

Hoe koopt en leent de Nederlander boeken?

Klantreisonderzoek onder kopers
en leners

In opdracht van SMB-KVB

Themameting 65

Augustus 2023

Erica Nagelhout, Lucy Qing & Cary Richards
Consumer & Marketing Insights



Inhoudsopgave

1	Inleiding	p.03
2	Managementsamenvatting	p.06
3	Resultaten Klantreis Kopers	p.11
4	Resultaten Klantreis Leners	p.45
5	Bijlagen	p.78
	■ Duurzaamheid	
	■ Boek als cadeau	



01

Inleiding

Aanleiding

In opdracht van SMB-KVB doet GfK jaarlijks vier metingen naar het lees-, koop-, en leengedrag van Nederlandse consumenten. De metingen zijn onderverdeeld in 1 reguliere en drie themametingen. Deze derde themameting van 2023 behandelt het thema klantreis van zowel kopers als leners.

Doel

De doelstelling is inzicht te verschaffen in het boekenaankoop- en leengedrag van consumenten en de ontwikkelingen hierbinnen.

- Wat is het lees-, koop- en leengedrag?
- Kanaalkeuze: waar koopt/leent men? Online of fysiek?
- Welke genres koopt/leent men?
- Welke andere producten koopt/leent men tegelijkertijd?
- Reden van aankoop/lenen, reden specifieke boek
- Wat waren de triggers van aankoop/lenen/inspiratie?
- Informatie zoekgedrag

Doelgroep

We voerden het onderzoek uit onder een representatieve steekproef van kopers en leners.

■ Kopers (n=511)

- **Primair (n=406)**: heeft in het afgelopen kwartaal een boek gekocht & in het afgelopen halfjaar geen boek geleend
- **Secundair (n=105)***: heeft in het afgelopen kwartaal een boek gekocht & in het afgelopen halfjaar wel een boek geleend


■ Leners (n=500)

- **Primair (n=340)**: heeft in het afgelopen halfjaar een boek geleend & in het afgelopen kwartaal geen boek gekocht
- **Secundair (n=160)***: heeft in het afgelopen half jaar wel een boek geleend & in het afgelopen kwartaal wel een boek gekocht


In de rapportage worden de primair en secundaire groepen samengenomen.

*Beide secundaire groepen hebben dezelfde kenmerken op het gebied van kopen en lenen. Zij hebben alleen andere vragen beantwoord (of over kopen of over lenen).
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Daar waar relevant worden de significante verschillen weergegeven met:	
	Significant verschil ten opzichte van 2017 en/of 2020
	Geven mannen vaker aan dan vrouwen
	Geven vrouwen vaker aan dan mannen
	Heavy lezers lezen minstens 3 keer per <u>week</u> een boek
	Medium lezers lezen 1 tot 2 keer per week een boek
	Light lezers lezen minder dan 1 keer per maand een boek, maar niet nooit

	Sociaal Economische klasse*
A	(hoog)
B1	
B2	
C/D	(laag)

Definities van de verschillende soorten klantreizen	
	De gerichte klantreis: ik wil dit boek nu
	De struin klantreis: ik hou ervan door de boekwinkel/bibliotheek te struinen
	De prikkelende klantreis: dit moet ik onthouden, wil ik wel lezen
	De impuls klantreis: ik was niet van plan dit boek te kopen/lenen
	De budget klantreis: ik ben op zoek naar aantrekkelijke koopje(s)
	De cadeau klantreis: ik wil een boek cadeau (geven)

	Inkomen**	Opleidingsniveau (hoogstgenoten)
	Beneden modaal	Laag: basisonderwijs, vmbo, mavo/vmbo-tl
	Modaal	Midden: mbo, havo, vwo
	Tussen 1 en 2 keer modaal of twee keer modaal of meer	Hoog: hbo, universitaire bachelor/master, doctoraal of hoger

*Sociaal Economische klasse wordt samengesteld op basis van een combinatie van beroep en opleiding van de hoofdkostwinner.

**In 2022 is het modaal inkomen bruto € 38.000 per jaar. Bron: Ministerie van Financiën, rijksfinancien.nl

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

02

Managementsamenvatting

In dit onderzoek tonen we de resultaten van 2023. Hierbij vergelijken we resultaten – daar waar mogelijk – met eerdere metingen; de meting uit 2017 en een meting in Q4 2020, tijdens de meting in 2020 zaten we midden in de corona-periode en waren er veelvuldig lockdowns.

- Het percentage online aankopen is gedaald en is daarmee – in de hoofden van consumenten – bijna terug op het (pre-corona) niveau van 2017. Scandata laten zien dat de online verkoop nog altijd hoger is dan pre-corona. Het meest recente boek werd door 44% van de kopers online gekocht; in 2020 was dit 57%. De fysieke winkel is daarmee weer belangrijker geworden. Ook speelt de fysieke boekwinkel in de eerste trigger-fase (gebeurtenis die men prikkelt om aan te zetten tot interactie met een product/dienst) voor veel kopers een rol.
- Ongeveer een derde van de kopers heeft een vaste boekwinkel, dit is minder dan in 2017, toen nog 45% een vaste boekwinkel had. Een verminderde loyaliteit aan merken/winkels zien we ook in andere (trend)onderzoeken terug. Het zorgen voor binding met klanten is belangrijk.
- 43% van de kopers wist vooraf precies welk boek ze gingen kopen. Dit is hoger voor online kopers (51%) dan voor kopers in de fysieke winkel (37%). Voor de overige kopers stond dit nog geheel open. Er is daarmee nog veel beïnvloeding mogelijk in de winkel.
- We constateren dat kopers minder vaak boeken kochten dan in 2020 en 2017 en ook minder vaak meer boeken tegelijk dan in 2020. Dit laatste kan een corona-effect zijn, omdat men ten tijde van corona wellicht vaker meerdere boeken tegelijk kocht. We zien namelijk geen verschil met 2017 in het aantal boeken dat men tegelijkertijd koopt.
- Papieren boeken zijn nog altijd het meest gelezen en gekocht; 68% leest vooral papier; 21% leest vooral e-books. Bij het kopen is het verschil tussen online en papier groter (76% koopt vooral papier; 16% koopt vooral e-books). Men koopt meestal de papieren versie met zachte kaft. Het kopen van Engelstalige boeken stijgt ten opzichte van 2017. We zien geen grote verschillen in gekochte genres. Spannende fictie is nog altijd het meest verkochte genre.

- De eerste **trigger** met een specifiek boek vindt voor consumenten in ongeveer gelijke mate online als in een fysieke winkel/bibliotheek plaats. Ook vrienden, collega's en familie spelen een rol als het gaat om het verkrijgen van interesse in een boek. 'Plezier en ontspanning' is de belangrijkste reden om een boek te kopen. Op de tweede plaats staat dat het onderwerp van het boek interessant is.
- Ruim een kwart van de kopers **oriënteert** zich vooraf door informatie over het boek op te zoeken. Er wordt vooral gezocht naar de prijs en naar reviews van het boek; internet is de belangrijkste bron. Titel en auteur zijn de meest gebruikte zoektermen. De webshop is een belangrijk online oriëntatiekanaal.
- Het zwaarst meetellende aspect in de **overweging** is het onderwerp van het boek. Ook is het belangrijk dat men de schrijver al kent, omdat men eerder iets van de schrijver gelezen heeft. Prijs neemt de derde plek in als reden voor overweging. Papieren boeken met een zachte kaft worden het meest gekocht, een andere vorm wordt door ongeveer 20% overwogen. Bij de overweging voor een papieren boek speelt het aantrekkelijke uiterlijk een rol, evenals het feit dat het boek mooi staat in de boekenkast. Bij de overweging voor een e-book speelt prijs een belangrijke rol.
- In 2023 koopt men hun boeken minder online en meer in de fysieke winkel in vergelijking tot 2020. De lokale boekhandel is veruit het belangrijkste **verkooppunt** voor fysieke winkels. Bruna lijkt wat aandeel te verliezen aan Primera. Bij de online winkels is bol.com veruit de grootste aanbieder. 64% **koopt** één boek tegelijkertijd; de overige consumenten kopen er meestal twee. Aankopen doet men meestal heel gericht. Voor 21% van de kopers speelt duurzaamheid een rol bij de keuze van het type boek. Er is bij een groep van 16% behoefte aan meer informatie over de duurzaamheid van boeken.
- Vrijwel iedereen **ervaart** een hoge tevredenheid met het aangekochte boek (95%). Van hen die het boek al gelezen hebben deelt bijna de helft (44%) zijn mening erover. Delen zou men het vaakst doen in gesprekken met vrienden/collega's/familie; 8% zou dit doen op sociale media, 7% via een recensie op Hebban of Goodreads.

- We zien dat de leenfrequentie van papieren boeken vergelijkbaar is met 2020, maar daalt ten opzichte van 2017. We zien vooral een toename van mensen die maar één of twee keer per jaar of nog minder in de bibliotheek komen om een boek te lenen. Het aandeel leners dat e-books en/of luisterboeken leent neemt evenwel toe. Niet alleen het aandeel van e-book- en luisterboekleners, maar ook de leenfrequentie voor deze categorieën neemt toe.
- We zien ook een stijging van de bekendheid van de mogelijkheid om luisterboeken te lenen. De bekendheid stijgt van 62% van de leners naar 77% van de leners. Het gebruik van luisterboeken neemt echter niet significant toe.
- De meeste leners weten dat je een boek kunt reserveren (94%). Hier wordt ook door veel leners gebruik van gemaakt (67%). Lang moeten wachten en kosten zijn genoemde barrières om te reserveren. Anderen geven aan net zo lief een ander boek te lezen/lenen.
- Het alternatief om een e-book of luisterboek te kunnen lenen is bekend bij ongeveer twee derde van de leners. Maar van deze mogelijkheid wordt aanzienlijk minder gebruik gemaakt dan van het reserveren van boeken. Argumenten om dit alternatief niet te gebruiken zijn enerzijds omdat men de vorm minder prettig vindt dan papier, maar ook complexiteit houdt leners nog tegen om een e-book of luisterboek te lenen. De complexiteit gaat o.a. over het leenproces en het downloaden van een e-book.
- Er is sprake van een toename van een prikkelende leenreis. Dit zijn leners die geconfronteerd worden met een boek en die dit willen onthouden om op een ander moment te kunnen lenen. Verlanglijstjes – bijgehouden door 47% van de leners – zijn hierbij behulpzaam.
- We zien een stijging van het lenen van Young adult boeken. Deze worden vooral vaak geleend door (jonge) vrouwen. Ook het lenen van Engelstalige boeken neemt toe, vooral bij de jongere leeftijdscategorie.
- Leners leenden meestal een boek met een harde kaft. Het aandeel leners van een boek met zachte kaft neemt af.

- De eerste **trigger** met een specifiek boek vindt voor lenende consumenten meestal in de bibliotheek plaats. Andere triggers krijgt men online of via vrienden en familie. 'Plezier en ontspanning' is de belangrijkste reden om een boek te lenen. Op de tweede plaats staat het interessante onderwerp van het boek dat aansluit bij de (interesse van de) lener. Ontspanning wordt aanzienlijk minder vaak genoemd door de jongste leeftijdscategorie in vergelijking met de oudere doelgroepen.
- Steeds meer leners (27%) **oriënteren** zich vooraf op een boek om te lenen. Online is veruit de belangrijkste oriëntatiebron, de bibliotheek een goede tweede. Men zoekt het meest naar recensies van andere lezers, maar ook naar de plot/het verhaal en de beschikbaarheid van het boek.
- Het zwaarst meetellende aspect in de **overweging** is het onderwerp van het boek. Ook is het belangrijk dat men de schrijver al kent omdat men daar al eens iets van die schrijver gelezen heeft. Daarna speelt persoonlijke aanbeveling van anderen een rol. De keuze voor papier is meestal omdat men eenvoudigweg op zoek is naar een papieren boek. Bijna één op de vijf wil graag rondsnuffelen in de bibliotheek. Voor 15% was de keus gevallen op een papieren boek omdat het e-book (nog) niet beschikbaar was. Eén op de tien leners die ook weleens een e-book lezen, vindt het lenen van e-books moeilijk.
- Leners zijn bij het daadwerkelijke **lenen** wat meer gericht op een specifiek boek. 23% kwam voor een specifiek boek; nog eens 13% had een boek gereserveerd. E-book-/luisterboek-leners komen meestal via een thema tot hun keuze. Ook het uitlichten van een boek, of aanbevelingen van anderen helpen bij de keuze. 16% van de leners leent boeken in de bibliotheek vanuit een duurzaamheidsperspectief. Er is bij een groep van 15% behoefte aan meer informatie over boeken en duurzaamheid.
- Vrijwel iedereen **ervaart** een hoge tevredenheid met het geleende boek (89%). Van hen die het boek al gelezen hebben deelt ongeveer een derde (31%) zijn mening erover. Het meest zou men delen in gesprek met vrienden/collega's/familie (70%); 9% op sociale media, 11% via een recensie op Hebban of Goodreads.

Overzicht belangrijkste verschillen tussen Kopers en Leners



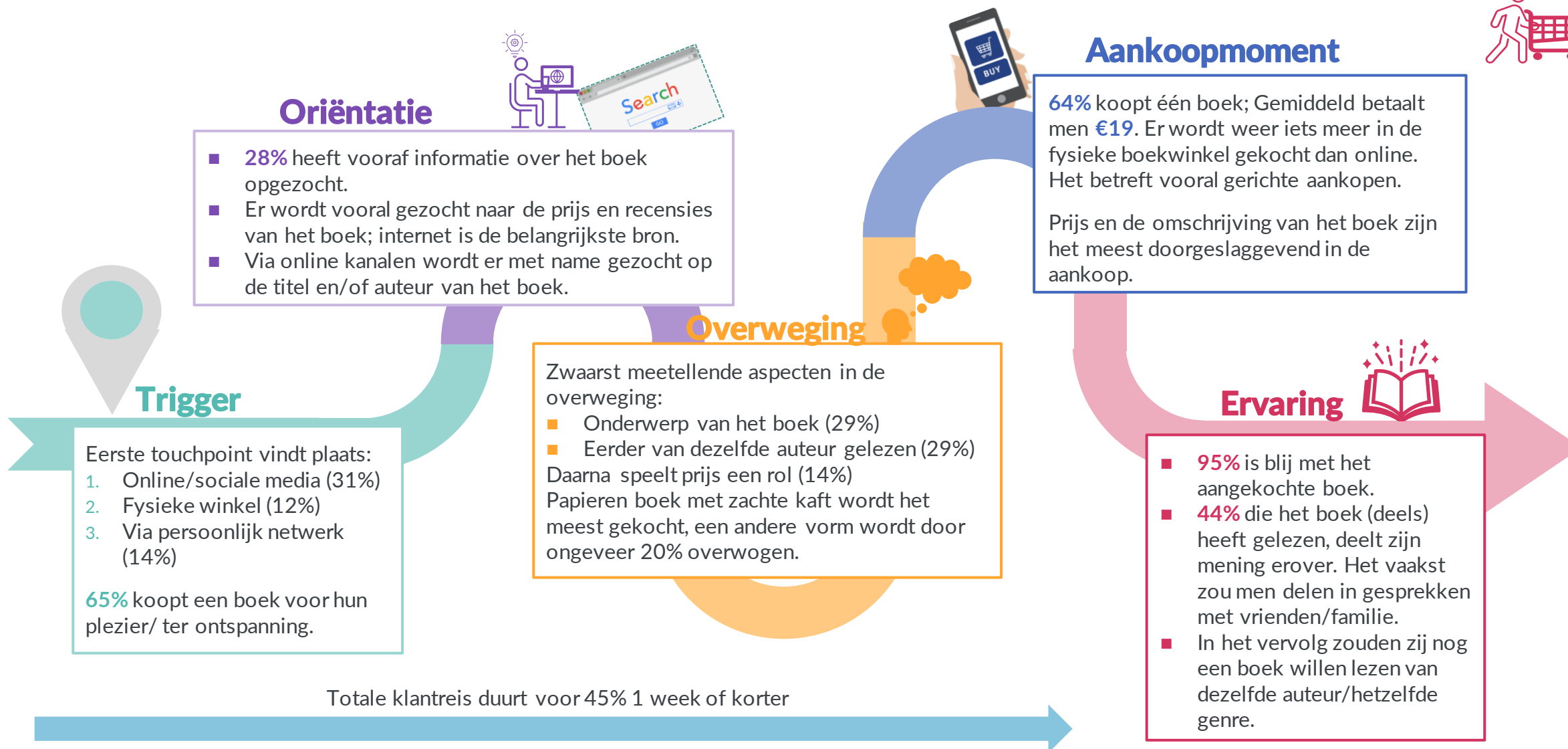
	Kopers	Leners	Overeenkomsten
Trigger	Eerste touchpoint vaker op sociale media.	Eerste touchpoint vaker in de bibliotheek	Via persoonlijk netwerk
Trigger	Meer touchpoints gebruikt	Minder touchpoints gebruikt	
Oriëntatie	Vaker info gezocht op prijs	Vaker info gezocht op beschikbaarheid	Zoekt vooraf informatie over het boek, vooral recensies
Overweging	Vaker een boek van dezelfde auteur gelezen	Vaker een persoonlijke aanbeveling van familie/vriend. Vaker een boek van een presentatie tafel	Zwaarte meetellende aspecten in de overweging van het boek: onderwerp van het boek; nieuwsgierig naar boek
	Vaker zachte kaft	Vaker harde kaft	
Aankoop/leenmoment			In meerderheid een papieren boek gekozen boven e-book of luisterboek; Tekst achterop meest van invloed op aankoop/lenen
	Vaker gerichte klantreis	Vaker struin klantreis	
	Vaker beïnvloed door prijs en presentatie op tafel		
Ervaring	Deelt vaker zijn/haar mening met anderen over het (deels) gelezen boek		

03

Kopers

- **Achtergrond**
- Algemeen koopgedrag
- Aspecten van het boek
- **Klantreis van het laatste gekochte boek**
- Trigger
- Oriëntatie
- Overweging
- Aanloop naar het aankoopmoment
- Ervaring

Samenvatting Klantreis – Kopers



Achtergrond

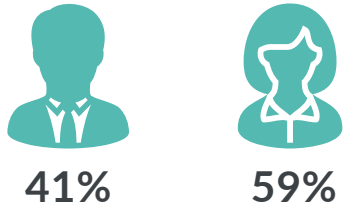
3.1

Algemeen koopgedrag Aspecten van het boek

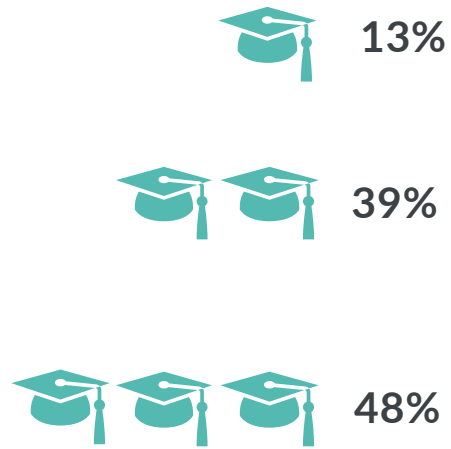
Kopers zijn iets vaker hoogopgeleid en ouder in vergelijking tot leners.

Kopers (n=511)

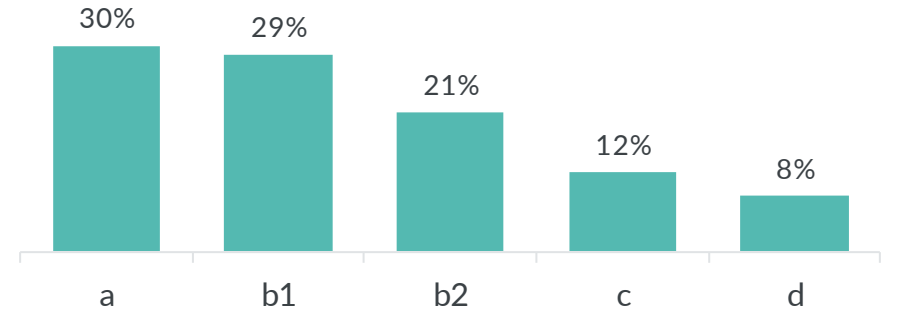
Geslacht



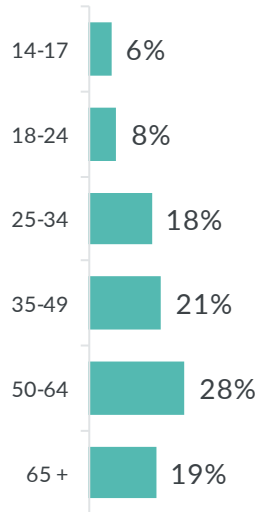
Opleidingsniveau



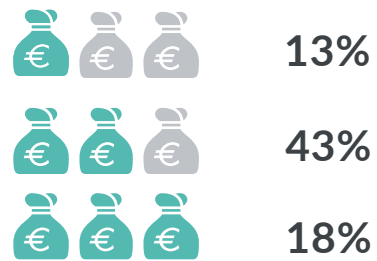
SEC klasse



Leeftijd

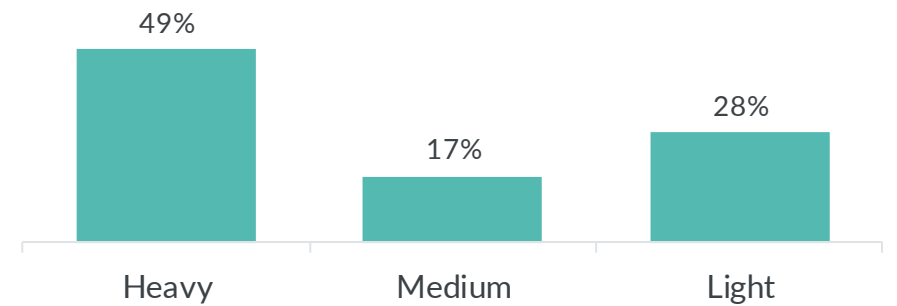


Inkomen



Weet niet/wil niet zeggen: 26%

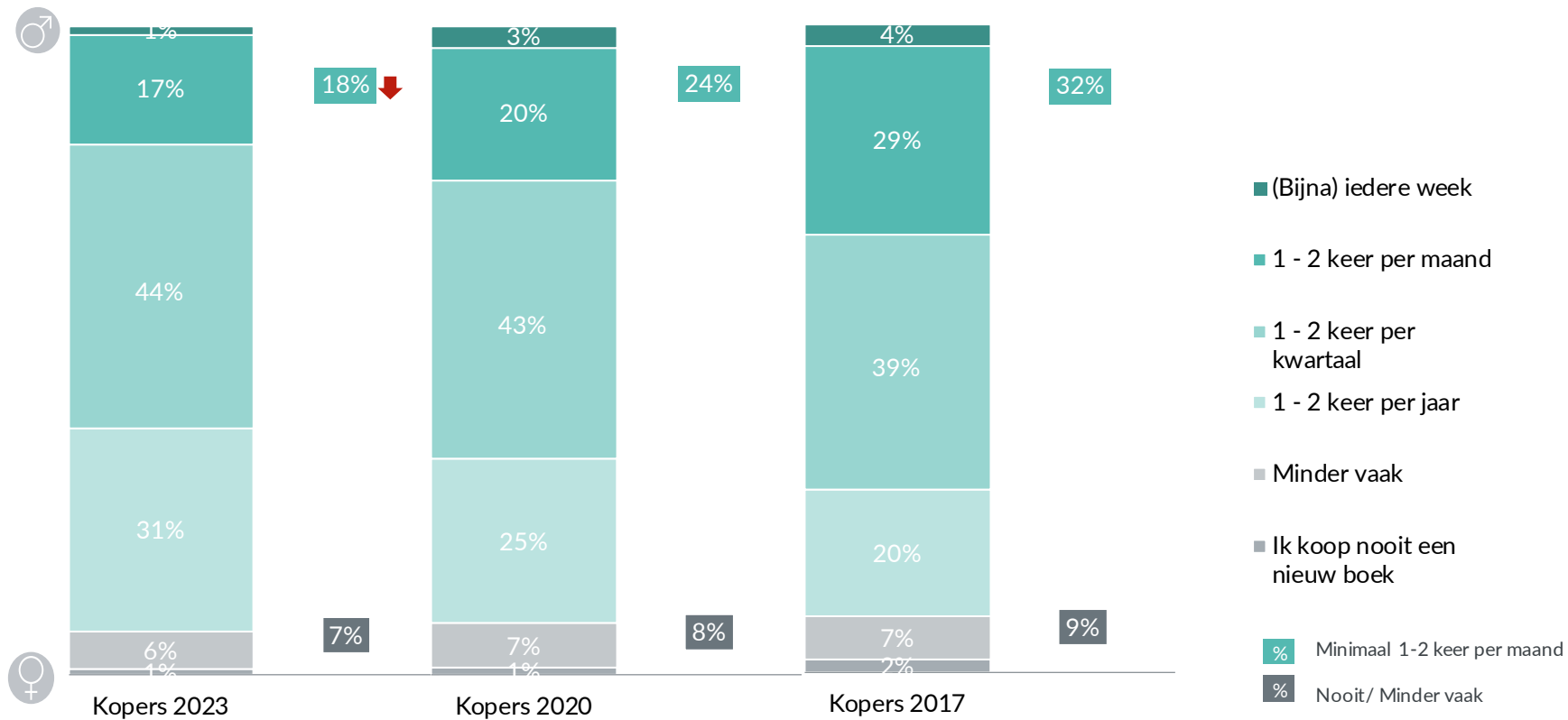
Leesindeling



We zien een daling in koopfrequentie van nieuwe boeken. Kopers kopen minder vaak boeken dan in 2020.



Aankoop nieuwe boeken



Scandata

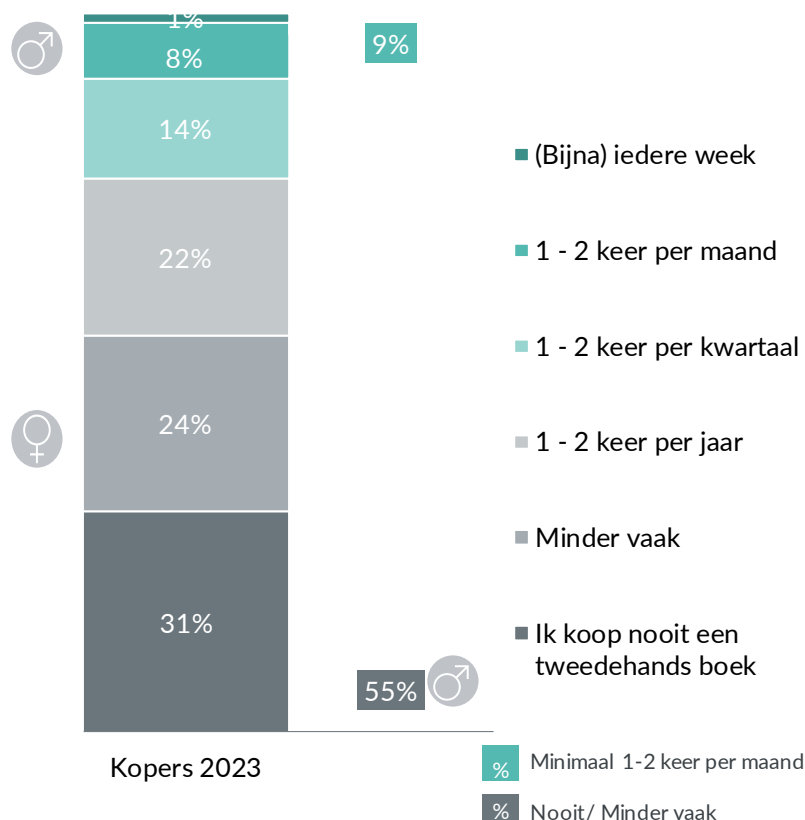
Een vergelijking met scandata laat zien dat er in 2023 geen lagere afzet van boeken is in vergelijking met 2020. In 2020 was het onderzoek in de zomerperiode, en in 2023 vlak voor de zomer. Wat we hier zien zou dus een seizoenseffect kunnen zijn. Dit zien we ook in de scandata terug.

Achtergrond

We zien in 2023 een hogere koopfrequentie in de grote steden en randgemeenten in de Randstad. Ook zien we een hogere koopfrequentie in de hogere sociale klasse (A/B1).

Ongeveer een kwart koopt regelmatig tweedehandsboeken. Ook leest een deel weleens boeken vanuit een minibieb/openbare boekenkast.

Aankoop tweedehands boeken



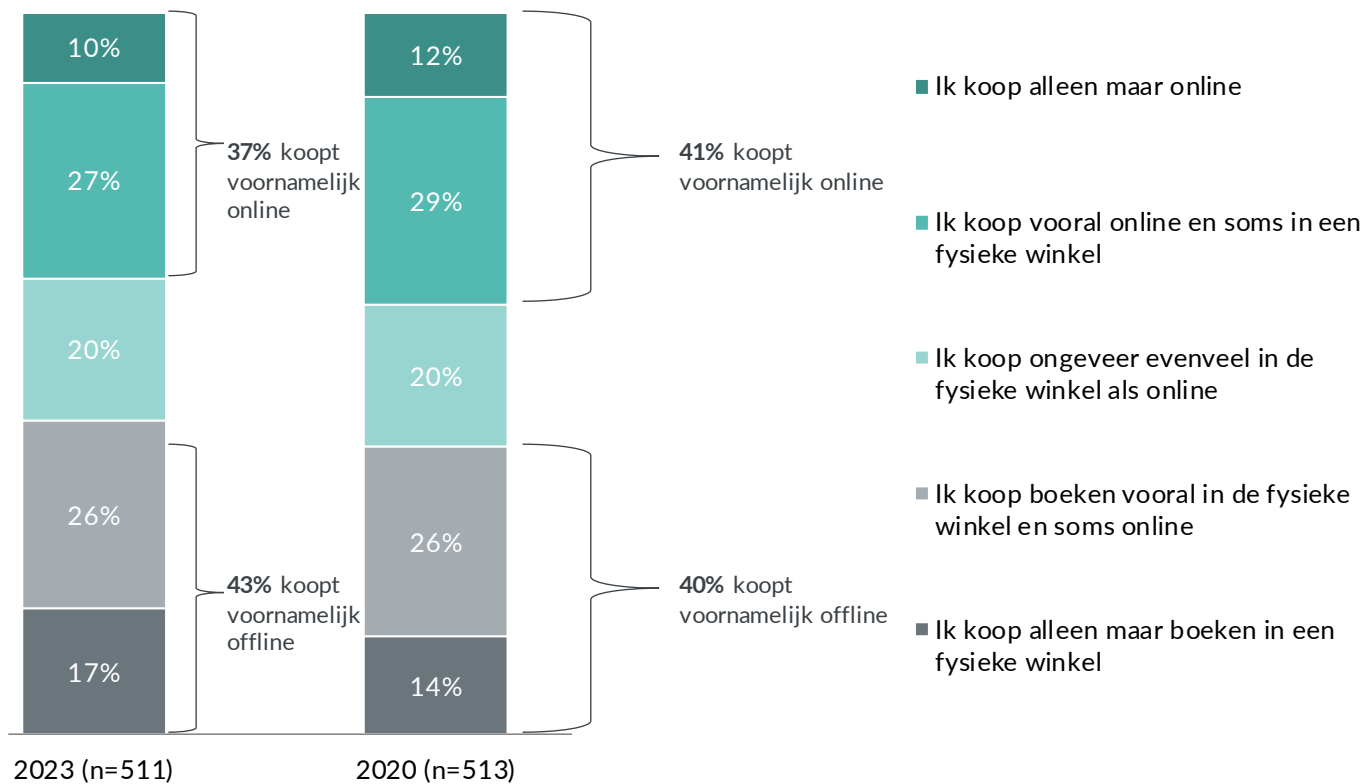
Ik lees/leen weleens boeken van de minibieb/openbare boekenkast

S05c: Hoe vaak koopt u gemiddeld tweedehands papieren boeken?
 S07: Kunt u van onderstaande uitspraken aangeven welke op u van toepassing zijn?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Nieuwe boeken worden net als in 2020 vaak zowel online als in de fysieke winkel gekocht.



Aankoopkanaal fysiek vs online



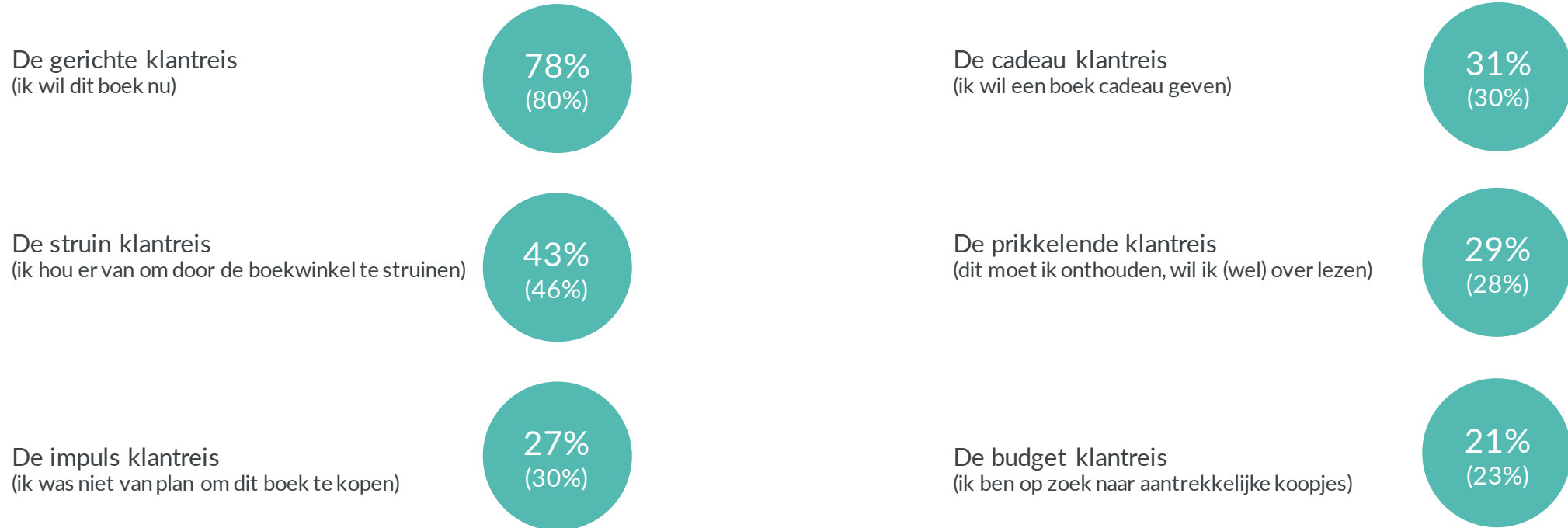
Achtergrond

Het meest recente boek werd door 44% online gekocht. Dit is vergelijkbaar met 2017. En lager dan in 2020 (corona).

8 op de 10 boekkopers bewandelt de 'gerichte klantreis'. 4 op de 10 past de 'struin klantreis' weleens toe. Dit is vergelijkbaar met 2020.



Manieren om een boek te kopen (in het algemeen)



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?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

(%) 2020 cijfers basis: kopers, n=513
Basis: kopers, n=511

34% heeft een vaste boekwinkel, dit is minder dan in 2017, toen nog 45% een vaste boekwinkel had.



47%

“Ik vind het leuk om te snuffelen naar nieuwe boeken die ik nog niet heb gelezen.”

34% ↓

“Ik heb een vaste boekwinkel waar ik graag heen ga.”

32%

“Ik koop mijn boeken bewust bij de fysieke boekhandel.”

30%

“Voordat ik in de boekwinkel kom, weet ik al precies welk boek ik wil kopen.”

27%

“Online boeken kopen ligt mij beter.”

26%

“Ik ben vaak op zoek naar aanbiedingen van boeken.”

21%

“Ik koop regelmatig tweedehands boeken.”

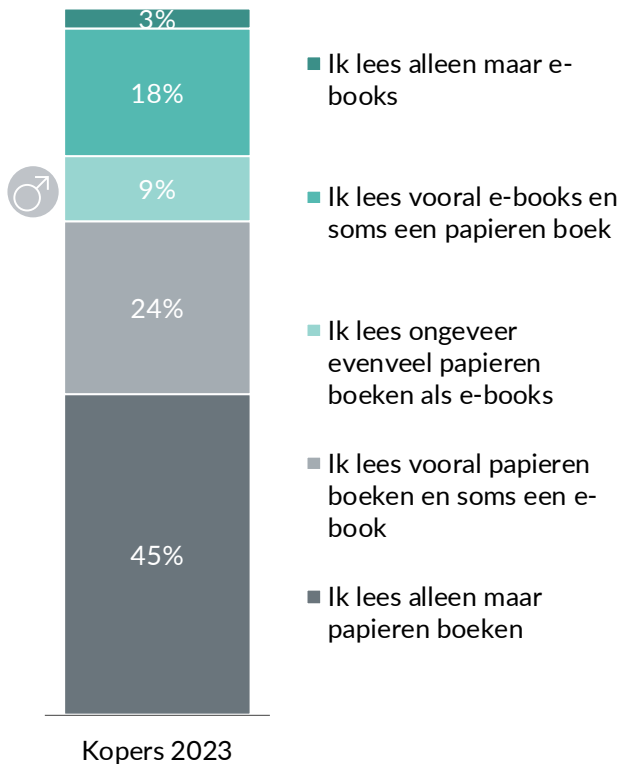
14%

“Een bezoek van de boekwinkel hoort bij mijn routine.”

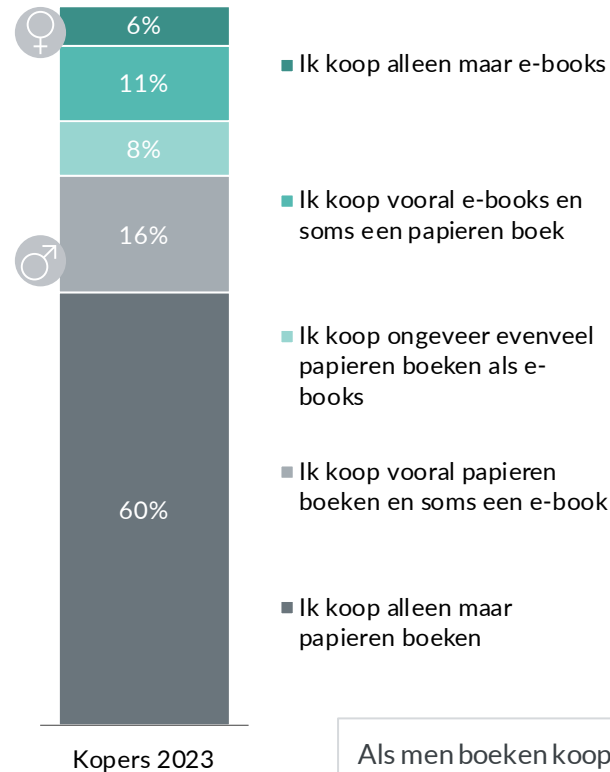
Kopers lezen en kopen vooral papieren boeken; 68% leest voornamelijk papieren boeken, 21% van de kopers leest voornamelijk e-books.



Papieren boeken vs e-books lezen

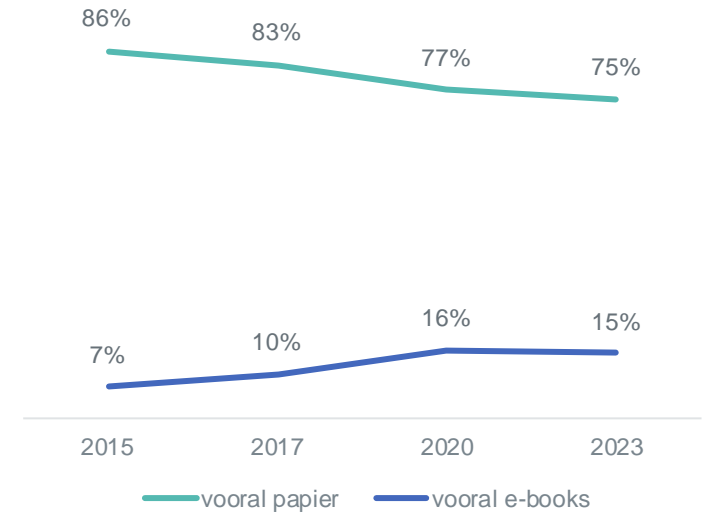


Papieren boeken vs e-books kopen



Als men boeken koopt zijn dat nog vaker papieren boeken. 76% van de kopers koopt vooral papieren boeken, 16% koopt vooral e-books.

Papieren boeken vs e-books kopen trend



Er is een positieve trend zichtbaar voor het kopen van e-books bij kopers die de afgelopen maand een boek hebben gekocht.

Basis S02b Trend: kopers die afgelopen maand een boek kochten
Basis S01b: kopers die weleens boeken lezen, n=479
Basis S02b: kopers die weleens boeken lezen, n=508

S01b: Wanneer u leest, zijn dit dan papieren boeken of e-books?
S02b: Wanneer u nieuwe boeken koopt, zijn dit dan papieren boeken of e-books?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Kopers – klantreis van het laatst gekochte boek

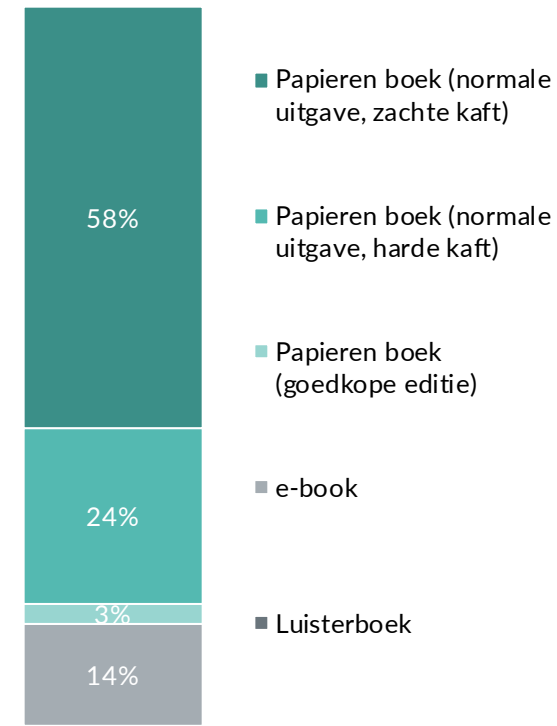
3.2

Trigger
Oriëntatie
Overweging
Aanloop naar het
aankoopmoment
Ervaring

6 op de 10 boekkopers kochten een papieren boek met zachte kaft. Het betreft vaak een Nederlandstalig boek in het genre spannende fictie. Engelstalige boeken worden meer gekocht dan in 2017.

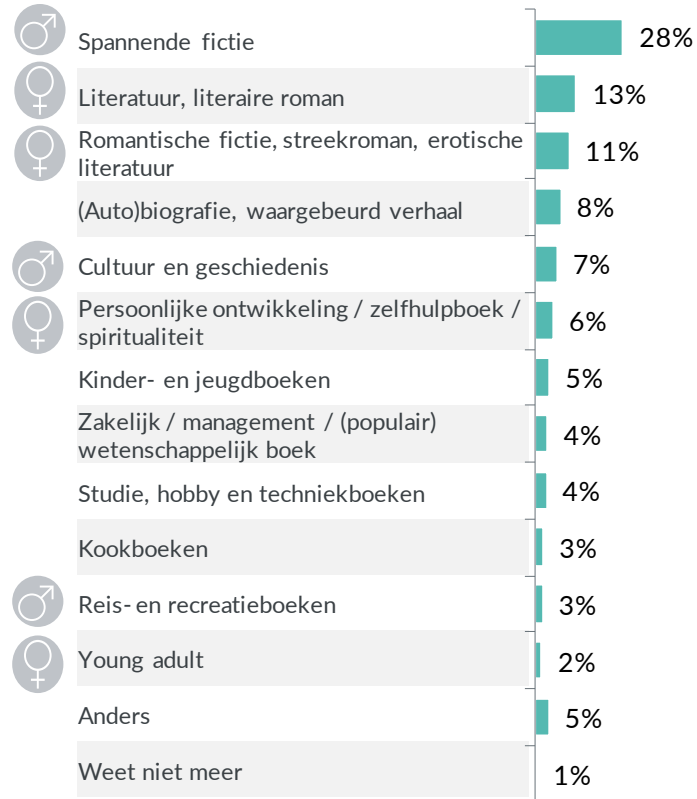


Type boek



Kopers 2023

Genre



Taal

	2023 (n=511)	2020 (n=513)	2017 (n=505)
	81% ↓	84%	87%
	17% ↑	15%	12%
	0%	0%	1%
	1%	0%	0%

A04: Wat voor soort boek was het?

A03: Binnen welk genre valt het boek dat u gekocht heeft?

A09a: Wat was de taal van het boek?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: kopers, n=511

Het eerste touchpoint betrof in vele gevallen de fysieke winkel, op het internet en via eigen sociale kringen.



Trigger

Eerste touchpoint

<u>Sociale media</u>	13%
Facebook	4% (6%)
Instagram	4% (2%)
TikTok*	3% -
Youtube	2% (2%)

<u>Online</u>	19%
Op internet gezien	12% (15%)
Een nieuwsbrief	2% (3%)
Mailing uitgeverij	1% (2%)
Op een leesplatform	3% (1%)
In een podcast	1% (1%)

<u>Traditionele media</u>	15%
In de krant	7% (5%)
In een tijdschrift	4% (2%)
In een televisie-programma	3% (3%)
Outdoor	1% (1%)
Gehoord op de radio	0% (2%)

<u>Winkel/bibliotheek</u>	18%
Fysieke boekwinkel	12% (12%)
Online boekwinkel	5% (9%)
In de bibliotheek (fysiek of online)	1% (1%)
<u>Persoonlijk netwerk</u>	14%
Via vriend, collega, familie	14% (13%)

Overige touchpoints

<u>Sociale media</u>	
Facebook	5% (5%)
Instagram	5% (4%)
TikTok*	4% -
Youtube	1% (4%)

<u>Online</u>	
Op internet gezien	10% (13%)
Op een leesplatform	4% (3%)
Een nieuwsbrief	3% (2%)
Mailing uitgeverij	2% (1%)
In een podcast	2% (2%)

<u>Traditionele media</u>	
In de krant	5% (5%)
In een tijdschrift	3% (4%)
In een televisie-programma	3% (4%)
Gehoord op de radio	2% (2%)
Outdoor	1% (1%)

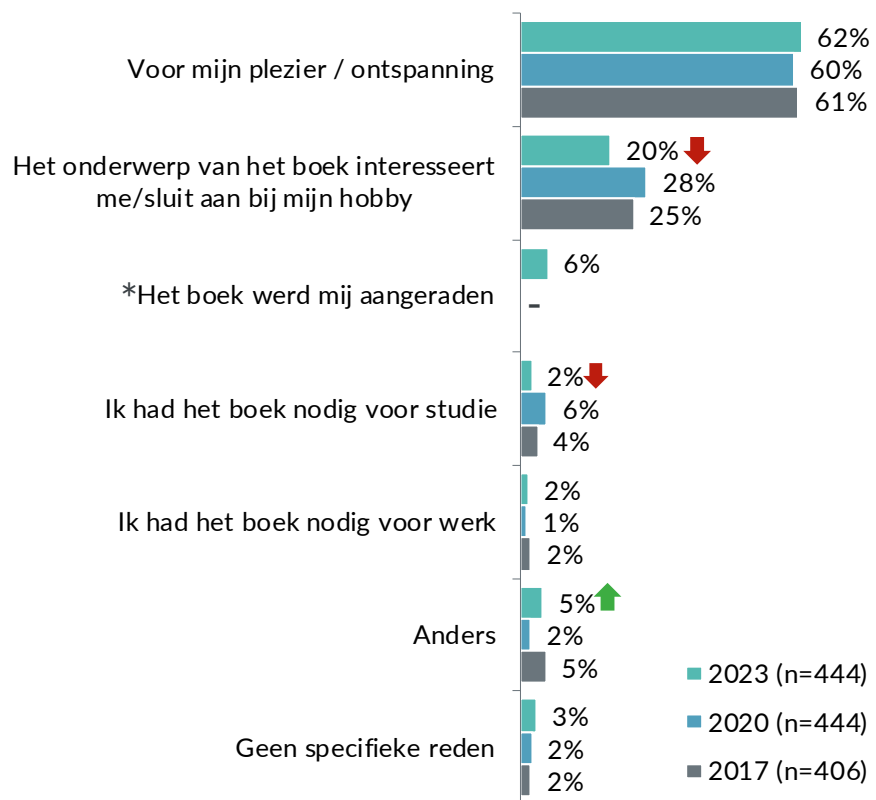
<u>Winkel/bibliotheek</u>	
Fysieke boekwinkel	7% (5%)
Online boekwinkel	5% (6%)
In de bibliotheek (fysiek of online)	1% (2%)
<u>Persoonlijk netwerk</u>	
Via vriend, collega, familie	9% (9%)

*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023
 B04a: Hoe hoorde of zag u voor de allereerste keer iets over dit boek?
 B04b: En waar hebt u daarna nog meer iets gezien, gehoord of gelezen over dit boek?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

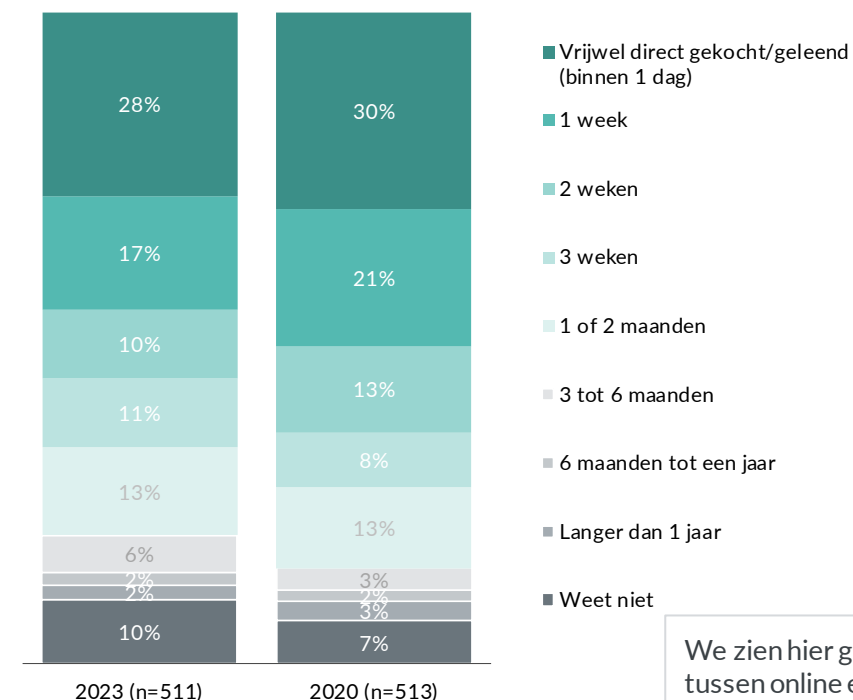
In algemene zin worden jongere leners en kopers vaker getriggered door Instagram, YouTube en leesplatformen dan de 35+ doelgroep. (%) 2020 cijfers basis: kopers, n=513 Basis: kopers, n=511

In de meeste gevallen kocht men net als in voorgaande jaren boeken voor plezier/ontspanning. De totale klantreis duurde voor 45% van de kopers ongeveer één week of korter.

Belangrijkste reden van aankoop



Tijd tussen het horen over het boek en aanschaf boek



We zien hier geen verschil tussen online en offline kopers

*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023

B01a: Wat was de belangrijkste reden van de aankoop van dit boek?

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

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis B01a: Heeft het boek alleen voor zichzelf gekocht of ook voor iemand anders

Basis B04c: kopers

28% van de kopers heeft vooraf informatie opgezocht. Opgezochte aspecten gingen met name over de prijs en recensies. Internet was de belangrijkste informatiebron.



Oriëntatie



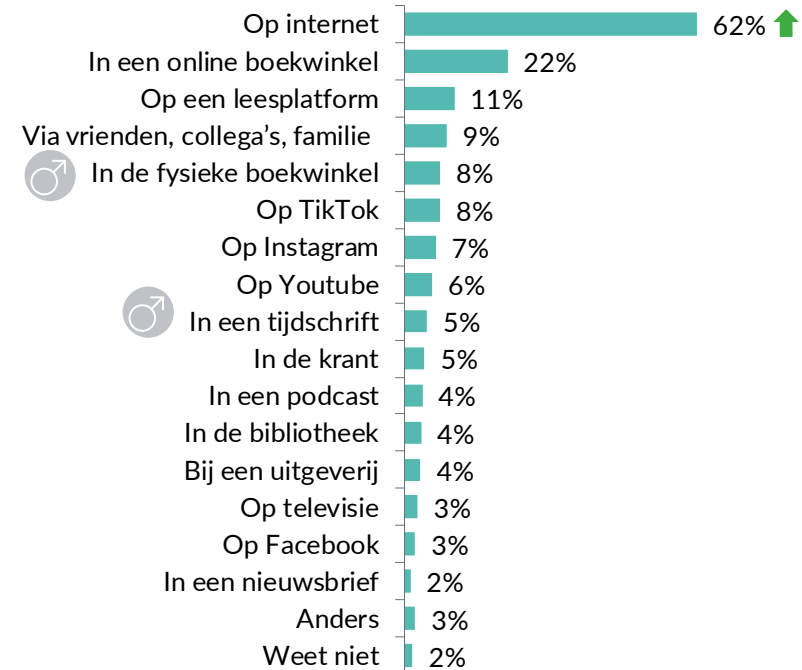
Type informatie gezocht



14-34-jarigen zoeken vaker de prijs van het boek op dan 50-plussers.
14-34-jarigen zoeken ook vaker op een leesplatform dan 35-64-jarigen.

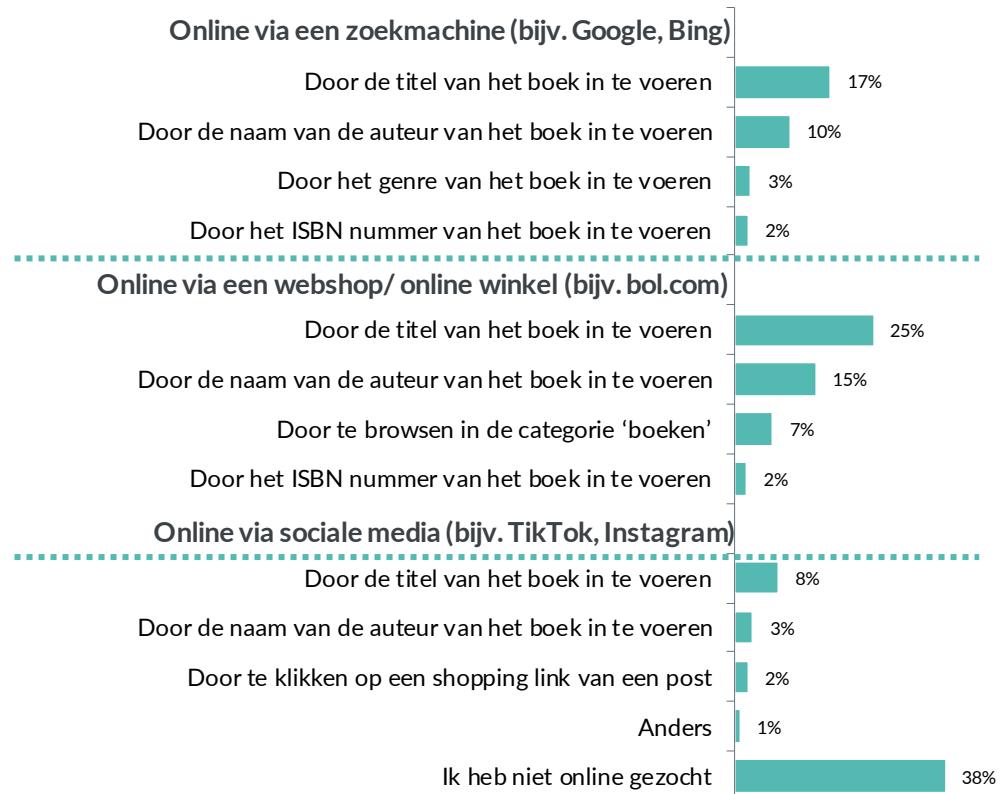
C01: Heeft u voordat u het boek nog informatie over het boek gezocht?
C02: Naar wat voor informatie was u op zoek?
C03: Kunt u aangeven waar u deze informatie heeft gezocht?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Informatiebron



Online werd er via zoekmachines en webshops vooral gezocht op de titel en/of de auteur van het boek. In de fysieke winkel werd er zowel actief als passief gezocht.

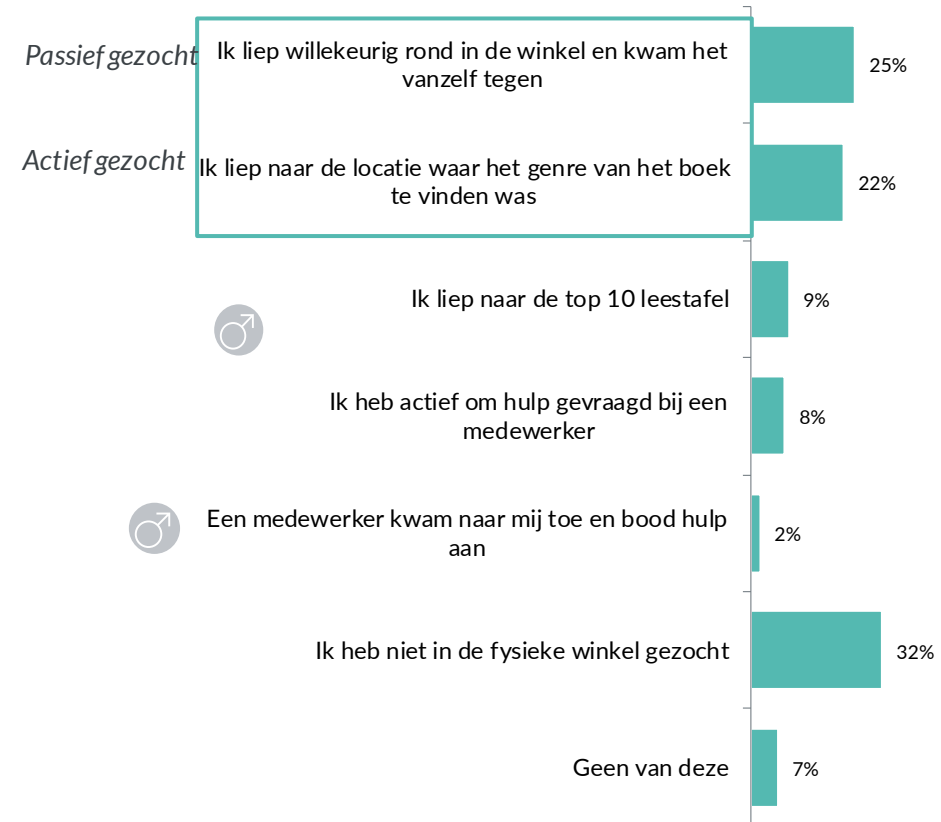
Methoden online gezocht



14-34-jarigen zoeken vaker online op sociale media door de titel van het boek in te voeren dan 35-64-jarigen.

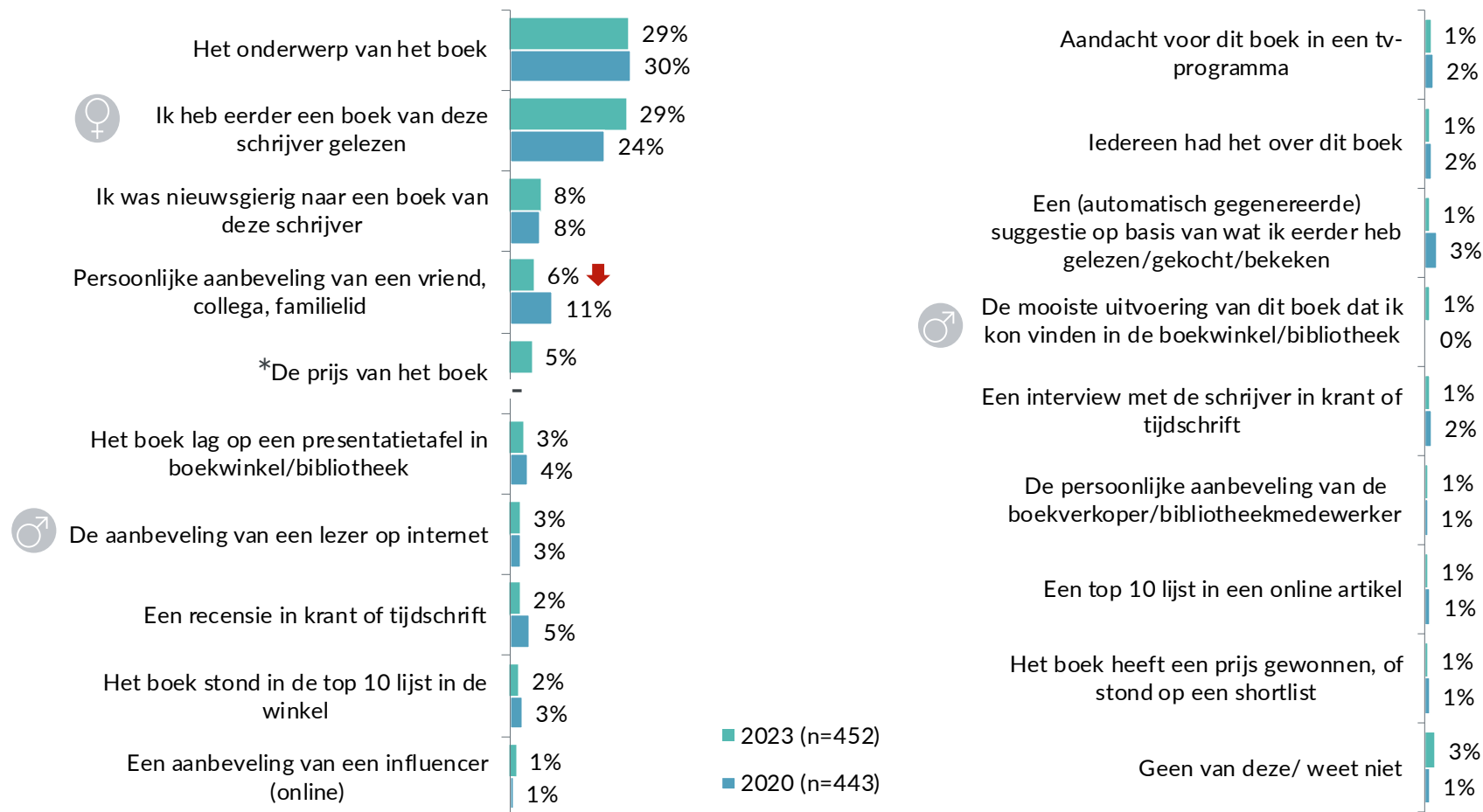
D03a: Op welke manier bent u online gaan zoeken toen u het boek wilde kopen?
 D03b: Op welke manier bent u in de fysieke winkel gaan zoeken toen u het boek wilde kopen?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Methoden bij fysieke winkel gezocht



De zwaarst meetellende aspecten in de overweging waren zowel het onderwerp van het boek als dat men eerder een boek van de desbetreffende schrijver had gelezen.

Belangrijkste aspect voor de keuze van het boek

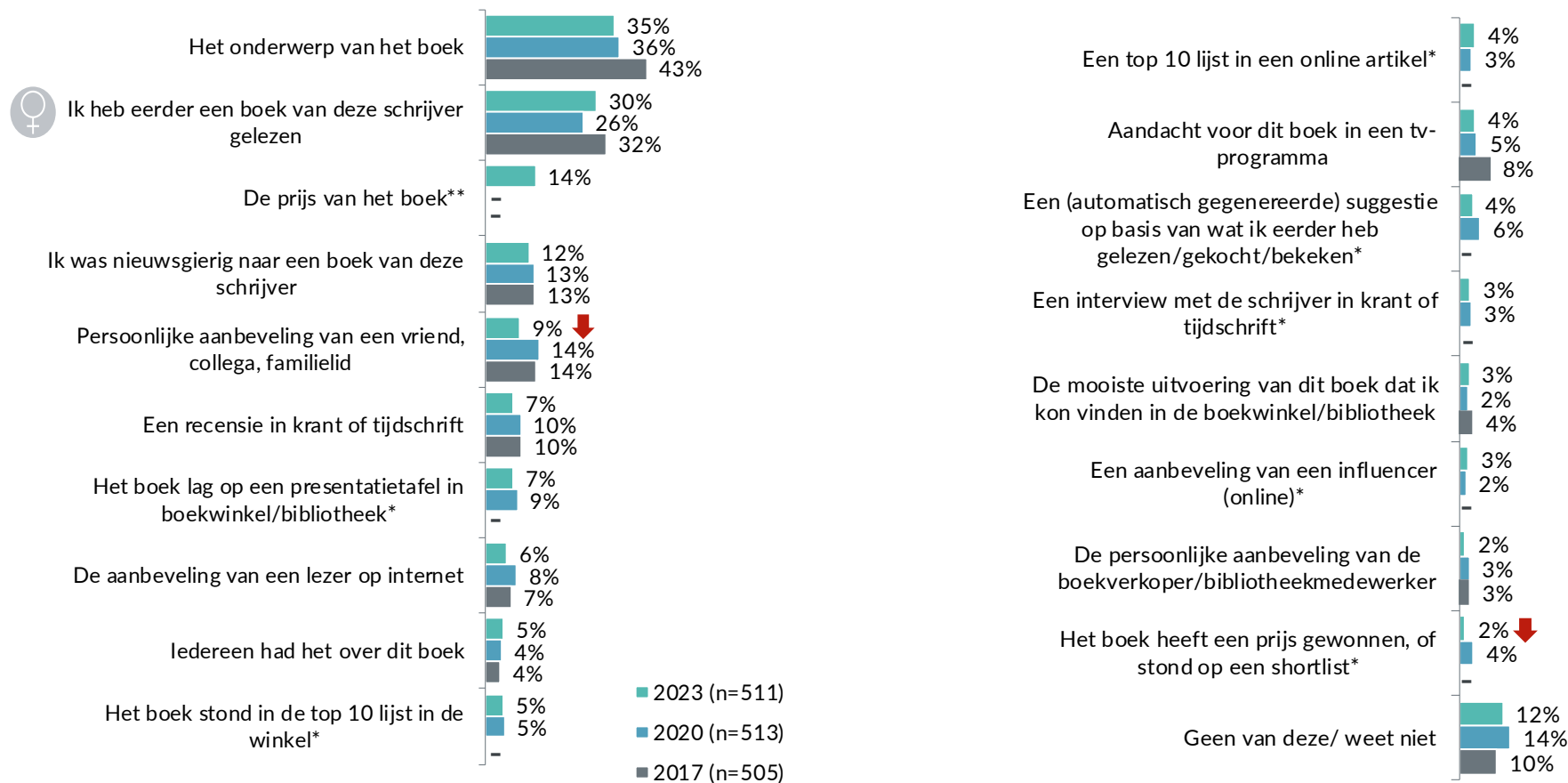


Onder 35-plussers telt het aspect "ik heb eerder een boek van deze schrijver gelezen" zwaarder mee bij hun keuze voor het boek dan onder 14-35-jarigen.

*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023
 B04d: Welke van onderstaande aspecten telde het zwaarst mee bij uw keuze voor dit boek?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Andere aspecten die daarna van invloed waren op de keuze van het boek betroffen de prijs, nieuwsgierigheid en persoonlijke aanbevelingen.

Overige aspecten voor de keuze van het boek



De volgende aspecten waren voor 14-35-jarigen invloedrijker op de keuze van het boek dan 35-plussers:

- De aanbeveling van een lezer op internet
- De mooiste uitvoering van dit boek dat ik kon vinden in de boekwinkel/bibliotheek
- Een aanbeveling van een influencer (online).

*Antwoordoptie nieuw toegevoegd in meting 2017
 ** Antwoordoptie nieuw toegevoegd in meting 2023
 B04c2: Welke van onderstaande aspecten waren van invloed op uw keuze van dit boek?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

58% van de kopers kocht uiteindelijk een papieren boek met een zachte kaft. 20% overwoog een andere vorm (meestal de harde kaft).

Gekocht vs. overwogen type boek

	Soort boek gekocht	Soort boek overwogen
Papieren boek (normale uitgave, zachte kaft)	58%	4%
Papieren boek (normale uitgave, harde kaft)	24%	8%
Papieren boek (goedkope editie)	3%	3%
e-book	14%	3%
Luisterboek	0%	2%

→ Kinderboeken en cadeaus koopt men vaker met een harde kaft.

20% heeft een andere vorm overwogen.



Kopers die een papieren boek kochten in plaats van een e-book, kochten die vooral omdat zij daar specifiek naar op zoek waren. Prijs was de voornaamste reden om een e-book boven papier te kiezen.

Redenen om geen e-book te kiezen

Redenen om geen papieren boek te kiezen

	2023 (n=187)	2020 (n=180)
Ik was op zoek naar een papieren boek	33% ↓	46%
Het staat mooi in mijn boekenkast	22%	21%
Het boek zag er aantrekkelijk uit	16%	18%
Ik kwam het toevallig in de winkel/bibliotheek tegen	15%	9%
Ik wilde graag de lokale ondernemer/boekhandel steunen	11%	13%
Anders	19%	15%
Geen specifieke reden	7%	9%

	2023 (n=59)	2020 (n=70)
Het e-book is goedkoper	37% ↓	58%
Ik was op zoek naar een e-book	30%	23%
Ik wilde het direct in huis hebben	22%	21%
Ik kwam het toevallig in de winkel/bibliotheek tegen	4%	-
Dit is geen boek dat ik graag in de kast wil hebben	3%	6%
Anders	8%	14%
Geen specifieke reden	10%	4%

"E books alleen in de vakantie."

"Er bestaat geen e-book versie."

"Ik houd van de geur van echte boeken. En houd van bladeren."

"Lees het liefst gewoon boek, e-book is voor op reis."

"E-book is minder bagage op vakantie."

"Een papieren boek was niet beschikbaar."

"Door artrose moeilijk om fysieke boeken vast te houden."

*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023

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?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: Heeft papieren boek gekocht/geleend en leest ook e-books

50% van de kopers die een boek kocht in plaats van leende, deed dit omdat ze het boek graag willen bezitten.

Reden om niet bij de bibliotheek te lenen

	2023 (n=127)	2020 (n=110)
Ik wilde het boek graag zelf hebben	50%	41%
Het boek was (nog) niet beschikbaar in de bibliotheek	11%	16%
Ik ben geen/niet langer lid van de bibliotheek	8%	9%
Ik kwam het toevallig in de winkel tegen	7%	9%
Het boek was (nog) niet beschikbaar als e-book in de bibliotheek	7%	9%
Ik wilde graag de lokale ondernemer/boekhandel steunen	5%	9%
Anders	2%	3%
Geen specifieke reden	10%	4%

Overweging kopers

	2023 (n=511)	2020 (n=513)	2017 (n=505)
Ik wist vooraf dat ik dit specifieke boek ging kopen	43%	44%	39%
Ik wist vooraf dat ik een boek ging kopen	29%	34%	37%
Ik wist vooraf niet zeker dat ik een boek ging kopen	16%	14%	22%
Ik was helemaal niet van plan om een boek te kopen *	10%	8%	-
Weet niet	2%	1%	2%

43% van de kopers wisten vooraf dat ze dit specifieke boek gingen kopen. Dit is hoger voor online kopers (51%) dan voor kopers in de fysieke winkel (37%).

*Antwoordoptie nieuw toegevoegd in 2020 en dus geen data beschikbaar in 2017

B05: U leent regelmatig boeken bij de bibliotheek, wat is de reden om dit boek te kopen en niet te lenen bij de bibliotheek?

B03a: Welk van de onderstaande stellingen is het meest op u van toepassing?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis B05: kopers die weleens boeken lenen en boek voor zichzelf hebben gekocht

Basis B03a: kopers

Er werd in 2023 ten opzichte van 2020 weer minder online gekocht en meer in de fysieke winkel. De kanaalkeuzes zijn weer bijna hetzelfde niveau als voor corona.

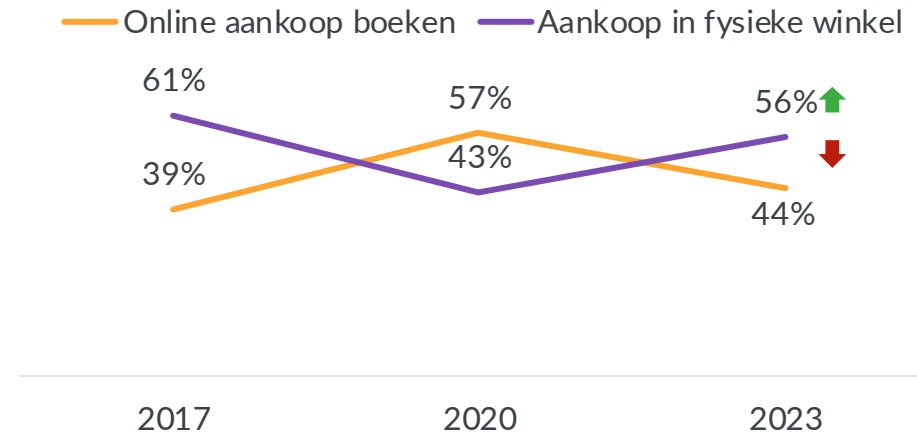
Aantal tegelijk gekochte boeken

	Kopers 2023	Kopers 2020	Kopers 2017
1 boek	64%	55%	59%
2 boeken	23%	31%	26%
3 boeken	6%	9%	9%
4 of meer boeken	6%	5%	6%

In 2020 kocht men minder vaak maar 1 boek: men kocht toen vaker 2 boeken tegelijk. Het resultaat van 2023 is vergelijkbaar met 2017.

De gerichte koper koopt vaker maar 1 boek tegelijk. De struin, impuls en prikkelende kopers kopen vaker meer boeken tegelijkertijd.

Online vs. fysiek

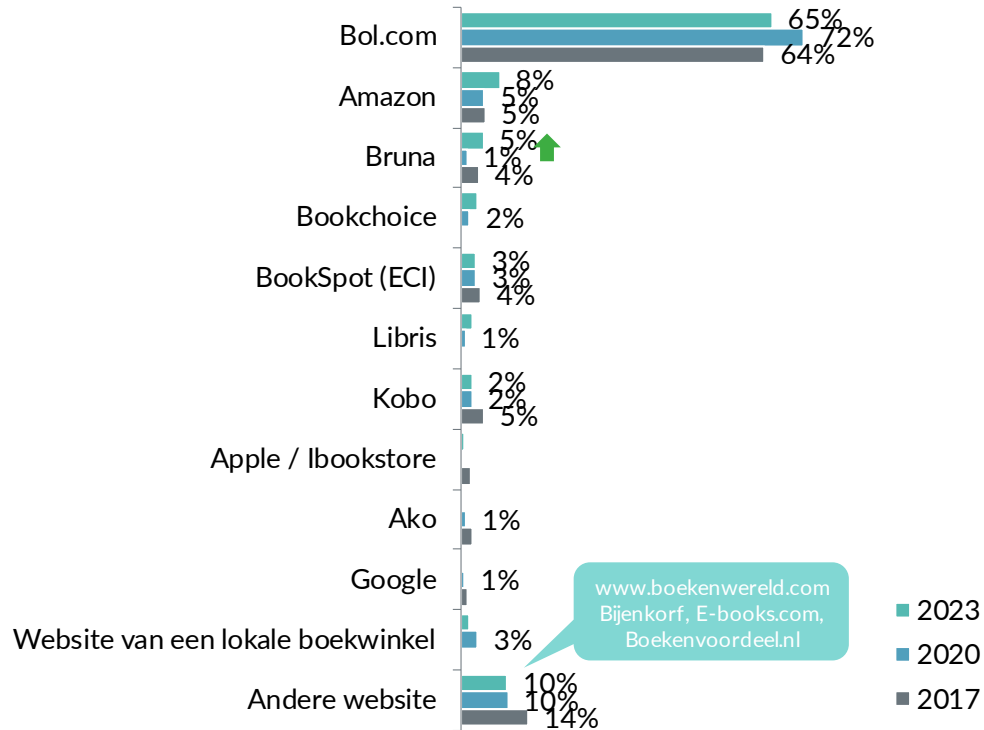


In 2023 daalt het aandeel online boekaankopen in vergelijking tot 2020 (corona-periode). Het gaat bijna terug naar het niveau van de pre-corona periode (2017). Andersom stijgt in 2023 het aandeel van aankopen in de fysieke winkel ten opzichte van 2020.

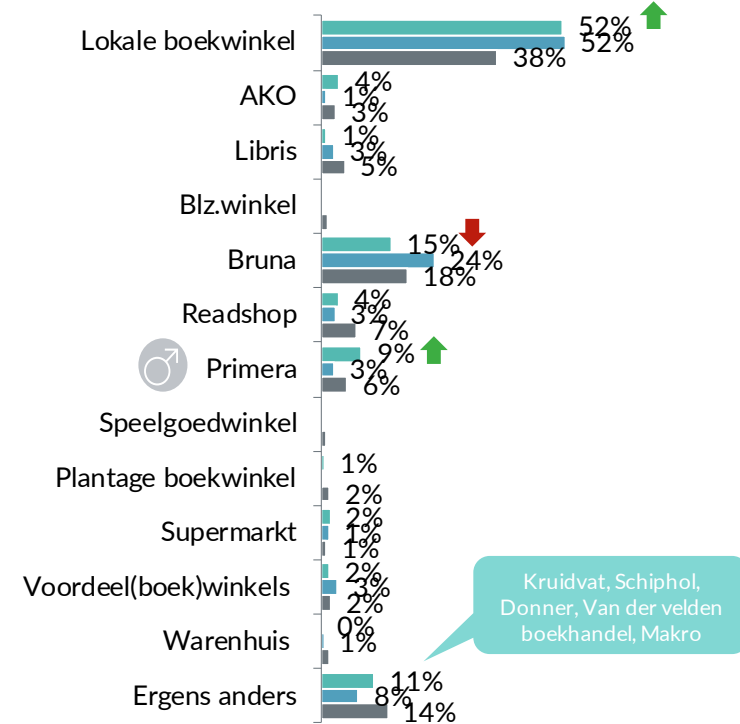
Scandata: De scandata laten zien dat de online verkoop nog altijd hoger is dan pre-corona.

De lokale boekhandel was veruit het belangrijkste verkooppunt. Bruna lijkt bij de fysieke winkels wat aandeel te verliezen aan Primera.

Online aankoop boeken



Aankoop in fysieke winkel



D02: Waar heeft u het boek online gekocht?

D03: Waar heeft u het boek gekocht?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis D02: heeft boek online aangeschaft

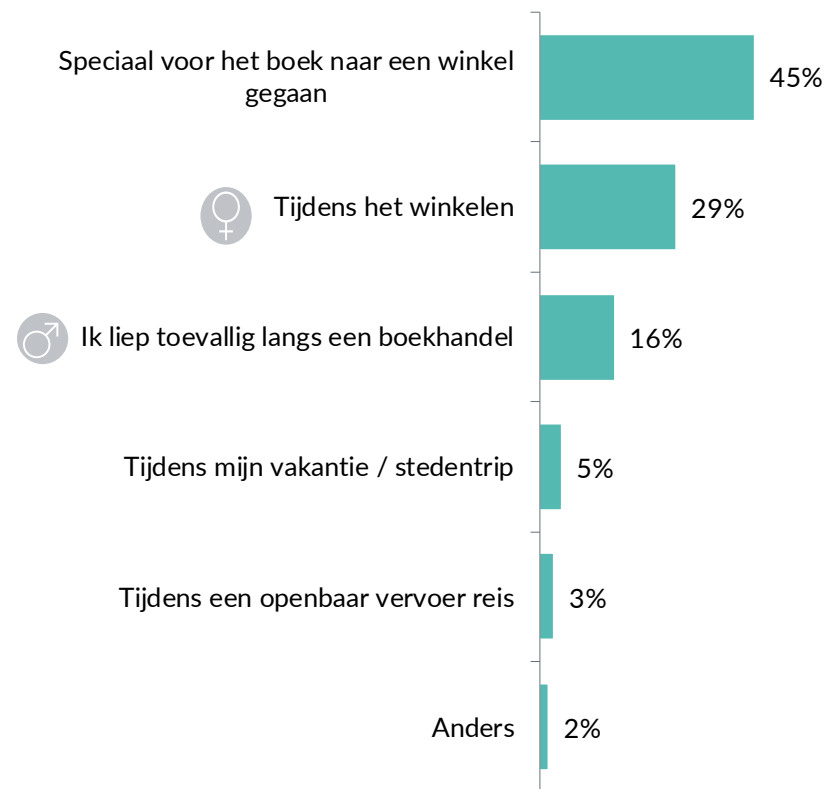
Basis D03: heeft boek in fysieke winkel aangeschaft

53% van de online kopers is speciaal naar de website gegaan om het boek te kopen. Ook 45% van de kopers die fysiek hebben gekocht, gingen hiervoor speciaal naar de winkel.

Online aangeschaft



In een fysieke winkel aangeschaft

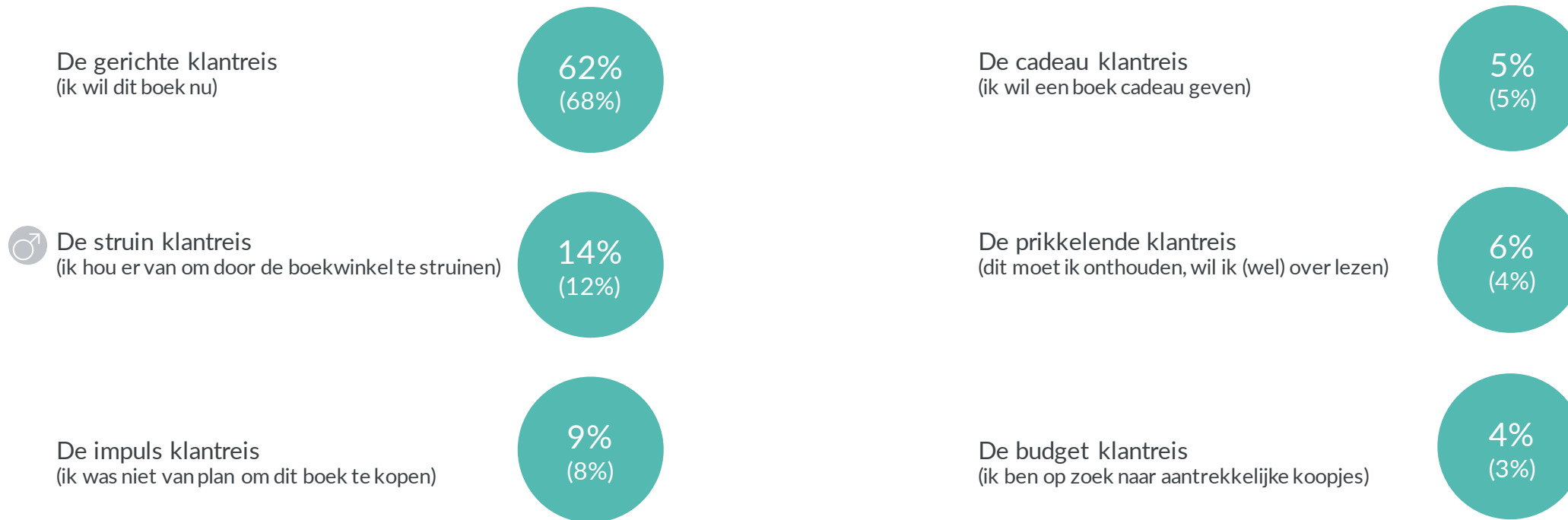


D04a: Vanuit welke situatie vond de aanschaf plaats? [online]
D04: Vanuit welke situatie vond de aanschaf plaats? [fysiek]
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis D04a: heeft boek online aangeschaft, n=223
Basis D03: heeft boek in een fysieke winkel aangeschaft, n=288

Bij de meeste kopers (6 op de 10) start de klantreis gericht. In vergelijking tot 2020 is dit beeld niet veranderd.

Manieren om een boek te kopen (het laatst gekochte boek)



(%) 2020 cijfers basis: kopers, n=513
Basis: kopers, n=511

D01a: Er zijn verschillende manieren om een boek te kopen. Op welke manier kocht u dit laatste boek?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Op de website en in de winkel waren de prijs en de samenvatting van het boek de meest invloedrijke factoren in de keuze van het boek. Bezorgtijd is voor online kopers minder doorslaggevend geworden.

Beïnvloedende factoren – webwinkel/website

	2023 (n=223)	2020 (n=288)	2017 (n=193)
♀ De prijs	27%	29%	38%
De omschrijving van het boek (samenvatting)	27%	25%	17%
Recensies van andere mensen die dit boek bestelden	17%	13%	15%
Bezorgtijd	13% ↓	21%	20%
Tekst achterop het boek	10%	7%	8%
Kortingsactie	8%	7%	9%
Omslag in zijn geheel	8%	8%	5%
Uitvoering (papiersoort, hardcover/softcover)	5%	11% ↑	5%
Suggestie/aanbeveling op basis van wat anderen bekeken hebben	5%	5%	4%
Leesfragment	5%	6%	6%
Suggestie op basis van wat ik eerder hebt gekocht/bekeken	3%	6%	4%
Quote op de omslag	3%	1%	0%
Een advertentie	3%	2%	2%
♂ Duurzaamheid *	2%	-	-
Anders	7%	12%	13%
Geen van deze	23%	19%	18%

Beïnvloedende factoren – fysieke winkel

	2023 (n=288)	2020 (n=225)	2017 (n=312)
Tekst achterop het boek	27%	23%	23%
De prijs	22%	22%	20%
Omslag in zijn geheel	20%	19%	20%
Uitstalling op een tafel	18%	24%	18%
Prijsactie / korting	11%	11%	9%
Uitvoering (papiersoort, hardcover/softcover)	11%	9%	9%
Quote op de omslag	4%	3%	4%
Sticker op het boek	4%	6%	3%
Gesprek met medewerkers (bijvoorbeeld door een tip of advies)	3% ↓	8%	2%
Geschreven tips van medewerkers	3%	2%	0%
Borden (met info)	2%	3%	1%
Duurzaamheid *	2%	n.v.t	n.v.t
Presentatie bij de kassa	1%	3%	2%
Etalage	1%	4%	3%
(Reclame) posters	1%	3%	1%
Een signeer- / voorlees sessie door een auteur	1%	2%	1%
Anders	7%	10%	16%
Geen van deze	34%	26%	32%

*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023

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?

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

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis D06: heeft boek online aangeschaft

Basis D07: heeft boek in fysieke winkel aangeschaft

Voor 21% van de kopers speelt duurzaamheid een rol bij de keuze van het type boek. Er is bij een groep van 16% behoefte aan meer informatie hierover.



Aankoop



Rol duurzaamheid in keuze van type boek



Informatiebehoefte over duurzaamheid van boeken

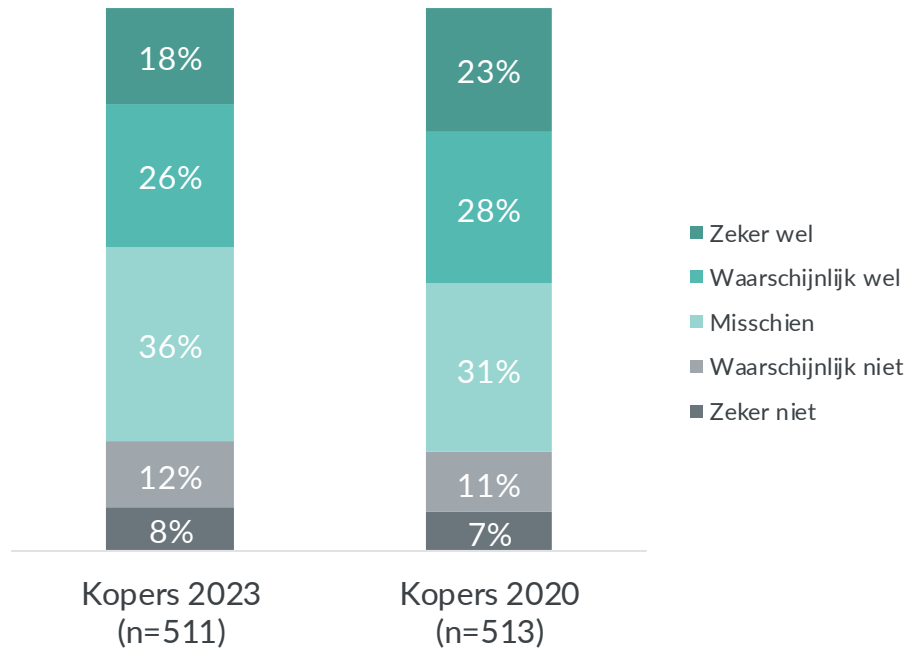
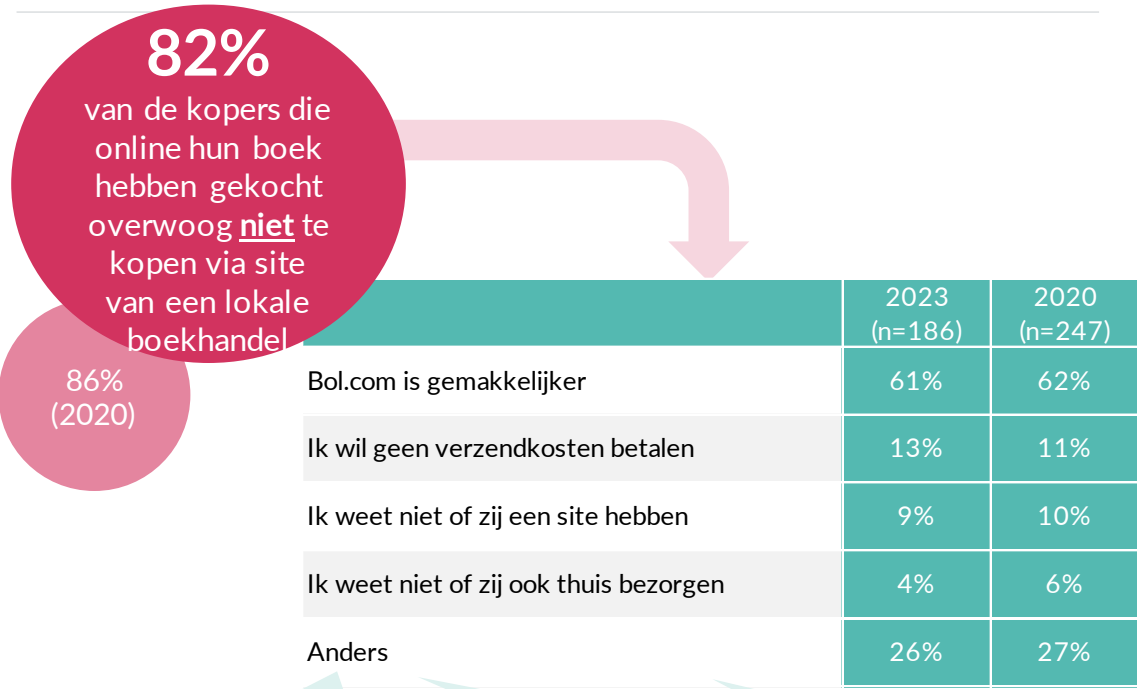


Meer informatie over duurzaamheid in de bijlagen.

8 op 10 online kopers overwogen de website van de lokale boekhandel niet. 18% van de kopers zou het zeker overwegen als de voorwaarden hetzelfde zijn als een online boekwinkel.

Redenen om de website van een lokale boekhandel niet te overwegen

Koopintentie website van een lokale boekhandel (mits gelijke voorwaarden als een online boekwinkel)



- "Zij hadden het boek niet/duurde te lang."
- "Ik had bol.com-bonnen te besteden."
- "Prijs zou te hoog zijn."
- "Ik had niet eens aan lokale boekenwinkels gedacht."
- "Heb abonnement bij Bookchoice."

Basis D10a: heeft boek online aangeschaft, 2023 n=223/2020 n=288
 Basis D10b: heeft niet overwogen om via de website van een lokale boekhandel het boek te kopen
 Basis D10c: kopers

D10a: U heeft het boek in de online winkel gekocht. Heeft u overwogen om dit boek te kopen via de website van een lokale boek handel?
 D10b: Waarom heeft u dit niet overwogen?
 D10c: 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?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

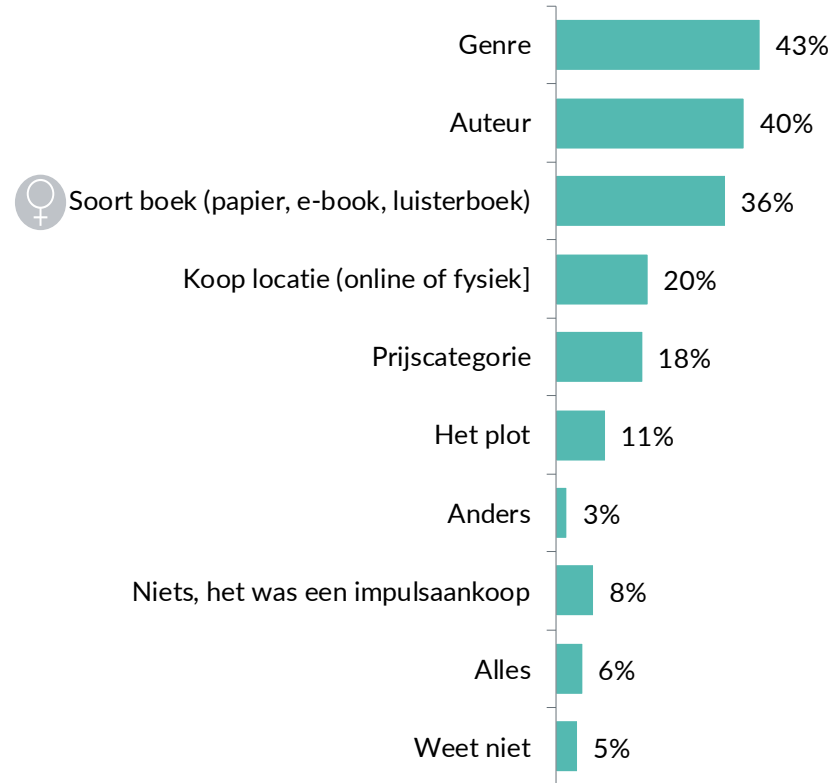
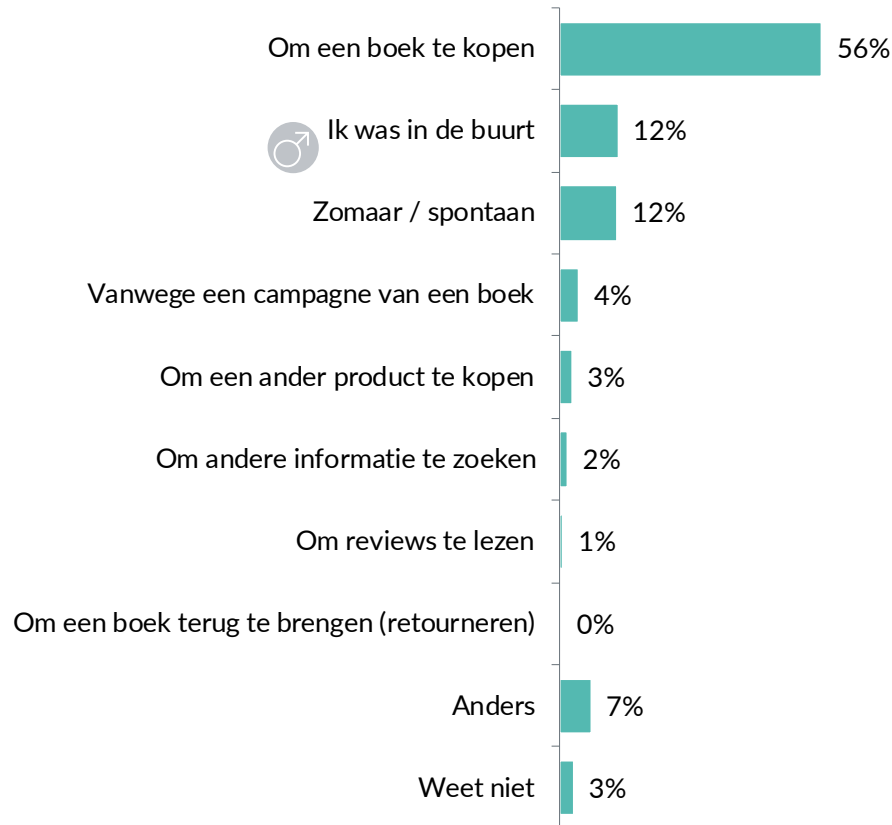
Naast de reden om een boek te kopen, kwam 12% spontaan naar de boekwinkel, nog eens 12% omdat men in de buurt was. Voorafgaand aan de aankoop stond vaak het genre, de auteur en het soort boek al vast.



Aankoop

Belangrijkste reden om de boekwinkel te bezoeken

Vaststaande aspecten voorafgaand aan de aankoop

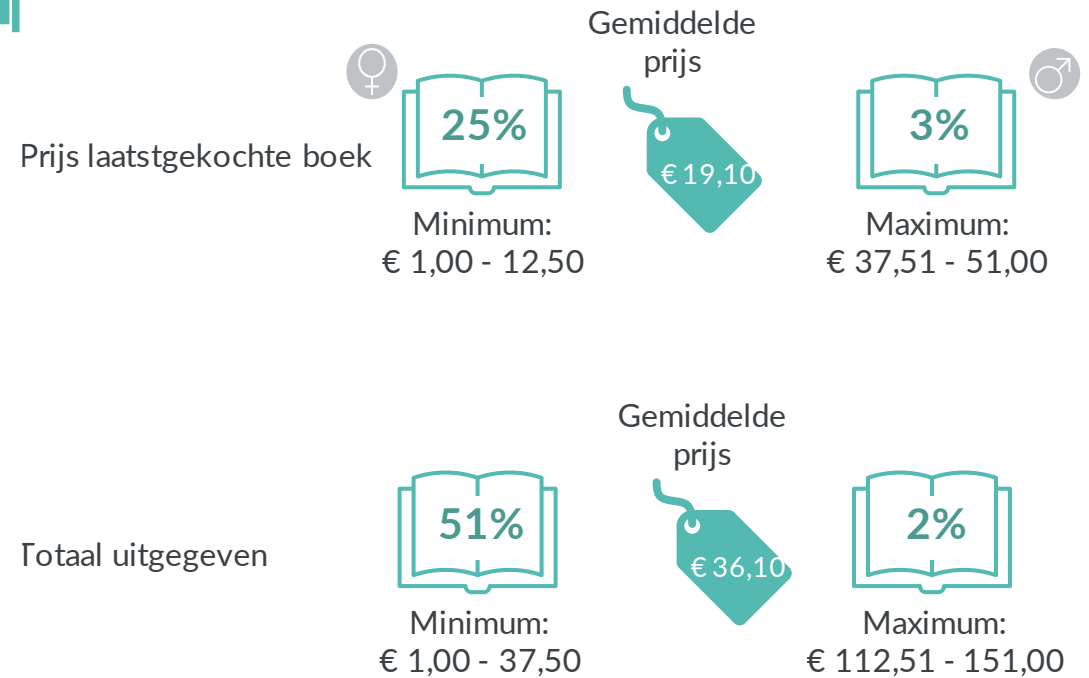
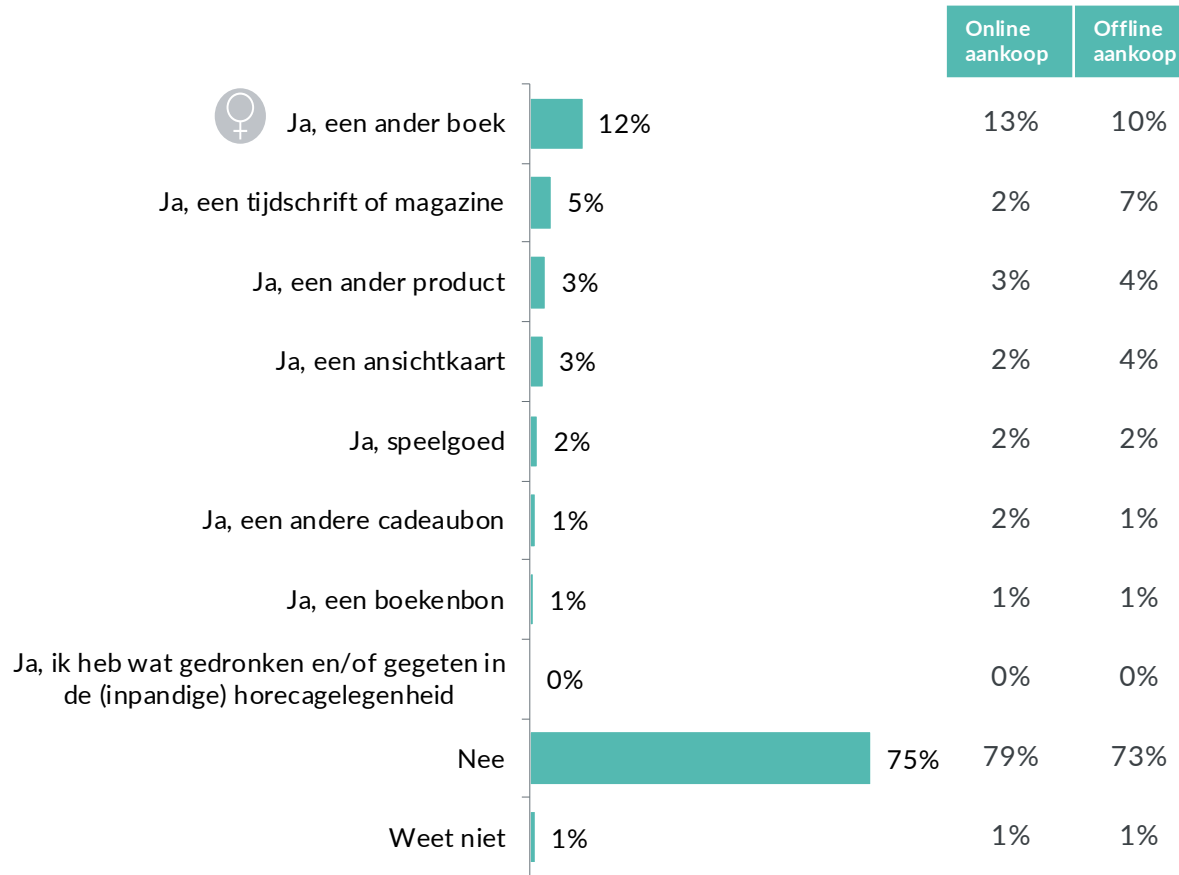


A06c: Wat was de belangrijkste reden waarom u toen de boekwinkel (fysiek/online) bezocht heeft?
D12: Welk van de onderstaande aspecten van het boek stonden vast voordat u het boek ging kopen?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Andere gekochte producten naast het boek, betroffen meestal een tweede boek. Er werd gemiddeld €19 uitgegeven per boek. Totale aankoop incl. bijproducten bedroeg gemiddeld €36.

Ander gekocht product

Aan boek(en) uitgegeven



A05: Heeft u tijdens de aanschaf van het boek nog andere producten erbij gekocht?

A13: Weet u nog wat u bij de aankoop van dit boek in totaal uitgaf?

Met totaal bedoelen wij het totaalbedrag inclusief evt. andere boeken/producten die u kocht in de winkel waar u het boek kocht.

A07: Wat was de prijs van uw laatstgekochte boek?

Basis A05/A07: kopers, n=511
Basis A13: heeft meerdere boeken of andere producten erbij gekocht, n=218

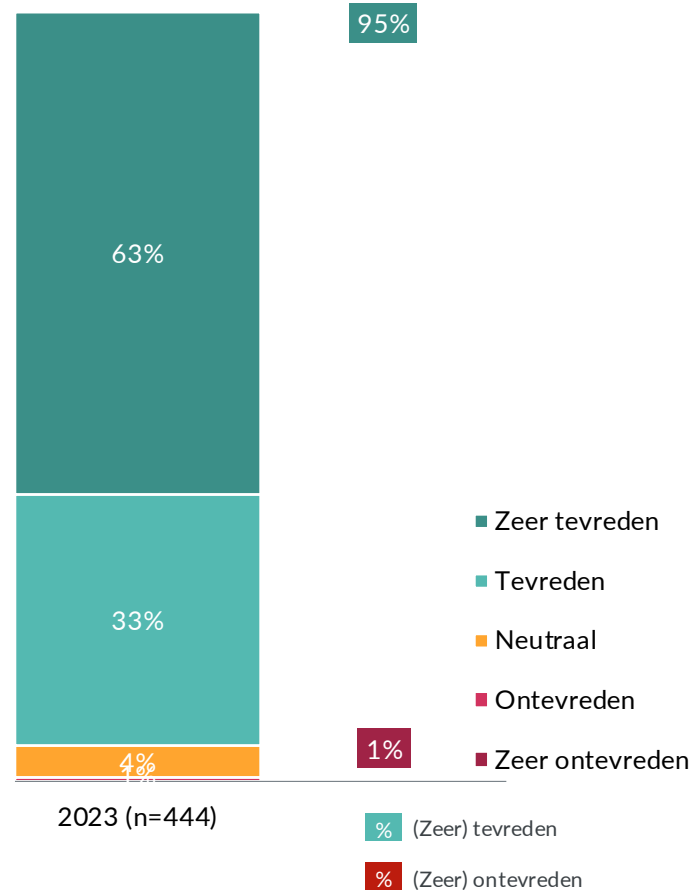
Vrijwel alle kopers zijn achteraf blij met hun aankoop van het boek.



Ervaring



Tevredenheid aanschaf



44% van de kopers die het gekochte boek al (deels) hebben gelezen, heeft hun mening over het boek met anderen gedeeld. 73% zou delen in gesprek met vrienden/familie/kennissen, 8% op sociale media.



Ervaring

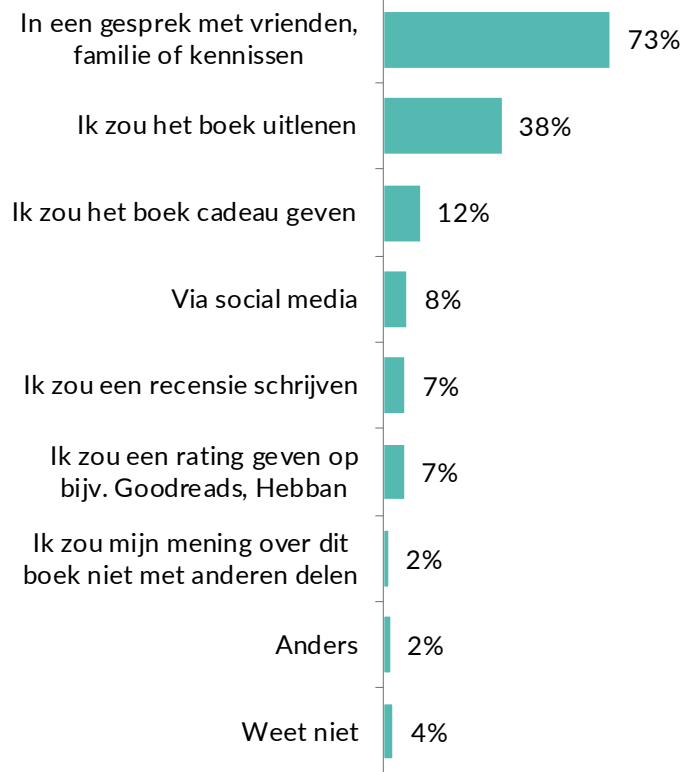


Mening over gelezen boek



44%

van de kopers die (deels) het gekochte boek heeft gelezen, heeft zijn/haar mening over het boek gedeeld.



E04d: U heeft het boek al (deels) gelezen. Heeft u uw mening over het boek al met anderen gedeeld?

E05a: Op welke manier zou u uw mening over dit boek met anderen delen?

E05b: U heeft aangegeven uw mening over het boek op sociale media te hebben gedeeld. Op welke kanalen heeft u dat gedaan?

Basis E04d: heeft het boek al (deels) gelezen, n=372

Basis E05a: heeft het boek al (deels) gelezen, n=248

Kopers die hun gekochte boek al (deels) hebben gelezen zouden vaak in het vervolg nog een boek van dezelfde auteur/in hetzelfde genre willen lezen. 45% van de kopers houdt een boekenverlanglijstje bij.

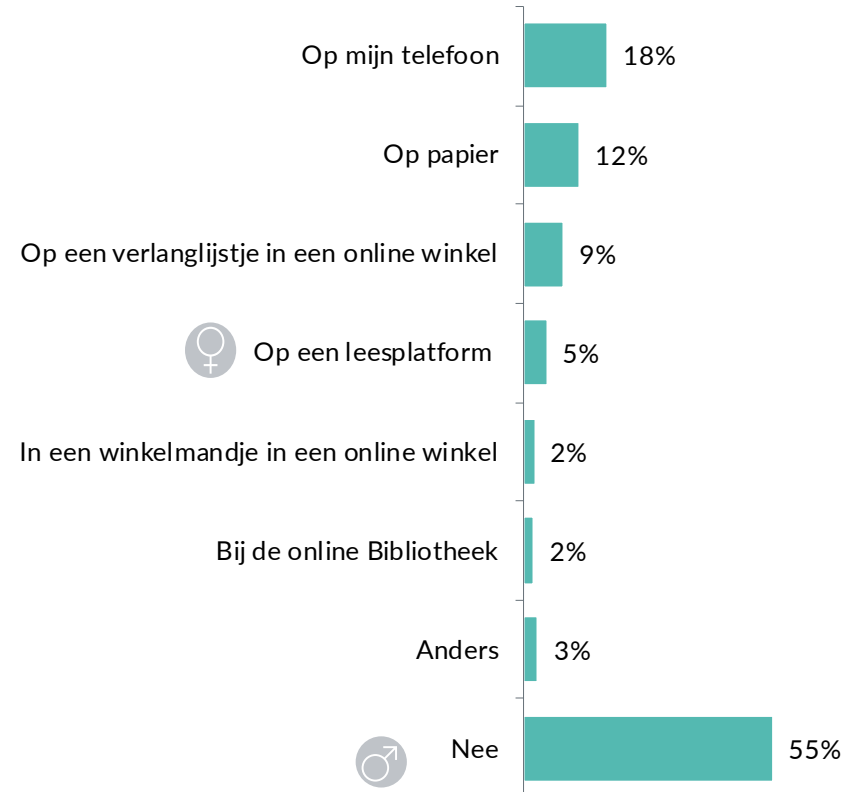


Ervaring

Ervaring auteur, genre en serie



Verlanglijstje



E09: Kunt u van onderstaande uitspraken aangeven of ze van toepassing zijn?
 E10: Houdt u ergens een lijstje bij van boeken die u nog wilt lezen, lenen of kopen?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis E09: heeft het boek al (deels) gelezen, n=372
 Basis E10: kopers, n=511

Boeken promoten op sociale media en in de fysieke winkels worden veelvuldig genoemd als tips voor boekenverkopers. Aanbevelingen ontvangen van boeken wordt ook gewaardeerd.

Tips voor boekenverkopers

Bied meer tweedehands aan. Bied aan een boek terug te kopen bij aankoop/verkoop van een nieuwe

Geef elke week verschillende boeken de aandacht door ze op een opvallende paal neer te zetten, of een duidelijke hoek

Let op de verkoopprijs van boeken. Niet te duur maken

Goed onderscheid maken in genres, maak leuke tafels met daarop aanbevelingen in verschillende genres

1 plus 1 gratis zodat je voor jezelf ook een boek hebt.

Heb een groter assortiment van Engelstalige boeken Nederlandse lezen is stuk moeizamer

Recensies, sterren, beoordelingen vermelden bij de boeken, in ieder geval bij de boeken op de presentatietafel

Presentatie van het boek en betrouwbaar aanzicht als het over online bestellen gaat

Persoonlijke aanbevelingen, kaartjes met reviews bij de boeken etc.

Reclame maken om lokaal te kopen ipv via online

Misschien iets creatiever spelen met genres? Ik zie bijvoorbeeld af en toe 'BookTok' bordjes in boekenwinkels, wat speciaal jongeren op TikTok aanspreekt. Dat vond ik een supergoed idee en heel goed om jongeren weer aan het lezen te krijgen!

Adverteer in lokale kranten; zet ook bestelinformatie in een advertentie zodat mensen niet uitwijken naar bol.com etc.

Plaatselijke boekwinkel moet meer naar buiten treden. Je bent al gauw geneigd om voor het gemak boeken online te bestellen terwijl het beter is de kleine ondernemer te steunen

Social media is voor mij tegenwoordig een groot onderdeel van het zoeken naar boeken die ik graag nog wil lezen, dus aanwezigheid op social media en het delen van beschikbare boeken zou ik sowieso aanraden

In "mijn" boekhandel zijn er altijd medewerkers die voor mij een tip hebben! Ze wijzen mij op een titel: Kijk net wat voor jou! Verkopers moeten weten waar hun klanten in geïnteresseerd zijn.

Korte samenvattingen publiceren om een boek te promoten

Lovende reviews zijn voor mij aantrekkelijk, dus dat op de kaft zetten helpt

Onze lokale boekhandel had mysteriebooks. Een boek, uitverkoop en lichte beschadiging, ingepakt in bruin papier met 1 lijn tekst over het boek erop, lage prijs. Je weet niet wat je koopt maar ik vond het geweldig

Op sociale media platforms hun winkel promoten (vooral voor de jongere doelgroep)

Prijs boeken aan op social media, dan zien meer mensen de boeken

Wij krijgen ieder kwartaal een krant met goede boeken gepresenteerd door een lokale boekwinkel. Ik haal daar altijd inspiratie uit!



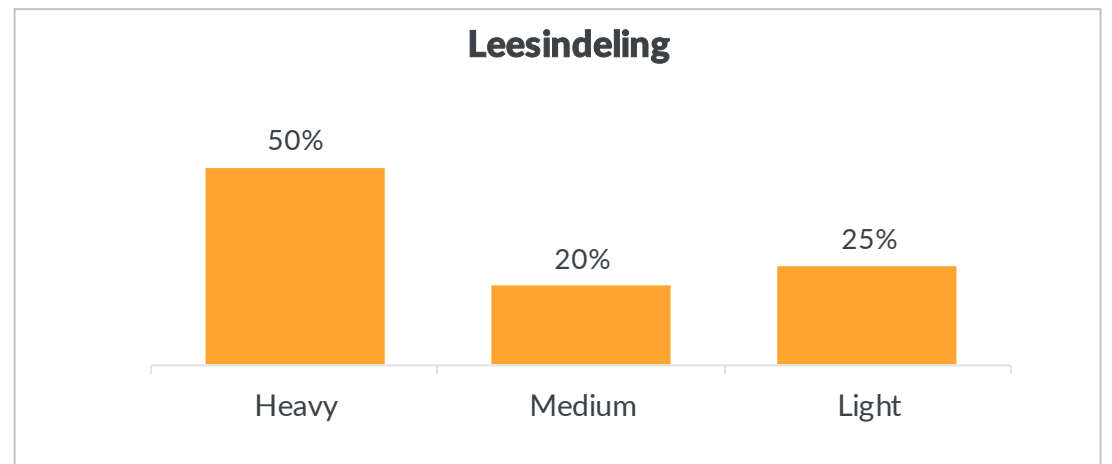
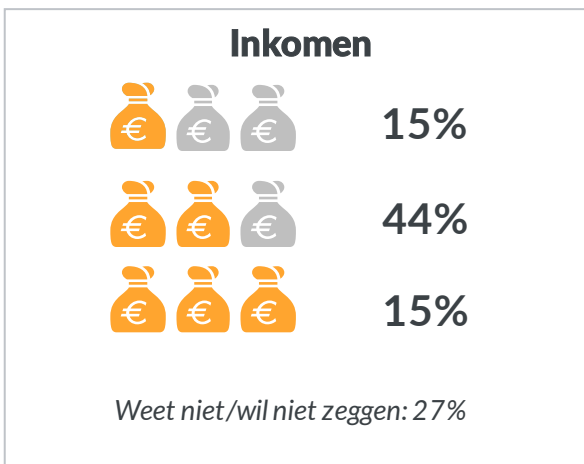
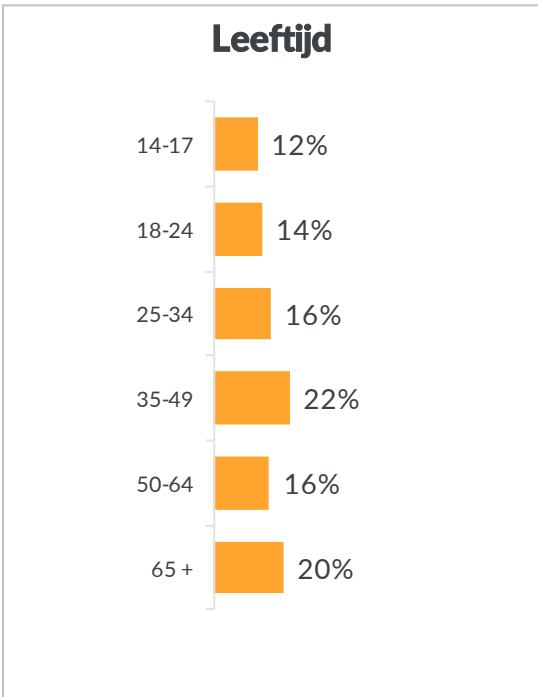
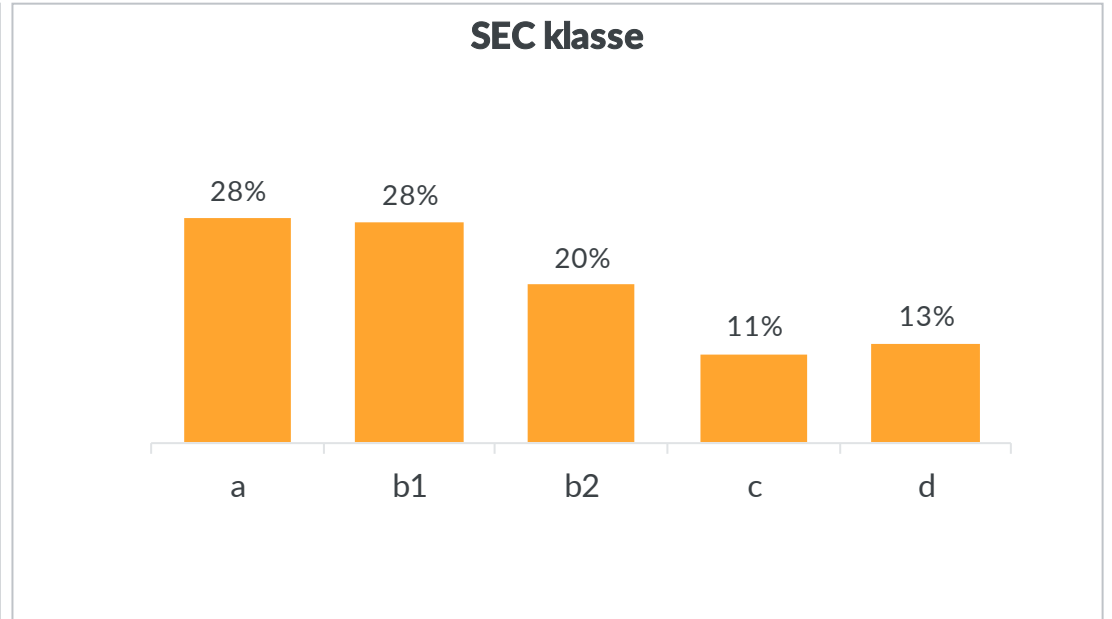
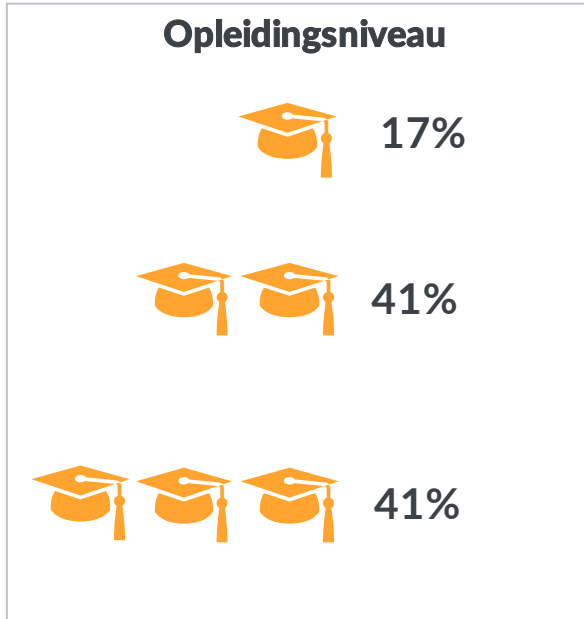
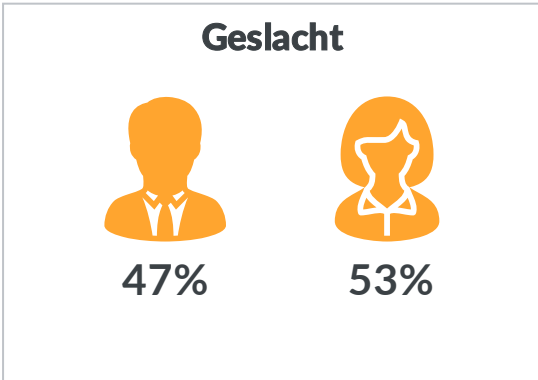
04

Klantreis Leners

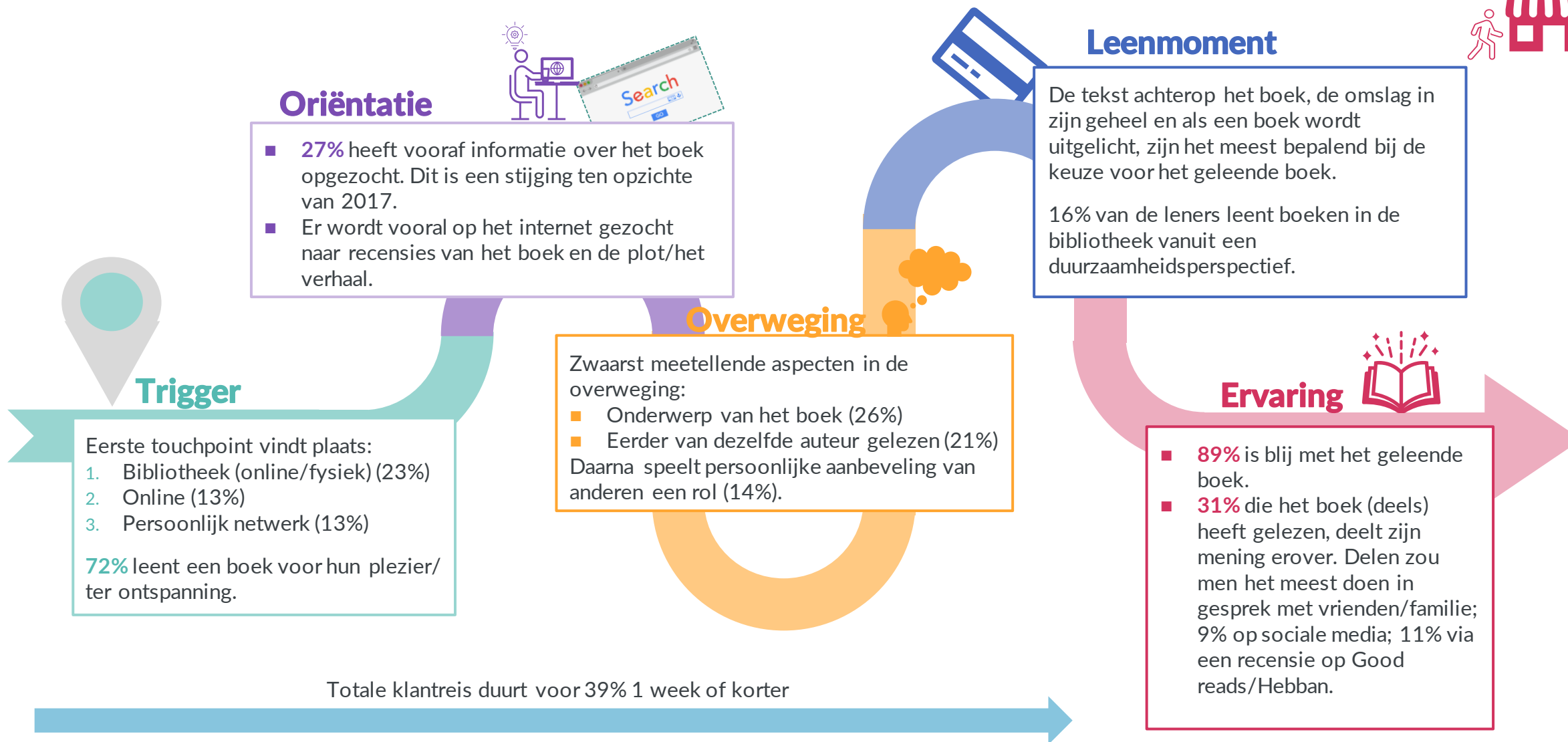
- **Achtergrond**
- Algemeen leengedrag
- Aspecten van het boek
- **Klantreis van het laatst geleende boek**
- Trigger
- Oriëntatie
- Overweging
- Aanloop naar het leenmoment
- Ervaring

Leners zijn iets minder hoog opgeleid en jonger in vergelijking tot kopers

Leners



Samenvatting Klantreis – Leners



Achtergrond

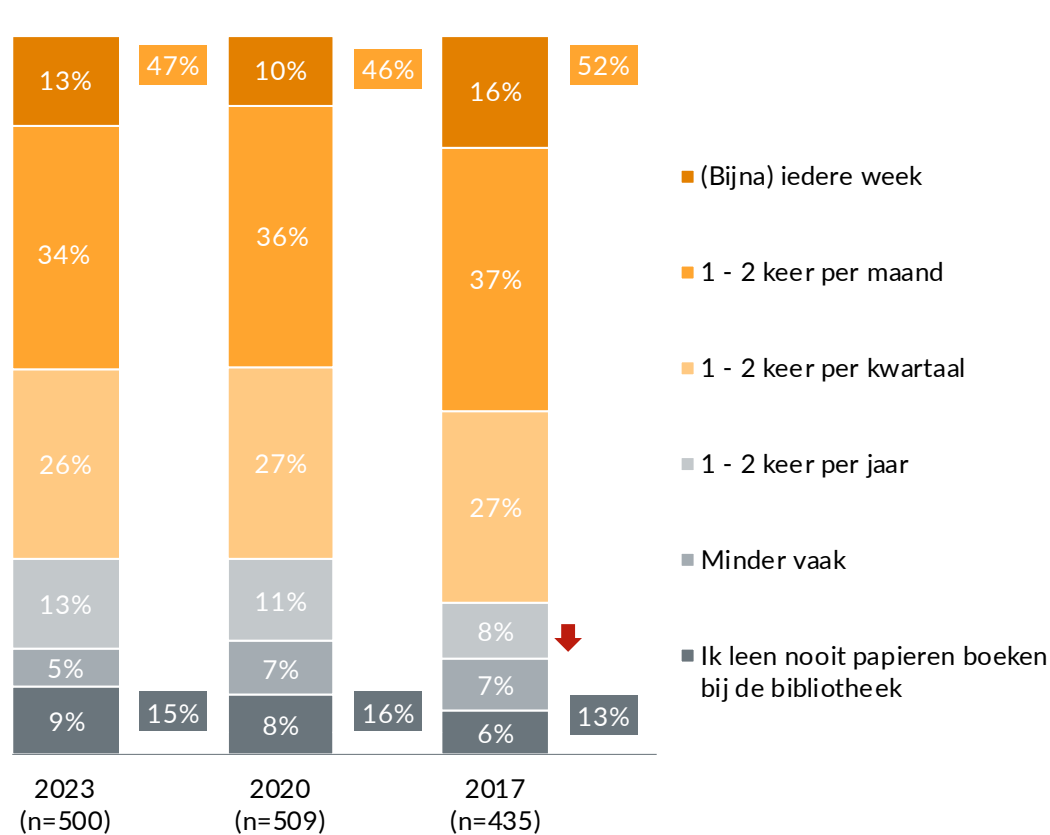
4.1

Algemeen leengedrag Aspecten van het boek

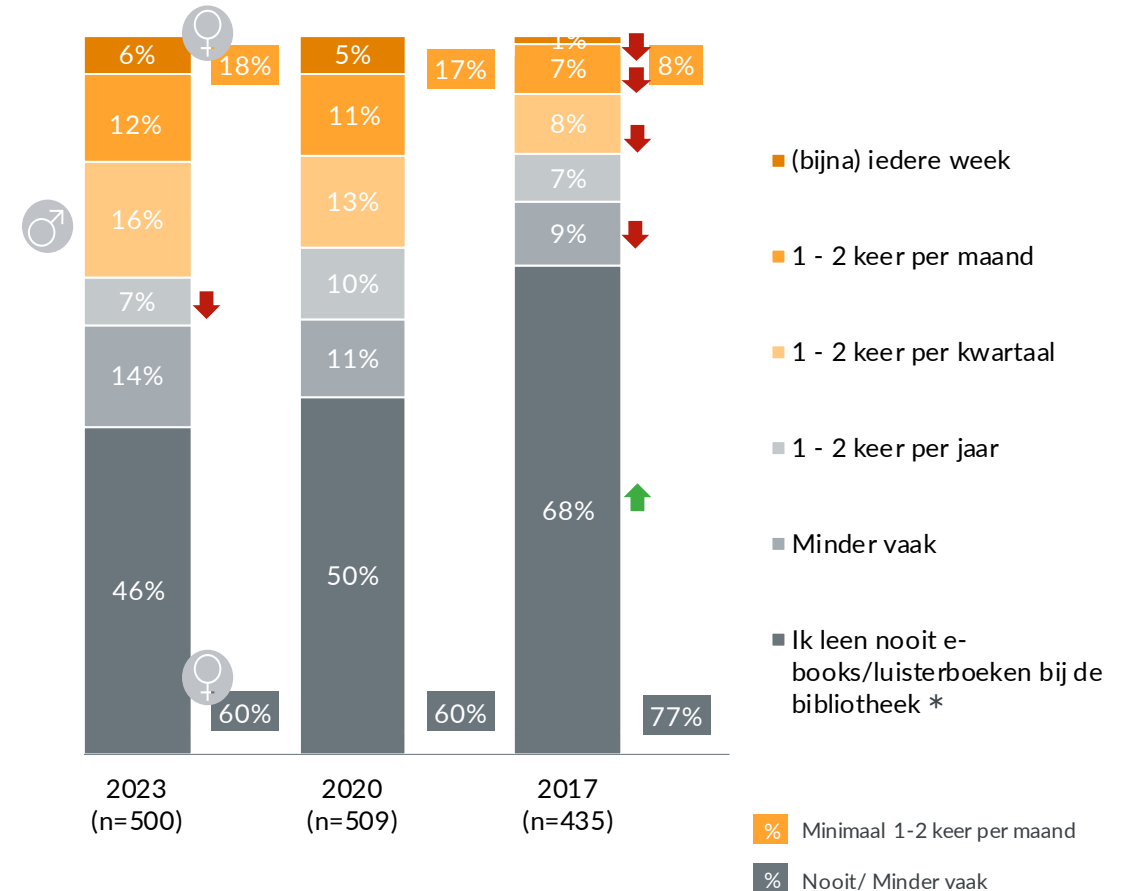
De leenfrequentie van papieren boeken is vergelijkbaar met 2020, maar daalt licht ten opzichte van 2017; het lenen van e-books en/of luisterboeken neemt juist toe.



Lenen papieren boeken



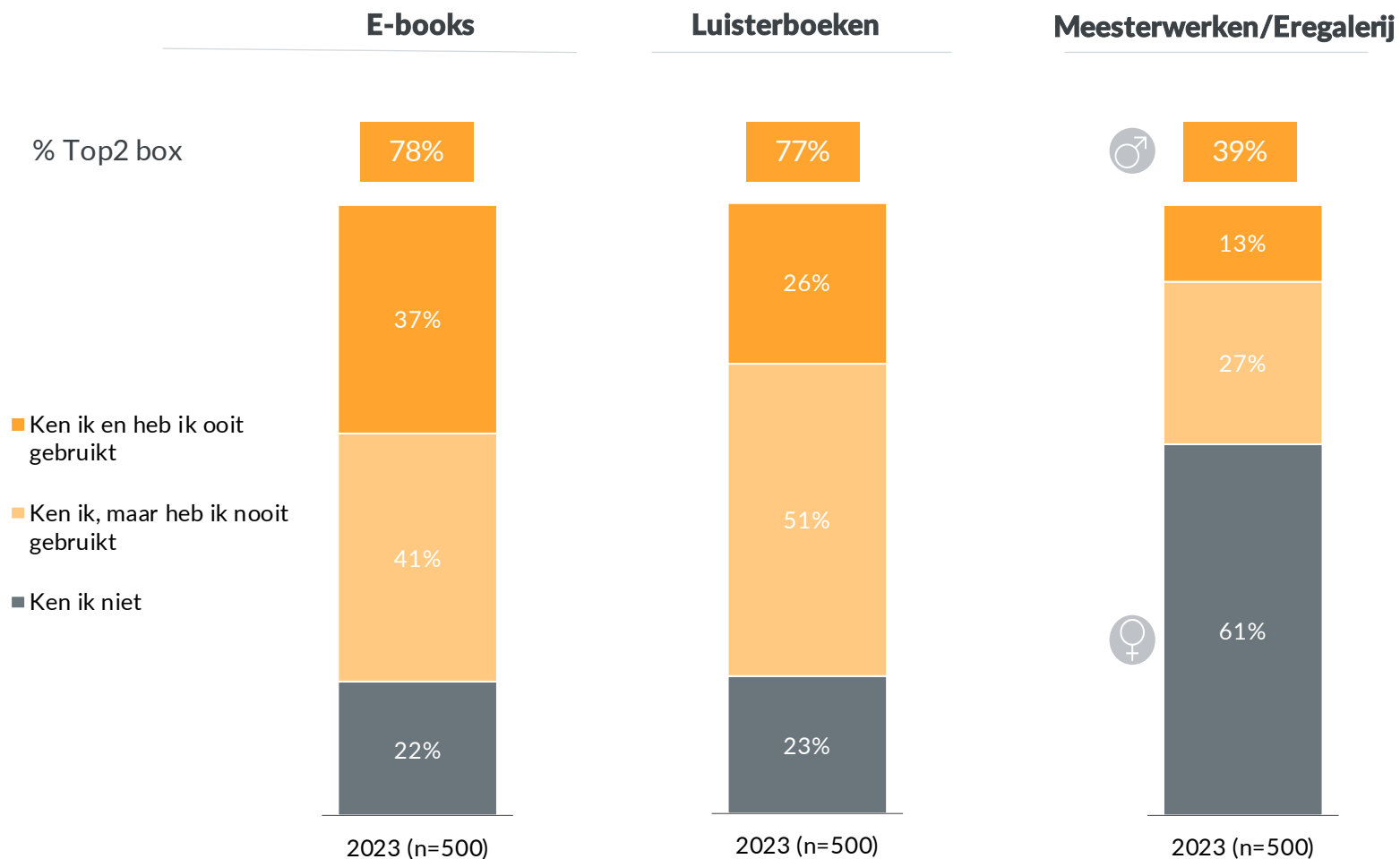
Lenen e-books, luisterboeken



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:
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: leners (afgelopen half jaar een boek geleend)
 * Luisterboeken toegevoegd in 2020

Ruim drie kwart van de leners is bekend met de mogelijkheid om e-books en luisterboeken te lenen.



Voor luisterboeken stijgt de bekendheid (77%) ten opzichte van 2020 (62%). Het gebruik hiervan neemt evenwel niet significant toe.

S06c: Kunt u van onderstaande mogelijkheden aangeven of u ze kent en er weleens gebruik van heeft gemaakt voor het lenen van e-books/luisterboeken? Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Een boek reserveren is voor de meeste leners wel bekend; de alternatieven om een e-book of luisterboek te lenen zijn minder bekend.

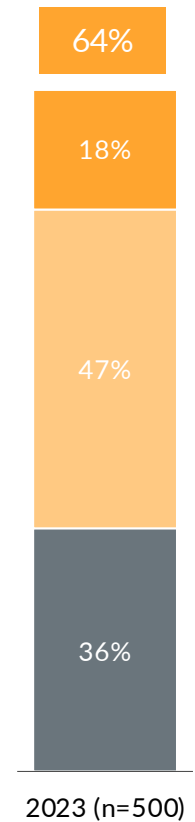
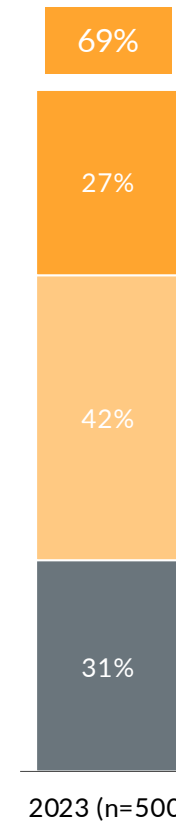
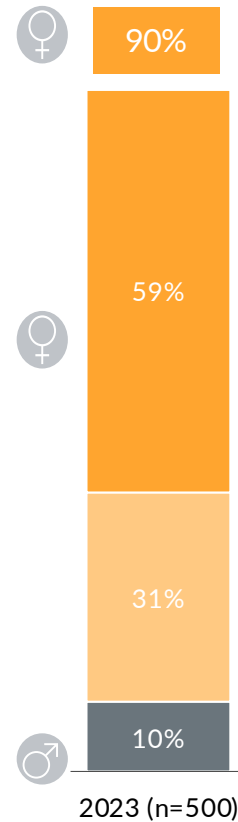
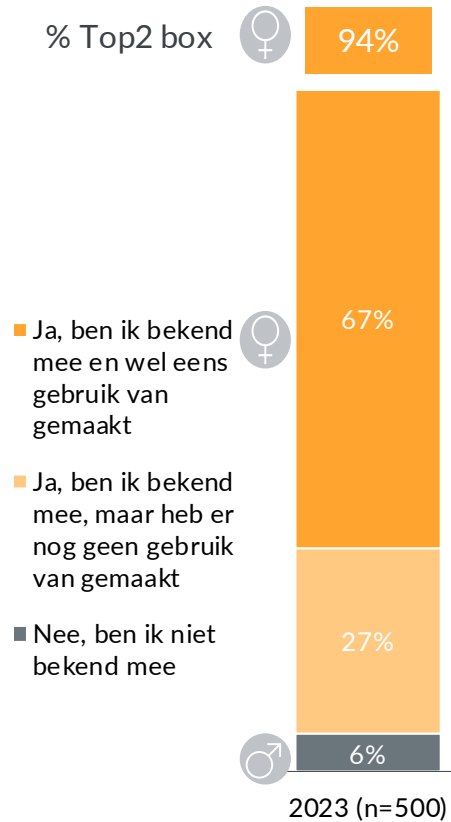


Het uitgeleende boek reserveren

Het boek reserveren en uit een andere bibliotheek laten over komen

Het boek als e-book lenen bij de online Bibliotheek, waar het direct beschikbaar is

Het boek als luisterboek lenen bij de online Bibliotheek, waar het direct beschikbaar is



S15a: Stel: u bent in de lokale bibliotheek om een papieren boek te lenen en dat boek is niet beschikbaar. De bibliotheek biedt verschillende alternatieven om dit boek, eventueel op een later moment, alsnog te lenen. In hoeverre bent u bekend met deze opties?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: leners

Lang wachten en kosten zijn genoemde barrières om te reserveren. Anderen geven aan net zo lief een ander boek te lezen.



Barrières voor reserveren



Basis: leners die nog geen gebruik hebben gemaakt van reserveren of niet bekend zijn met reserveren, n=223

Complexiteit houdt mensen nog tegen om een e-book of luisterboek te lenen. Een deel vindt de vorm van een e-book minder prettig dan papier.



Barrières om e-book of luisterboek te lenen bij online bibliotheek



Basis: leners die nog nooit een e-book of luisterboek hebben geleend bij de online Bibliotheek, of er niet bekend mee zijn, n=432

S15c: Wat zou u tegenhouden om een e-book of luisterboek te lenen bij de online bibliotheek?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Het aandeel leners dat een prikkelende klantreis heeft, neemt toe.



Toegepaste manieren

De gerichte klantreis
(ik wil dit boek nu)



58%
(57%)

De prikkelende klantreis
(dit moet ik onthouden, wil ik (wel) over lezen)

29%
(20%)



De struin klantreis
(ik hou er van om door de bibliotheek te struinen)



55%
(55%)

De impuls klantreis
(ik was niet van plan om dit boek te lenen)

19%
(18%)



Voordat ik in de bibliotheek (fysiek of online) kom, weet ik al precies welk boek ik wil lenen



Een bezoek aan de bibliotheek hoort bij mijn routine



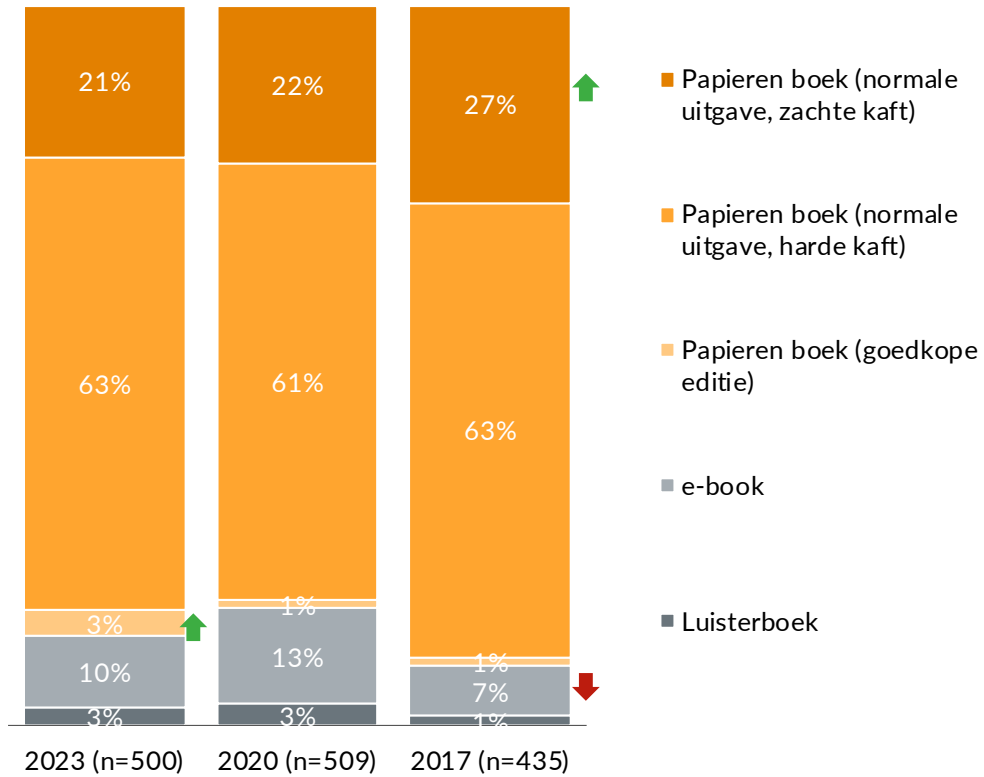
Ik ga bewust naar de bibliotheek om boeken te zoeken en te lenen

S15: Kunt u aangeven welke van deze manieren u weleens toepast?
S07 Kunt u van onderstaande uitspraken aangeven welke op u van toepassing zijn?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

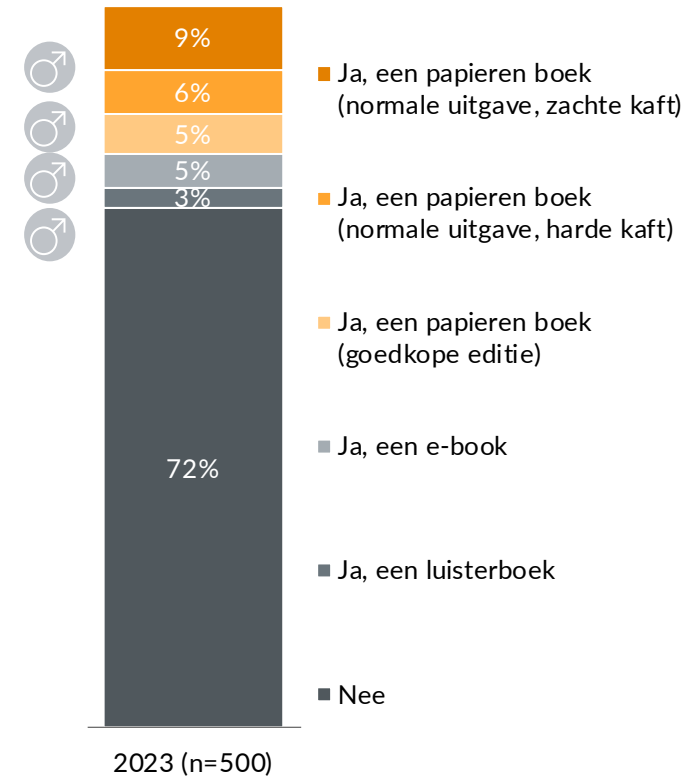
(resultaat 2020 staat tussen haakjes)
Basis: leners, n=500

Het lenen van een papieren boek met zachte kft is afgenomen ten opzichte van 2017, 28% overwoog een andere vorm.

Soort boek geleend



Vorm overwogen



A04: Wat voor soort boek was het?

A04a: Heeft u een andere vorm overwogen?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Leners – klantreis van het laatst geleende boek

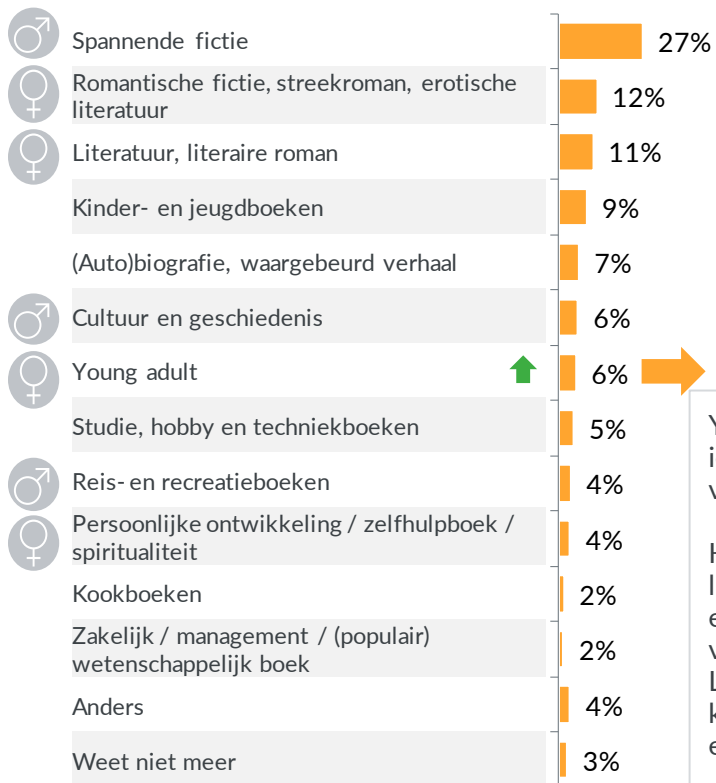
4.2

Trigger
Oriëntatie
Overweging
Aanloop naar het leenmoment
Ervaring

Spannende fictie is nog altijd het meest geleende genre. 6% koos een Young adult boek; dit is een stijging t.o.v. 2020 (3%).



Genre geleend



Er is sprake van een toename van het lenen van Engelstalige boeken; 15-34 jarigen lenen het meest Engelstalig.

15-34	18%
35-49	6%
50-64	4%

Young Adult boeken worden iets vaker geleend door vrouwen.

Heavy lezers lezen wat vaker literatuur, spannende fictie en romantische fictie in vergelijking tot light lezers. Light lezers lenen vaker kinderboeken, kookboeken en hobbyboeken

Taal van het boek

	2023	2020	2017
	89% ↓	94%	92%
	10% ↑	5%	6% ↓
	1% ♂	0%	1%
	1%	0%	1%
Overig	0%	0%	0%

Boeken die in 2022 waren uitgeleend, was 98% Nederlandstalig. Meer informatie hierover is te vinden op: <https://www.bibliotheeknetwerk.nl/artikel/uitleningen-van-de-openbare-bibliotheek>

A03: Binnen welk genre valt het boek dat u geleend/gekocht heeft?

A09a: Wat was de taal van het boek?




Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: leners, n=500

De bibliotheek zelf was het belangrijkste eerste touchpoint, maar ook online en vrienden/collega's/familie waren belangrijk.




Eerste touchpoint

<u>Sociale media</u> 9%		<u>Online</u> 13%		<u>Traditionele media</u> 8%		<u>Winkel/bibliotheek</u> 27%	
Youtube	3%	Op internet gezien	8%	In de krant	3%	In de bibliotheek (fysiek of online)	23%
TikTok	3%	Op een leesplatform	2%	In een tijdschrift	3%	In de fysieke boekwinkel	3%
Facebook 	2%	In een podcast	2%	In een televisieprogramma	1%	In een online boekwinkel	1%
Instagram 	1%	Een nieuwsbrief	1%	Gehoord op de radio	1%	<u>Persoonlijk netwerk</u>  13%	
		Mailing uitgeverij	0%	Outdoor	0%	Via vriend, collega, familie	13%



Overige touchpoints

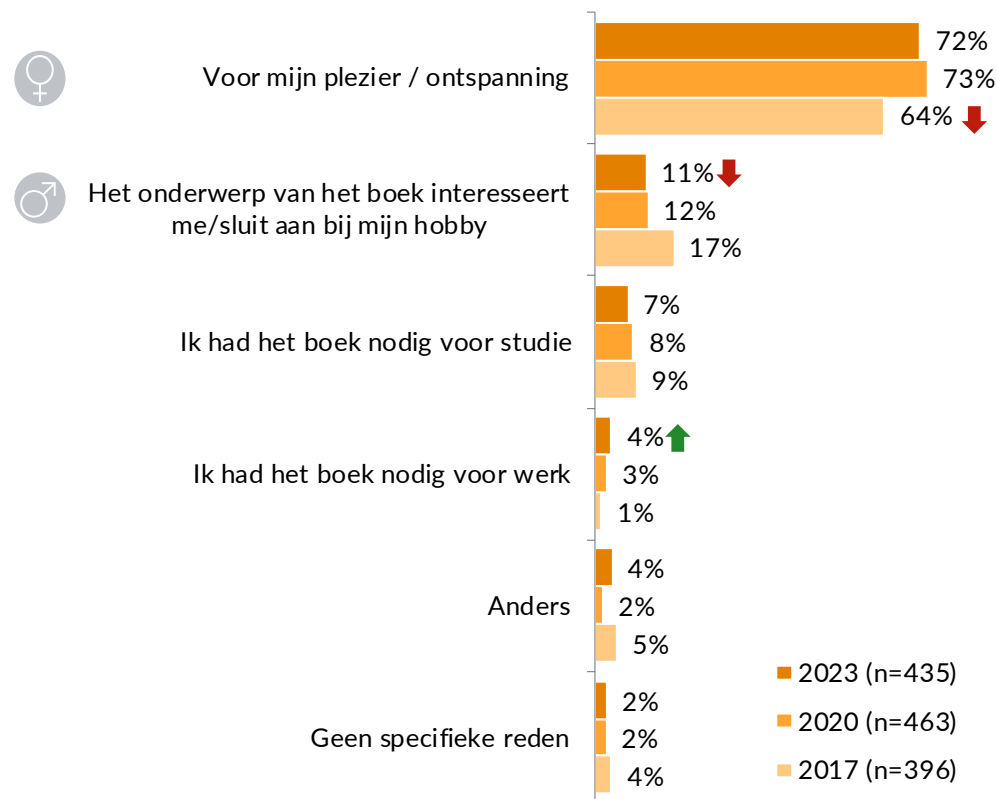
<u>Sociale media</u>		<u>Online</u>		<u>Traditionele media</u>		<u>Winkel/bibliotheek</u>	
Instagram	5%	Op internet gezien	7%	In een tijdschrift	4%	In de bibliotheek (fysiek of online)	8%
Facebook 	4%	Op een leesplatform	3%	In een televisieprogramma	3%	Fysieke boekwinkel	4%
Youtube	4%	In een podcast	2%	In de krant	1%	Online boekwinkel	2%
TikTok	2%	Een nieuwsbrief	2%	Gehoord op de radio	1%	<u>Persoonlijk netwerk</u>	
		Mailing uitgeverij	1%	Outdoor	1%	Via vriend, collega, familie	7%

In algemene zin worden jongere leners en kopers vaker getriggered door Instagram, YouTube en leesplatformen dan de 35+ doelgroep.

B04a: Hoe hoorde of zag u voor de allereerste keer iets over dit boek?
 B04b: En waar hebt u daarna nog meer iets gezien, gehoord of gelezen over dit boek?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Plezier en ontspanning was de belangrijkste reden om een boek te lenen. We zien het motief interesse/sluit aan bij hobby wat afnemen, terwijl nodig voor werk juist toeneemt.

Redenen om boek te lenen



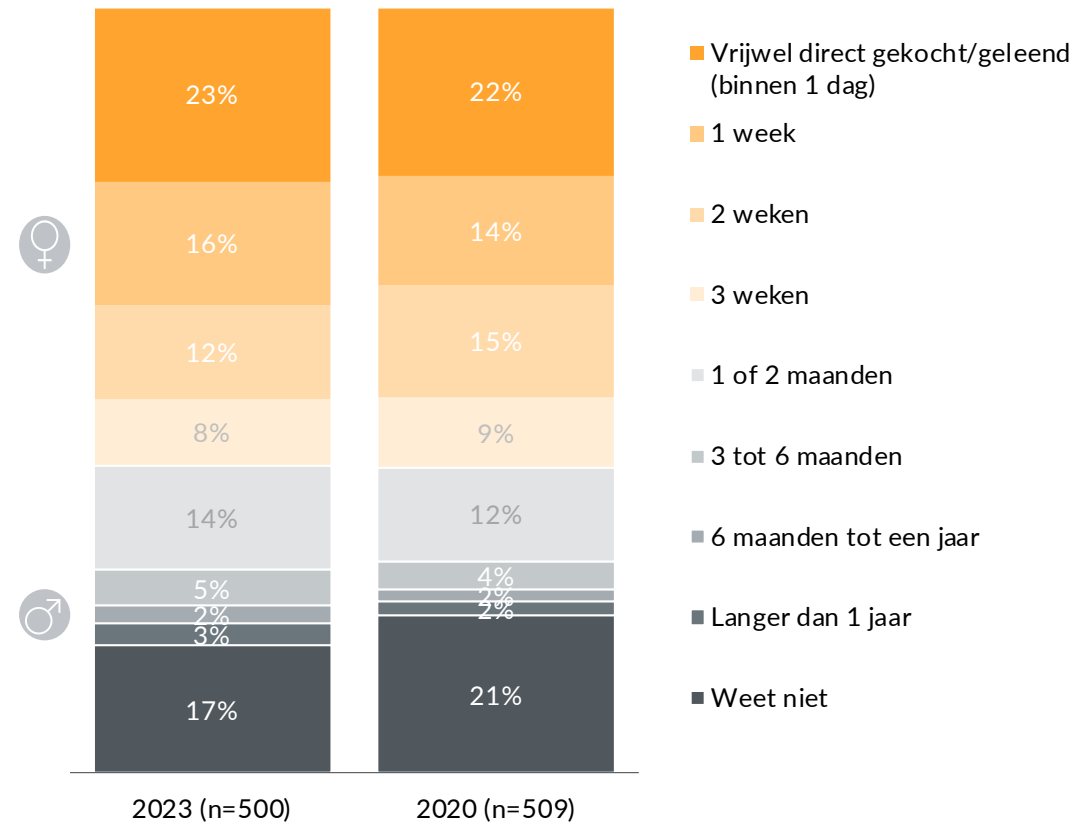
Hobby en werk zijn vooral redenen voor light lezers. Het zijn juist de heavy lezers die vooral plezier en ontspanning noemen als argument om boeken te lenen.

Ontspanning wordt aanzienlijk minder vaak genoemd door de leeftijdscategorie tot 35 jaar (59%) in vergelijking met de oudere doelgroepen. Hobby en werk noemen zij juist vaker.



Een boek kan best lang in iemands gedachten zijn voordat men tot lenen overgaat. Ongeveer een kwart leende het boek direct.

Tijdsduur lenen



Steeds meer leners (27%) oriënteren zich vooraf op een boek. Recensies van andere lezers werden het meest gebruikt. De invloed van TikTok en televisie is toegenomen.

Type informatie gezocht



Informatiebron

	2023 (n=127)	2020 (n=111)
Op internet	61%	56%
In de bibliotheek	23%	22%
Via vrienden, collega's, familie	10%	5%
In de fysieke boekwinkel	9%	6%
♂ In een online boekwinkel	8%	14%
Op een leesplatform	8%	6%
Bij een uitgeverij	8%	6%
In de krant	8%	10%
Op televisie	↑ 7%	2%
♂ In een tijdschrift	7%	6%
Op TikTok	↑ 7%	0%
Op Youtube	6%	3%
Op Facebook	6%	2%
In een podcast	2%	3%
Op Instagram	1%	2%
In een nieuwsbrief	1%	3%
Anders	2%	3%
Weet niet	1%	1%

Televisie en TikTok worden vaker genoemd dan in 2020.

C01: Heeft u voordat u het boek leende nog informatie over het boek gezocht?

C02: Naar wat voor informatie was u op zoek?

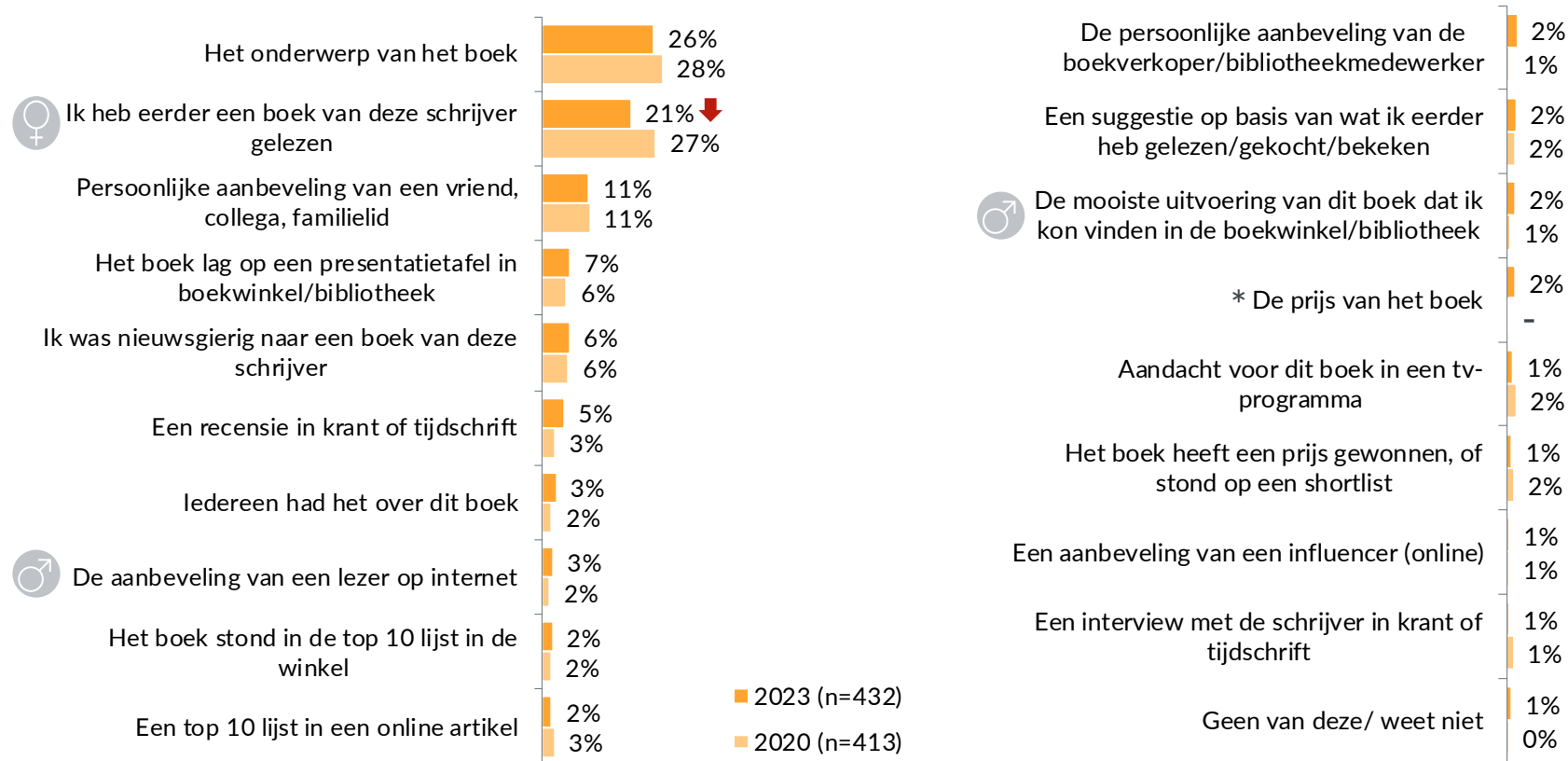
C03: Kunt u aangeven waar u deze informatie heeft gezocht?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis C01: leners, n=500
Basis C02/C03: heeft vooraf informatie gezocht, n=127

Het onderwerp woog het zwaarst mee bij de meest recente keuze.

Aspecten die invloed hebben op keuze boek



*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023

B04d: Welke van onderstaande aspecten telde het zwaarst mee bij uw keuze voor dit boek?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: Keuze boek was beïnvloed door 1 of meer aspecten

Net als voor kopers waren het onderwerp van het boek en of men al eens eerder een boek las van de betreffende schrijver het meest bepalend voor de keuze van het boek.

Invloed op keuze boek

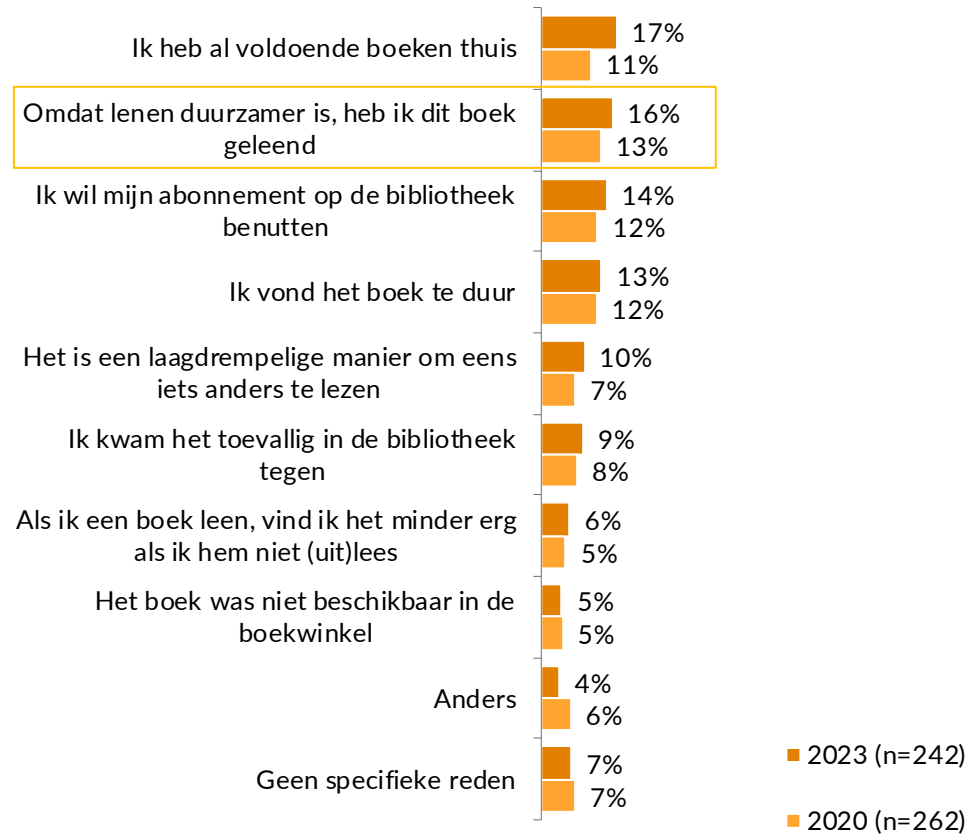


*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023

B04c2: Welke van onderstaande aspecten waren van invloed op uw keuze van dit boek?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

16% leende het boek in de bibliotheek vanuit een duurzaamheidsperspectief.

Reden om te lenen



Voor

26%*

van de leners speelt duurzaamheid een rol bij de keuze van type boek

15%

Van de leners heeft behoefte aan meer informatie over de duurzaamheid van boeken.



Waarom een papieren boek en geen e-book: één op de tien leden die weleens een e-book lezen weet niet goed hoe je een e-book moet lenen. 5% vindt het moeilijk.

Keuze papieren boek



	2023 (n=212)	2020 (n=199)
Ik was op zoek naar een papieren boek	36%	33%
Ik vind het leuk om rond te snuffelen in de bibliotheek	17%	19%
Het boek was (nog) niet beschikbaar als e-book in de bibliotheek	15%	18%
Ik kwam het toevallig in de winkel/bibliotheek tegen	15%	13%
Het boek zag er aantrekkelijk uit	13%	9%
♂ Ik weet niet goed hoe ik een e-book moet lenen	9%	6%
♂ Ik vind het moeilijk om e-books te lenen	5%	2%
Anders	7%	10%
Geen specifieke reden	7%	7%

36% was eenvoudigweg op zoek naar een papieren boek. Bijna één op de vijf wil graag rondsnuffelen in de bibliotheek.

Voor 15% was de keus gevallen op een papieren boek, omdat het e-book (nog) niet beschikbaar was.

Het vanuit huis willen lenen was een belangrijke reden om een e-book te kiezen. Ook de directe beschikbaarheid was voor 22% een argument. 35% was op zoek naar een e-book.

Keuze e-book

	2023 (n=43)	2020 (n=57)
Ik wilde vanuit huis een boek lenen	36%	23%
Ik was op zoek naar een e-book	35%	23%
Ik wilde het direct in huis hebben	22%	16%
Ik ben alleen lid van de online Bibliotheek en kan dus alleen maar e-books lenen	16%	7%
Ik kwam het toevallig in de winkel/bibliotheek tegen	7%	9%
Anders	10%	12%
Geen specifieke reden	2%	14%

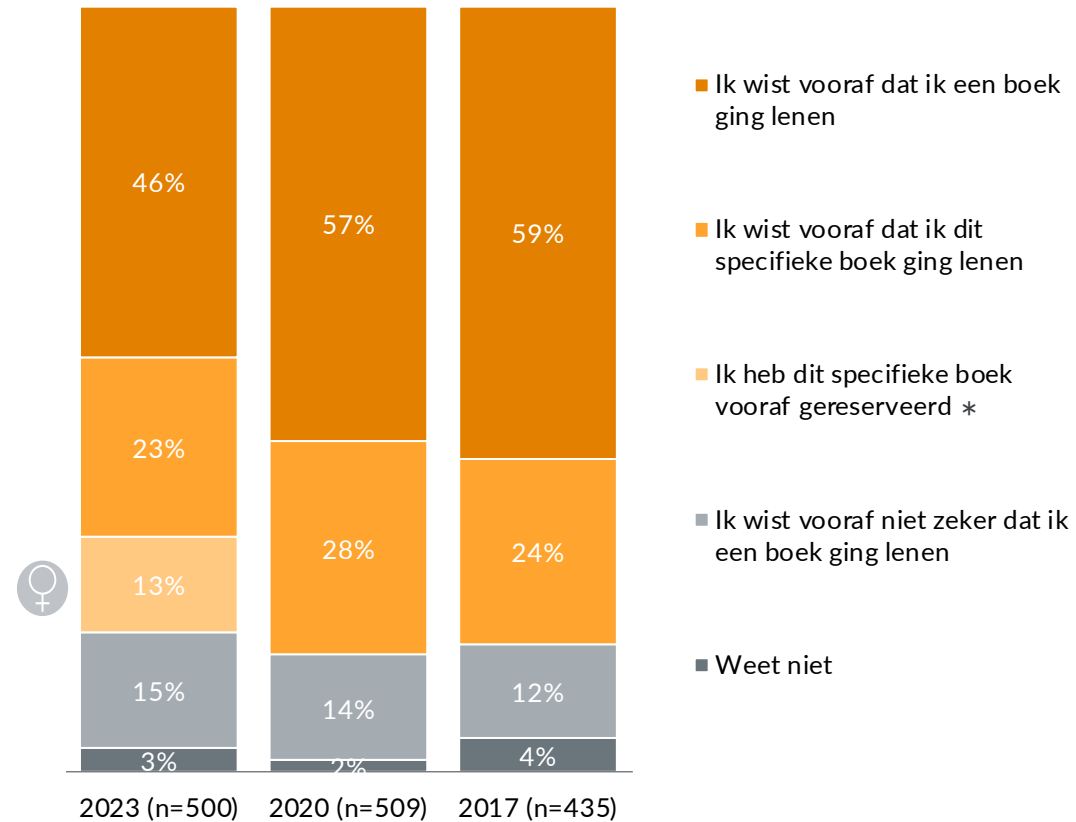


*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023
B08: Wat was de reden om voor dit boek een e-book te kiezen en geen papieren boek?
S07: Kunt u van onderstaande uitspraken aangeven welke op u van toepassing zijn?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: heeft e-book gekocht/geleend en leest ook papieren boeken
Basis S07: alle leners

23% kwam voor een specifiek boek. 13% had een boek gereserveerd.

Intentie om te lenen



*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023
B03b: Welk van de onderstaande stellingen is het meest op u van toepassing?
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

48% heeft gericht een boek geleend; 37% kwam al struinend tot de meest recente keuze.

Manieren om een boek te lenen

De gerichte klantreis
(ik wil dit boek nu)

48%
(50%)

De struin klantreis
(ik hou er van om door de bibliotheek te struinen)

37%
(38%)

De prikkelende klantreis
(dit moet ik onthouden, wil ik (wel) over lezen)

7%
(4%)

De impuls klantreis
(ik was niet van plan om dit boek te lenen)

7%
(7%)

23%*

Ik lees/leen weleens boeken
van de minibieb/openbare
boekenkast

*Antwoordoptie nieuw toevoegd in meting 65 2023

G01b: Er zijn verschillende manieren waarop u er toe kunt komen om een boek te lenen. Op welke manier leende u dit laatste boek?

S07: Kunt u van onderstaande uitspraken aangeven welke op u van toepassing zijn?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: leners, n=500

Ruim een derde kwam speciaal voor het boek naar de bibliotheek; ongeveer een kwart kwam boeken terugbrengen

Leenmoment



Leners van een e-book of luisterboek kwamen het vaakst via een thema tot hun keuze. Ook het uitlichten van een boek of aanbevelingen van anderen, hielpen bij de keuze.

Factoren e-book of luisterboek leners



De tekst achterop het boek, de omslag in zijn geheel en dat een boek werd uitgelicht, waren het meest bepalend bij de keuze voor het geleende boek.

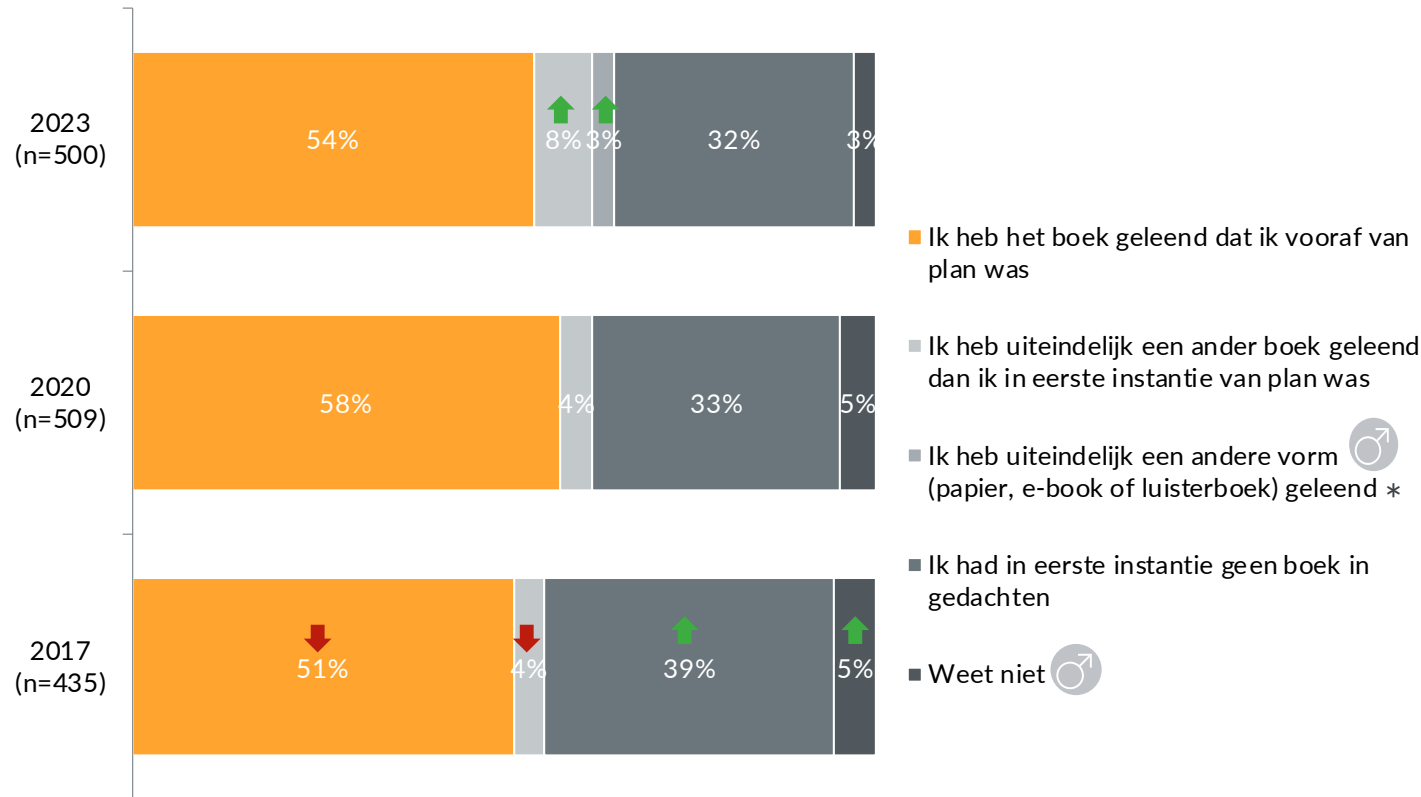


Invloed op keuze in bibliotheek

	2023 (n=435)	2020 (n=424)	2017 (n=395)
Tekst achterop het boek	27% ↓	34%	31%
Omslag in zijn geheel	20%	19%	20%
♀ Het boek werd uitgelicht	12%	12%	16%
Uitvoering (papersoort, hardcover/softcover)	7%	8%	4%
♂ Sticker op het boek	6% ↑	3%	4%
Quote op de omslag	5%	5%	4%
Gesprek met medewerkers	4%	4%	3%
Etalage	4%	2%	2%
♂ Geschreven tips van medewerkers	4% ↑	2%	0%
Borden (met info)	4%	2%	2%
(Reclame) posters	3%	2%	2%
Een signeer / voorleessessie door een auteur	2% ↑	0%	2%
Anders	5%	4%	7%
Geen van deze	39%	42%	42%

54% leende het boek, dat men vooraf van plan was; 8% koos een ander boek; 3% koos een andere vorm.

Intentie om te lenen



Redenen om een ander boek te kiezen



G07: Was u vooraf van plan ook dit boek te lenen?

G07a: Waarom heeft u uiteindelijk een ander boek geleend dan dat u in de eerste instantie van plan was?

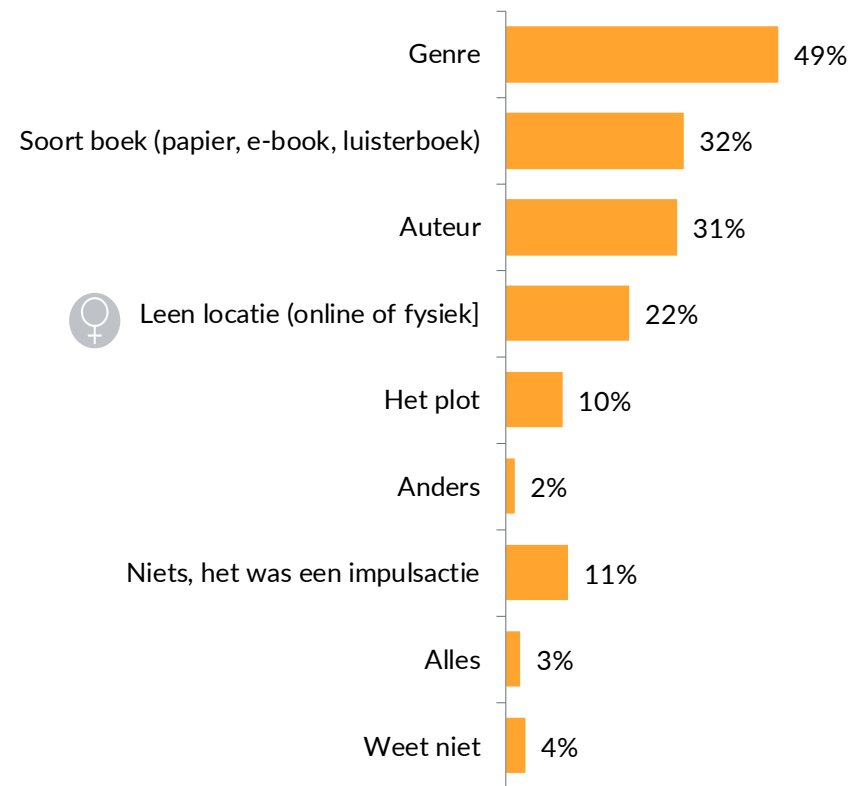
Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis G07: leners
Basis G07a: heeft uiteindelijk een ander boek geleend (! indicatief ivm lage n)

* Nieuwe categorie in 2023

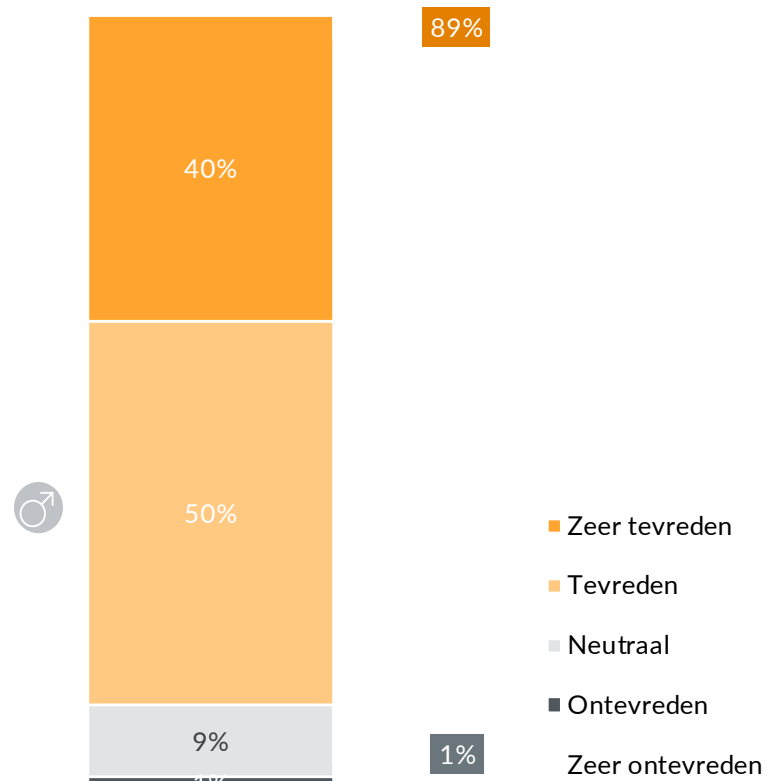
Genre was het meest vaststaande aspect; ook het soort boek, de auteur en de leenlocatie stonden vaak al vast voordat men een boek ging lenen.

Vaststaande aspecten



De meeste leners hebben het boek al uit of zijn er mee bezig. Tevredenheid met de keuze overheerst.

Tevredenheid over geleend boek



2023 (n=435)

■ (Zeer) tevreden

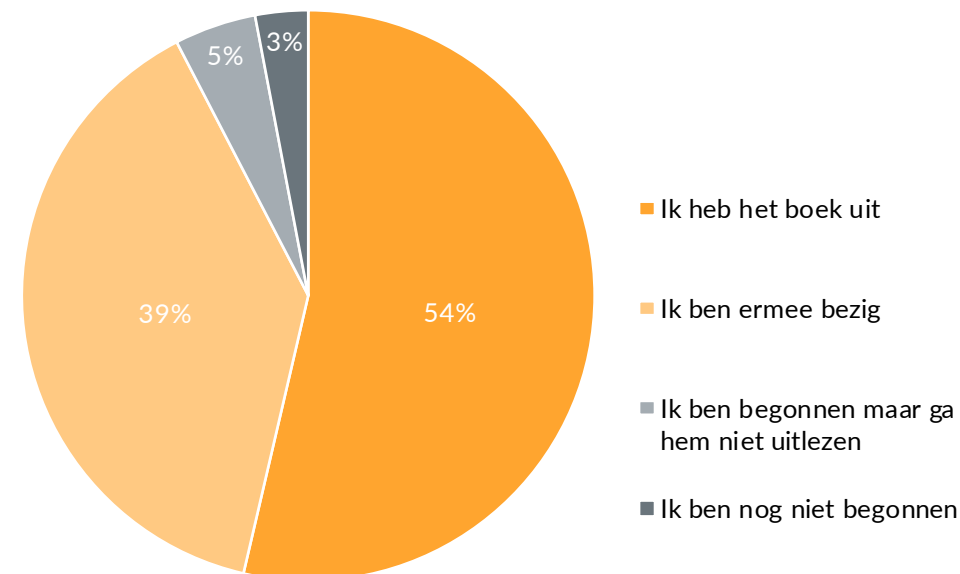
■ (Zeer) ontevreden

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

E04c: In hoeverre heeft u het boek al gelezen?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Boek al gelezen



■ Ik heb het boek uit

■ Ik ben ermee bezig

■ Ik ben begonnen maar ga hem niet uitlezen

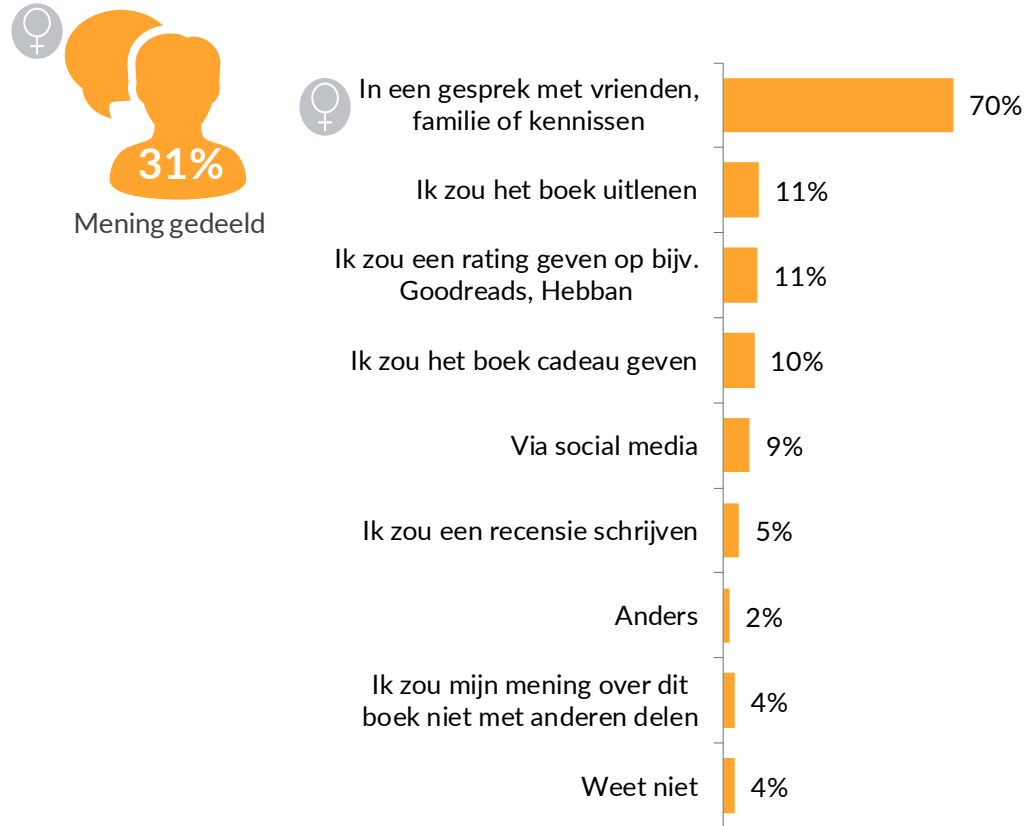
■ Ik ben nog niet begonnen

Basis : heeft boek voor zichzelf geleend, n=435

31% heeft al een mening over het boek gedeeld. Het meest zou men zijn mening delen in een gesprek met vrienden. Maar ook ratings op Goodreads of Hebban zouden worden gebruikt.



Mening over gelezen boek



E04d: U heeft het boek al (deels) gelezen. Heeft u uw mening over het boek al met anderen gedeeld?

E05a: Op welke manier zou u uw mening over dit boek met anderen delen?

E05b: U heeft aangegeven uw mening over het boek op sociale media te hebben gedeeld. Op welke kanalen heeft u dat gedaan?

Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis E04d: heeft het boek al (deels) gelezen, n=422

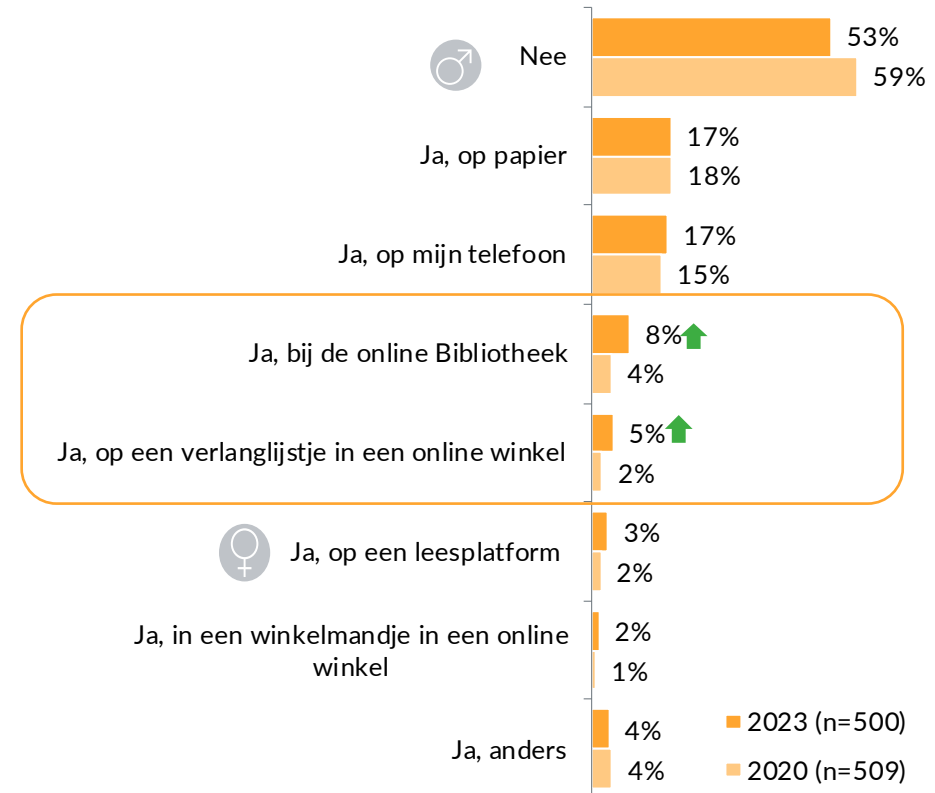
Basis E05a: heeft het boek al (deels) gelezen, n=218

Bijna de helft zou graag opnieuw een boek van dezelfde auteur of hetzelfde genre willen lezen; veelal ook via de bibliotheek.

Ervaring auteur, genre, serie



Verlanglijstje



E09: Kunt u van onderstaande uitspraken aangeven of ze van toepassing zijn?
 E10: Houdt u ergens een lijstje bij van boeken die u nog wilt lezen, lenen of kopen?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis E09: heeft het boek al (deels) gelezen, n=422
 Basis E05a: alle leners

Uitgebreider aanbod online, lijstjes, presentatietafels en actueler aanbod zijn suggesties die worden gedaan door leners

Tips voor bibliotheek






05

Bijlagen

Een duurzamere keuze in boeken doet men door te lenen bij de bibliotheek en door tweedehands papieren boeken/e-books te lezen/kopen.

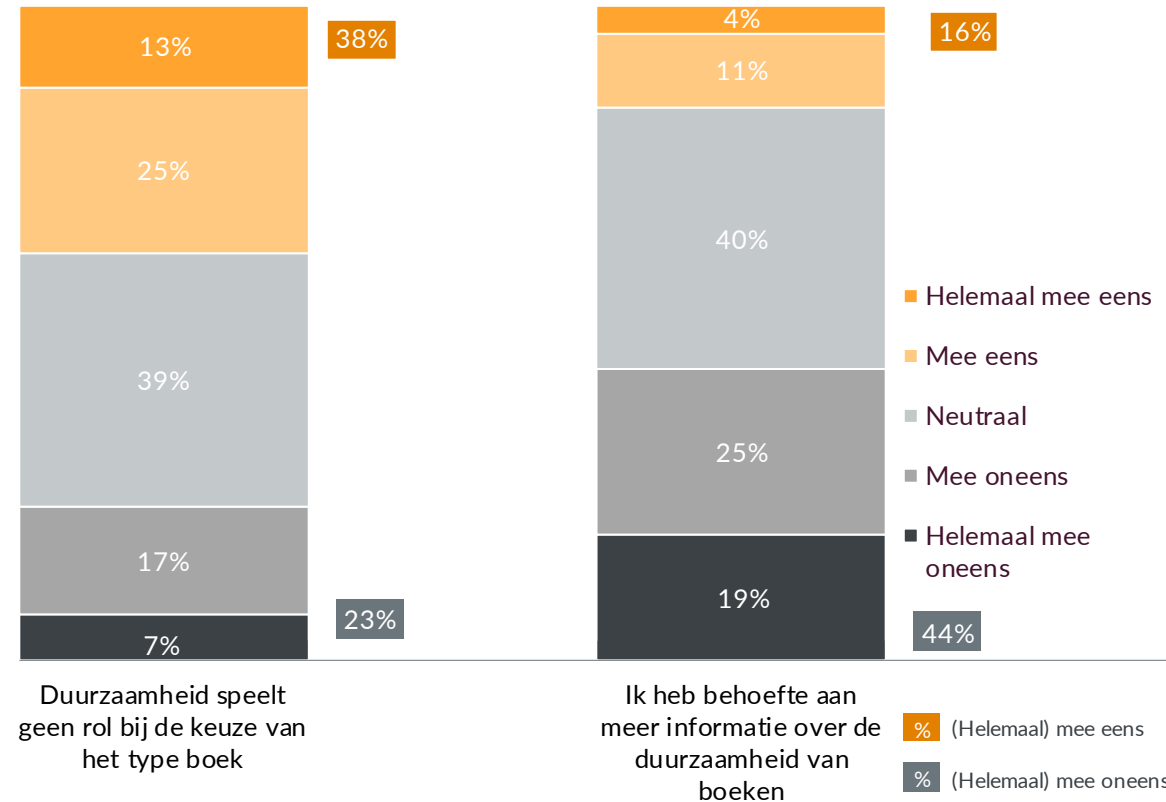


	Het duurzamer is 	Het goedkoper is 	Ik de vorm/manier prettiger vind 
Ik leen vooral boeken bij de bibliotheek , omdat.. (leners, n=500)	30%	49%	37%
Ik lees/koop vooral tweedehands papieren boeken , omdat.. (tweedehands papieren boeken kopers, n=707)	28%	44%	15%
Ik lees/koop vooral e-books , omdat.. (e-books/luisterboek gebruikers, n=142)	22%	29%	63%
Ik koop vooral boeken online , omdat.. (online kopers, n=223)	7%	17%	70%
Ik luister/koop vooral luisterboeken , omdat.. (e-books/luisterboek gebruikers, n=142)	7%	3%	29%
Ik koop vooral boeken in de fysieke boekwinkel , omdat.. (fysieke kopers, n=288)	7%	3%	82%

Voor 38% van de kopers en leners speelt duurzaamheid geen rol bij de keuze van het type boek. 16% heeft behoefte aan meer informatie over de duurzaamheid van boeken.



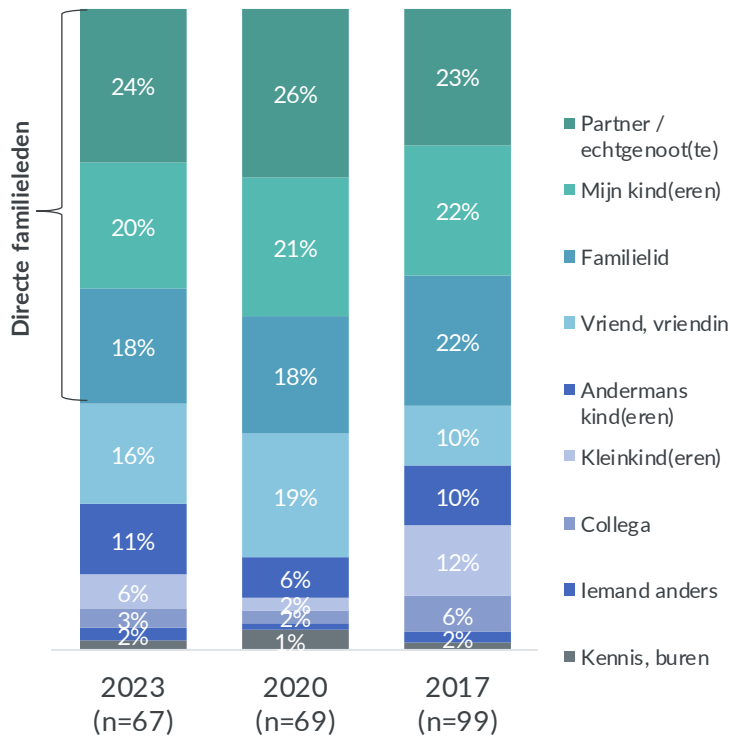
Duurzaamheid en boeken



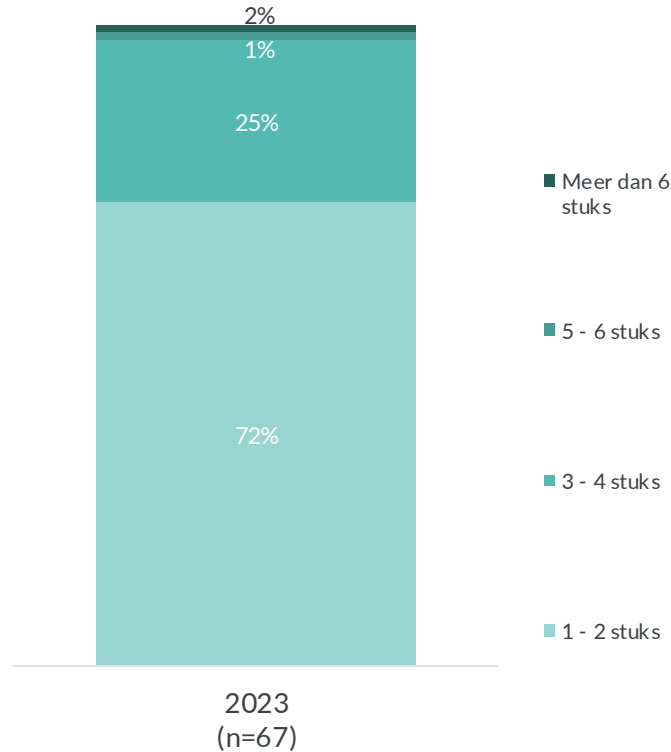
Cadeaukopers kopen vooral een boek voor hun directe familieleden. 72% kocht in de afgelopen drie maanden één of twee boeken als cadeau. De keuze is meestal gebaseerd op de wens van de ontvanger.



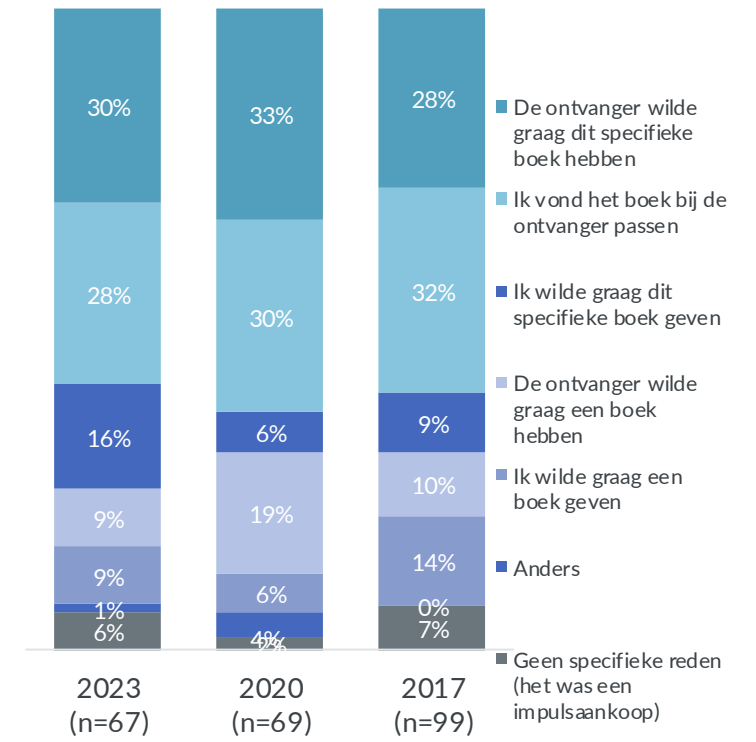
Ontvanger van het boek



Aantal boeken als cadeau gekocht



Reden aankoop van het boek



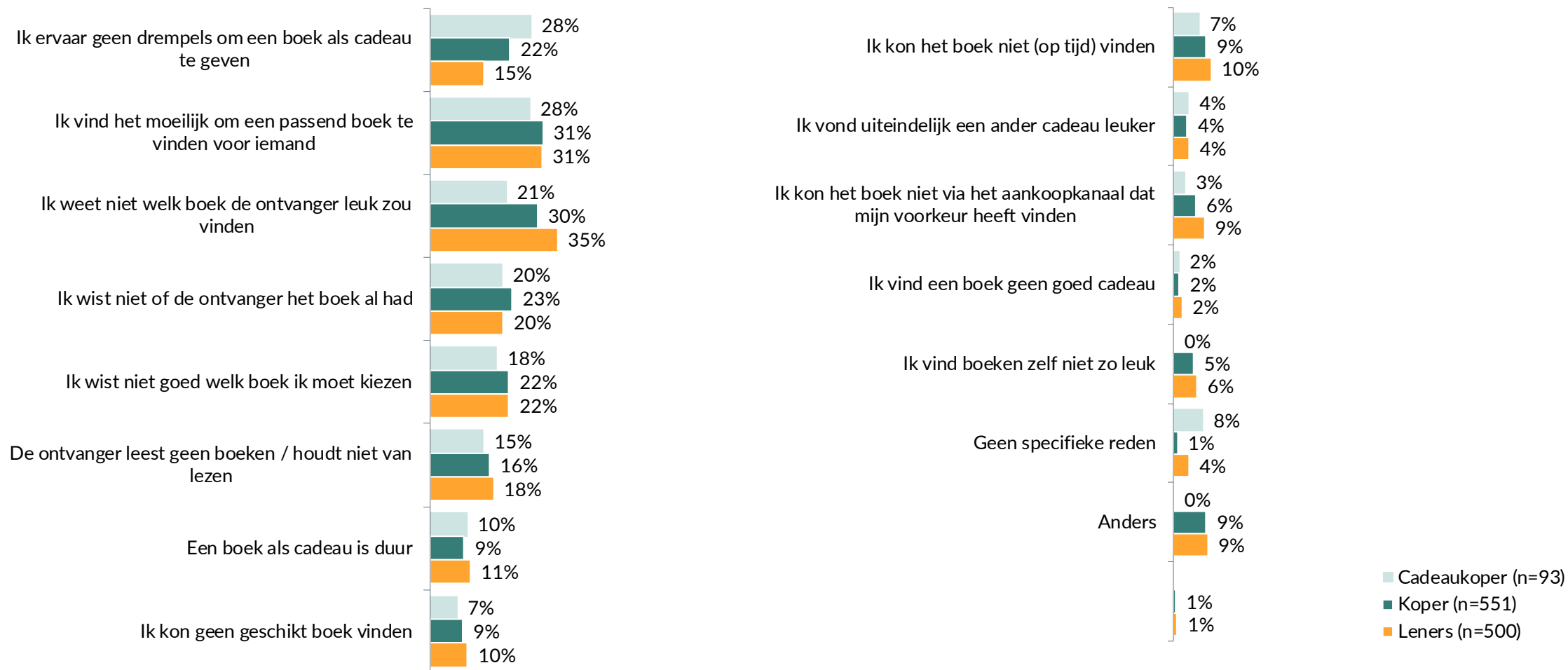
A10a: Voor wie heeft u dit boek gekocht?
 A10c: Hoeveel boeken heeft u als cadeau gekocht in de afgelopen drie maanden?
 B02a: Wat was de belangrijkste reden van de aankoop van specifiek dit boek?
 Boekenbranche themameting 65 rapportage: Klantreis 2023

Basis: Cadeaukopers

Drempels die consumenten ervaren om een boek als cadeau te geven betreffen vooral twijfels omdat men niet voldoende weet over de ontvanger.



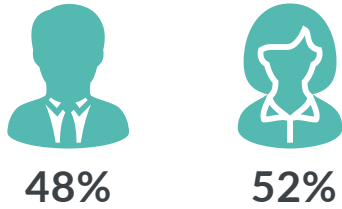
Drempels om een boek als cadeau te geven



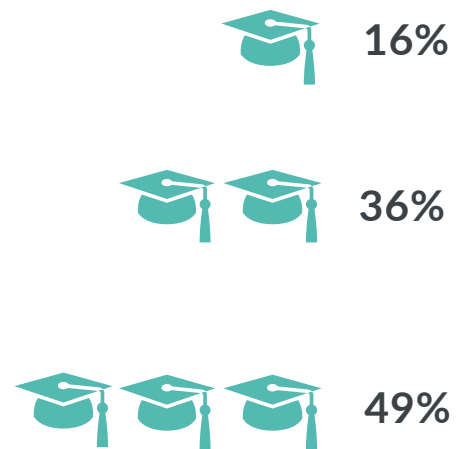
Profiel cadeaukopers

Cadeaukopers (n=67)

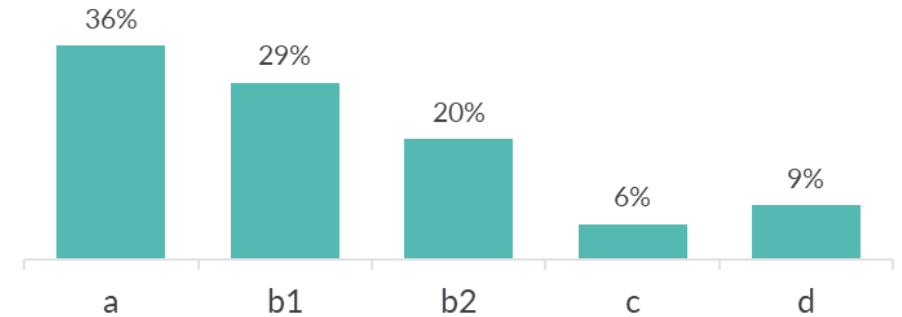
Geslacht



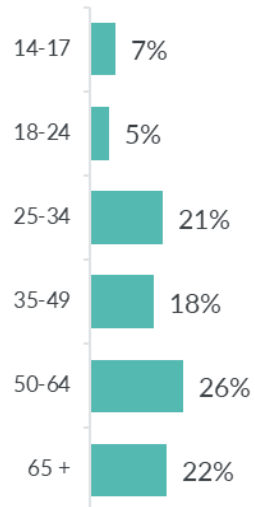
Opleidingsniveau



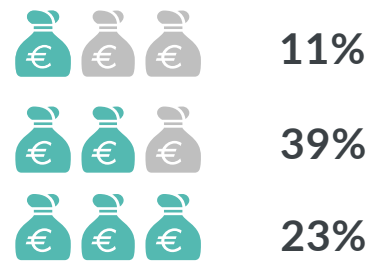
SEC klasse



Leeftijd

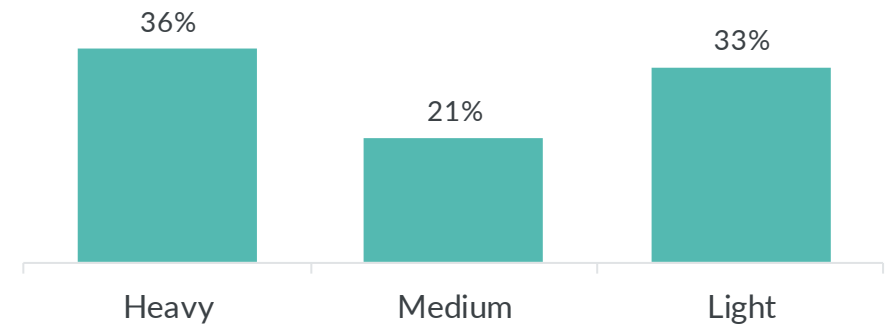


Inkomen



Weet niet/wil niet zeggen: 27%

Leesindeling



Methode



Online vragenlijst (CAWI)



Invulduur circa 12 minuten



Onderwerpen: leesgedrag, koopgedrag, leengedrag, informatie boek, trigger, oriëntatie, overweging, koopmoment, leenmoment en ervaring.

Veldwerk



5 juli t/m 20 juli 2023



Bruto steekproef n=20.641



Netto steekproef n=1.011

Steekproef



De steekproef is verkregen via het GfK Online Panel.
*Er is een klein verschil in de definitie van kopers en leners met 2017. In 2020 was de definitie exact hetzelfde.



Representatief voor kopers en leners binnen de Nederlandse consumenten van 14 jaar en ouder



Bruto weging NI repre: 14+ geslacht*leeftijd*opleiding; +
Netto weging op kopers en leners.



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

Internationaal is GfK lid van de [ICC / ESOMAR](#) (The World Association of Research Professionals), dit is de overkoepelende organisatie van marktonderzoekbureaus.

Zie de [ICC/ESOMAR Internationale Code](#).

GfK hanteert een kwaliteitssysteem dat voldoet aan de eisen van ISO 9001:2015 en ISO 20252:2019.

Op lokaal niveau is GfK lid van het [Data & Insights Network](#) (voorheen MOA, Center for Information Based Decision Making & Marketing Research).

Dit is een vereniging van bedrijven en instellingen die zich bezighouden met Market Research, Digital Analytics, Marketing Intelligence en Beleidsonderzoek.

GfK handelt strikt volgens de AVG/GDPR en volgt de gedragscode voor onderzoek en statistiek.

GfK bewaart onderzoeksgegevens tenzij contractueel anders is overeengekomen.

Met plezier voor u gemaakt!