



Uitdagingen en initiatieven in het boekenvak

Deel 1: de positie van Engelstalige boeken in de Nederlandse
markt

Versie 1
Datum 19 december 2025

Inhoudsopgave

1.	Managementsamenvatting	3
2.	Inleiding	4
2.1	Het GAU onboardingprogramma	4
2.2	De thema's	5
2.2.1	Opkomst Engelstalige boeken	5
2.3	Leeswijzer	5
2.4	Periodieke update rapport	6
3.	Onderzoeksopzet	7
3.1	Methode	7
3.1.1	Deskresearch	7
3.1.2	Interviews	7
3.2	Selectieprocedure thema's	7
4.	Resultaten uit deskresearch en interviews	9
4.1	Eindopdrachten GAU onboardingprogramma	9
4.2	De huidige stand van zaken	10
4.2.1	Verkoop anderstalig neemt al jaren toe	10
4.2.2	Vooraf jongeren kopen Engelse boeken	12
4.2.3	Verklaringen	14
4.2.4	Gevolgen	17
4.3	Innovatie: reactie van het boekenvak en bestaande initiatieven	18
4.3.1	Boekhandels en boekverkoop	19
4.3.2	Uitgevers en publicatie	20
4.3.3	Evenementen en promotie	22
5.	Conclusie	24
6.	Bijlagen	26
6.1	Overzicht initiatieven Engelstalige boeken in het boekenvak	26
6.2	Overzicht evenementen op het gebied van Engelstalige boeken	29
7.	Bibliografie	31

1. Managementsamenvatting

Om het boekenvak toekomstbestendig te houden is innovatie essentieel. KVB Boekwerk onderzoekt daarom de uitdagingen die zich op dit moment voordoen in het Nederlandse boekenvak en de innovatieve manieren waarop het vak hierop inspeelt. De basis hiervoor zijn de eindopdrachten van deelnemers aan het GAU onboardingprogramma, die zijn gescand op thema's die over vernieuwing in het vak gaan. Dit rapport vormt de eerste publicatie in een vijfdelige reeks. Het eerste, vastgestelde thema is de opkomst van Engelstalige boeken, waar dit rapport over gaat. Als tweede is gekozen voor diversiteit met een focus op marktverbreding, zowel economisch als ethisch. Binnen diversiteit ligt de focus op gender, seksualiteit, cultuur en laaggeletterdheid. Het derde thema omhelst de groei van audio en digitaal lezen. Als vierde thema onderzoeken we duurzaamheid door te kijken naar hoge oplages en retourenbeleid. De vijfde en laatste versie brengt alle vier thema's samen en geeft aanbevelingen.

Het doel van dit deelonderzoek is om de huidige positie van het Engelstalige boek in de Nederlandse markt te beschrijven, de onderliggende drijvende factoren achter de groei te verduidelijken, en te verkennen hoe de sector hier innovatief op inspeelt. Het onderzoek bestaat uit een combinatie van deskresearch en vier kwalitatieve interviews met medewerkers van uitgeverijen.

Uit de resultaten blijkt dat het Engelstalige boek structureel in populariteit groeit, vooral onder jongeren. Deze groep heeft een hoog niveau Engels en wordt beïnvloed door sociale media zoals TikTok. Visuele aantrekkelijkheid, de internationale herkenbaarheid van Engelse edities en de beschikbaarheid van titels spelen een belangrijke rol in hun voorkeur voor Engelse boeken.

De groei van Engelstalige boeken zet druk op de Nederlandse markt, maar lezers stappen niet volledig over: de meeste consumenten kiezen zowel Nederlandse- als Engelstalige titels. Er liggen kansen in zichtbaarheid, herkenbaarheid en editiemarketing van Nederlandse uitgaven. De sector reageert hier al op via luxe edities, een sterkere visuele identiteit, YA-imprints, marketingacties en uitbreiding van Engelstalig aanbod in boekhandels. Daarnaast bestaan er evenementen gericht op het samenbrengen van de

lezersgemeenschap. Hiermee hebben de bestaande initiatieven niet alleen een commerciële, maar ook een cultureel-maatschappelijke insteek.

De tussentijdse conclusie luidt dat Engelstalige boeken onderdeel zullen blijven van de Nederlandse markt. De strategische vraag voor de sector is hoe Nederlandse- en Engelstalige uitgaven elkaar kunnen aanvullen, in plaats van verdringen. Initiatieven die inspelen op internationale trends kunnen tegelijkertijd bijdragen aan maatschappelijke en culturele doelen, zoals het ondersteunen van Nederlandstalige literatuur en lezersgemeenschappen opbouwen.

2. Inleiding

Als kennis- en innovatieplatform van de boekensector wil KVB Boekwerk inzicht bieden in de huidige stand van innovatie binnen de sector. KVB Boekwerk presenteert daarom een onderzoek in vier delen, naar vier innovatiegerelateerde thema's, gebaseerd op de eindopdrachten van deelnemers aan het GAU onboardingprogramma ([Kans, 2020](#)).

Onder invloed van zaken als globalisering en technologie verandert de wereld snel; dit heeft ook impact op de boekenwereld. Het is belangrijk om als boekensector te blijven innoveren om toekomstbestendig te blijven.

In het onderzoek staat de volgende overkoepelende vraag centraal: welke uitdagingen zijn momenteel urgent in het boekenvak en wat is de stand van zaken met betrekking tot innovatieve oplossingen voor deze uitdagingen? Voor ieder deelonderzoek is een aparte onderzoeksvraag geformuleerd.

2.1 Het GAU onboardingprogramma

Het GAU onboardingprogramma is gericht op nieuwe boekenvakkers die recent zijn komen werken in een functie bij de redactie, marketing of verkoop van een algemene uitgeverij. De GAU (Groep Algemene Uitgevers) heeft het onboardingprogramma ontwikkeld omdat algemene uitgeverijen vaak niet over voldoende capaciteit beschikken, ongeacht hun grootte. Alle uitgeverijen, groot en klein, nemen deel aan dit programma.

Onderdeel van het onboardingprogramma is een eindopdracht, waarbij de deelnemers onderzoek doen naar een onderwerp dat ze interesseert en dat iets praktisch toevoegt voor de algemene uitgeverijen. Deze eindopdrachten vanaf 2020 vormen het startpunt voor het huidige onderzoek en zijn bij uitstek

een geschikte bron, omdat ze zijn uitgevoerd door nieuwkomers in het boekenvak die met een frisse blik de sector betreden en daarbij op zoek zijn gegaan naar relevante en urgente thema's.

2.2 De thema's

De vernieuwing binnen de eindopdrachten is te vatten binnen vier thema's: De opkomst van Engelstalige boeken, diversiteit met een focus op marktverbreding - daaronder vallen gender, seksualiteit, cultuur en laaggeletterdheid -, de groei van audio en digitaal lezen en tot slot duurzaamheid door te kijken naar hoge oplages en retourenbeleid. Een thema als AI zou ook vernieuwend zijn, maar kwam niet naar boven in de eindopdrachten van 2020-2025, en blijft in dit onderzoek dus buiten beschouwing. In de sector leggen uitgevers wel een verband tussen innovatie en AI, dat een versnellend effect heeft. In het algemeen is te zien dat er de laatste jaren meer wordt geïnoveerd in het boekenvak, hoewel het in het vak wel altijd maar mondjesmaat gaat. Het huidige deelonderzoek betreft het eerste thema: Engelstalige boeken. Het rapport wordt in de komende maanden aangevuld met de andere drie thema's. Hieronder lees je voor dit thema de onderzoeksvraag, doelstelling, afbakening en redenering waarom voor dit thema gekozen is.

2.2.1 Opkomst Engelstalige boeken

Het eerste thema is de opkomst van het lezen en kopen van Engelstalige boeken. De onderzoeksvraag is: Wat is de huidige stand van zaken rond de sterke groei van Engelstalig lezen en kopen in Nederland en hoe kan de boekensector hier innovatief op inspelen?

De doelstelling is om te inventariseren wat de huidige positie is van het Engelstalige boek in de Nederlandse markt, vast te stellen wat de trend is en te onderzoeken wat daaraan ten grondslag ligt, wat er momenteel al gebeurt en hoe het vak nog beter zou kunnen inspelen op deze trend.

2.3 Leeswijzer

Na een beschrijving van de onderzoeksopzet (hoofdstuk 3) volgen een hoofdstuk waarin de resultaten uit de deskresearch en interviews (hoofdstuk 4) worden besproken. Het rapport sluit af met een eerste reeks conclusies (hoofdstuk 5) en in het laatste deel resultaten uit enquêtes en algemene aanbevelingen (hoofdstuk 6).

2.4 Periodieke update rapport

Het onderzoeksrapport wordt in vijf fasen gepubliceerd. De huidige, eerste versie behandelt uitsluitend het thema Engelstalige boeken, inclusief een tussentijdse conclusie. In 2026 volgen vier aanvullende edities. In de eerste drie updates worden de overige drie thema's toegevoegd. De laatste update presenteert een geïntegreerde versie van het volledige rapport, waarin alle vier thema's zijn samengebracht. Ook aanbevelingen zullen onderdeel van deze laatste versie zijn.

3. Onderzoeksopzet

Dit hoofdstuk beschrijft de opzet van het deelonderzoek naar het lezen en kopen van Engelstalige boeken. Ook worden de kernbegrippen rondom het thema en de beredenering van de selectie van het thema uitgelegd.

3.1 Methode

Het deelonderzoek naar Engelstalige boeken bestaat uit een deskresearch en kwalitatieve interviews.

3.1.1 Deskresearch

Het deelonderzoek startte met een deskresearch: een inventarisatie van relevante projecten, initiatieven, (eigen) onderzoeken en publicaties binnen het thema. Daarnaast zijn externe bronnen geraadpleegd.

Met de deskresearch hebben we gepoogd een situatieschets te maken, die ook als input fungeerden voor de interviews. Daarnaast hebben we een overzicht opgesteld van bestaande initiatieven en reacties binnen het boekenvak op de trend, om te tonen wat er momenteel gebeurt aan innovatie in het vak.

3.1.2 Interviews

Als aanvulling op de deskresearch vonden in oktober en november 2025 vier interviews plaats met medewerkers binnen het boekenvak. Het doel van de interviews was het verdiepen van de inzichten over de huidige situatie binnen de sector. De interviews vonden plaats aan de hand van een topiclijst en daarnaast was er ruimte voor eigen input. Na afloop zijn de interviews automatisch getranscribeerd en vervolgens door de onderzoekers geanalyseerd en verwerkt in het rapport.

3.2 Selectieprocedure thema's

Aan de keuze voor het thema 'lezen en kopen van Engelstalige boeken' – en de andere thema's – is een selectieproces vooraf gegaan. Het uitgangspunt waren alle eindopdrachten die gemaakt zijn door de deelnemers aan het GAU onboardingprogramma

Aan de hand van deze eindopdrachten is in samenwerking met Jeroen Kans, de coördinator van het GAU onboardingprogramma, een inventarisatie gemaakt van mogelijke thema's voor het huidige onderzoek. Vervolgens zijn we het

gesprek aangegaan met medewerkers uit het boekenvak. Samen met deze insiders zijn de mogelijke thema's besproken en de uiteindelijke vier thema's – Engelstalige boeken, diversiteit, luisterboeken en duurzaamheid – gekozen. De thema's zijn gekozen omdat zij volgens de insiders relevante, actuele thema's zijn binnen het boekenvak, waarbij urgentie en/of kans is voor innovatie. In hoofdstuk 4 (deskresearch) wordt de relevantie van het huidige thema verder uiteengezet.

4. Resultaten uit deskresearch en interviews

In de afgelopen jaren zijn er twee eindopdrachten gemaakt, gerelateerd aan het thema 'het lezen en kopen van Engelstalige boeken'. Hieronder volgt eerst een samenvatting van die opdrachten, gevolgd door actuele marktoijfers en consumenteninzichten. Afsluitend volgt een overzicht van initiatieven binnen het Nederlandse boekenvak op dit gebied.

4.1 Eindopdrachten GAU onboardingprogramma

De volgende twee opdrachten onderzochten het fenomeen Engelstalig lezen:

- 'De reacties van Nederlandse uitgeverijen op het succes van Engelstalige young adult-boeken' door Julia Steiner en Anouk Lammers in 2023.
- 'Make Dutch great again: Nederlands lezen onder jongeren' door Ilse Barkmeijer, Dorien Beekveldt en Savanna Breitenfellner in 2024.

Beide eindopdrachten gaan in op de trend van Engelstalig lezen door Nederlandse jongeren. De eindopdracht uit 2023 richt zich op uitgevers en welke commerciële strategieën zij kunnen toepassen. De opdracht uit 2024 gaat in op hoe we jongeren kunnen verleiden om meer in het Nederlands te lezen.

Het eerste onderzoek geeft een aantal verklaringen waarom jongeren veel in het Engels lezen: de lagere prijs van Engelstalige boeken, het feit dat er meer Engelstalige boeken beschikbaar zijn, het 'coole' imago dat het Engels heeft voor jongeren en de invloed van de hashtag #BookTok op sociale media, die voornamelijk gericht is op Engelstalige boeken.

Wat kunnen uitgevers en boekenvakkers doen als reactie op deze trend? Initiatiefnemers van beide eindopdrachten adviseren om in te zetten op het aantrekkelijk maken van het Nederlandstalige boek.

Een belangrijk onderdeel daarvan is het aanprijzen van de Nederlandse vertaling. Enerzijds wordt aangeraden om de drempel te verlagen om de Nederlandse versie te kopen. Dit kunnen uitgevers doen door de publicatie beter aan te sluiten bij de Engelse versie, door de titel en de omslag hetzelfde te laten en door gelijktijdig te publiceren met de Engelse versie. Anderzijds raden ze ook aan om uitgevers zich juist op luxe edities te laten richten, die zich

onderscheiden van de ‘gewone’ Engelstalige edities, waardoor de Nederlandse versie meer een hebbeding wordt en de hogere prijs waard is.

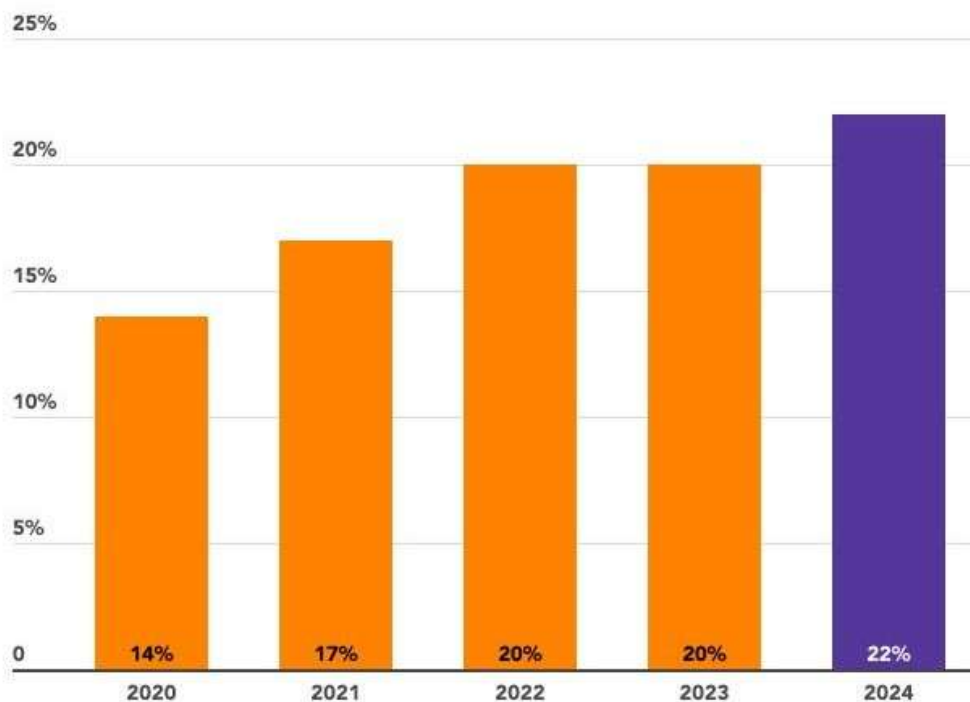
Daarnaast wordt aangeraden om in te zetten op het verbreden van het aanbod van Nederlandstalige titels: bied meer Nederlandstalige titels aan voor de doelgroep (jongvolwassenen) die *niet* uit het Engels vertaald zijn. Dit kunnen oorspronkelijk Nederlandstalige (young adult) titels zijn, maar ook titels die vertaald zijn uit andere talen dan het Engels.

4.2 De huidige stand van zaken

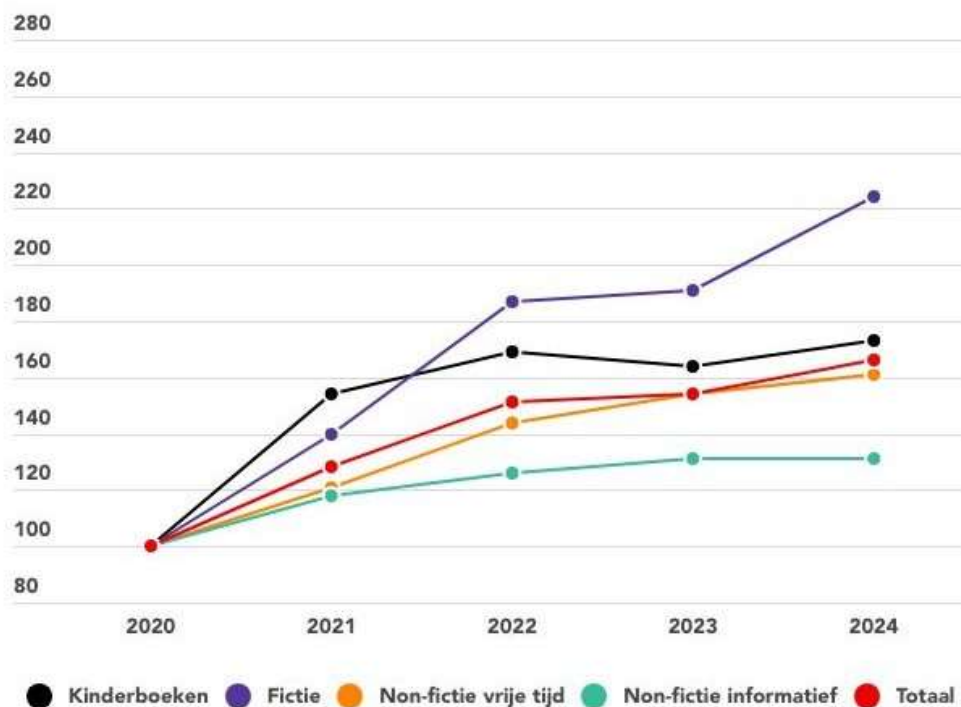
Op basis van de twee eindopdrachten onderzochten we de huidige stand van zaken: marktcijfers, consumenteninzichten en bestaande initiatieven die inspelen of reageren op de Engelstalige trend.

4.2.1 Verkoop anderstalig neemt al jaren toe

De opkomst van anderstalige boeken is terug te zien in de KVB Boekwerk marktmonitor (Boekwerk, 2025). In 2024 was ruim een vijfde (22%) van de verkochte papieren boeken in Nederland anderstalig. Sinds 2020 is de afzet van anderstalige boeken gestegen met maar liefst 67%.



Grafiek 1: afzetaandeel van anderstalige boeken in de Nederlandse papieren boekenmarkt. Bron: KVB Boekwerk.



Grafiek 2: ontwikkeling afzet anderstalige boeken per genre sinds 2020. Nb. In de praktijk gaat het hier om hoofdzakelijk Engelstalige boeken. Bron: KVB Boekwerk.

Volgens geluiden uit het boekenvak is de opkomst van Engelstalige boeken geen tijdelijke trend, maar een feit dat zal blijven, mede doordat jongere generaties Engels als een *native* taal beschouwen: ze zijn ermee opgegroeid. Dit betekent volgens haar niet dat de populariteit van Engels alleen maar blijft stijgen; er kan een beweging ontstaan waarin de Nederlandse taal weer meer wordt gewaardeerd.

Let op: de KVB Boekwerk marktcijfers gaan niet specifiek in op *Engelstalige* boeken, maar op *anderstalige* boeken in het algemeen. In de praktijk weten we dat de afzet uit anderstalige boeken voor 91% uit Engelstalig bestaat.

Als we verder inzoomen op de verkoop van anderstalige boeken per genre, zien we dat deze afzetstijging vooral bij fictie (een stijging van maar liefst 124% sinds 2020!) en kinderboeken (+73%) ligt. Als we verder inzoomen op

kinderboeken, zien we dat voornamelijk anderstalige, young adult-boeken (voor tieners boven de 12 jaar) stijgen in verkoop: de afzet van anderstalige fictie voor kinderen boven de 12 jaar steeg tussen 2019 en 2023 met 143%. Maar ook anderstalige non-fictie stijgt in afzet, zij het iets minder dan gemiddeld (non-fictie vrije tijd +61% en non-fictie informatief +31%).

Er worden niet alleen meer exemplaren verkocht, maar ook meer verschillende titels.¹ Vergeleken met 2020 werden er in 2024 22% meer verschillende anderstalige titels verkocht.

Niet alleen de verkoop van anderstalige boeken is gestegen, maar ook in de bibliotheek worden meer anderstalige boeken geleend, blijkt uit cijfers van Bibliotheeknetwerk ([Bibliotheeknetwerk, 2025](#)). In 2024 steeg het aantal uitgeleende anderstalige titels met 15%, terwijl het totaal aantal uitgeleende boeken daalde. Toch vormen anderstalige titels slechts een klein deel van de uitgeleende boeken: circa 2%, beduidend minder dan de 22% van de *verkochte* boeken.

4.2.2 Vooral jongeren kopen Engelse boeken

Om beter zicht te krijgen op de trend, is het van belang te kijken wie de koper van Engelstalige boeken is: in hoeverre is deze trend toe te schrijven aan Nederlanders, en in welke mate is het het resultaat van (tijdelijke) immigratie of anderszins?

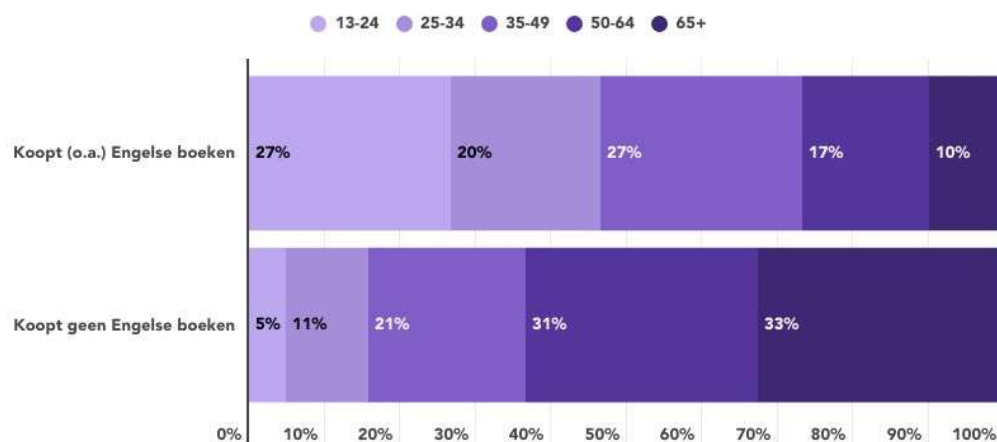
Ten eerste doen niet alle consumenten mee aan de trend om in het Engels te lezen. Uit een analyse van KVB Boekwerk van SMB-Gfk data ([SMB-Gfk](#)) blijkt dat iets minder dan de helft van de Nederlanders wel eens een Engelstalig boek koopt, vergeleken met 86% die Nederlandstalige boeken koopt. Kopers van Engelstalige boeken kopen bovendien vaak óók Nederlandstalige titels; gemiddeld kopen zij zelfs meer Nederlandstalige dan Engelstalige boeken. Het lijkt er dus op dat de trend niet getrokken wordt door immigranten, maar door Nederlanders die, naast Nederlands, ook Engels lezen.

Zoomen we in op de leeftijd van de kopers dan zien we dat Engelstalige boeken vooral populair zijn onder relatief jonge lezers: 47% van de Engelstalige koper is jonger dan 35 jaar. Van de kopers die geen Engelse boeken kopen is slechts 16% jonger dan 35 jaar. Jongeren lenen ook vaker Engelstalige in plaats van Nederlandse boeken dan de gemiddelde Nederlander: 67% van de

¹ Titels = unieke ISBN's.

jongeren doet dit, tegenover 55% van de gemiddelde Nederlander die wel eens in het Engels leest (Nagelhout, Richards, & Qing, 2022).

Behalve dat kopers van Engelstalige boeken jonger en vaker man zijn dan enkel Nederlandstalige kopers, zijn ze ook vaker hogeropgeleid en van een hogere sociaal-economische klasse (combinatie opleidingsniveau en inkomen). Bovendien komt de helft (49%) van de Engelstalige kopers uit de grote steden of het westen van het land. Onder Nederlandstalige kopers is dit slechts 39%.



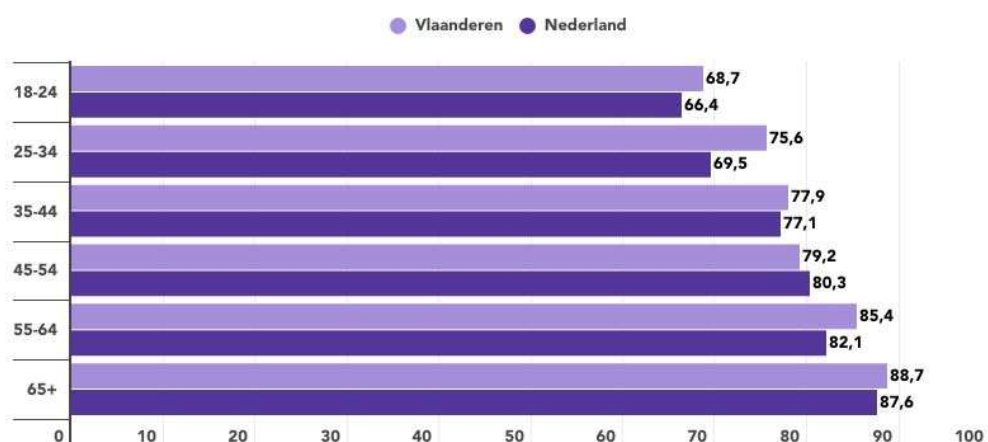
Grafiek 3: kopers die Engelstalige boeken, of alleen Nederlandstalige boeken kopen, (koopt geen Engelse boeken) uitgesplitst naar leeftijd. Bron: KVB Boekwerk.



Grafiek 4: kopers die Engelstalige boeken, of alleen Nederlandstalige boeken (koopt geen Engelse boeken) kopen, uitgesplitst naar sociaal-economische klasse (combinatie opleiding + inkomen, waarbij A de hoogste klasse is en D de laagste). Bron: KVB Boekwerk.

Engelstalige kopers zeggen het vaakst spannende boeken te kopen. Daarin verschillen zij niet van de gemiddelde boekenkoper. Er is wel een aantal genres dat de Engelstalige koper beduidend vaker koopt. Zo kopen zij vaker literaire romans (36% tegenover 30% van de gemiddelde koper), fantasy (26% versus 17%) en young adult (19% versus 12%). Meerdere uitgeverijen herkennen het beeld dat bepaalde genres meer in het Engels verkocht worden, zoals *romance*. Een van hen noemt *romance* zelfs als genre dat lezers bij uitstek liever in het Engels lezen, terwijl dat bij andere genres vaker het Nederlands is. Een ander voegt toe dat het genre *romance* de laatste jaren is veranderd en een andere doelgroep heeft gekregen: de lezers zijn jonger, de boeken zijn groter en bevatten bredere thema's en maatschappelijkere onderwerpen. Het genre is breed geworden, voor iedereen is er een passend boek.

Ook in het onderzoek Staat van het Nederlands (Taalunie, 2025) van de Taalunie is terug te zien dat de trend van het lezen in een andere taal dan het Nederlands vooral een trend is onder jongere lezers. Daar is te zien: hoe jonger, hoe vaker men (ook) een andere taal leest. Jongeren vinden Nederlands ook minder vaak een mooie taal dan ouderen, zoals te zien is in onderstaande grafiek.



Grafiek 5: gemiddelde scores voor stelling 'Ik vind Nederlands een mooie taal' voor Nederland en Vlaanderen per leeftijdsgroep. Bron: Taalunie.

4.2.3 Verklaringen

Ook in andere Europese landen (Nawotka, 2024) neemt de verkoop van Engelstalige boeken toe, maar in vergelijking met landen als Spanje,

Zwitserland en Portugal, is het Nederlandse taalgebied een uitschieter als het gaat om het afzetaandeel van Engelstalige boeken. Dit heeft mogelijk te maken met het feit dat Nederlanders, vergeleken met andere Europeanen, over het algemeen goed Engels spreken en het Engels ook vaker gebruiken in het dagelijks leven, bijvoorbeeld in het onderwijs of voor werk, maar ook voor entertainment (Europese Commissie, 2024). Een opvallend feit wat meespeelt, is dat het Nederlands niet wordt nagesynchroniseerd op tv maar er ondertiteling wordt gebruikt. Hierdoor komen kinderen sneller in aanraking met het Engels. Jongeren spreken bovendien gemiddeld ook beter Engels dan de gemiddelde Nederlander. Ook medewerkers in het boekenvak herkennen het beeld dat jongeren beter Engels spreken.

Bij het bespreken van de eindopdrachten van het GAU onboardingsprogramma gingen we al kort in op een aantal verklaringen voor de populariteit van het Engelstalige boek: prijs, beschikbaarheid, imago van het Engels en social media zoals BookTok spelen allemaal een rol. Hieronder gaan we verder in op deze verklaringen, die ook terugkwamen in de deskresearch en interviews.

Het titelaanbod is volgens het consumentenonderzoek van GfK-SM (KVB Boekwerk, 2022) de grootste reden waarom lezers in een andere taal lezen: 42% van de lezers die wel eens een boek in een andere taal leest noemt dit als reden. Engelse titels zijn vaak eerder beschikbaar dan de Nederlandse vertaling. Een expert geeft aan dat, hoewel sommige lezers wachten op de vertaling, veel lezers de oorspronkelijke versie lezen, direct wanneer die gepubliceerd wordt. Ook een tweede expert ziet dit als reden waarom mensen in het Engels lezen.

Ook het willen oefenen van de taalvaardigheid (32%) en het liever willen lezen in de oorspronkelijke taal (27%) zijn veel genoemde redenen, vooral onder jongeren. Bij jongeren leeft ook het idee dat de kwaliteit van vertaalde boeken nog wel te wensen overlaat. Er zijn geluiden uit de sector dat sommige lezers liever in het Engels lezen, omdat ze ervaren dat er “minder verloren gaat” in de originele taal.

Uit ander consumentenonderzoek naar jongeren (KVB Boekwerk, 2023) komt ook BookTok als inspiratiebron terug: van de jongeren die bekend zijn met de hashtag leest meer dan de helft wel eens een boek dat ze op TikTok hebben gezien. Daar is het Engels de dominante taal. BookTok lijkt dan ook een rol te

spelen in de Engelstalige trend onder jongeren. Een expert ziet een kans tot ontwikkeling bij deze jonge BookTok-lezers: momenteel lezen ze vooral specifieke fictiegenres, zoals young adult en romance, maar hun interesse wordt met de tijd breder, mogelijk met een positief effect op literaire fictie op de lange termijn.

Voor jongeren is het uiterlijk van het boek ook een meespelende factor, onder andere onder invloed van BookTok, dat met korte video's inspeelt op het visuele aspect van boeken. Zo geeft in het consumentenonderzoek naar anderstalig lezen ruim een kwart van de jongeren aan dat zij een boek in een andere taal zouden kopen, als die een 'mooiere uitstraling' heeft dan het boek in het Nederlands. Boeken worden ook verzameld. Sommige lezers kopen hetzelfde boek in zo veel mogelijk speciale edities, of in meerdere talen, volgens uitgeverijen.

Prijs speelt ook een rol, hoewel die volgens het GfK-SMB-consumentenonderzoek uit 2022 (KVB Boekwerk, 2022) slechts geldt voor 11% van de anderstalige lezers. Voor jongeren speelt de prijs wel zwaarder mee: ongeveer 18% van de jongeren kiest voor een anderstalig boek vanwege de prijs. Voor Nederlandstalige papieren boeken geldt de Wet op de vaste boekenprijs (Commissariaat voor de Media, 2025), die bepaalt dat deze boeken overal voor dezelfde vaste prijs verkocht moeten worden. De wet voorkomt prijsconcurrentie en helpt onder andere kleine, zelfstandige boekhandels in heel Nederland te blijven bestaan. Voor anderstalige titels geldt de wet niet. Engelstalige boeken kunnen dan ook voor veel minder geld online gekocht worden; voor consumenten mogelijk een reden om minder de fysieke boekhandel te bezoeken.

Sommige lezers die in het Engels lezen zullen dit blijven doen, ongeacht de kwaliteit en beschikbaarheid van de Nederlandse vertaling. Een insider in het vak onderscheidt vier groepen lezers: mensen die sowieso in het Engels willen lezen, mensen die Engels kopen omdat het goedkoper is, mensen die niet weten dat er een Nederlandse vertaling bestaat, en mensen die wel bewust in het Nederlands willen lezen. Die laatste twee groepen zijn volgens haar de groepen waar iets te winnen valt: zij lezen (soms) in het Engels maar zijn zich niet altijd bewust van het Nederlandstalige aanbod. De uitgever sprak een lezeres die veel in het Engels las, maar ook wel graag in het Nederlands wilde lezen. De lezeres raakte ervan overtuigd om van titels in een andere taal dan

het Engels of Nederlands, niet de Engelse vertaling te lezen, maar de Nederlandse.

4.2.4 Gevolgen

Dat het aandeel Engelstalige verkochte boeken in de Nederlandse boekenmarkt zo stijgt, leidt tot zorgen binnen het vak. Vooral buitenlandse uitgevers en boekhandels halen voordeel uit deze marktstijging, terwijl Nederlandse makers en uitgevers er weinig of zelfs helemaal niet van profiteren. Martijn David, algemeen secretaris van de GAU, zei in 2023 tegen de Volkskrant (Volkskrant, 2023): “Dat is echt wel jammer, want uiteindelijk vormt het boekenvak een keten, van schrijver en vertaler tot aan de lezer, en het is van belang dat die gezond blijft. Elke keten is zo sterk als zijn zwakste schakel.”

Ook voor boekhandels heeft de opkomst van Engelstalige boeken impact. Mede door de opkomst van Engelstalig wordt het speelveld steeds internationaler, benoemt een expert: grote internationale spelers als Amazon vormen een belangrijke concurrent voor kleinere boekverkopers. Een ander benoemt dat er tegenwoordig een sterke concentratie is van slechts enkele grote spelers. Met als gevolg dat er meer gestuurd wordt op verkoopdata en de voorspelling van oplages complexer wordt. Dat vergroot ook weer het risico op voorraadproblemen.

In een van de interviews wordt het belang van de Wet op de vaste boekenprijs benadrukt. Zonder deze wet zouden Nederlandse uitgeverijen het erg zwaar krijgen. Natuurlijk blijft het prijsverschil tussen Nederlandse en Engelse titels een issue. Exportedities van Engelstalige boeken zijn vaak goedkoper, mede vanwege lagere royalty's voor de auteur. Prijsverschillen kunnen nu oplopen tot vijf, zes of zeven euro, waardoor het lastig is te concurreren met goedkopere exportedities. Om hogere royalty's voor Engelse exportedities te bedingen, wordt veel gelobbyd door de sector. Nederlandse vertalingen kunnen dan beter concurreren op de internationale markt.

De gevolgen van de Engelstalige trend beperkt zich niet alleen tot organisaties en professionals in het boekenvak, maar ook de maatschappij. Zo zegt een expert dat het van belang is dat de Nederlandse literatuur overeind blijft staan, als uiting van de Nederlandse kunst en cultuur. Zij ziet dit ook als maatschappelijke missie van het boekenvak. Ook een andere, geïnterviewde expert benadrukt de waarde van Nederlandse boeken voor de lezer. Zoals we

net konden zien, lezen sommigen jongeren boeken liever in het oorspronkelijke Engels omdat ze dan het gevoel hebben dat er dan “minder verloren gaat”. Sommige medewerkers in het boekenvak spreken dit echter direct tegen: jongeren die in het Engels lezen kunnen – zonder dat ze het door hebben – nuances missen in de tekst, die ze in vertalingen wel mee zouden krijgen.

Zoals we zagen, lezen sommigen in het Engels om hun taalvaardigheid te verbeteren, maar ook Nederlandse taalvaardigheid is belangrijk. Tijdens een van de interviews beargumenteert een uitgever dat die onder druk komt te staan als er niet meer in het Nederlands wordt gelezen, maar alleen in het Engels.

4.3 Innovatie: reactie van het boekenvak en bestaande initiatieven

Behalve een bedreiging, is de Engelstalige trend ook een kans voor het boekenvak, zien meerdere uitgeverijen. Zo reageert het vak op verschillende manieren op de trend van het Engelstalig lezen. Enerzijds zijn er initiatieven die het oorspronkelijk Nederlandstalige boek onder de aandacht willen brengen, en anderzijds zijn er ondernemingen die inspelen op de populariteit van het Engels. Volgens een van de geïnterviewden is het vinden van balans hierin belangrijk: je kunt en moet misschien wel meedoen aan de Engelstalige trend, maar het blijft belangrijk om daarnaast Nederlands leesmateriaal te promoten.

Hoewel in de GAU-onboarding eindopdrachten veel focus lag op Nederlandstalige boeken, zijn er in de praktijk juist veel voorbeelden te vinden van ondernemingen die inzetten op Engelstalig en daarmee juist inspelen op de trend.

Over het algemeen gezien zijn de initiatieven gericht op de consument en minder op andere organisaties of professionals binnen het vak. De initiatieven zijn dan ook grotendeels van commerciële aard: ze zijn voornamelijk gericht op publicatie en verkoop van boeken. Toch zijn er ook initiatieven met die, naast een commercieel doel, ook culturele en maatschappelijke betekenis hebben voor het boekenvak en voor lezers.

Zo vinden er evenementen plaats en zijn er boekhandels geopend die expliciet gericht zijn op het bouwen van een gemeenschap. Daarnaast waarborgen uitgevers de Nederlandse literatuur, door oorspronkelijk Nederlandstalige titels onder de aandacht te brengen.

Zie bijlage 6.1 en 6.2 voor een overzicht van ondernemingen en initiatieven die op de een of andere manier reageren op de Engelstalige trend. Het doel van dit overzicht is om een beeld te scheppen van wat er zoal gebeurt in het boekenvak in Nederland. De initiatieven zijn in te delen in drie categorieën: boekhandels en boekverkoop, uitgevers en publicatie, en evenementen en promotie.

4.3.1 Boekhandels en boekverkoop

Sinds 2018 bestaat de Week van het Engelse Boek, georganiseerd door Van Ditmar Boeken. Tijdens deze campagneweek krijgen consumenten een boekgeschenk wanneer zij voor minstens € 12,50 aan Engelstalige boeken kopen bij een van de deelnemende boekhandels.

Daarnaast worden er steeds meer boekhandels geopend die alleen of voornamelijk Engelstalige boeken verkopen, veelal door jonge, vrouwelijke oprichters. Daarmee richten boekhandels zich vooral op het meeprofiteren van de groeiende populariteit van Engelstalige boeken.

Bijlage 6.1 toont een overzicht van een aantal van deze boekhandels. Er zijn een aantal patronen te onderscheiden: de boekhandels richten zich niet alleen op een Engelstalig aanbod, maar vaak ook op bepaalde populaire genres, zoals young adult, fantasy en romance. Ook bieden veel winkels iets aan naast het retailaanbod, zoals horeca of een andere ervaring.

4.3.2 Uitgevers en publicatie

Voor uitgevers is het zaak om het Nederlandstalige aanbod zo aantrekkelijk mogelijk te maken, zodat dit een alternatief is voor lezers die eigenlijk liever in het Engels lezen. Zij doen dit zowel met oorspronkelijk Nederlandstalige uitgaven als met vertalingen uit het Engels en andere talen.

Vertalen vanuit het Engels

We zagen al dat lezers bij bepaalde genres of verschijningsvormen de voorkeur geven aan het Engels. Volgens een van de expert kijken uitgevers daarom kritischer naar de haalbaarheid van vertalingen: sommige uitgevers doen minder aan vertalingen, maar het blijft belangrijk om te kijken op welke manier het wel rendabel blijft om te vertalen.

Uitgevers passen verschillende strategieën toe om de Nederlandse editie competitief te houden tegenover het Engelse origineel. Uitgevers zetten bijvoorbeeld actief in op herkenbaarheid en aansluiting bij het Engelstalige origineel. Omslagen en titels worden vaak identiek gehouden aan de Engelse editie, wat effectief blijkt, aldus een insider. Een ander vertelt over manieren die uitgevers gebruiken om de Nederlandse editie aantrekkelijker te maken dan de Engelse. Zo worden luxe of speciale edities ontwikkeld, bijvoorbeeld met gewijzigde omslagen, extra content of verzamelwaardige uitvoering. Ook worden creatieve marketingacties ingezet – zoals handgeschreven briefjes, introductieprijsen of auteursvideo's – om de Nederlandse versie een eigen aantrekkingskracht te geven.

Ook publiceren veel uitgevers Nederlandse vertalingen vanuit het Engels zo veel mogelijk gelijktijdig met het Engelstalige origineel, vooral als het gaat om grotere namen, waarbij de concurrentie van het origineel groter is. In uitzonderlijke gevallen gebeurt het dat de Nederlandse vertaling eerder verschijnt: de Nederlandse auteur Yael van der Wouden schreef een Engelstalig manuscript dat bij de internationale agent Anna Stein terechtkwam. Haar Nederlandse uitgever Das Mag geeft als wereldprimeur de Nederlandse versie (*De bewaring*) uit, twee maanden voor de Britse en Amerikaanse edities. Een ander voorbeeld is het boek *What We Can Know* van Ian McEwan, dat in

augustus 2025 bij uitgeverij De Harmonie eerst in het Nederlands verscheen als *Wat we kunnen weten* voordat de oorspronkelijke Engelse editie te koop was.

Met het oog op promotie van de Nederlandse vertalingen, benadrukt een insider het belang voor uitgevers om bovendien samen te werken met de boekhandel, bijvoorbeeld door boekhandelaars aan te sporen om Nederlandse vertalingen naast de Engelse titels te presenteren, zodat de Nederlandse titels mee kunnen liften van de populariteit van het Engels.

Oorspronkelijk Nederlandse of anderstalige titels met internationale uitstraling

Een aantal uitgevers is een fonds gestart gericht op young adult titels, zoals Best of YA books van Unieboek | Het Spectrum, en uitgevers Iceberg Books en Rebel Books. Deze uitgevers proberen Nederlandstalige young adult boeken aan de markt te brengen. Uitgeverij Leopold is gestart met imprint Epic Books (Maarten Dissing, 2025), dat Nederlandstalige boeken uitbrengt voor een tienerdoelgroep die nog te jong is voor het YA-genre. De boeken hebben een luxe uitstraling en vaak een Engelse titel en passen daarmee bij de YA-look. De titels zijn daarentegen niet uit het Engels vertaald, maar uit het Frans, Duits, of oorspronkelijk in het Nederlands geschreven.

Manga en andere Aziatische stripboeken vormen een ander populair genre dat veel in het Engels wordt gelezen, hoewel ze niet oorspronkelijk in het Engels geschreven zijn. Een Nederlandse vertaling is echter lang niet altijd beschikbaar, waardoor lezers uitwijken naar het Engels. Uitgeverijen als De Fontein en Fontaine zijn inmiddels specifiek Nederlandse vertalingen gaan uitgeven, gericht op lezers vanaf 9 jaar. Zo wordt er niet alleen een Nederlands alternatief geboden voor degenen die al in het Engels lezen, maar worden ook jonge lezers getrokken, onder wie de Aziatische stripboeken ook populair zijn, maar wier Engels mogelijk nog niet toereikend is om in die taal te lezen.

Zelf in het Engels uitgeven

Sommige uitgevers kiezen ervoor om juist Engelstalige (vertalingen van) titels te gaan uitgeven. Meerdere deskundigen in het boekenvak zien dit als kans voor de uitgevers in Nederland: door zelf Engelstalige titels uit te geven kunnen uitgevers deel worden van de trend in plaats van er alleen door bedreigd te worden. Niet voor alle genres zal dit rendabel zijn, wordt in één van

de interviews toegevoegd, maar bij bijvoorbeeld het romancegenre ligt er een kans: lezers geven bij dit genre vaak de voorkeur aan het Engels.

In 2025 lanceerde mo'media onder de naam *Why Should I Go To* (Mo'media, 2025) een nieuwe reeks reisgidsen die uitsluitend in het Engels wordt aangeboden, vooral voor de doelgroep jongeren. Inmiddels zijn er in deze serie acht delen verschenen over steden als Parijs, Berlijn, Amsterdam en Antwerpen. De Fontein brengt, behalve enkele young adult-thrillers, ook verschillende Baantjer-delen uit in het Engels en er zijn kleinschaliger experimenten met titels van onder andere Spectrum, Kosmos, Nieuw Amsterdam, Nijgh & Van Ditmar, Balans, Van Oorschot, Singel Uitgevers en De Arbeiderspers.

Daarnaast is VBK – het grootste uitgeefconcern in Nederland – bezig met een pilot om Nederlandstalige YA-titels te vertalen naar het Engels met behulp van AI, aangevuld met een menselijke redactie.

Ondanks de toenemende positie van het Engels, ook bij uitgevers, blijft voor uitgevers het uitgangspunt dat Nederlandse en Engelstalige edities elkaar moeten versterken. Het Engels moet het Nederlands niet verdringen. Het doel blijft het Nederlandse boek en de taal levend houden, binnen de realiteit van de markt. Het uitgeven van Engelse titels kan worden ingezet om de Nederlandse markt te ondersteunen, niet om deze te vervangen.

4.3.3 Evenementen en promotie

Verschillende initiatieven richten zich op de lezersgemeenschap in Nederland, met mede als doel om ze te interesseren voor het Nederlandstalige boek. Ze bereiken hiermee de jongeren die graag Engelstalig lezen, en nodigen ze uit om ook in het Nederlands te lezen. Dit gebeurt door middel van het organiseren van evenementen (zie bijlage 6.2), maar ook met promotiemateriaal. De publieksdialoog is volgens een van de expert erg belangrijk. Op evenementen worden twijfelaars actief benaderd en geactiveerd, bijvoorbeeld door te wijzen op het voordeel van Nederlandse vertalingen van auteurs uit niet-Engelse brontalen. Ook een andere expert ziet evenementen als kans om Nederlandse edities te promoten. Toch, geeft zij aan, nemen veel bezoekers alsnog Engelse edities mee.

De CPNB lanceert in 2025 in samenwerking met het Nederlands Letterenfonds het project *Verhalen die blijven hangen*. Dit initiatief is in eerste

instantie in het leven geroepen om literatuur te promoten, maar heeft ook als doel om aandacht te vragen voor Nederlandstalige titels in de markt waarin de populariteit van Engels blijft groeien. Het initiatief brengt vertaalde en oorspronkelijk Nederlandstalige literatuur op een frisse en toegankelijke manier onder de aandacht. De aftrap van dit driejarige project is een exclusieve tas, ontworpen door kunstenaar Piet Parra, waarin stijl en inhoud samenkomen. De tas met twee literaire werken was in de zomer van 2025 in een gelimiteerde oplage verkrijgbaar bij 170 boekhandels in Nederland voor € 24,99. De verkoop van de tas was succesvol, aldus CPNB. De organisatie geeft aan een vervolg te gaan geven aan deze actie.

Ook worden er op meerdere plaatsen in Nederland evenementen georganiseerd, gericht op genres als young adult, fantasy en romance. Enerzijds doen deze evenementen mee aan de Engelstalige trend, door de populaire Engelse boeken te verkopen, maar anderzijds werken ze ook aan het aanprijzen van Nederlandstalig werk, bijvoorbeeld door Nederlandse auteurs uit te nodigen om te spreken over hun werk. Bijlage 6.2 geeft een aantal voorbeelden van evenementen. In de praktijk zijn er meer (vaak eenmalige) evenementen.

5. Conclusie

Deze conclusie vormt een tussentijdse stand van zaken; in de definitieve rapportage, die in 2026 verschijnt, volgt een eindrapportage met algemene conclusies en aanbevelingen voor de sector.

De groei in populariteit van het Engelstalige boek in Nederland is een structurele ontwikkeling, vooral gedreven door jongere lezers. Zij groeien op met Engels als tweede voertaal, beïnvloed door sociale media zoals TikTok. Titelbeschikbaarheid, visuele aantrekkelijkheid, voorkeur voor lezen in de oorspronkelijke taal en prijs spelen een rol in de keuze voor het Engelse boek. De opkomst van het Engelse boek zet de positie van de Nederlandse boekensector onder druk. Voor makers, uitgevers en boekhandels, maar ook voor lezers zelf is het behoud van een gezonde Nederlandse boekenmarkt van belang.

Lezers lezen echter niet exclusief in het Engels: de meeste consumenten kopen en lezen ook Nederlandstalige boeken. Daarnaast kiest een deel van de groep Engelse boeken uit gewoonte, omdat de Engelse versie herkenbaarder of eerder beschikbaar is, of omdat men zich niet bewust is van de Nederlandse vertaling. Daar valt winst te behalen. Het boekenvak reageert dan ook op verschillende manieren op de trend: uitgevers ontwikkelen aantrekkelijke Nederlandse edities die aansluiten bij het Engelstalige origineel, of juist een eigen, luxe uitstraling hebben. Ook richten uitgevers imprints voor young adult op en zetten ze in op Engelse edities. Bestaande en nieuwe boekhandels spelen in op de trend door middel van Engelstalig aanbod. Ook zijn er initiatieven en evenementen gericht op de lezersgemeenschap, die het Engels omarmen en daarnaast het Nederlandse aanbod onder de aandacht brengen.

De verwachting is dat Engelstalige boeken een blijvend onderdeel vormen van de boekenmarkt in Nederland. Voor organisaties binnen de boekensector ligt daarom een opgave: hoe kunnen Nederlands- en Engelstalige uitgaven naast elkaar worden gepositioneerd dat ze elkaar aanvullen in plaats van verdringen? Ondernemers doen dit met een commerciële benadering, zoals het aanbieden van aantrekkelijke edities en het inspelen op internationale trends. Maar ook een maatschappelijke en culturele insteek hoort erbij, bijvoorbeeld door lezersgemeenschappen en het onder de aandacht brengen



van oorspronkelijk Nederlandstalige literatuur en leesbevordering in het algemeen.

6. Bijlagen

6.1 Overzicht initiatieven Engelstalige boeken in het boekenvak

Boekhandel	Plaats	Jaar	Toelichting
One More Chapter	Groningen	2025	Oprichter Esmée Uiterwaal-Eenkhoorn, vertegenwoordigt met haar boekwinkel de lokale BookTok-gemeenschap.
Lit. English Bookstore	Utrecht	2025	Eigenaars Rute Silva en Raquel Ottoboni openden de winkel om betaalbare, Engelstalige boeken beschikbaar te maken in Utrecht. Ook verkopen ze boeken van Utrechtse auteurs, naar het Engels vertaald.
Sips coffee, wine & books	Zutphen	2025	Een combinatie van boekenaanbod en horeca. De boeken zijn niet te koop, maar ter plekke te leen. Met een maandabonnement kun je de boeken

			ook mee naar huis nemen.
De Kleinere Boekwinkel in Deventer	Deventer	2024	Niet alleen, maar voornamelijk Engelstalige romance-, fantasy- en young adult-boeken.
A Lot of Books	Zwolle	2025	Voornamelijk gericht op 'romantasy', een combinatie van romance en fantasy.
Script	Den Bosch	2024	Eigenaar Frederike van Morgen organiseert ook Private Shopping avonden, waarbij vriendengroepen exclusief kunnen shoppen in de winkel.
Books and Beans	Tilburg	2025	Een boekcafé waar activiteiten worden georganiseerd, zoals bordspellen, Dungeons & Dragons-avonden, poëziewedstrijden en boekenclubs.
Once Upon a Bookshop	Piershil	2025	Een boekhandel met de focus op fantasy, science fiction en horror.

Catnap Books	Haarlem	2024	Een boekhandel, voornamelijk gericht op expats en hun kinderen.
Frida	Enschede	2024	Opgericht omdat eigenaar Gemma Boon een internationale <i>vibe</i> miste ondanks de grote groep internationale studenten en expats in de stad.
The English Bookshop	Den Haag	2022	Een Engelstalige vestiging van De Vries Van Stockum.
Neverending Bookstore	Alkmaar	2025	Arjan en Olga de Boer van boekhandel Van der Meulen openen in 2025 een eigen Engelstalige boekhandel.

6.2 Overzicht evenementen op het gebied van Engelstalige boeken

Naam evenement	Organisator	Plaats	Toelichting
Fantastic Reads	Bibliotheek LocHal en Boekhandel Anderwereld	Tilburg	Een fantasy en sci-fi event met boeken, lezingen en workshops.
YA Book Event	Bibliotheek Gelderland Zuid, Engelse Letterenfacult eit van de Radboud Universiteit, Ieder Talent Telt, Dekker v.d. Vegt	Nijmegen	Een jaarlijks evenement waarbij lezers o.a. Nederlandse YA-auteurs kunnen leren kennen.
Bookhaven	Van der Velde Boeken	Zwolle	Een evenement met 'dark gothic fantasy vibes'.
YAltival	Boekhandel Van Piere, Dynamo Eindhoven	Eindhoven	Een evenement gericht op het YA-genre met workshops, auteurinterviews, signeersessies en een boekenmarkt.
Booklovers extravaganza	Scheltema	Amsterdam	Een avond in de boekhandel voor bookstagrammers, bookbloggers,

			boektokkers en boekenliefhebbers.
MH Books Event	Miranda Hillers	Tiel	Een boekenfestijn gericht op een scala aan genres.
World of Romance Event	HarperCollins Holland	Amsterdam	Een avond voor liefhebbers van romantische boeken.
YALFU	ILFU	Utrecht	Het YA-evenement van ILFU met boekenmarkt en een podiumprogramma.
ILFU Boekfest	ILFU	Utrecht	Een boekenfestival, georganiseerd door ILFU, waarop het Nederlandstalige boek centraal staat.
Spicy & Steamy Book event	Spicy & Steamy Book event	Amsterdam	Een evenement gericht op 'spicy' (seksueel expliciete) romanceboeken.
Romantasy fair	Romantasy affairs	Barneveld (2024), Den Bosch (2025)	Een evenement dat draait om boeken in het genre romantasy, de combinatie tussen romance en fantasy.

7. Bibliografie

- Bibliotheeknetwerk. (2025). *Uitleningen van de openbare bibliotheek*.
<https://www.bibliotheeknetwerk.nl/artikel/uitleningen-van-de-openbare-bibliotheek>.
- Boekwerk, K. (2025). *Verkoopcijfers 2024*. <https://kvbboekwerk.nl/monitor/markt/verkoopcijfers-2024>.
- Commissariaat voor de Media. (2025). *Wet op de vaste boekenprijs*. <https://devasteboekenprijs.nl/>.
- Europese Commissie. (2024). *Europeans and their languages*.
<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2979>.
- Kans, J. (2020). Onboardingprogramma. *GAU, Groep Algemene Uitgevers*, pp. <https://www.algemene-uitgevers.nl/projecten/gau-onboardingprogramma>.
- KVB Boekwerk. (2022). *Aanbod grootste reden voor anderstalig lezen*.
<https://kvbboekwerk.nl/consumentenonderzoek/smb-gfk-kwartaalmetingen/aanbod-grootste-reden-voor-anderstalig-lezen>.
- KVB Boekwerk. (2023). *In de leeswereld van jongeren*.
<https://kvbboekwerk.nl/consumentenonderzoek/smb-gfk-kwartaalmetingen/in-de-leeswereld-van-jongeren>.
- Maarten Delsing. (2025, oktober 24). Leopold scoort met 'nieuw concept' Epic Books. *Boekblad*.
- Mo'media. (2025). *Why should I go to*. <https://momedia.nl/whyshouldigoto/>.
- Nagelhout, E., Richards, C., & Qing, L. (2022). *Anderstaligheid lezen, lenen en kopen*.
https://kvbboekwerk.nl/wp-content/uploads/2022/09/866562-Rapport-Boekenbranche-Anderstaligheid-M60_v2.0.pdf: Gfk.
- Nawotka, E. (2024). *Bologna 2024: TikTok Pushes English-Language Book Sales in Europe*.
<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/childrens/childrens-industry-news/article/94830-bologna-2024-tiktok-pushes-english-language-book-sales-in-europe.html>.
- SMB-Gfk. (sd). *Tweetalige boekenverkoper koopt vaker Nederlands dan Engels*.
<https://kvbboekwerk.nl/consumentenonderzoek/thematische-onderzoeken/tweetalige-boekenkoper-koopt-vaker-nederlands-dan-engels>.
- Taalunie. (2025). *Staat van het Nederlands*. <https://taalunie.org/publicaties/234/staat-van-het-nederlands-2025>.
- Volkskrant. (2023, januari 25). Verengelsing boekenmarkt zet door: niet eerder was het aandeel anderstalige verkochte boeken zo groot. *Volkskrant*.