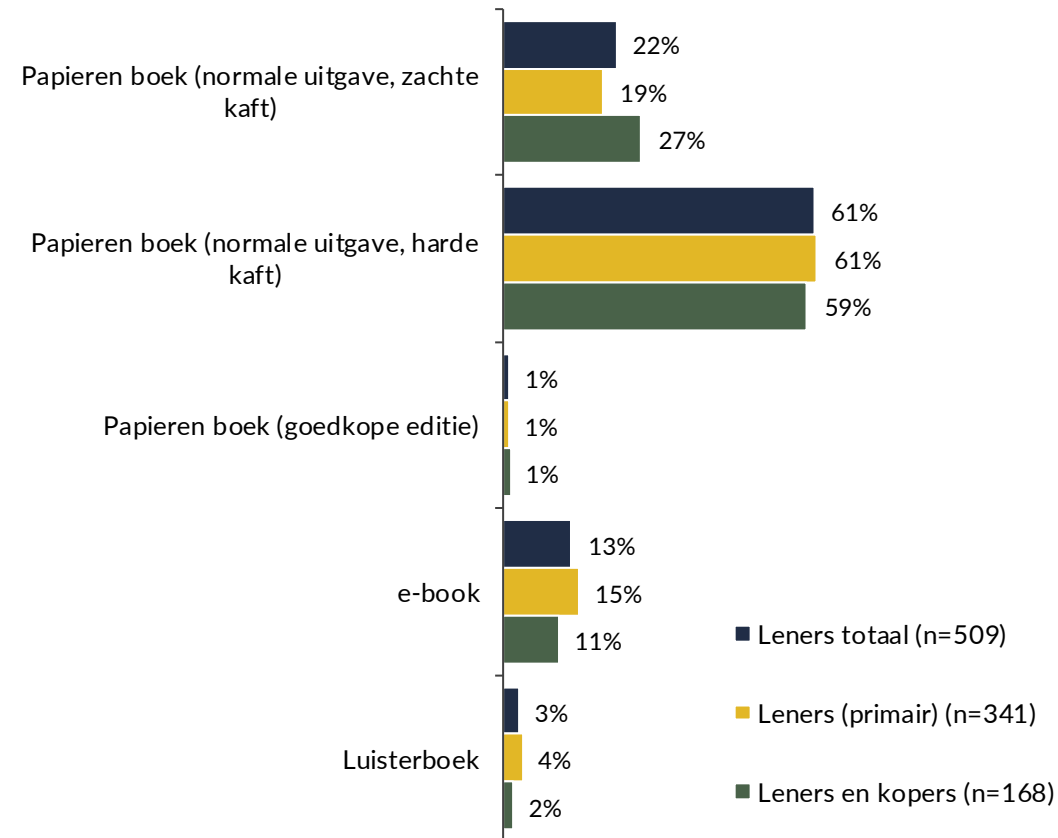
Van de kopers kocht eveneens 79% het boek voor zichzelf.

■ Leners totaal (n=46)

84% leende een papieren boek, 13% een e-book en 3% een luisterboek.



Soort boek



Kopers:

Van de kopers kocht eveneens 84% een papieren boek.

Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar leenden vaker een papieren boek (normale uitgave, harde kaft) dan 35-64 jarigen.

35-49 jarigen leenden vaker een papieren boek (normale uitgave, zachte kaft) dan jongeren tot 35 jaar en 65-plussers.

50-plussers leenden vaker een e-book dan jongeren tot 35 jaar.

Klantreis:

Het zijn de struinreizigers die wat vaker een e-book lenen.

Spannende fictie wordt het meest geleend, maar ook de romantische fictie/streekroman is populair om te lenen.



Genre boek

We constateren dat de groep leners en kopers spannende fictie en literatuur vaker lenen dan kopen, terwijl zij biografieën en kinder- en jeugdboeken eerder kopen dan lenen. Voor de kinderboeken wordt dit wellicht verklaard door het feit dat kinderen vaker zelf boeken uitzoeken in de bibliotheek.

Achtergrond:

Laag- en middenopgeleiden leenden vaker romantische fictie dan hoogopgeleiden.

Heavy en medium lezers leenden vaker een culturele en geschiedenis boek dan light lezers.

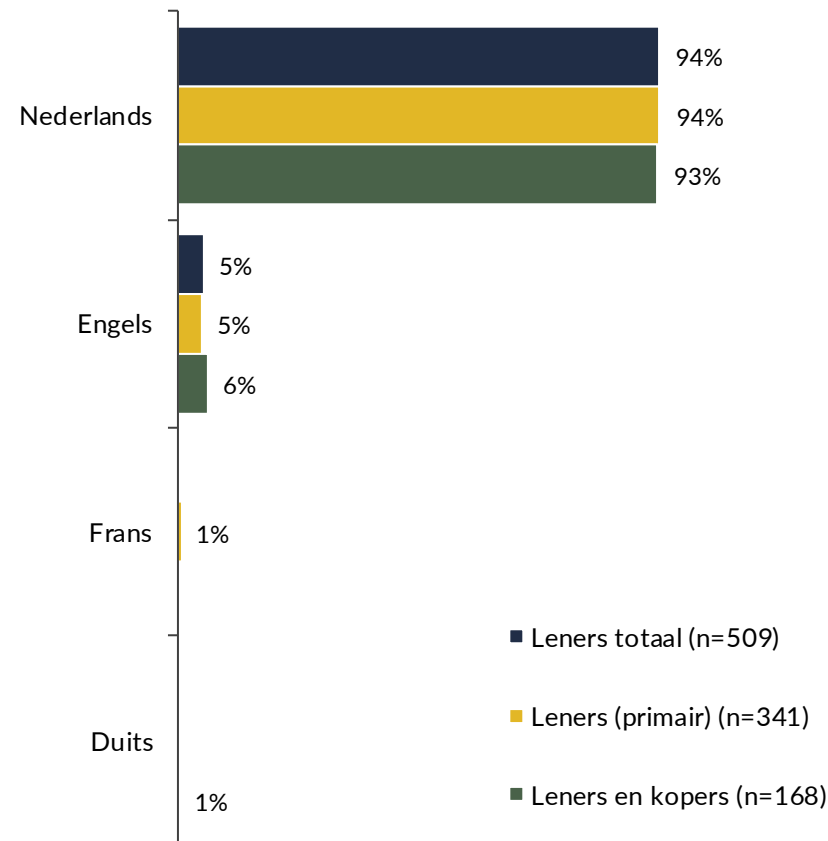
Geleende e-books of luisterboeken betreft wat minder vaak literatuur en wat vaker romantische fictie/streekroman, erotische literatuur in vergelijking met papieren boeken.

Genre	Leners totaal (n=509)	Leners (primair) (n=341)	Leners en kopers (n=168)
♂ Spannende fictie	32%	34%	27%
♀ Romantische fictie, streekroman, erotische literatuur	15%	18%	7% *
Literatuur, literaire roman	13%	10%	19% *
Kinder- en jeugdboeken	7%	8%	7%
(Auto)biografie, waargebeurd verhaal	7%	6%	8%
♂ Cultuur en geschiedenis	6%	5%	8%
Studie, hobby en techniekboeken	3%	2%	6% *
♂ Reis- en recreatieboeken	3%	3%	3%
Persoonlijke ontwikkeling / zelfhulpboek / spiritualiteit	3%	3%	4%
Young adult	3%	4%	2%
Kookboeken	2%	1%	4% *
Zakelijk / management / (populair) wetenschappelijk boek	1%	1%	2%
Anders	3%	4%	2%
♂ Weet niet meer / kan me niet meer herinneren	2%	3%	1%

94% van de geleende boeken zijn Nederlandstalig; 5% is Engelstalig.



Taal boek



Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar en hoger opgeleiden leenden vaker een Engels boek dan 35-plussers en de laagopgeleiden.

Kopers:

Van de kopers kocht 15% een Engelstalig boek.

Leners triggers en inspiratie

Inspiratie is van groot belang in de bibliotheek zelf. De inspiratie vindt men in eerste instantie in de bibliotheek, maar ook vrienden en familie spelen een rol.



Triggers

Top 3 eerste kennismaking

- 31%** Bibliotheek
- 17%** Familie en vrienden
- 7%** Internet

Social media speelt geen rol van betekenis (anders dan bij kopers).

57%

...is van plan een boek te lenen, maar weet nog niet welk specifieke boek.

Top 5 invloedsfactoren

- 28%** Onderwerp van het boek
- 27%** Eerder iets van schrijver gelezen
- 11%** Persoonlijke aanbeveling vriend/familie
- 6%** Nieuwsgierig naar deze schrijver
- 6%** Presentatietafel in de bibliotheek

Redenen om te lenen

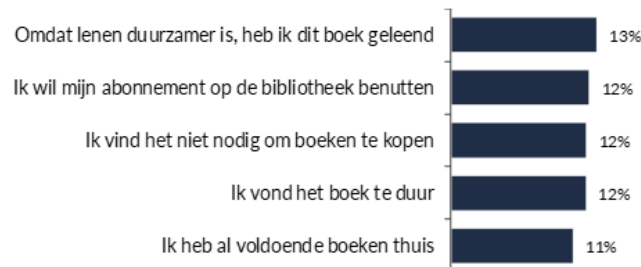


73% leent voor zichzelf ter ontspanning



12% leent voor zichzelf omdat het onderwerp aansluit bij interesse of hobby. **8%** leent voor studie.

Waarom lenen en niet kopen



Klantreis



- Leent direct **22%**
- 1 week **14%**
- 2 weken **15%**
- 3 weken **9%**
- Langer dan 3 weken **20%**

Papier of e-book

Men leent een papieren boek omdat men op zoek is naar een papieren boek en men snuffelt graag rond in de bibliotheek.

De argumenten voor een e-book zijn praktischer, men zoekt een e-book, wil vanuit huis lenen of het direct in huis hebben.

Ontspanning speelt voor leners (73%) een nog belangrijkere rol dan voor kopers (60%).



Belangrijkste reden om boek te lenen

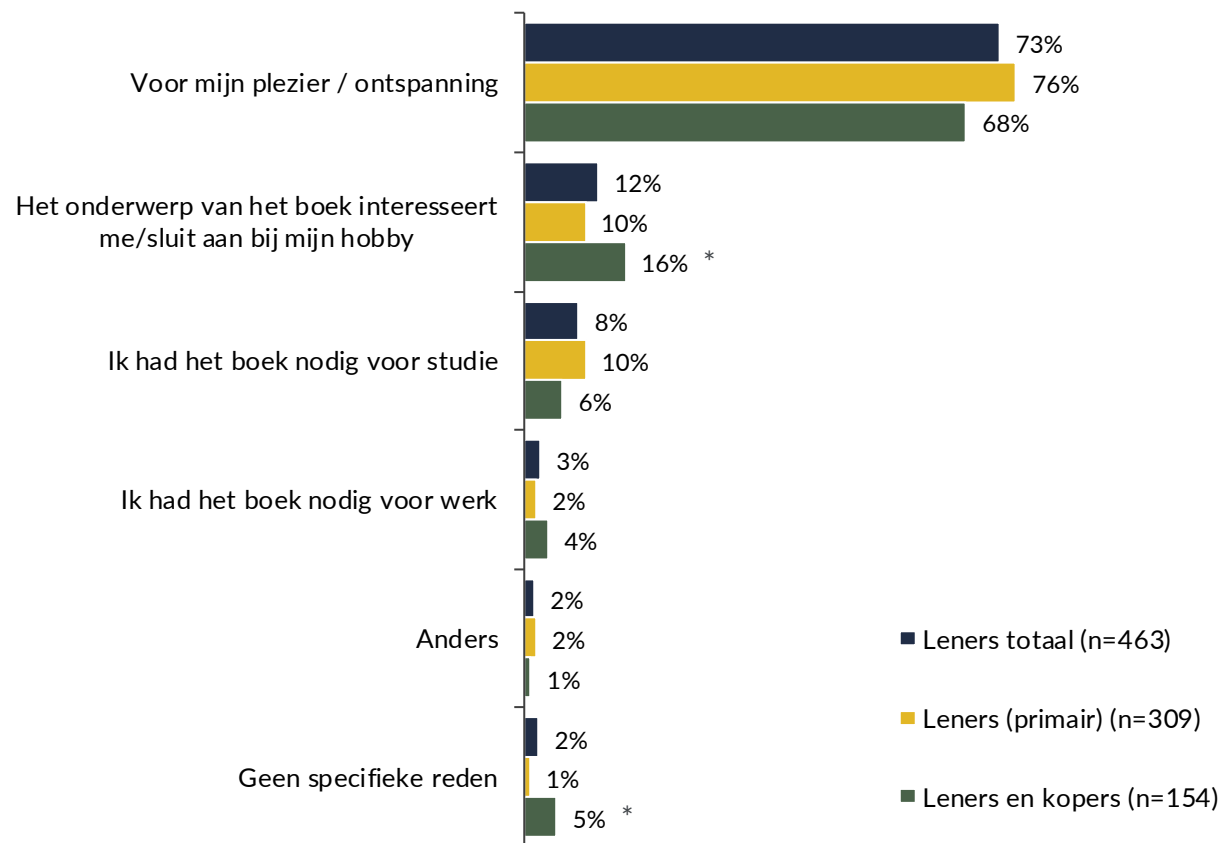
Achtergrond:

Leners van 35 jaar en ouder lenen vaker voor plezier/ontspanning dan jongeren tot 35 jaar.

Middenopgeleiden, en medium en light lezers lenen vaker omdat zij het boek nodig hebben voor studie dan laag- en hoogopgeleiden, en heavy lezers.

Klantreis:

Struinreizigers leenden vaker voor de ontspanningen; prikkelende reizigers leenden het boek vaker voor werk.



E-books en/of luisterboeken (82%) leent men nog iets vaker ter ontspanning dan papieren boeken (72%).

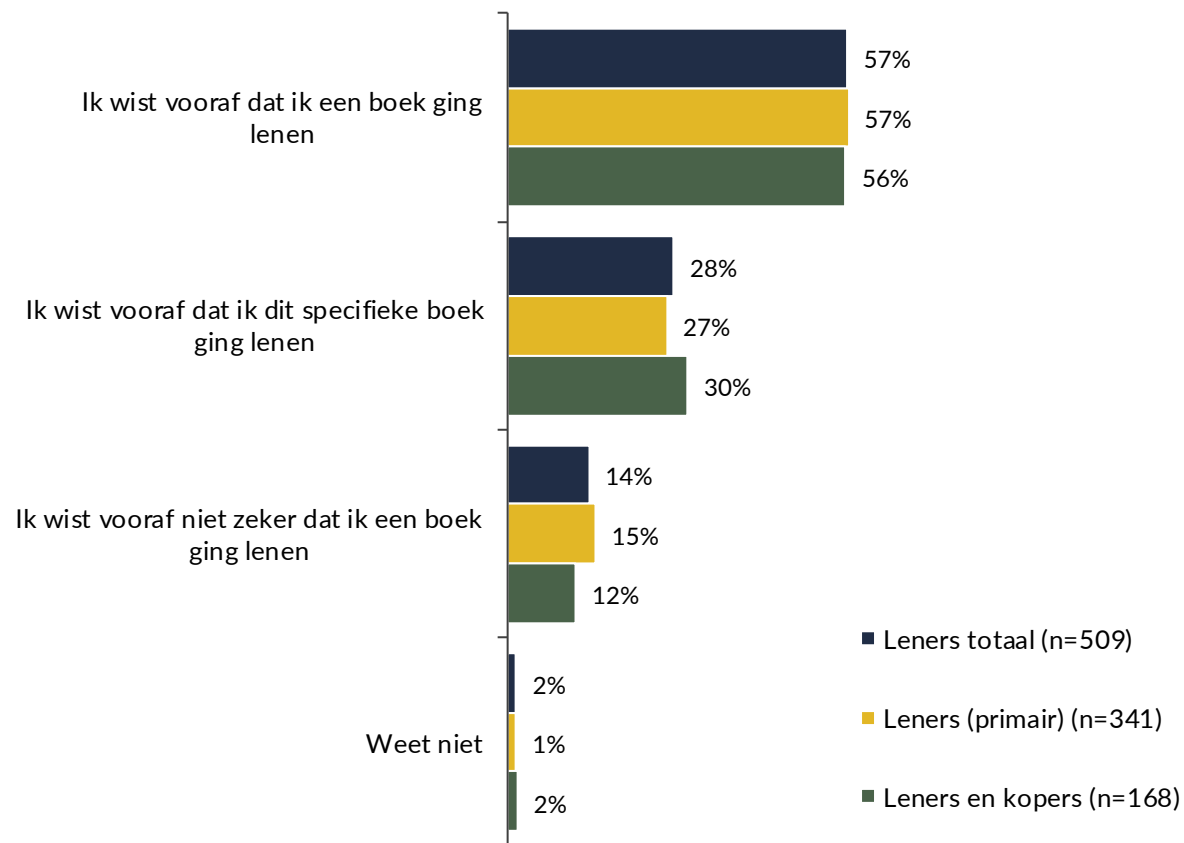
Kopers:

Van de kopers kocht 60% het boek ter ontspanning; 28% kocht het voor hobby, interesse.

28% van de leners wist voorafgaand aan het bibliotheekbezoek welk specifieke boek zij wilden lenen.



Verwachtingen vooraf



Kopers:

Van de kopers wist 34% vooraf welk specifieke boek men ging kopen.

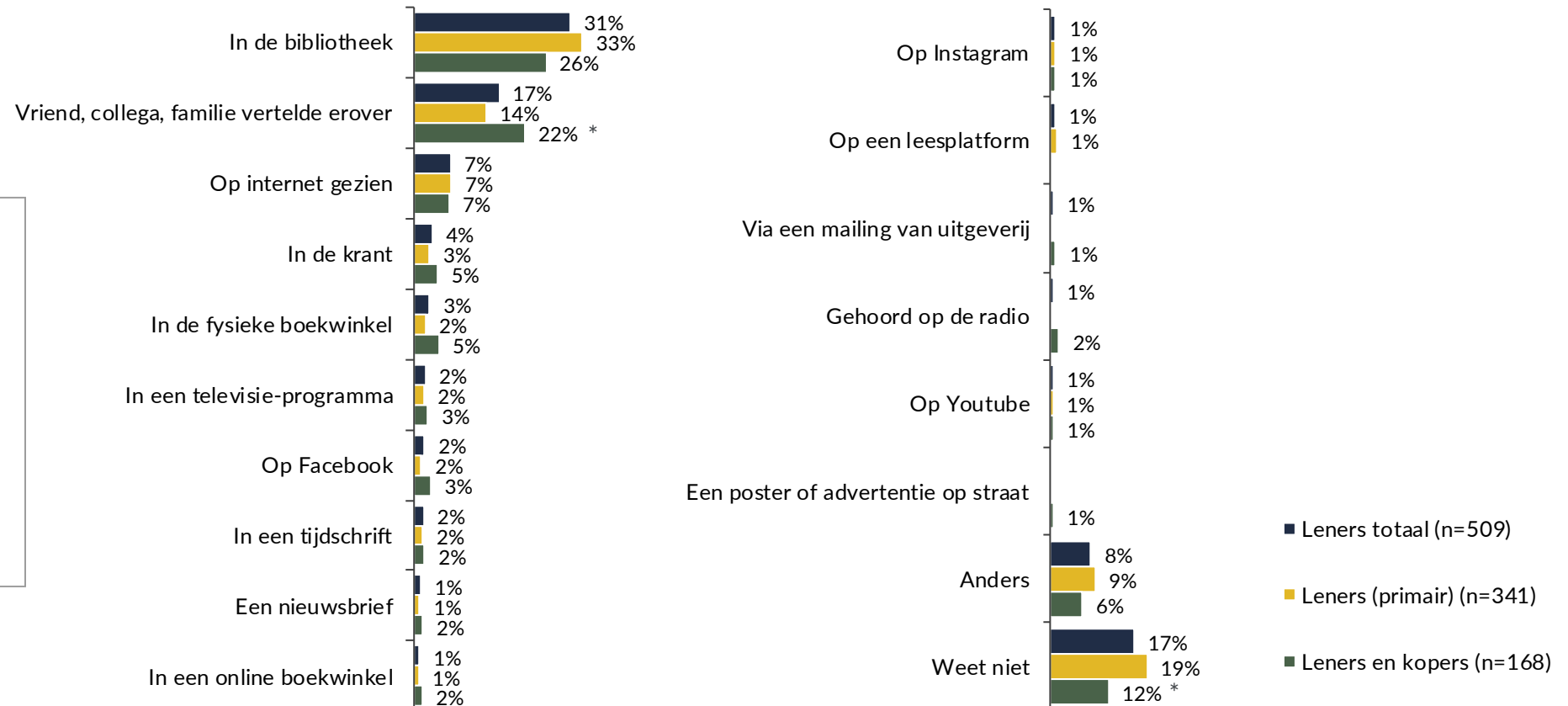
Bij leners vindt de eerste trigger vaak in de bibliotheek plaats.
Vrienden, collega's en familie spelen voor leners een nog grotere rol dan bij de kopers.



Kennismaking met het boek

Achtergrond:
Heavy en light lezers geven vaker aan voor de eerste keer in de bibliotheek iets over het boek te hebben gehoord of gezien dan medium lezers.

Klantreis:
Struinreizigers laten zich meer dan de andere reizigers als eerste inspireren in de bibliotheek. De andere type reizigers praten meer met anderen over boeken.



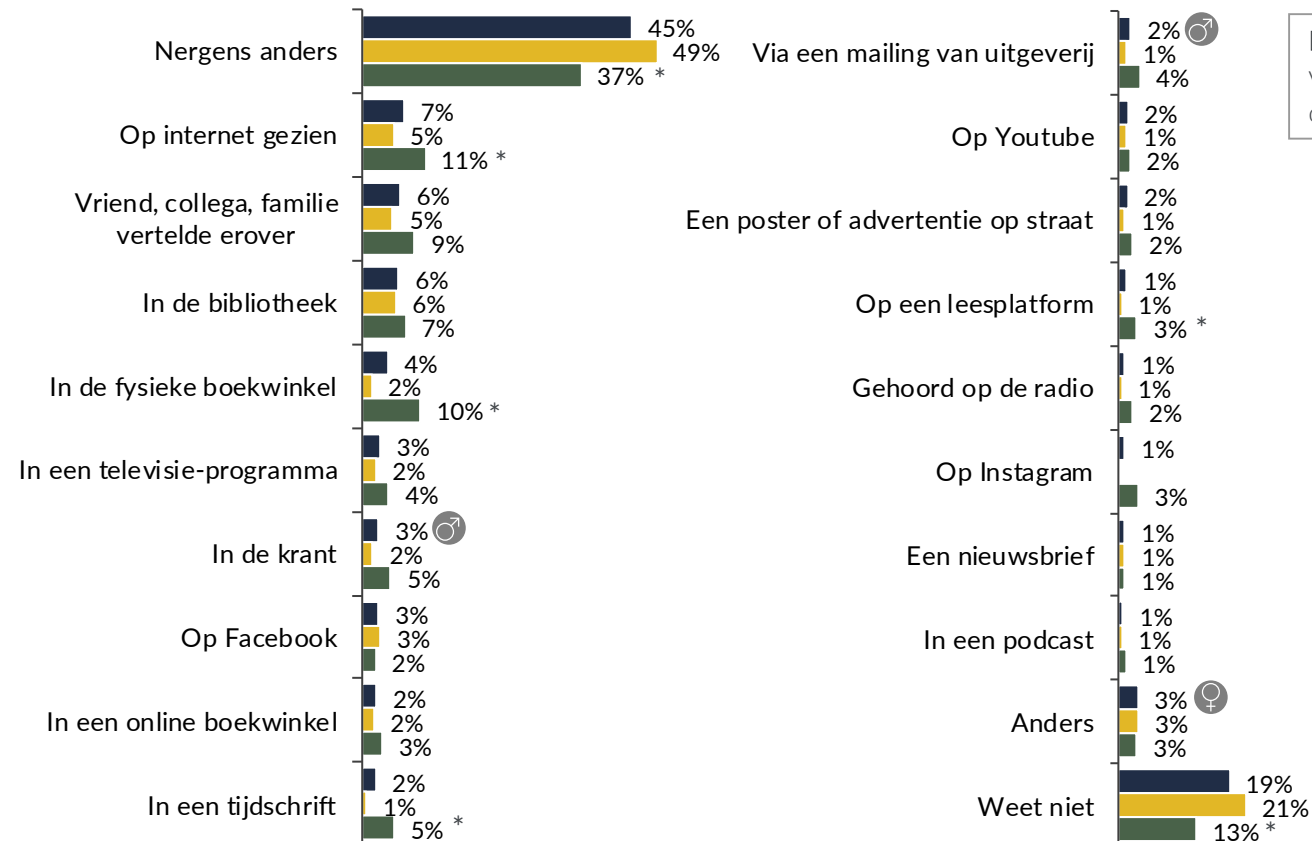
45% heeft de keuze na de eerste trigger gemaakt. 35% van de leners benoemt meerdere triggers.



Waar nog meer over het boek gezien, gehoord of gelezen

Achtergrond:

Heavy lezers geven vaker aan in de bibliotheek nog meer over het boek te hebben gezien, gehoord of gelezen dan medium en light lezers.



Kopers:

Van de kopers had 36% na 1 trigger de keuze gemaakt.

■ Leners totaal (n=509)

■ Leners (primair) (n=341)

■ Leners en kopers (n=168)

B04b: En waar hebt u daarna nog meer iets gezien, gehoord of gelezen over dit boek?

Basis: Leners, alle respondenten

De totale klantreis voor het lenen neemt voor 51% van de leners maximaal 2 weken tijd in beslag. 22% leent het direct. Een aanzienlijk deel weet het niet.



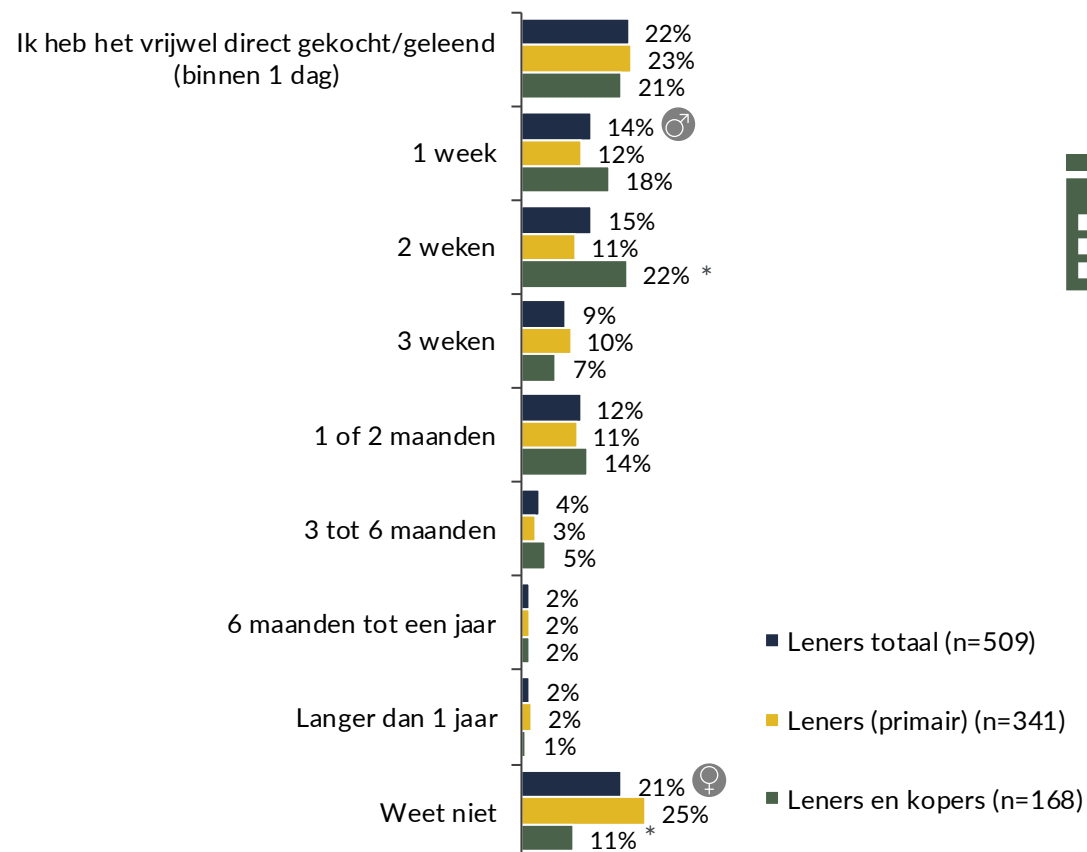
Tijd tussen het horen over het boek en lenen

Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar leenden vaker binnen 1 dag het boek dan 35-49 jarigen en 65-plussers.

Klantreis:

Struinreizigers en **gerichte** reizigers hebben vaker een korte klantreis.



Meestal duurt een klantreis niet langer dan 2 maanden

Vele factoren zijn van invloed op de keuze van het boek.

Online influencers spelen nauwelijks een rol. Ook de persoonlijke aanbeveling van een bibliotheekmedewerker speelt een beperkte rol. De presentatietafel is zeker wel van belang.



Invloedsfactoren keuze boek

We zien hier weinig verschillen tussen papieren boeken en e-books /luisterboeken.

Achtergrond:

50-plussers, en heavy lezers geven vaker aan eerder een boek van de schrijver te hebben gelezen dan leners tot 50 jaar, en medium en light lezers.

Bij heavy en medium lezers waren de volgende factoren vaker van invloed op de keuze dan light lezers:

- Ik was nieuwsgierig naar een boek van deze schrijver
- Het onderwerp van het boek
- Een suggestie op basis van wat ik eerder heb gelezen/gekocht/bekeken.

Aspecten	Leners totaal (n=509)	Leners (primair) (n=341)	Leners en kopers (n=168)
Het onderwerp van het boek	33%	32%	34%
♀ Ik heb eerder een boek van deze schrijver gelezen	28%	27%	29%
Persoonlijke aanbeveling van een vriend, collega, familielid	15%	13%	19%
Ik was nieuwsgierig naar een boek van deze schrijver	14%	13%	16%
Het boek lag op een presentatietafel in boekwinkel/bibliotheek	10%	10%	8%
♂ Een recensie in krant of tijdschrift	6%	3%	11% *
Een suggestie op basis van wat ik eerder heb gelezen/gekocht/bekeken	5%	4%	6%
De aanbeveling van een lezer op internet	5%	4%	5%
Een top 10 lijst in een online artikel	4%	5%	3%
Een interview met de schrijver in krant of tijdschrift	4%	2%	8% *
Aandacht voor dit boek in een tv-programma	3%	3%	4%
Iedereen had het over dit boek	3%	3%	4%
Het boek stond in de top 10 lijst in de winkel	3%	3%	4%
Het boek heeft een prijs gewonnen, of stond op een shortlist	3%	2%	4%
♂ De persoonlijke aanbeveling van de boekverkoper/bibliotheekmedewerker	2%	1%	2%
De mooiste uitvoering van dit boek dat ik kon vinden in de boekwinkel/bibliotheek	1%	0%	2% *
Een aanbeveling van een influencer (online)	0%	0%	1%
Geen van deze/ weet niet	19%	22%	13% *

B04c2: Welke van onderstaande aspecten waren van invloed op uw keuze van dit boek?

Basis: Leners, alle respondenten

Het onderwerp van het boek en de bekendheid met de schrijver zijn het meest bepalend bij de keuze van het boek.



Invloedsfactoren keuze boek – meest bepalend

Aspecten	Leners totaal (n=413)	Leners (primair) (n=266)	Leners en kopers (n=147)
Het onderwerp van het boek	28%	28%	29%
♀ Ik heb eerder een boek van deze schrijver gelezen	27%	28%	26%
Persoonlijke aanbeveling van een vriend, collega, familielid	11%	12%	10%
Ik was nieuwsgierig naar een boek van deze schrijver	6%	7%	5%
Het boek lag op een presentatietafel in boekwinkel/bibliotheek	6%	6%	5%
Een recensie in krant of tijdschrift	3%	2%	4%
Een top 10 lijst in een online artikel	3%	3%	3%
Iedereen had het over dit boek	2%	3%	2%
♂ Het boek stond in de top 10 lijst in de winkel	2%	2%	2%
Aandacht voor dit boek in een tv-programma	2%	2%	1%
De aanbeveling van een lezer op internet	2%	2%	1%
Een suggestie op basis van wat ik eerder heb gelezen/gekocht/bekeken	2%	1%	2%
Het boek heeft een prijs gewonnen, of stond op een shortlist	2%	1%	2%
Een interview met de schrijver in krant of tijdschrift	1%	1%	3%
De mooiste uitvoering van dit boek dat ik kon vinden in de boekwinkel/bibliotheek	1%	0%	1%
Een aanbeveling van een influencer (online)	1%	0%	1%
De persoonlijke aanbeveling van de boekverkoper/bibliotheekmedewerker	1%	0%	1%
Geen van deze/ weet niet	0%	1%	0%

Achtergrond:

Eerder een boek van de schrijver gelezen telde vaker het zwaarst mee bij 50-plussers dan leners tot 50 jaar. Het onderwerp van het boek telde vaker het zwaarst mee bij leners tot 50 jaar dan 65-plussers.

Bij medium en light lezers telde een persoonlijke aanbeveling van een vriend, collega, familielid vaker het zwaarst mee dan heavy lezers.

Basis: Leners, keuze boek was beïnvloed door 1 of meer aspecten

B04d: Welke van onderstaande aspecten telde het zwaarst mee bij uw keuze voor dit boek?

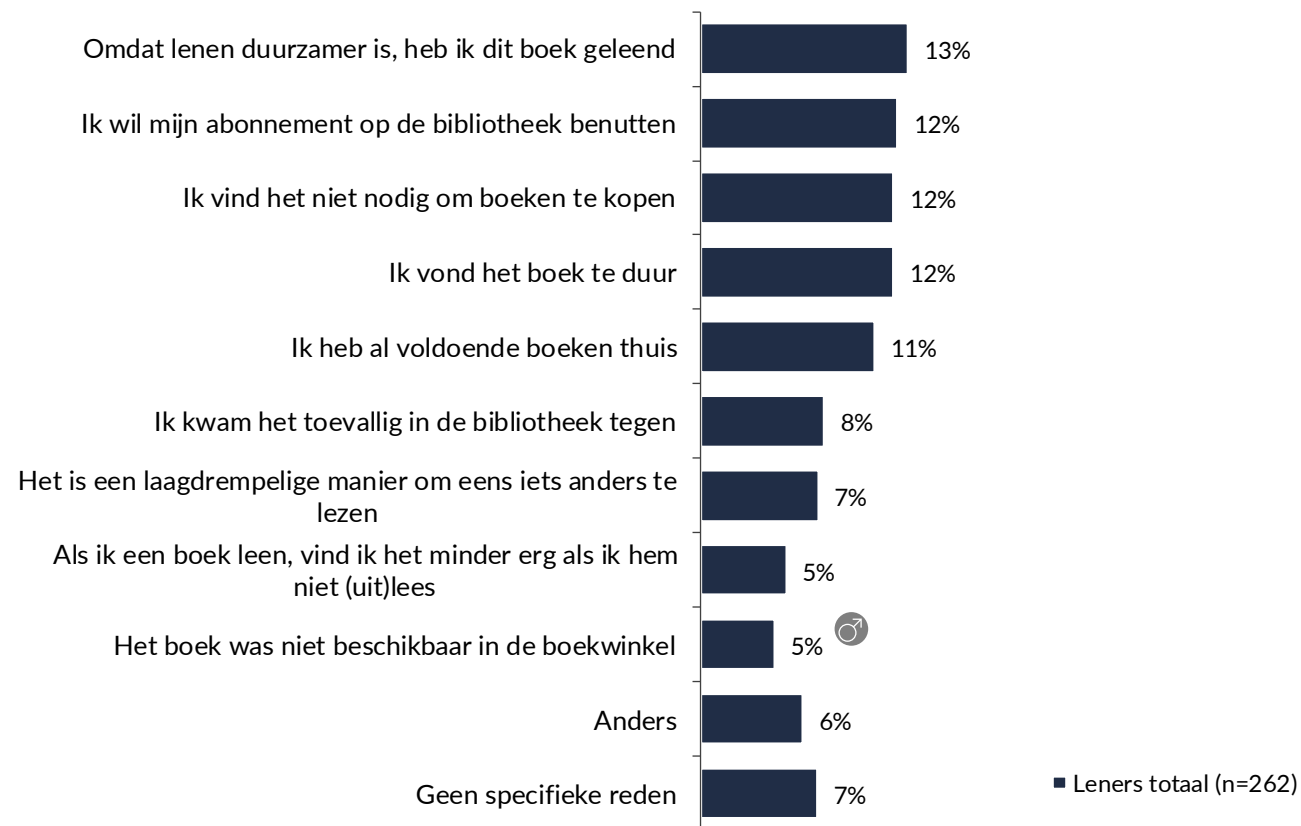
Men leende het boek en kocht het niet vanwege duurzaamheid, vanwege prijs (benutten van het abonnement, kopen is duurder) of omdat men het niet nodig vond (al voldoende boeken in huis).



Reden voor lenen bij de bibliotheek

Achtergrond:

Midden en laagopgeleiden gaven vaker aan het boek te duur te vinden dan hoogopgeleiden.



Men leent een papieren boek omdat men op zoek is naar een papieren boek en men snuffelt graag rond in de bibliotheek.

De argumenten voor een e-book zijn praktischer, men zoekt een e-book, wil vanuit huis lenen of het direct in huis hebben.



Reden lenen papieren boek



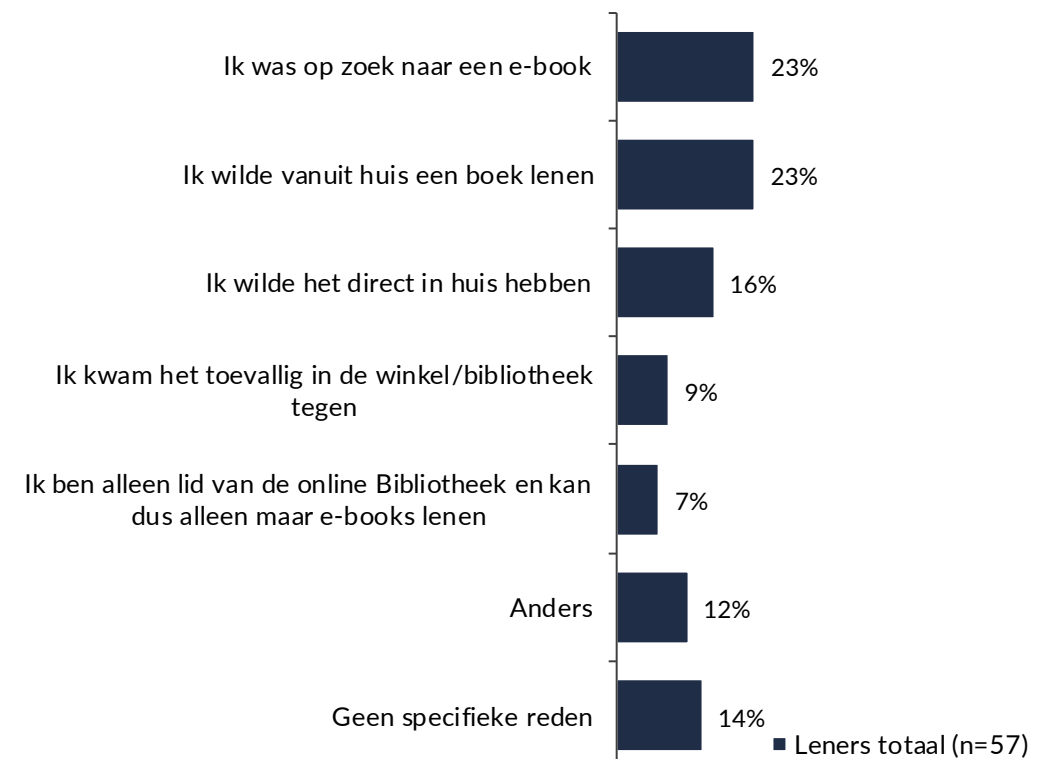
Achtergrond:

Primaire leners geven vaker aan het boek toevallig in de winkel/bibliotheek te zijn tegengekomen dan leners en kopers. Leners en kopers geven daarentegen vaker aan dat het boek (nog) niet beschikbaar was als e-book in de bibliotheek dan primaire leners.

B07: Wat was de reden om voor dit boek een papieren versie te kiezen en geen e-book?

B08: Wat was de reden om voor dit boek een e-book te kiezen en geen papieren boek?

Reden lenen e-book



Achtergrond:

Leners en kopers geven vaker aan dat zij het boek direct in huis wilden hebben dan primaire leners.

Basis B07: Leners, heeft papieren boek gekocht/geleend en leest ook e-books

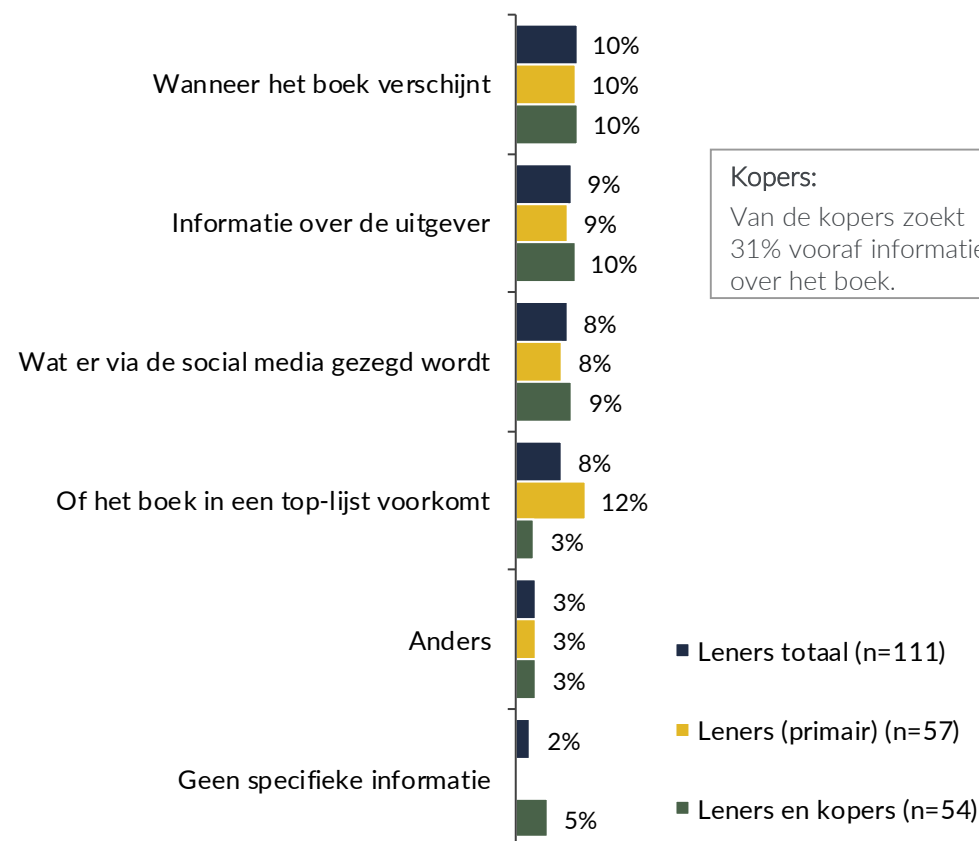
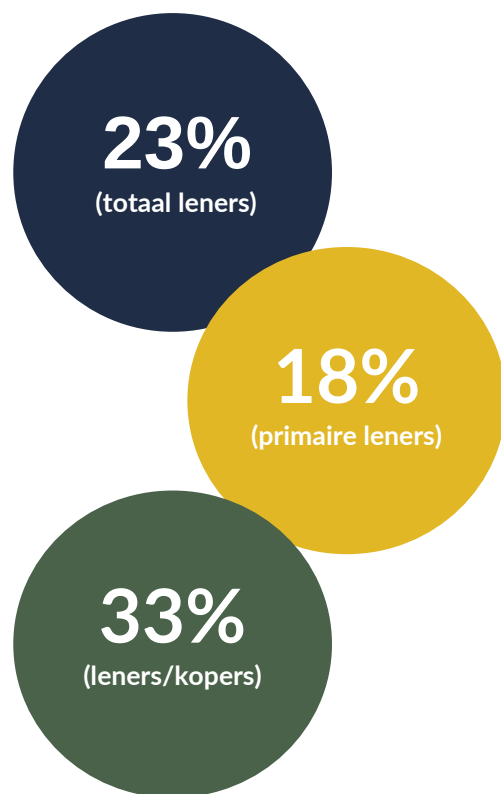
Basis B08: Leners, heeft e-book gekocht/geleend en leest ook papieren boeken

Leners zoeken minder informatie over het boek dan kopers. Meestal zoeken leners informatie over het verhaal, de beschikbaarheid, recensies en de auteur.



Voorafgaand informatie opgezocht

Voorafgaand informatie opgezocht



Kopers:
Van de kopers zoekt
31% vooraf informatie
over het boek.

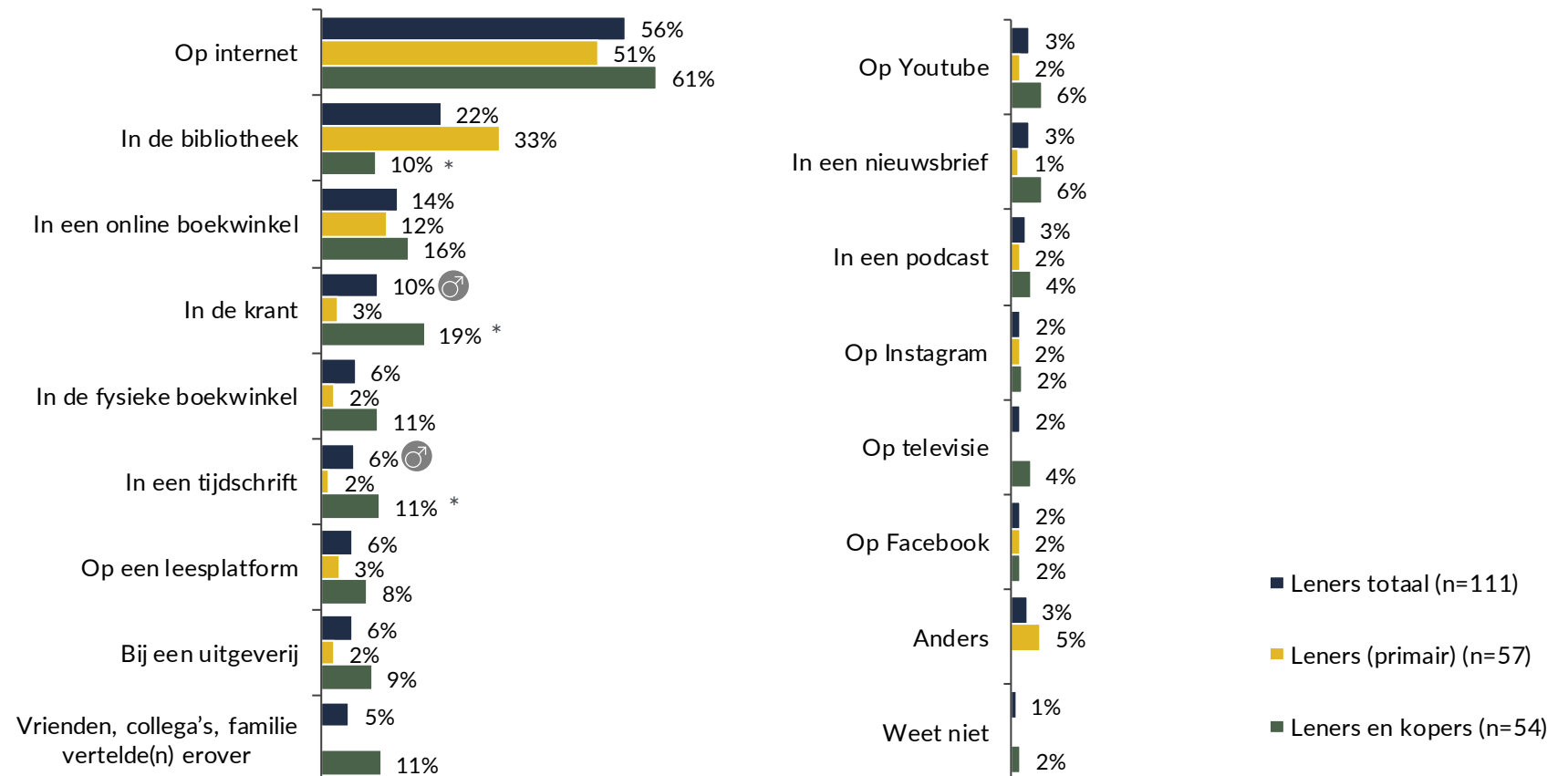
C01: Heeft u voordat u het boek kocht / leende nog informatie over het boek gezocht?
C02: Naar wat voor informatie was u op zoek?

Basis C01: Leners, alle respondenten
Basis C02: Leners, heeft voorafgaand informatie gezocht

Internet is hier de belangrijkste bron, gevolgd door de bibliotheek zelf.



Waar informatie boek gezocht



C03: Kunt u aangeven waar u deze informatie heeft gezocht?

Basis: Leners, heeft voorafgaand informatie gezocht

In bijna de helft van de te lenen boeken staat het genre vooraf al vast. Voor 37% staat de auteur al vast en voor 28% het soort boek.



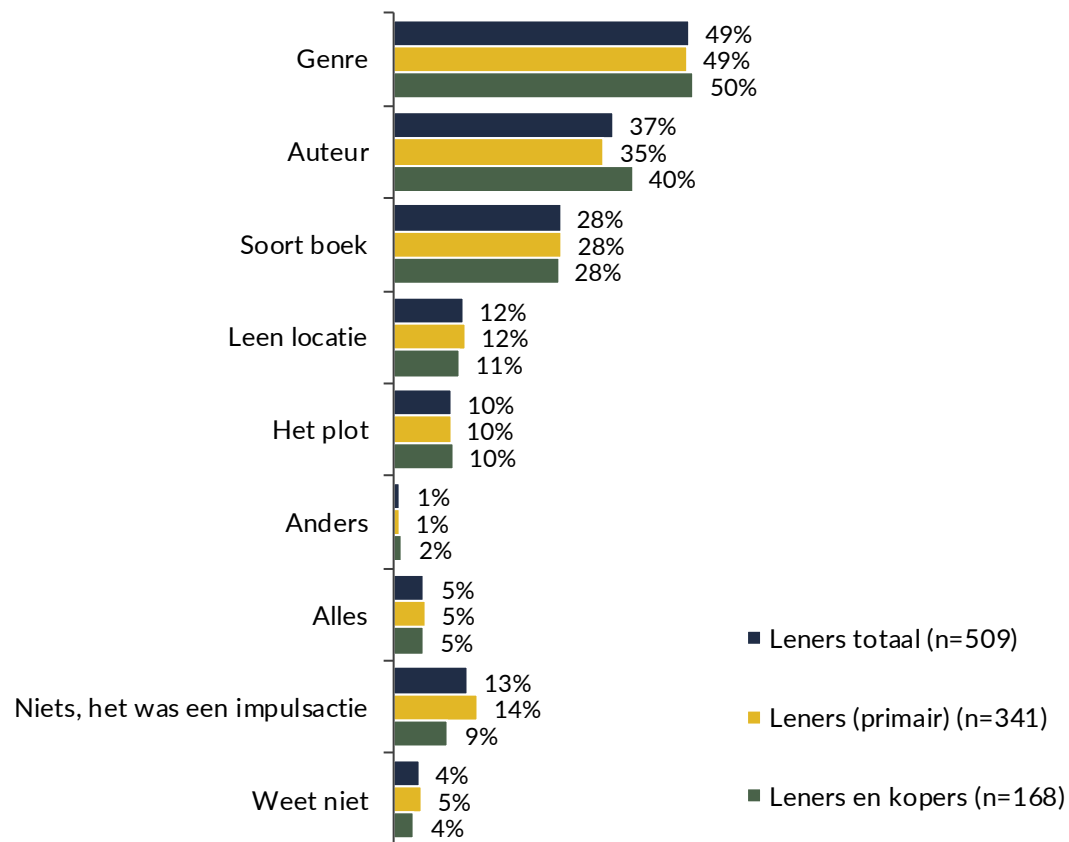
Voorafgaande vaste boekaspecten

Leners die e-books en/of luisterboeken leenden geven vaker aan dat de vorm van het boek al vaststaat dan leners die een papieren boek leenden.

Achtergrond:

Leners tot 35 jaar geven vaker aan dat het soort boek en de leen locatie al vast stond dan leners van 35-49 jaar en 65-plussers. 50-plussers geven vaker aan dat de auteur al vast stond dan leners van 35-49 jaar.

Midden- en hoogopgeleiden geven vaker aan dat de leen locatie al vast stond dan laagopgeleiden. Daarnaast geven hoogopgeleiden vaker aan dat alles al vast stond dan midden- en laagopgeleiden.



Kopers:

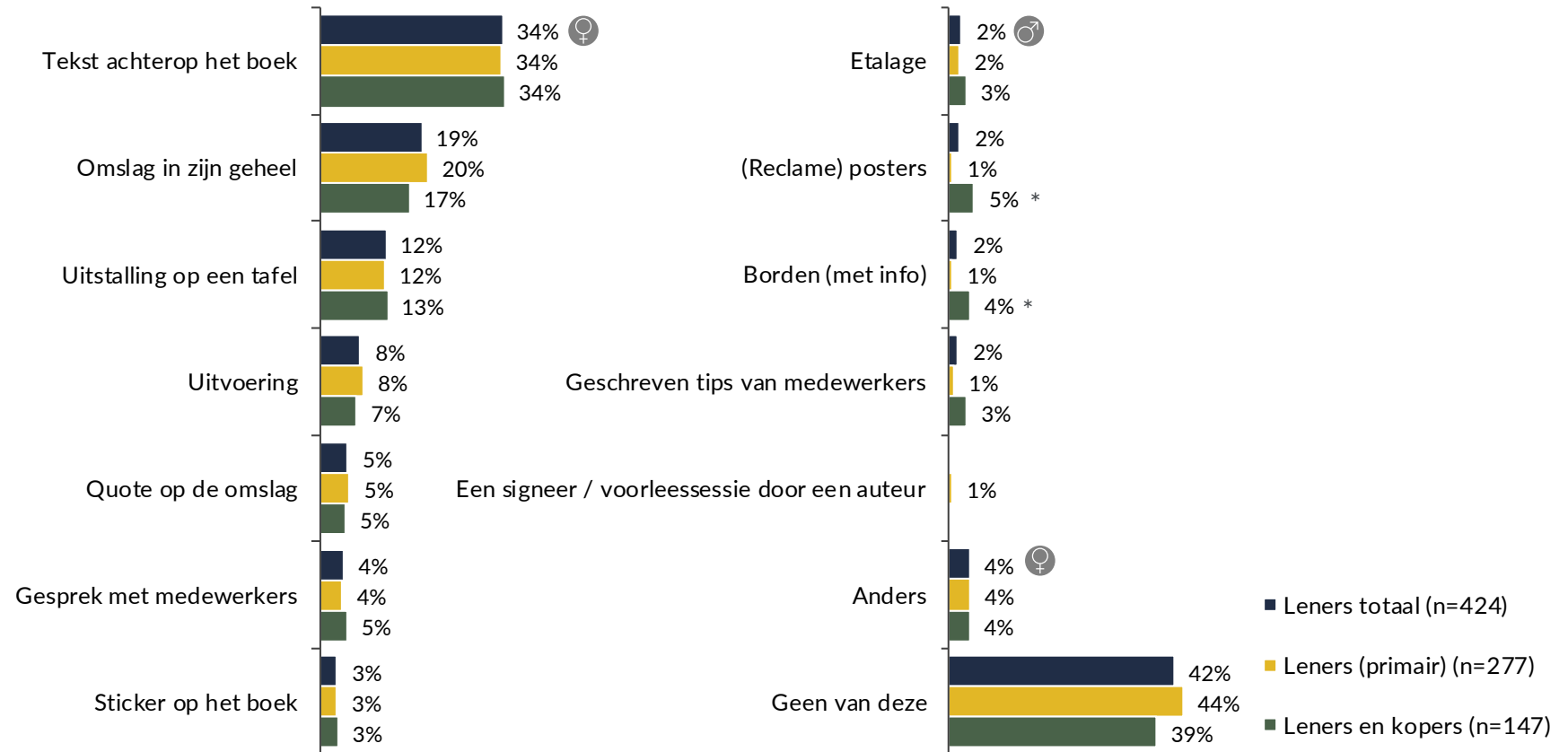
Bij kopers staat eveneens genre (47%, auteur (40% en soort boek (31%) vooraf vast.

De belangrijkste invloedsfactoren op de keuze van het boek zijn de tekst achterop, de omslag in zijn geheel en de uitstalling op een tafel.



Invloedsfactoren fysiek boek

Achtergrond:
 Leners tot 35 jaar geven vaker aan dat een quote op de omslag, de omslag in zijn geheel en de uitvoering invloed heeft gehad op de keuze dan leners van 65 jaar en ouder.
 Heavy lezers geven vaker aan dat de tekst achterop het boek en een quote op de omslag invloed heeft gehad op de keuze dan medium en light lezers.





Growth
from
Knowledge

Lenerservaringen

Tevredenheid overheerst. Men deelt iets minder vaak een mening dan kopers.



Ervaringen



... is tevreden over het geleende boek.

Top 3 manieren om te delen (66%):

- 43% In gesprek met vrienden/familie
- 11% Uitlenen
- 8% Cadeau doen

5%

... zou een recensie kunnen schrijven.

Lijst

41%

...houdt een lijstje bij



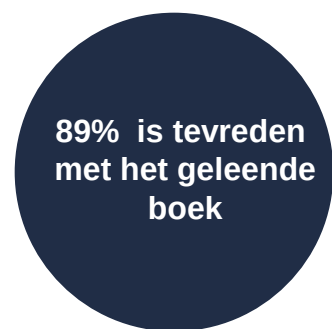
Top 3 lijstjes

- 18% Op telefoon
- 15% Op papier
- 4% Online bibliotheek

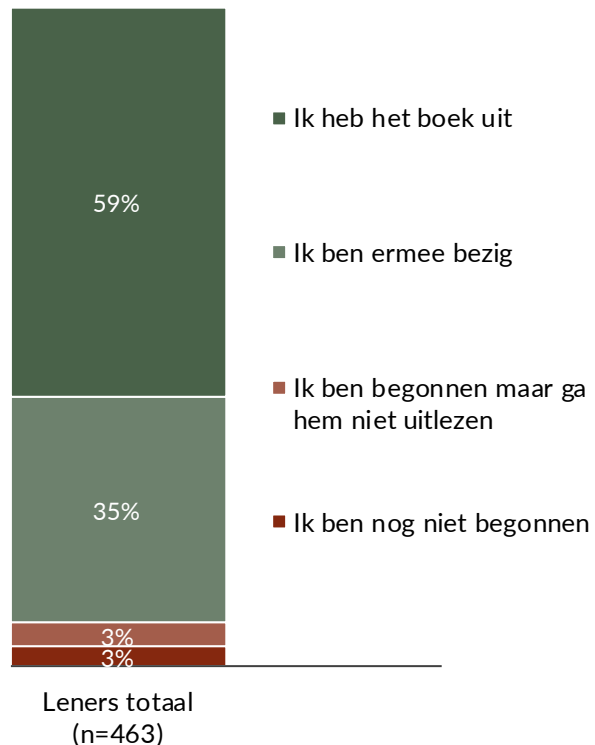
Een grote groep leners zou zijn mening over het boek willen delen.
Meestal in een gesprek met vrienden, of door het boek uit te lenen of
cadeau te doen. 5% zou een recensie willen schrijven.



Tevredenheid geleende boek



Boek gelezen



Manier delen van mening over boek - leners



Achtergrond:

Heavy lezers geven vaker aan (zeer) tevreden te zijn met het geleende boek dan medium en light lezers.

Leners tot 50 jaar en 65-plussers zullen vaker het boek uitlenen om hun mening over het boek met anderen te delen dan 50-64 jarigen. Hetzelfde geldt voor middenopgeleiden versus laag- en hoogopgeleiden.

E04b: In hoeverre bent u achteraf blij met het geleende boek?

E04c: In hoeverre heeft u het boek al gelezen?

E05a: U heeft het boek al (deels) gelezen. Op welke manier zou u uw mening over dit boek met anderen delen?

Basis E04b: Leners, heeft boek voor zichzelf geleend

Basis E04c: Leners, alle respondenten die een boek leende voor zichzelf

Basis E05a: Leners, heeft het boek al (deels) gelezen

Globaal de helft zou een boek van dezelfde auteur of hetzelfde genre willen lezen. Een grote groep overweegt om dit dan te lenen. Slechts een kleine groep overweegt te kopen.



Reacties naar aanleiding van het lezen van het boek

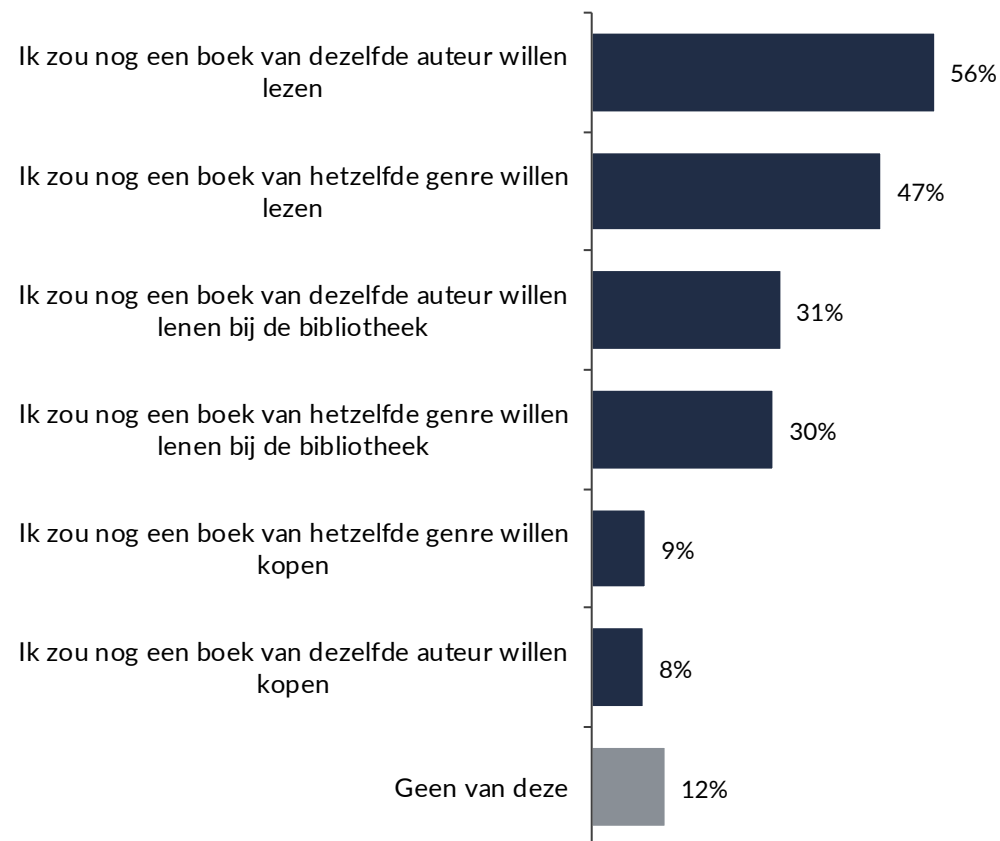
Achtergrond:

Leners en kopers geven vaker aan een boek van hetzelfde genre en dezelfde auteur te willen kopen dan primaire leners.

Achtergrond:

Midden- en hoogopgeleiden geven vaker aan nog een boek van hetzelfde genre te willen kopen dan laagopgeleiden.

Heavy lezers zouden vaker nog een boek van dezelfde auteur willen lezen dan medium en light lezers. Medium lezers zouden vaker nog een boek van dezelfde auteur willen kopen dan heavy en light lezers.



41% van de leners houdt een lijstje bij met nog te lezen, lenen of kopen boeken.

Deze groep leners houdt zelden een verlanglijstje bij in een online winkel.

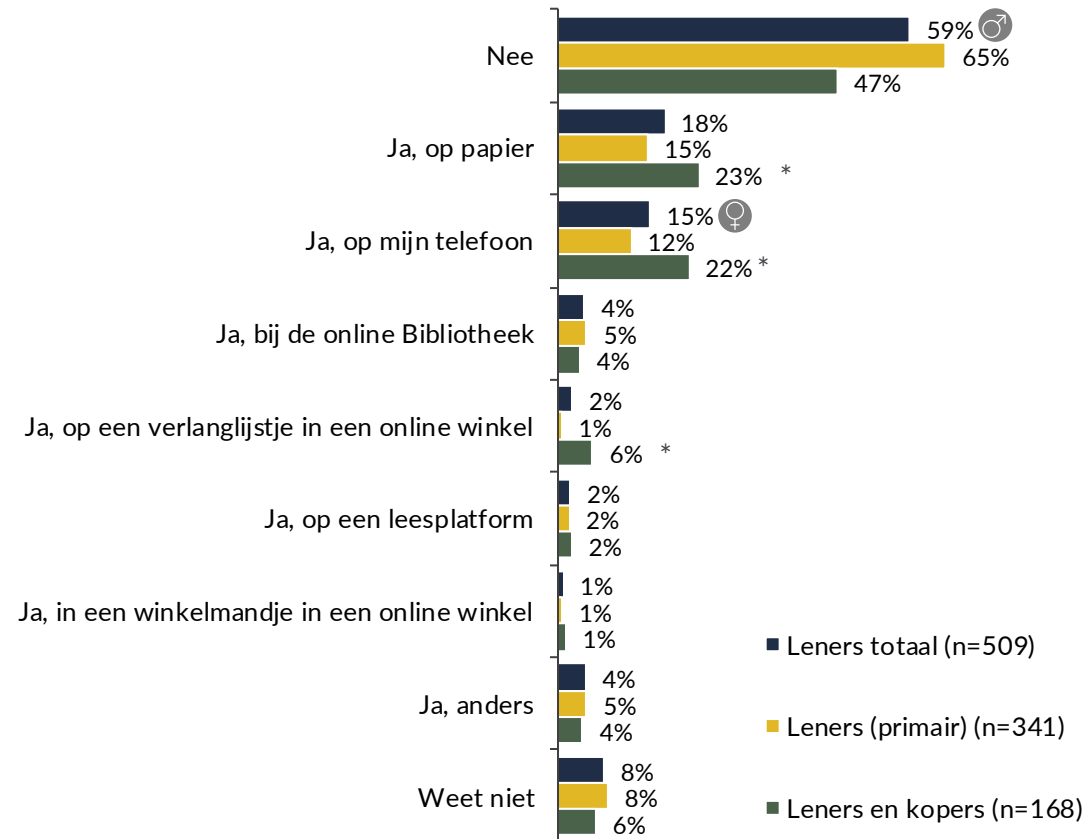


Lijst van boeken nog te lezen, lenen of kopen

Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar houden vaker een lijst bij op de telefoon dan 35-plussers.

Heavy en medium lezers houden vaker een lijstje bij op papier of de telefoon dan light lezers.



Kopers:

Van de kopers houdt 43% een lijstje bij.

Tips:



Tips voor de bibliotheek

"Meer grote letter boeken."

"Een goede zoekfunctie op de website van de bieb. Dat je als abonnee gemakkelijk geïnformeerd wordt over interessante boeken.."

"Het is handig als de boeken en op genre gesorteerd zijn, soms is dat niet zo. Ook maken posters het aantrekkelijker."

"Recensies van de medewerkers of lezers erbij plaatsen is stimulerend voor het lenen van boeken.
Ik leen overigens vaak boeken voor studiemateriaal en koop deze daarna."

"Goed informeren naar waar een klant op zoek is en dan helpen in de keuze."

"Als je e-boek uit hebt de mogelijkheid om deze te verwijderen van je boekenplank. Nu kun je er maar 10 boeken op hebben staan en duurt het lang voor ze verwijderd worden na het lezen."

"Meer leuke kinderboeken."

"Mooie presentatie van boeken. Niet alles in schappen doen."

"Er was ooit in de bieb een tafel met hierop specifiek aanraders van andere lezers. Dat is er helaas niet meer en mis ik best wel. Ik heb hier zelf ook een keer een boek op gelegd."

"Instagram jongeren aantrekken."

"Mails sturen over interessante boeken."

"Zorg voor vooral meer keuze en ook meer online boeken!"

"Voor veel boeken (vooral YA) worden trailers gemaakt. Die zouden ze kunnen afspelen op de schermen. Schrijvers uitnodigen om een lezing te houden en hun boeken te promoten (dit gebeurt haast nooit in de plaatselijke bibliotheek en nu zeker niet. Dat snap ik wel)."

"Meer werken met social Media , en vooral ook Instagram denk dat daar echt nog veel te behalen valt boeken onder de aandacht brengen kleine stukjes erover schrijven evt. kleine reviews."

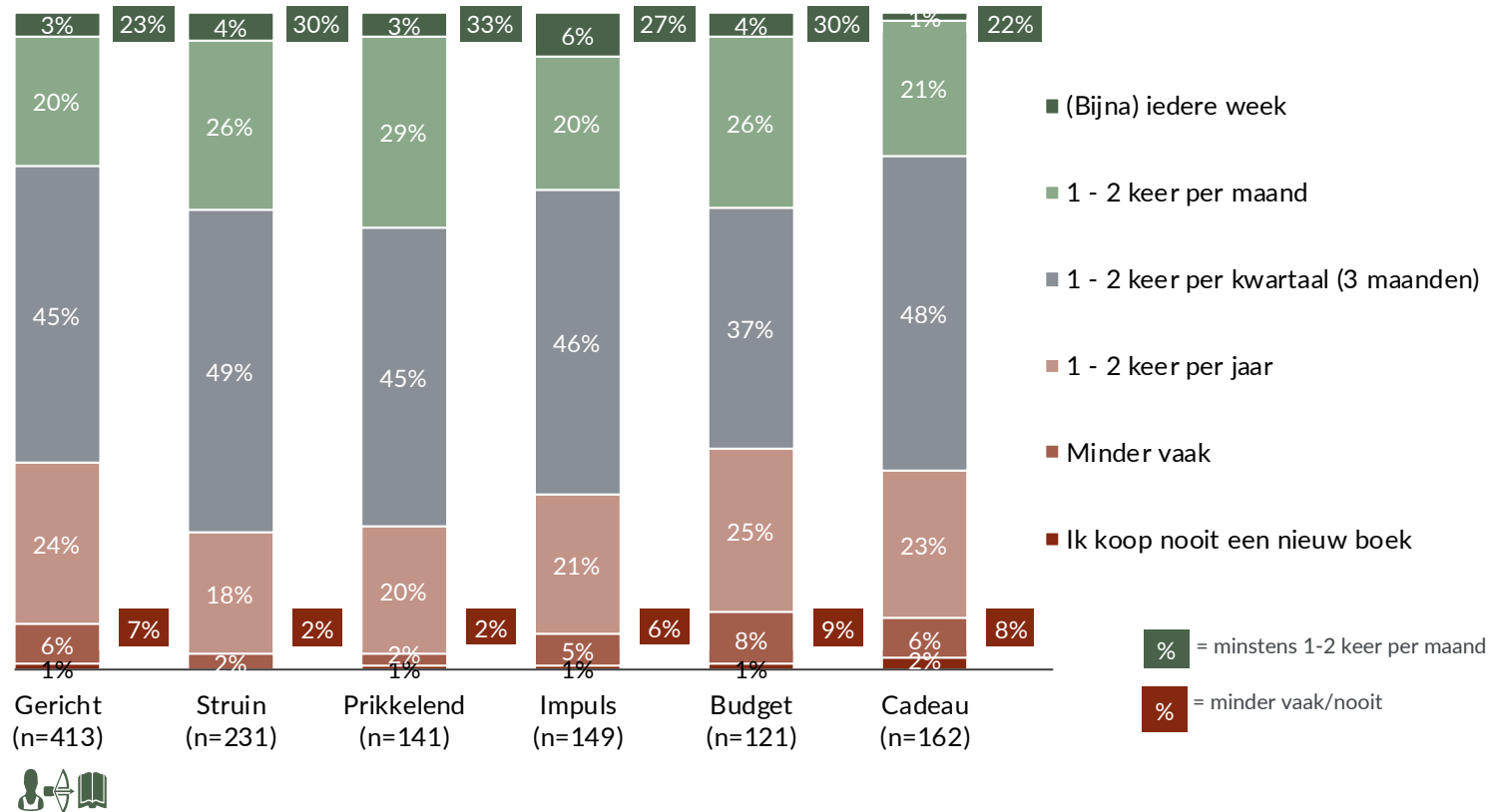
Bijlagen

Bijlagen kopen

Kopers met een prikkelende klantreis en struinklantreis kopen doorgaans het vaakst boeken.



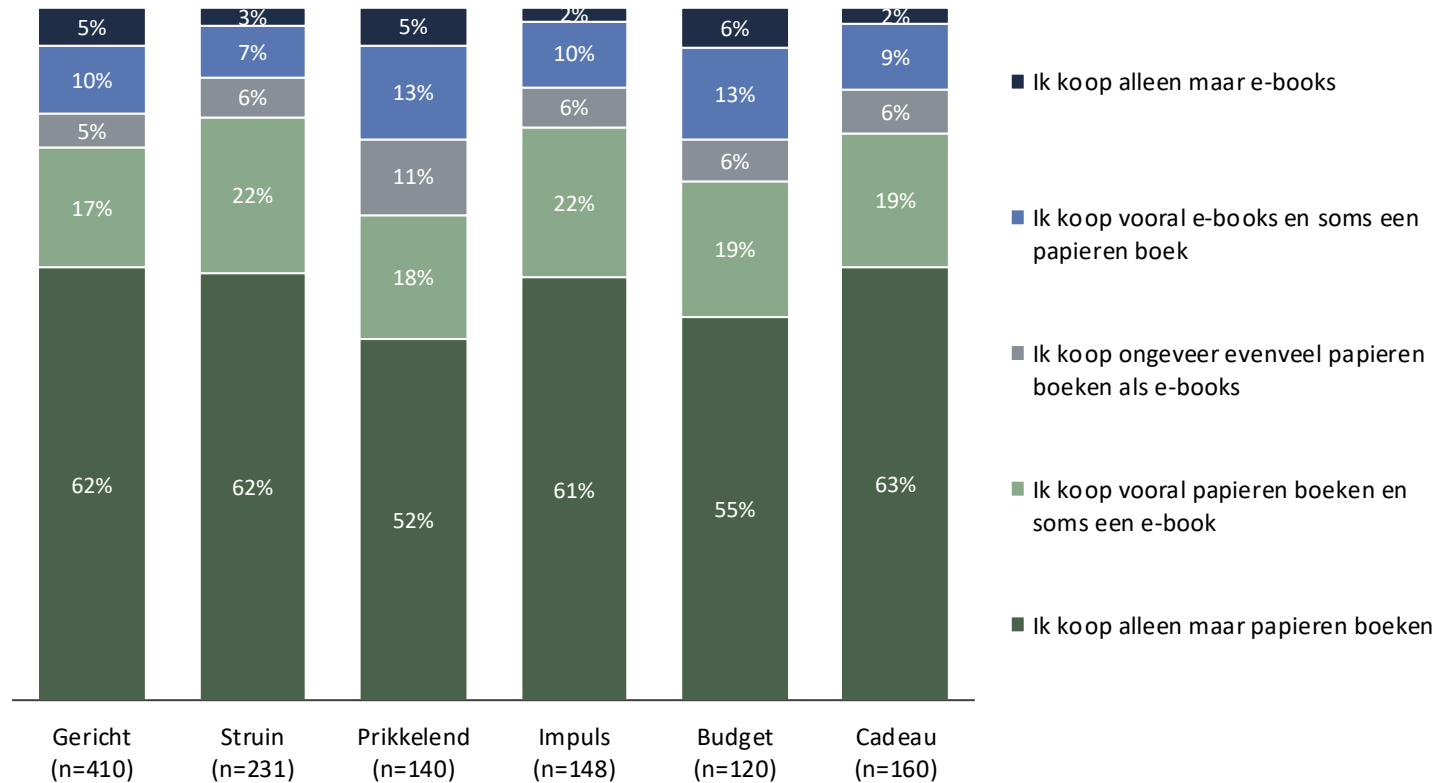
Koopfrequentie boeken



Klantreizen en type boeken dat men koopt



Papieren boeken vs. e-books



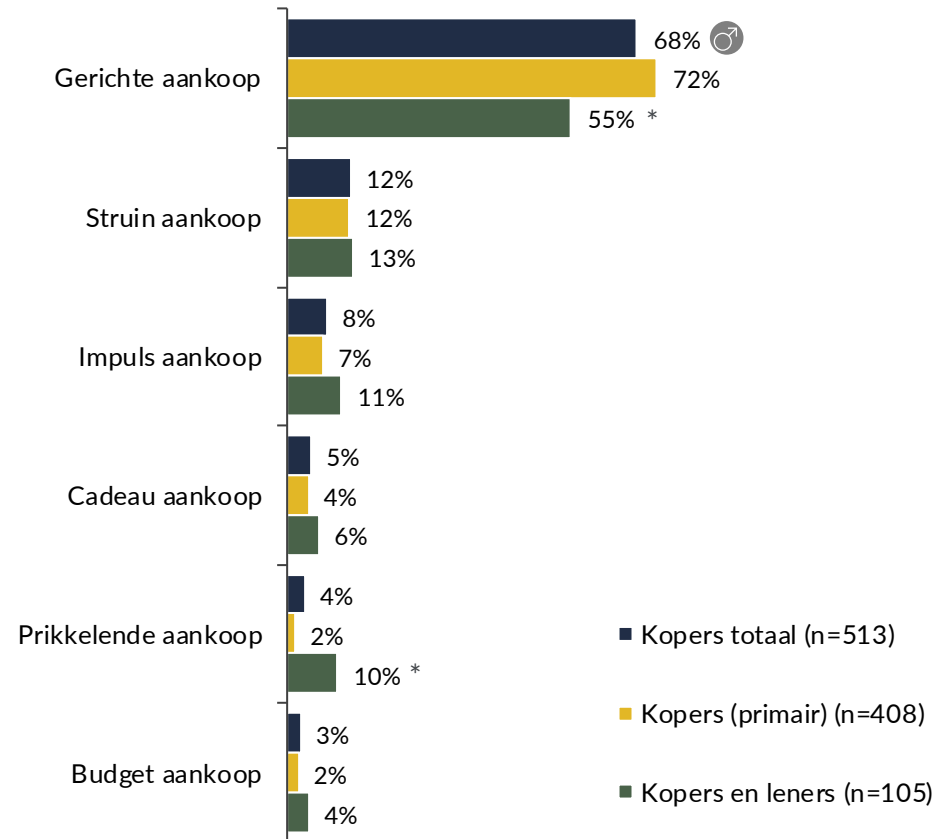
Kopers/leners kopen minder vaak gericht en wat vaker prikkelend.



Aankoop manier laatste boek

Achtergrond:

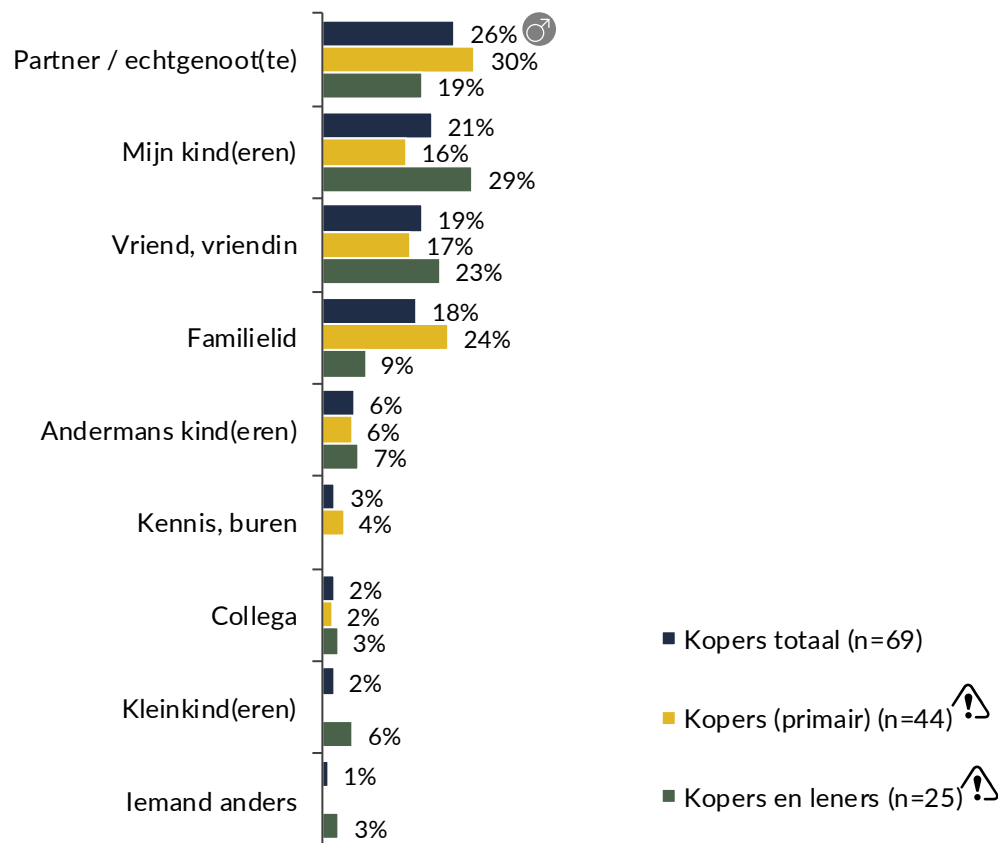
Kopers tot 35 jaar hebben vaker een prikkelende aankoop gedaan dan kopers van 35 tot 65 jaar.



De boekencadeaus worden het meest voor de partner gekocht, maar ook veelvuldig voor kinderen, vrienden of familie.



Voor wie gekocht



A10a: Voor wie heeft u dit boek gekocht?

Basis: Kopers, heeft het boek als cadeau gekocht



Laag aantal waarnemingen

© GfK

Bijlagen lenen

81% van alle leners is lid van de bibliotheek. De combinatie leners en kopers zijn vaker lid dan de primaire leners.



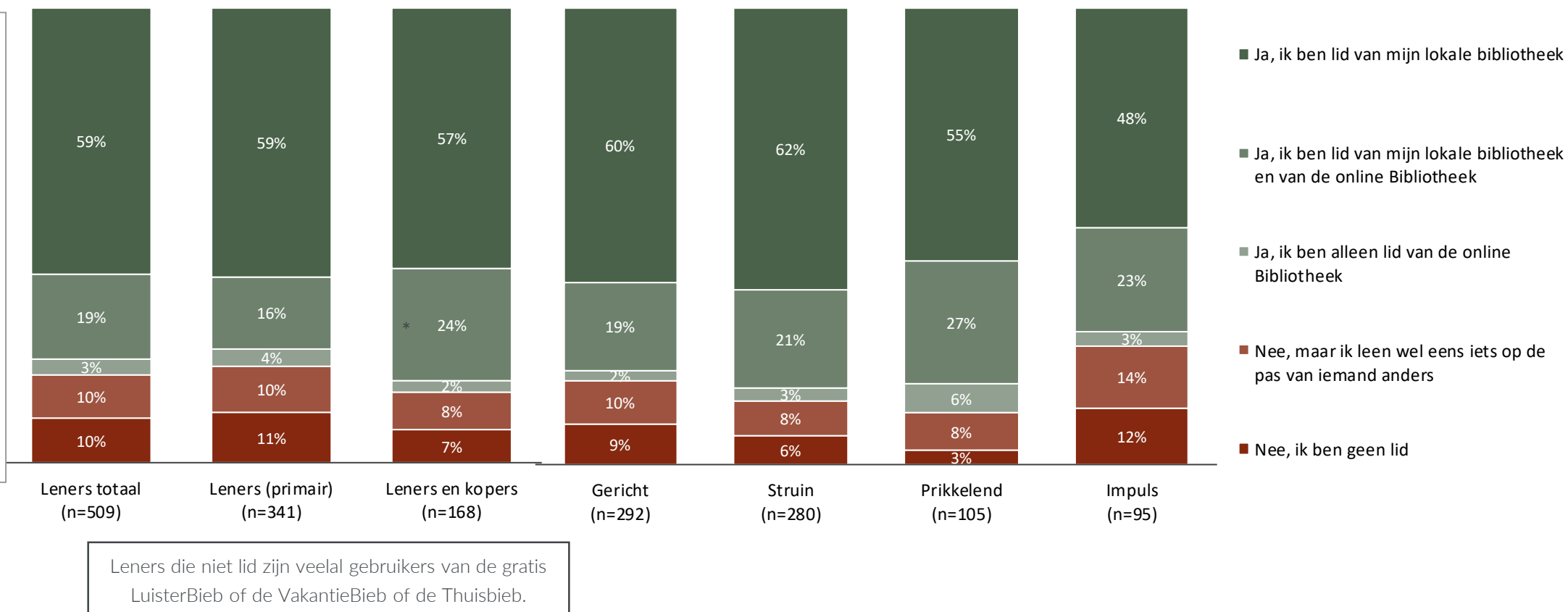
Lidmaatschap bibliotheek

Achtergrond:

35-49 jarigen geven vaker aan geen lid te zijn van de bibliotheek maar wel eens iets op de pas van iemand anders te lenen dan de andere leeftijdsgroepen.

Klantreis:

Het zijn de leners die wel eens een **prikkelende** klantreis volgen die het meest lid zijn van de online bibliotheek.



Meer informatie vanuit de Koninklijke Bibliotheek over het aantal bibliotheekleden van de fysieke en digitale bibliotheek is te vinden op de website <https://www.bibliotheekinzicht.nl/kern-en-basisgegevens/leden-van-de-openbare-bibliotheek>

S11: Bent u lid van de bibliotheek?

Basis: Leners, alle respondenten

© GfK

103

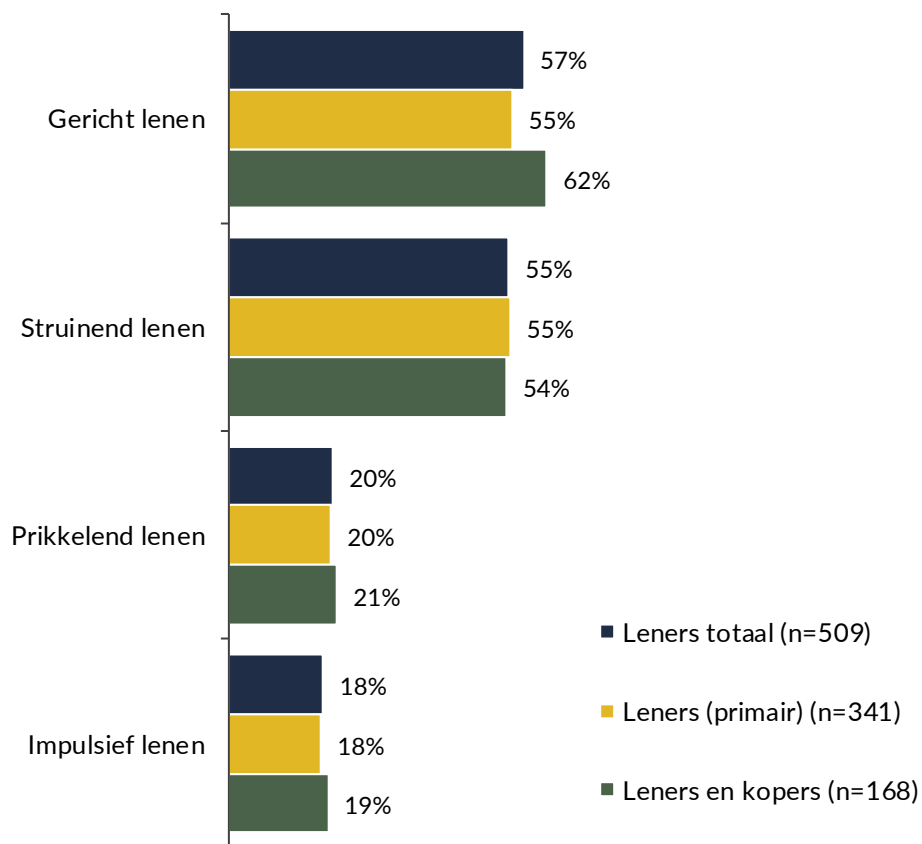
Manieren om een boek te lenen.



Manieren om een boek te lenen

Achtergrond:
Hoogopgeleiden geven vaker aan prikkelend te lenen dan midden- en laagopgeleiden.

Heavy lezers geven vaker aan struinend te lenen dan medium en light lezers.



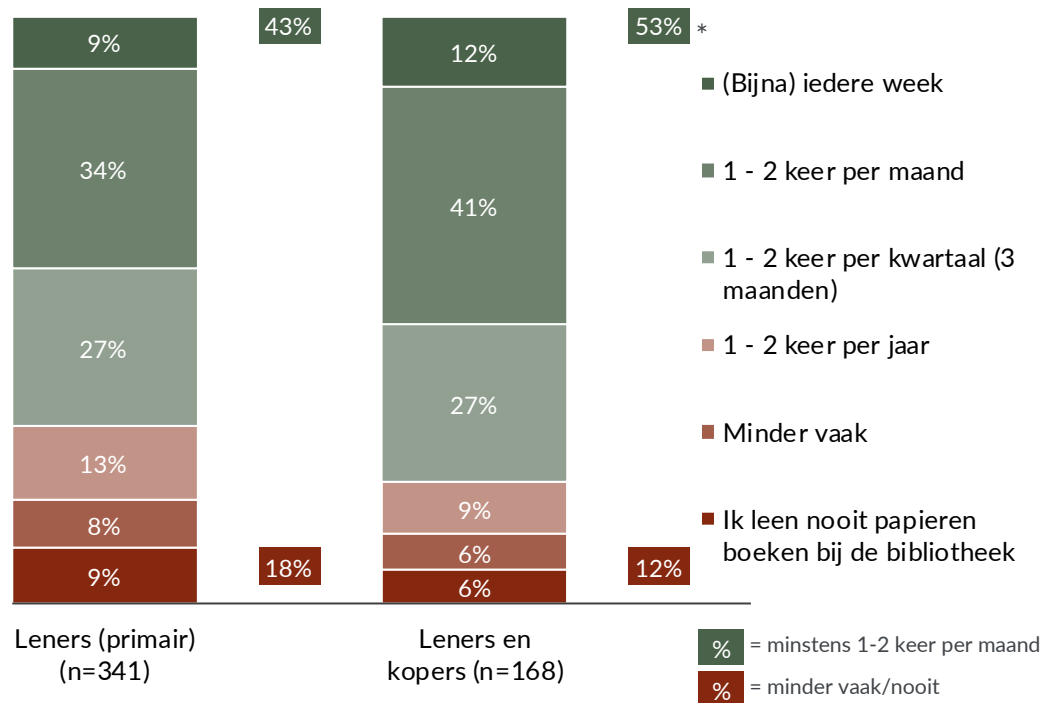
S15: Er zijn verschillende manieren waarop u er toe komt om een boek te lenen. Hieronder staat een aantal van deze beschreven. Kunt u aangeven welke van deze manieren u weleens toepast?

Basis: Leners, alle respondenten

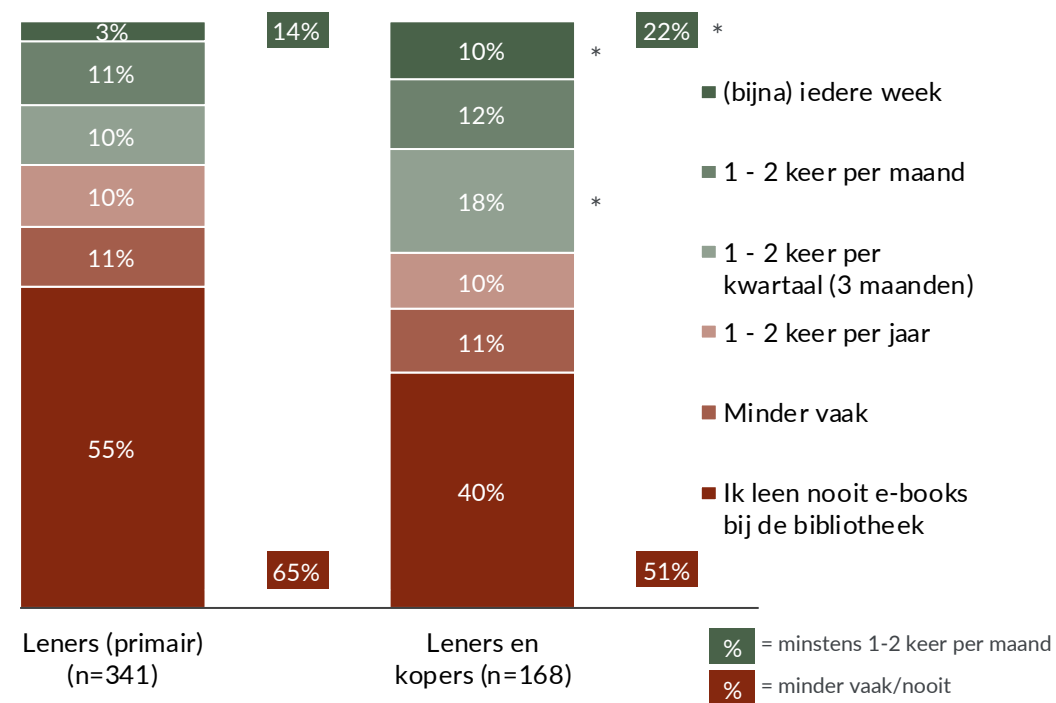
Bibliotheeklidmaatschap; frequentie



Leenfrequentie papieren boek bij de bibliotheek



Leenfrequentie e-book en luisterboek bij de bibliotheek



Achtergrond:

Heavy lezers geven vaker aan gemiddeld minimaal 1-2 keer per maand een papieren boek te lenen dan medium en light lezers.

35-plussers geven vaker aan gemiddeld minder vaak of nooit e-books/luisterboeken bij de bibliotheek te lenen dan jongeren tot 35 jaar.

Heavy en medium lezers lenen vaker gemiddeld minimaal 1-2 keer per maand een e-book of luisterboek dan light lezers.

S06a: Hoe vaak leent u gemiddeld papieren boeken bij de bibliotheek. Is dat:

S06b: Hoe vaak leent u gemiddeld e-books of luisterboeken bij de lokale of online bibliotheek. Is dat:

Basis: Leners, alle respondenten

De meeste leners zijn speciaal voor een boek naar de bibliotheek gegaan; 28% kwam een boek terugbrengen.



Situatie leenmoment

Achtergrond:

Medium lezers liepen vaker toevallig langs een bibliotheek dan heavy en light lezers.

Heavy en medium lezers kwamen vaker een boek terugbrengen/inleveren dan light lezers.



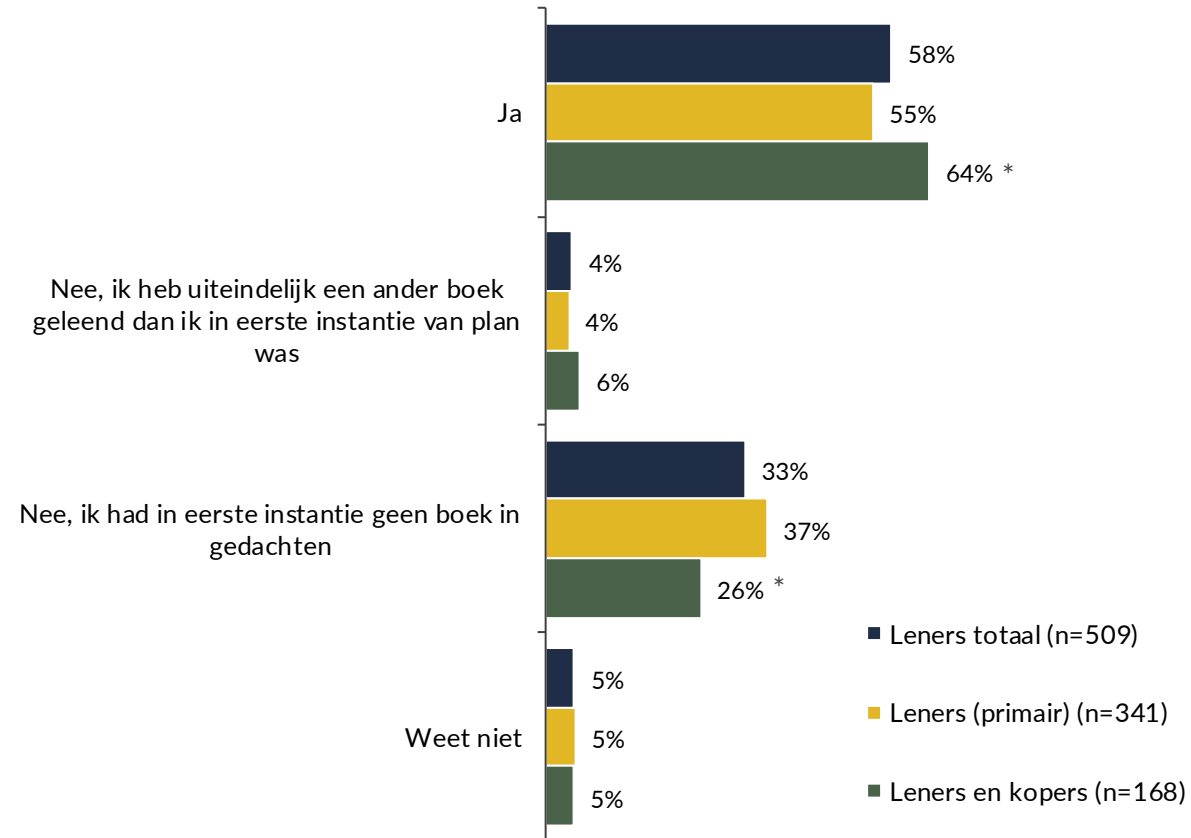
58% van de leners leent het boek, dat men al van plan was te lenen.



Intentie om boek te lenen

Achtergrond:

Leners van 35-49 jaar geven vaker aan dat zij in eerste instantie geen boek in gedachten hadden dan leners tot 35 jaar en 65-plussers.



Onderzoeks- verantwoording

Onderzoeksverantwoording



Methode



Online (CAWI in GfK Online panel)



Invulduur van de vragenlijst: circa 12 minuten



Onderwerpen van de vragenlijst: leesgedrag, leengedrag, koopgedrag, informatie boek, trigger, inspiratie, laatste aankoop, laatste leenmoment, ervaring, .

Veldwerk



7 september 2020 – 23 september 2020



Netto steekproef: n = 1.022

Bruto steekproef: n = 12.447

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 – Minder vaak



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>).