

Klantreis onder kopers en leners van boeken

Verdieping Klantreis 2025 (meting 73)
Voor SMB

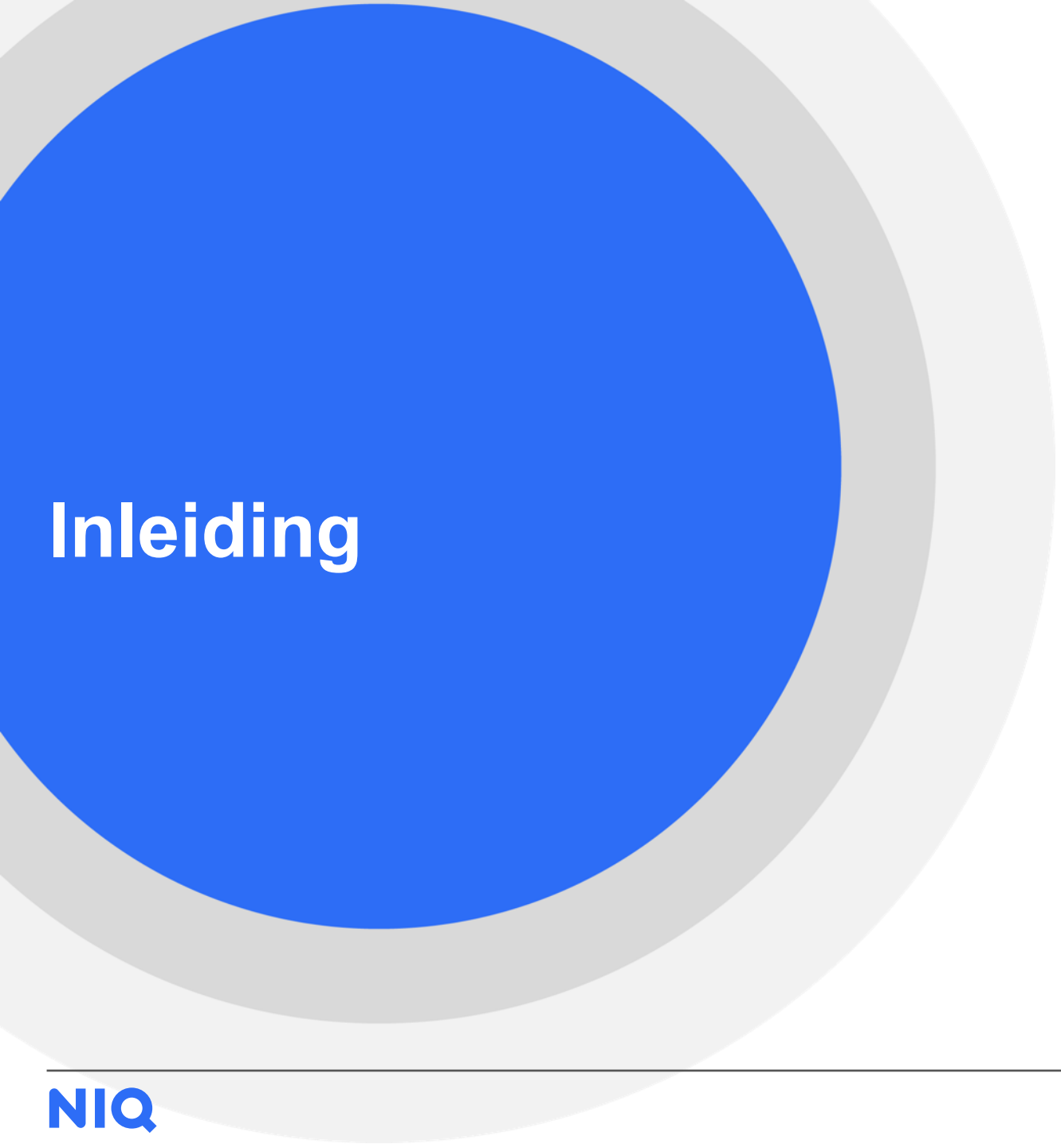
NielsenIQ



Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Managementsamenvatting	6
3. Onderzoeksresultaten	10
1. Klantreis in het algemeen	11
2. Klantreis voor kopers	28
3. Klantreis voor leners	39
4. Retailacties bibliotheek en boekhandel	49
4. Bijlage	





Inleiding

Inleiding

In opdracht van KVB-SMB, CPNB, KB en Stichting Lezen doet GfK jaarlijks vier metingen naar het koop-, lees- en leengedrag van Nederlandse consumenten.

De metingen zijn onderverdeeld in één reguliere meting en drie themametingen. De huidige meting betreft een themameting over de klantreis: hoe komen Nederlanders tot de keuze van een boek, een aankoop- of leenkanaal en waarom?

Het doel van dit onderzoek is om inzichten te verwerven om het koop- en leenproces van lezers beter te begrijpen. Dit om boekhandels, bibliotheken en uitgeverijen te helpen het koop- en leenproces zo vorm te geven dat lezen, kopen en lenen voor lezers nog toegankelijker wordt.



De steekproef $n=1010$ bestaat uit Nederlanders van 14 jaar of ouder.

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

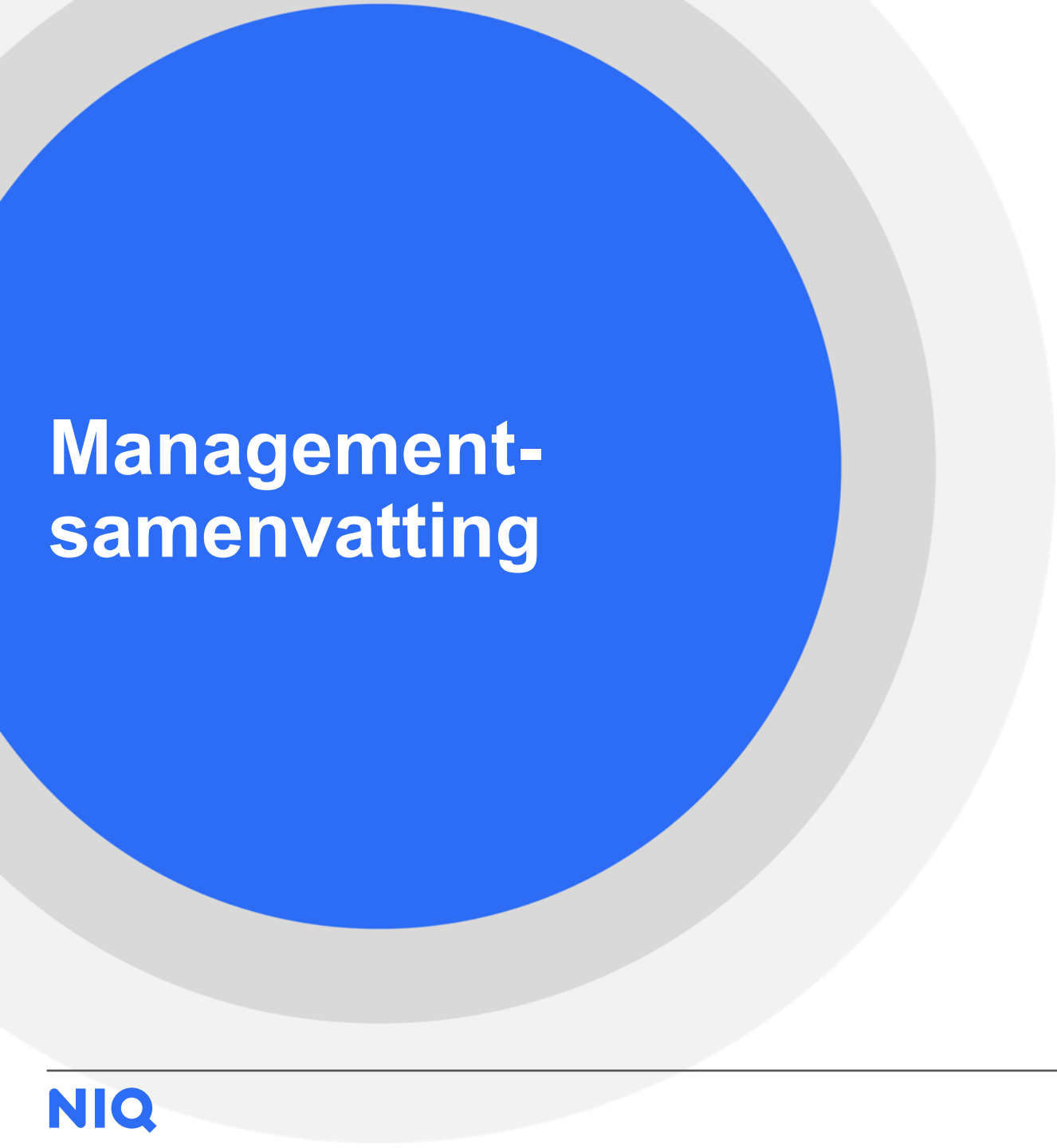
- Klantreis in het algemeen
- Klantreis voor kopers
- Klantreis voor leners
- Retailacties

	NL representatief: is de verhouding zoals die in de gehele populatie in Nederland (14 jaar en ouder) wordt gevonden
	Geven mannen vaker aan dan vrouwen
	Geven vrouwen vaker aan dan mannen
	Heavy lezers lezen minstens 1 keer per <u>week</u> een boek
	Medium lezers lezen 1-3 keer per <u>maand</u> een boek
	Light lezers lezen minder vaak een boek, maar niet nooit (incidentele lezers)
“ “ ... ” ”	Quotes van respondenten staan cursief en binnen aanhalingstekens.
Type koper/lener:	<u>Primaire koper:</u> afgelopen kwartaal gekocht en afgelopen half jaar niet geleend. <u>Primaire lener:</u> afgelopen kwartaal niet gekocht en afgelopen halfjaar geleend. <u>Kopers en leners: frequent:</u> afgelopen kwartaal gekocht en afgelopen half jaar geleend. <u>Kopers en leners: infrequent:</u> afgelopen jaar maar niet afgelopen kwartaal gekocht, afgelopen jaar geleend, maar niet afgelopen half jaar.

	Sociaal Economische klasse* (combinatie opleiding en beroep)
A	(hoog)
B1	
B2	
C/D	(laag)
	Inkomen**
	Beneden modaal
	Modaal
	Tussen 1 en 2 keer modaal
	Twee keer modaal of meer

In deze tekstvakken wordt de beschikbare scandata (continue verkoopdata van point-of-sale) weergegeven in een tabel, alle bekende verkoopdata van augustus 2024 t/m juli 2025.

• Sociaal Economische klasse wordt samengesteld op basis van een combinatie van beroep en opleiding van de hoofdkostwinner.
** In 2025 is het modaal inkomen bruto € 46.500 per jaar. Bron: Centraal Planbureau



Management- samenvatting

Managementsamenvatting (1/3)

Aanzienlijke overlap tussen kopers en leners

In de afgelopen 12 maanden heeft 62% van de Nederlandse bevolking (14+) een boek gekocht, terwijl 34% een boek heeft geleend. Eén op de drie deed geen van beide. Er bestaat aanzienlijke overlap tussen kopen en lenen: slechts 6% van de bevolking heeft uitsluitend geleend. Leners zijn daarmee ook vaak kopers. Op basis van dominant gedrag kan 37% van de kopers/leners beschouwd worden als een primaire koper, 16% als een primaire lener. De overige 47% doet beide in meer of minder frequente mate.

In totaal heeft 14% van de kopers en leners overwogen om een alternatieve optie te kiezen (lenen in plaats van kopen, of andersom). Dit betekent dat de meeste consumenten een duidelijke voorkeur hebben voor één van beide vormen: kopen of lenen. Vooral primaire leners en frequente gebruikers van beide opties hebben overwogen om voor de alternatieve keuze te gaan. Het zijn vaker leners die overwogen om een boek te kopen (23%) dan dat kopers overwogen om een boek te lenen (9%).

De keuze om te kopen of te lenen is het vaakst de eerste keuze die gemaakt wordt. Wanneer men zowel koopt als leent, koopt men vooral wanneer men een boek cadeau wil doen, als men zeker weet dat het boek goed is of als het niet beschikbaar is in de bibliotheek. Als men leent, is dat vaak omdat men het boek niet hoeft te bezitten, verwacht het maar één keer te lezen of nog niet weet of het boek goed is. Ook prijs speelt een rol; 18% van degenen die zowel kopen als lenen besluit te kopen als het boek niet te duur is; 20% besluit te lenen omdat boeken duur zijn.

Papier, e-book of luisterboek: 74% overwoog geen alternatief

Driekwart van de kopers en leners heeft niet overwogen om een andere vorm van het boek te kiezen (papier, e-book of luisterboek). 26% heeft die afweging wél gemaakt. Dit komt sterker voor onder consumenten die uiteindelijk kozen voor een e-book of luisterboek. Belangrijke redenen om voor een e-book te kiezen zijn:

- Veel boeken op 1 apparaat
- In het donker een boek kunnen lezen
- Direct kunnen downloaden.
- De lagere prijs (voor 28% van de e-bookkopers en -leners een belangrijke reden).

Factoren om voor papier te kiezen zijn gebaseerd op plezierig lezen en gewoonte. Het gevoel van papier draagt bij aan de ervaring van het lezen.

Managementsamenvatting (2/3)

Aankoopkanaal: online en fysieke bijna even groot; maar niet bij de bibliotheek

Het aandeel consumenten dat het meest recente boek in een fysieke winkel kocht, is ongeveer gelijk aan het aandeel dat online kocht. Een aanzienlijk deel overweegt het alternatieve kanaal:

- 31% van de fysieke kopers overwoog om online te kopen
- 42% van de online kopers overwoog een aankoop in een fysieke winkel.

De belangrijkste redenen om een fysieke winkel te bezoeken zijn het steunen van de lokale ondernemer en de goede bereikbaarheid. Online kopers benadrukken juist de 24/7 beschikbaarheid en een breed aanbod.

Onder leners haalde 78% het laatste boek uit de lokale bibliotheek, terwijl 22% online leende. Gewoonte en gemak zijn hierbij belangrijke motieven. 20% van de leners heeft een alternatief kanaal overwogen – voornamelijk online leners die de fysieke bibliotheek overwegen (27%).

De klantreis is doorgaans kort

Voor zowel kopers als leners is de klantreis kort. De tijd tussen eerste bekendheid met een boek en de aankoop of het lenen bedraagt voor de meeste consumenten maximaal twee weken, vaak zelfs slechts enkele dagen. Voor leners is de klantreis doorgaans nóg korter.

Voor de promotie van nieuwe boeken is het daarom belangrijk om informatie- en actiecommunicatie snel op elkaar te laten aansluiten.

Engelstalige boeken werden vaker nieuw gekocht en minder geleend dan Nederlandstalige boeken

Engelstalige boeken werden vaker nieuw gekocht en minder geleend dan Nederlandstalige boeken. Kopers van Engelstalige boeken willen deze vaker bezitten, onder andere vanwege de uitvoering. Ook wordt vaker genoemd dat het gewenste boek niet in de bibliotheek beschikbaar is. Vooral jongere consumenten (t/m 35 jaar) kopen en lenen vaker Engelstalige boeken.

Managementsamenvatting (3/3)

Lezersprofiel, light, medium, heavy

34% van de light lezers is een primaire koper. Heavy lezers beginnen het snelst aan een nieuw boek: 74% start binnen een week nadat het vorige uit is. Bij medium en light lezers hangt dit vaker af van het toevallig tegenkomen van een aantrekkelijk boek. Communicatie en zichtbaarheid van boeken blijven hierdoor essentieel. Als een boek uit is hebben heavy lezers vaak nog voldoende nieuw gekochte boeken in huis liggen. Medium lezers en light lezers besluiten op dat moment juist vaker dat zij een boek gaan kopen. Light lezers overwegen vaker om een boek cadeau te vragen.

Keuze voor een boek: Auteur is het meest bepalend

Men komt in eerste instantie tot de keuze van een boek door de schrijver. Men vindt de auteur goed. Ook veelgenoemd is als een boek onderdeel is van een serie. Dit is vooral voor de jongere doelgroep (14-34 jaar) een veelgenoemd argument. Voor leners speelt de bibliotheek zelf een grote rol. Veel mensen laten zich ter plekke inspireren.

Boekwinkelbezoek en impulsaankopen

Een derde van het meest recente bezoek aan de boekwinkel was ongepland. Hoewel 66% wel een gepland bezoek bracht, liep een aanzienlijk deel spontaan binnen. Daarnaast kocht 33% een boek dat men vooraf niet van plan was te kopen. Veel keuzes worden dus in de winkel zelf gemaakt. Slechts een klein deel vraagt actief advies; 18% werd spontaan door winkelpersoneel benaderd. Er is bij ongeveer een kwart van de kopers en leners interesse om meer te weten over de acties in de boekwinkel en in de bibliotheek.

De presentatietafel en de top-10-lijst: belangrijker in de boekwinkel

In boekwinkels kocht:

- 35% een boek van de presenteertafel
- 16% uit de top-10-lijst.

In bibliotheken leende:

- 20% een boek van de presenteertafel
- 11% uit de top-10-lijst

De vraag dringt zich op of de rol van de presenteertafel in de bibliotheek kan worden versterkt.



Onderzoeks- resultaten

1 Klantreis in het algemeen

Klantreis in het algemeen

01

In de afgelopen 12 maanden heeft 62% van de Nederlandse bevolking tenminste één boek gekocht, terwijl 34% een boek heeft geleend. Eén op de drie deed geen van beide. Er bestaat aanzienlijke overlap tussen kopen en lenen: slechts 6% van de bevolking heeft uitsluitend geleend. Leners zijn daarmee ook vaak kopers. Op basis van hun dominante gedrag kan 37% van de kopers/leners beschouwd worden als een primaire koper, 16% als een primaire lener. De overige 47% doet beide in meer of minder frequente mate.

02

Voorals heavy lezers beginnen snel aan een nieuw boek: 74% start binnen een week nadat het vorige uit is. Voor medium en light lezers hangt dit vaker af van het toevallig tegenkomen van een aantrekkelijk boek.

Heavy lezers hebben op dat moment vaak nog voldoende nieuw gekochte boeken in huis liggen. Medium lezers en light lezers besluiten op dat moment vaker dan heavy lezers dat zij een boek gaan kopen.



03

Engelstalige boeken werden vaker nieuw gekocht en minder geleend dan Nederlandstalige boeken. Kopers die een boek in een andere taal kochten willen een boek vaker in bezit hebben, ook omdat de uitvoering mooi is. Maar ook geven zij vaker aan dat het boek niet beschikbaar is in de bibliotheek.

De keuze om te kopen of te lenen en de keuze voor de vorm van het boek worden het vaakst bewust gemaakt. De keuze om te kopen of te lenen is het vaakst de eerste keuze die gemaakt wordt.

04

In totaal heeft 14% van de kopers/leners overwogen om te lenen terwijl ze hebben gekocht of andersom. De meeste consumenten besluiten dus vooral om of te kopen of te lenen. Het zijn vooral primaire leners en frequente kopers en leners die de alternatieve optie (kopen/lenen) hebben overwogen.

Het zijn vaker de leners die hebben overwogen om te kopen (23%) dan kopers die overwogen om te lenen (9%).

Klantreis in het algemeen



05

Wanneer men zowel koopt als leent, koopt men vooral wanneer men een boek cadeau wil doen, als men zeker weet dat het boek goed is of als het niet beschikbaar is in de bibliotheek.

Als men leent, is dat vaak omdat men het boek niet hoeft te bezitten, omdat men verwacht het maar één keer te lezen of omdat men nog niet weet of het boek goed is. Ook prijs speelt een rol; 18% besluit te kopen als het boek niet te duur is en 20% besluit te lenen omdat boeken duur zijn.

06

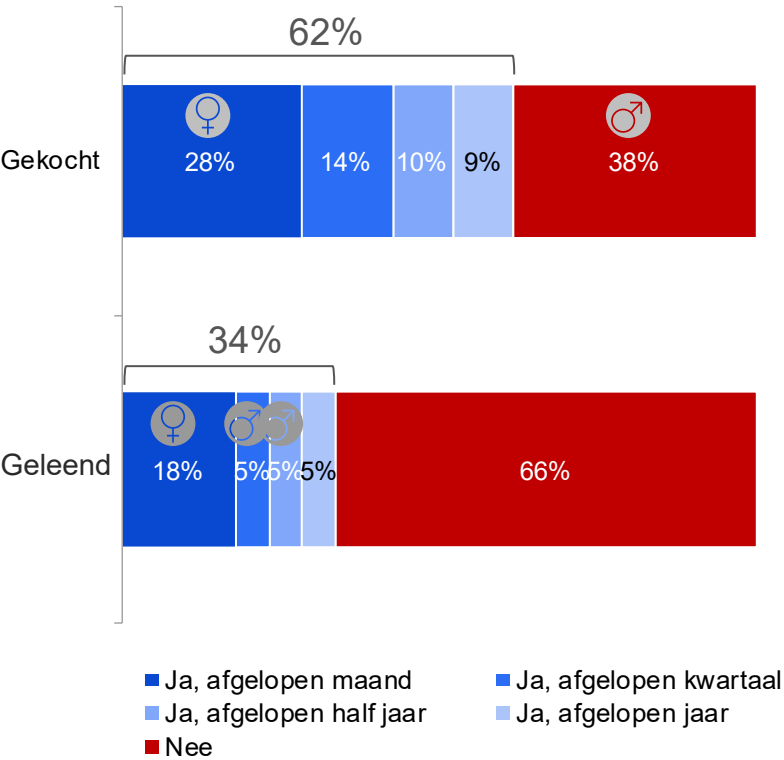
Driekwart van de kopers/leners heeft niet overwogen om een andere vorm boek te kiezen (papier, e-book, luisterboek). 26% deed dat wel. Dit zijn in sterkere mate de consumenten die voor een e-book of luisterboek kozen.

Prijs speelt een rol bij de keuze van de vorm van het boek. Voor 28% van de e-book kopers/leners is de lagere prijs een reden om voor een e-book te kiezen.

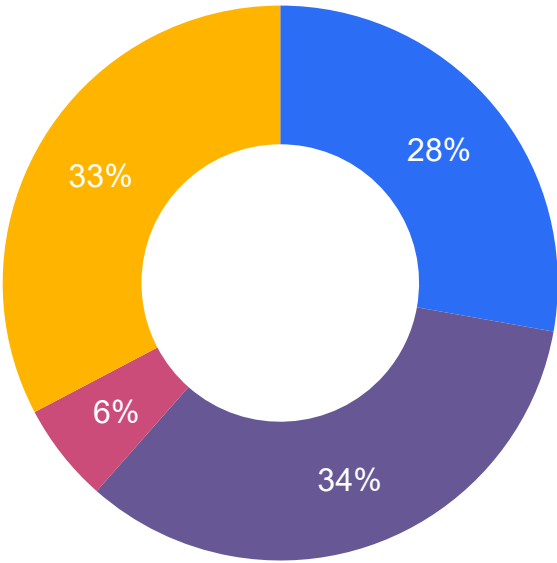
62% van de Nederlanders (14+) heeft een boek gekocht in de afgelopen 12 maanden en 34% heeft een boek geleend. Een derde van de Nederlanders heeft geen van beide gedaan.

De groep die uitsluitend leent is maar klein (6%). Leners zijn daarmee vaak ook kopers.

Afgelopen 12 maanden een boek gekocht/geleend – NL repre



Interactie kopen en lenen – NL repre



Achtergrond

Jonge mensen kopen en lenen vaker dan oudere mensen: hoe jonger des te vaker men in de afgelopen 12 maanden een boek heeft gekocht of geleend. De jongeren lezen daarentegen niet meer dan de ouderen.

De categorie Nederlanders die zowel boeken koopt als leent bevat meer heavy lezers dan de andere categorieën. Light lezers zijn vaker alleen kopers, of alleen leners in vergelijking met de meer heavy lezers.

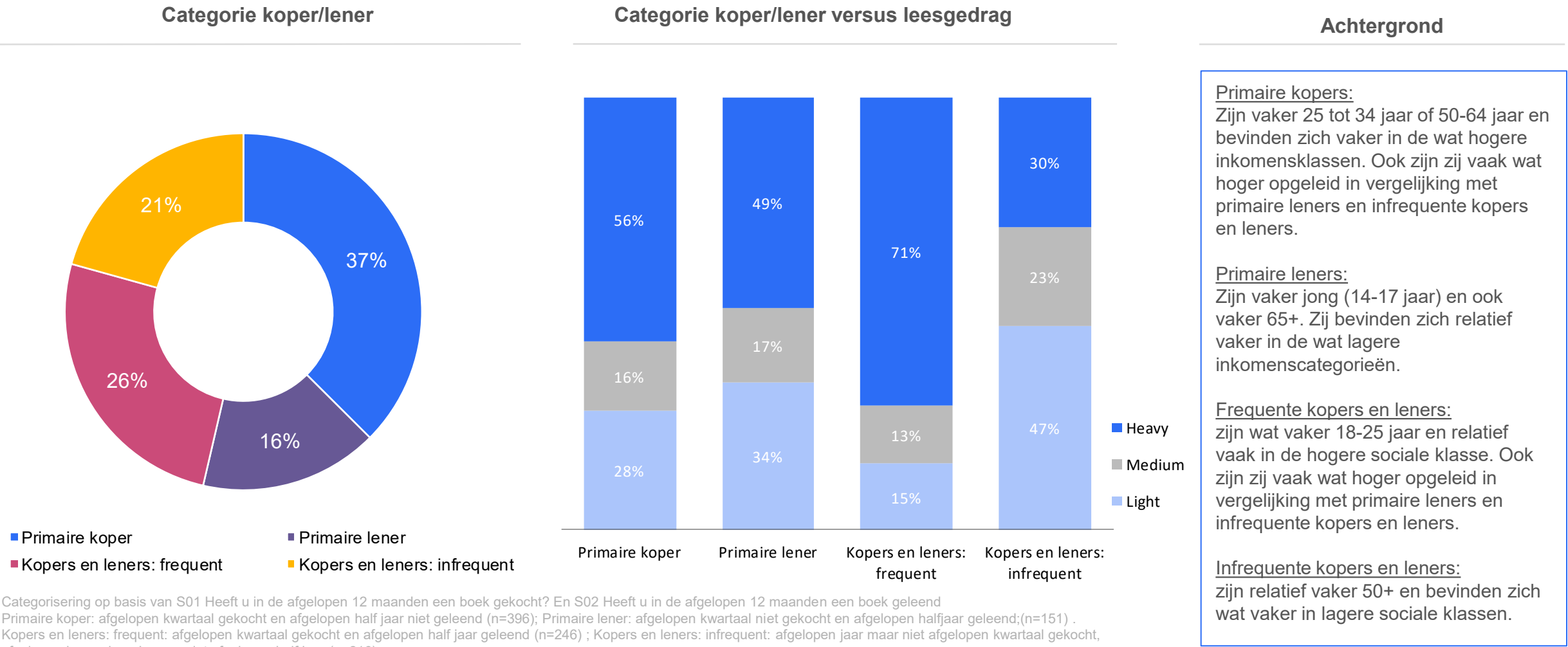
In het rapport maken we regelmatig onderscheid tussen primaire kopers en leners. De definitie hiervan vindt u in de leeswijzer.

S01: Heeft u in de afgelopen 12 maanden een boek (papieren, e-books, luisterboeken) gekocht? (inclusief het actief gebruik maken van een betaald abonnement op e-books/luisterboeken door hier boeken te lezen/luisteren)? Met kopen bedoelen wij hier nieuwe boeken, dus geen tweedehands boeken | S02: Heeft u in de afgelopen 12 maanden een boek (papieren, e-books, luisterboeken) geleend bij uw lokale of online Bibliotheek?
Basis: Alle respondenten NL 14+ (n=1548)

Scandata, van papieren boeken (12 maanden):		
	Afzet (miljoenen)	Omzet (Miljoenen)
Totale markt	42	667

37% van de Nederlanders die de afgelopen 12 maanden een boek heeft gekocht/geleend is een primaire koper (recent gekocht en niet recent geleend); 16% is een primaire lener.

De groep frequente kopers en leners (26%) bestaat in meerderheid uit heavy lezers. De groep primaire kopers (37%) bestaat eveneens voor een groot deel uit heavy lezers.

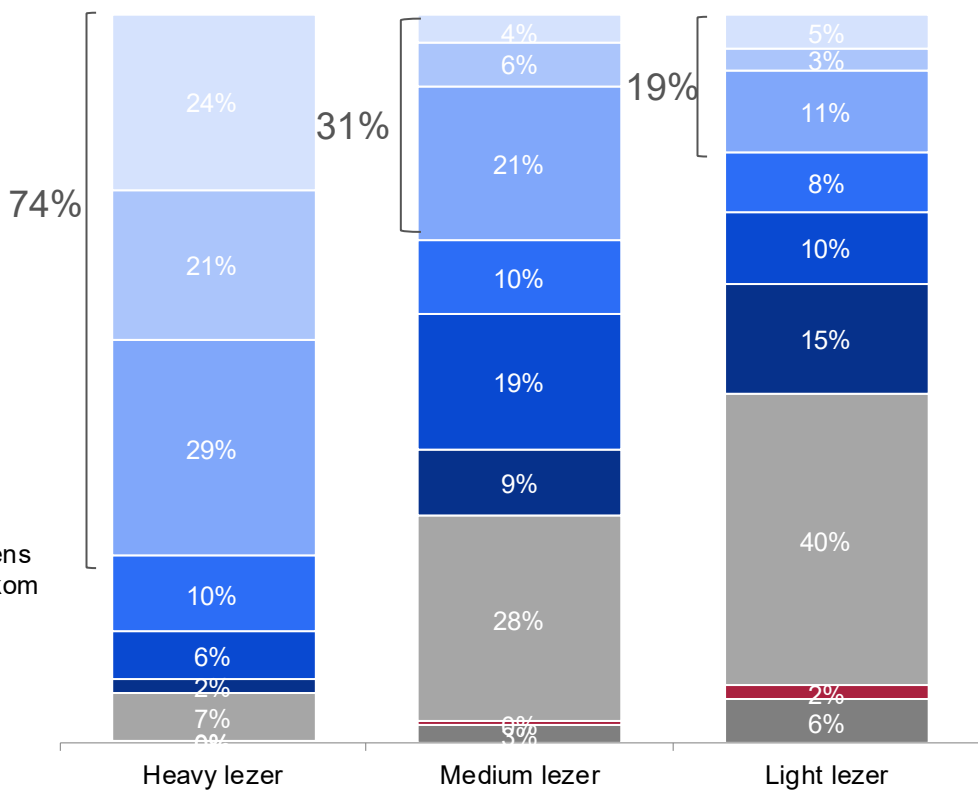
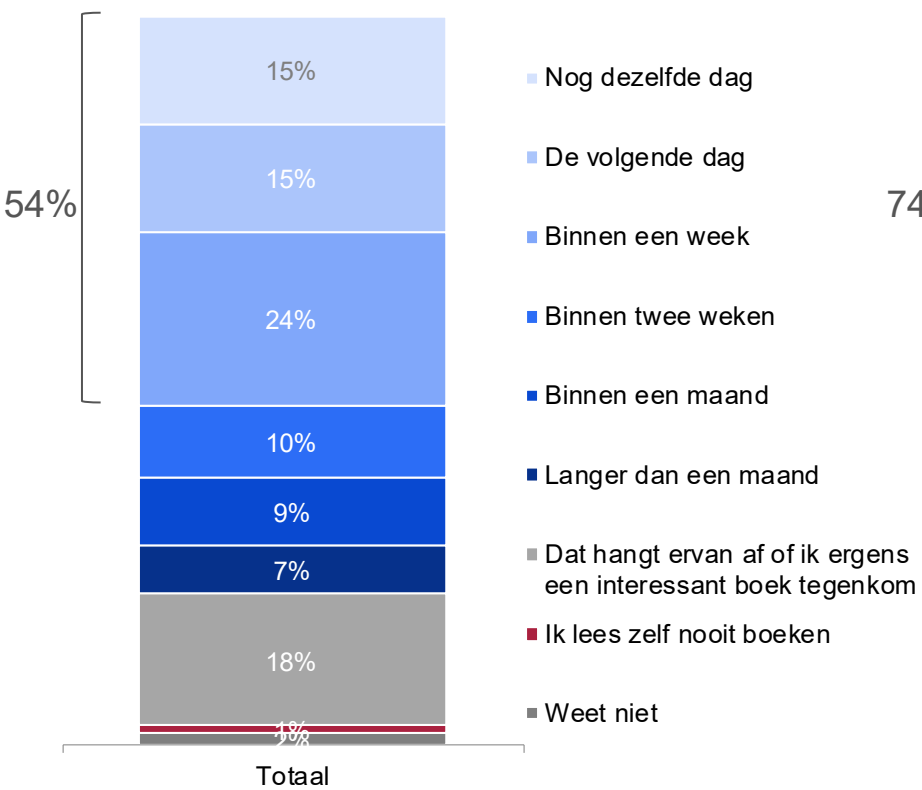


Categorisering op basis van S01 Heeft u in de afgelopen 12 maanden een boek gekocht? En S02 Heeft u in de afgelopen 12 maanden een boek geleend
Primaire koper: afgelopen kwartaal gekocht en afgelopen half jaar niet geleend (n=396); Primaire lener: afgelopen kwartaal niet gekocht en afgelopen halfjaar geleend;(n=151) .
Kopers en leners: frequent: afgelopen kwartaal gekocht en afgelopen half jaar geleend (n=246) ; Kopers en leners: infrequent: afgelopen jaar maar niet afgelopen kwartaal gekocht, afgelopen jaar geleend, maar niet afgelopen half jaar (n=216).
Basis allen die de afgelopen 12 maanden hebben gekocht of geleend (n=1010)

Heavy lezers beginnen in grote meerderheid binnen een week aan een nieuw boek.

Voor medium lezers en light lezers hangt dit er veel vaker van af van of ze ergens een interessant boek tegenkomen.

Wanneer starten met nieuw boek na laatste boek



Achtergrond

Lezers die het meest recent een e-book of luisterboek lazen, kiezen er vaker voor om direct dezelfde dag aan een nieuw boek te beginnen.

Ook leners beginnen sneller aan een nieuw boek in vergelijking met kopers.

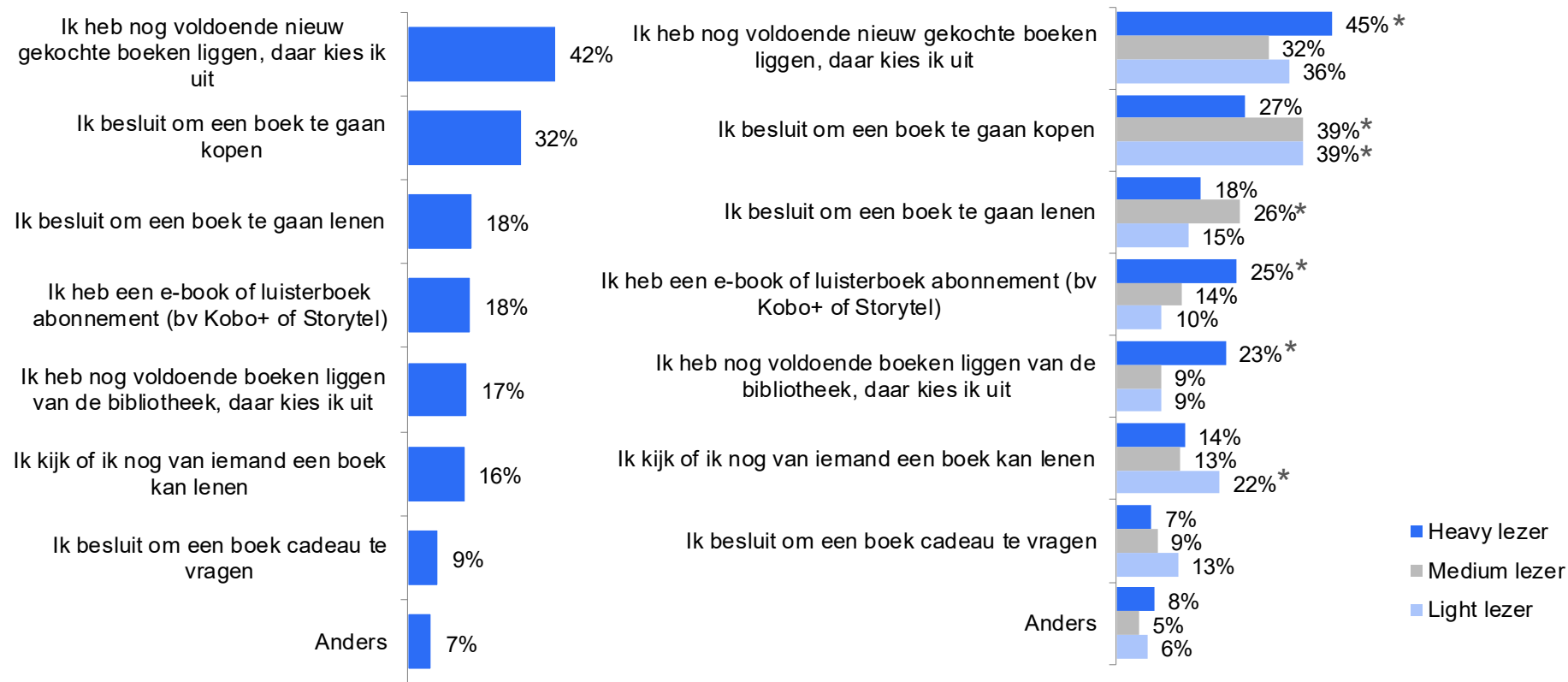
Ook lezers die hun boek via een abonnementsdienst kochten (vaker heavy lezers) beginnen sneller aan een nieuw boek.

A34: Stel u leest vandaag een boek uit. Binnen hoeveel tijd begint u dan normaalgesproken aan een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010) Heavy lezer (n=551) Medium lezer (n=168) Light lezer (n=149)

Veel lezers (en vooral heavy lezers) hebben nog genoeg boeken liggen op het moment dat een boek uit is.

Medium lezers en light lezers besluiten op dat moment vaker dan heavy lezers dat zij een boek gaan kopen.

Hoe verkrijgen van het nieuw te lezen boek – voor wie zelf leest



Achtergrond

Bibliotheekleden kiezen er vaker voor om een boek te gaan lenen of hebben nog voldoende boeken liggen uit de bibliotheek.

Light lezers kiezen er vaker voor dan de andere lezers om te kijken of zij een boek van iemand kunnen lenen. Ook zijn light lezers vaker dan heavy lezers geneigd een boek cadeau te vragen.

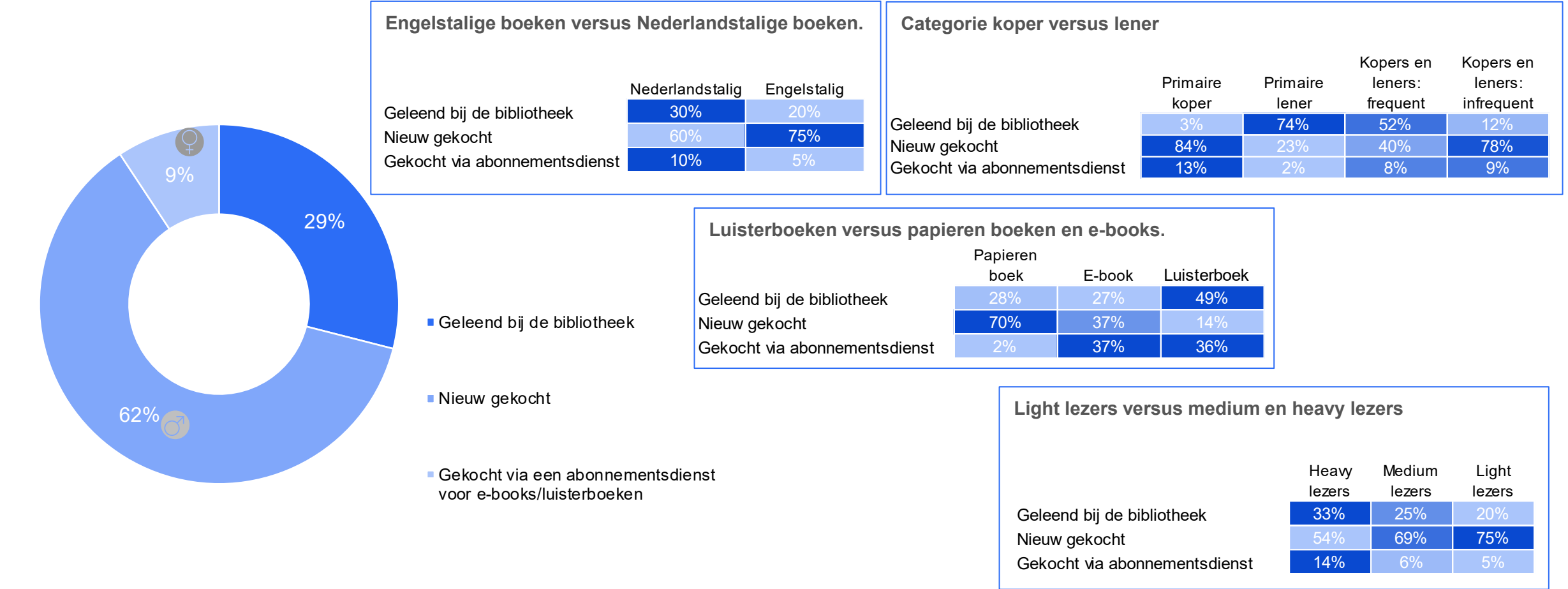
A35: Hoe komt u aan dit nieuw te lezen boek, nadat u een boek uit hebt? | Basis: Leest zelf een boek (n=999) Heavy lezer (n=551) Medium lezer (n=168) Light lezer (n=149)

* Significant hoger

Engelstalige boeken werden vaker nieuw gekocht en minder geleend dan Nederlandstalige boeken.

Luisterboeken werden relatief vaker geleend dan papieren boeken of e-books.
Light lezers kochten hun laatste boek vaker nieuw in vergelijking met heavy lezers.

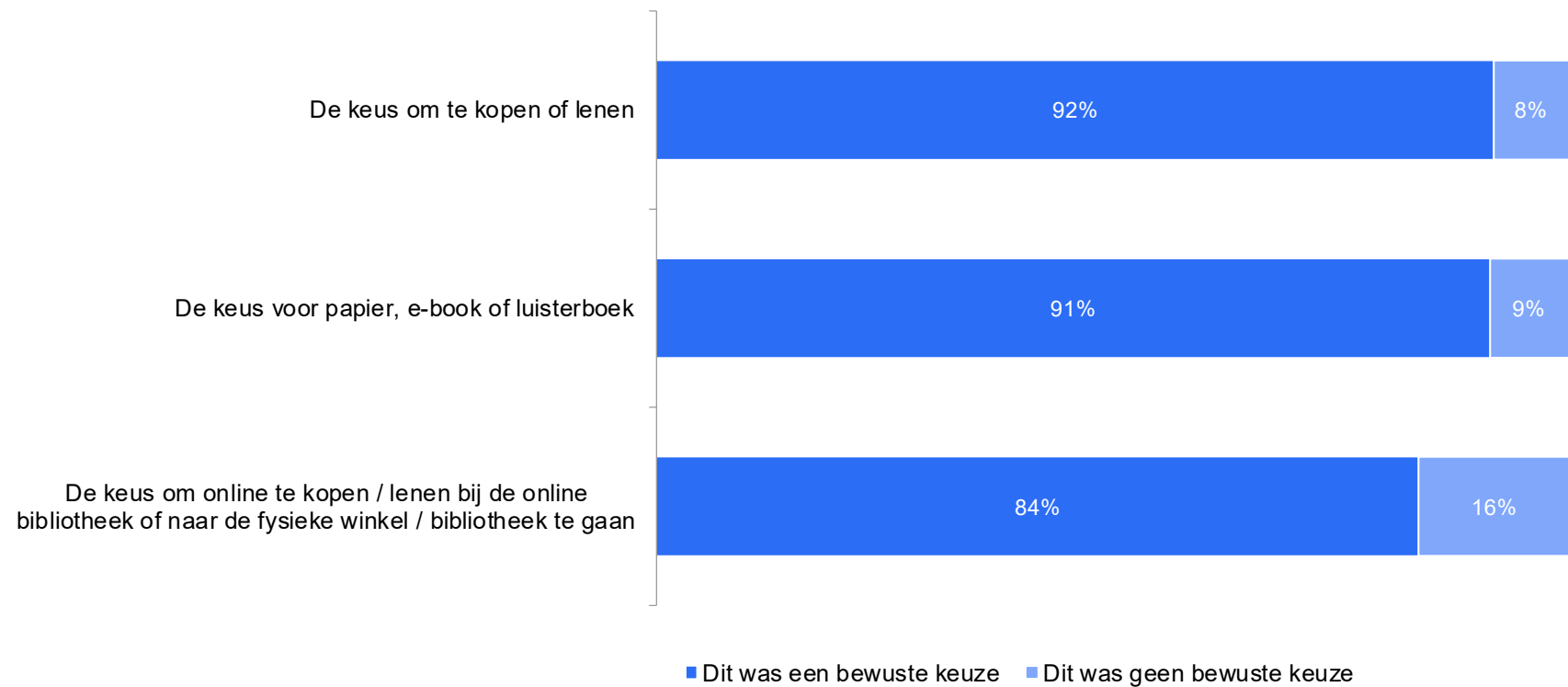
Laatste boek geleend of gekocht



A36: U heeft in de afgelopen 12 maanden een boek (online of in de fysieke winkel) gekocht en/of een boek geleend bij uw lokale of online Bibliotheek. Als we teruggaan naar de laatste keer dat u dit deed, heeft u toen een boek geleend uit de bibliotheek of hebt u toen een nieuw boek gekocht? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

De keuze om te kopen of te lenen en de keuze voor de vorm van het boek worden het vaakst bewust gemaakt.

Bewuste keuze of niet bij het kiezen van een boek



Achtergrond

De keuze om te kopen of te lenen was voor degenen die de laatste keer een papieren boek hebben gelezen vaker een bewuste keuze dan voor degenen die een e-book of luisterboek hebben gelezen/geluisterd. Kopers maken de keuze vaker bewust dan leners.

Voor degenen die de laatste keer een papieren boek of e-book hebben gelezen was de keuze tussen papier, e-book, of luisterboek vaker bewust dan voor degenen die een luisterboek hebben geluisterd.

Online of fysiek is voor Nederlandstalige boeken vaker een bewuste keuze dan voor Engelstalige boeken.

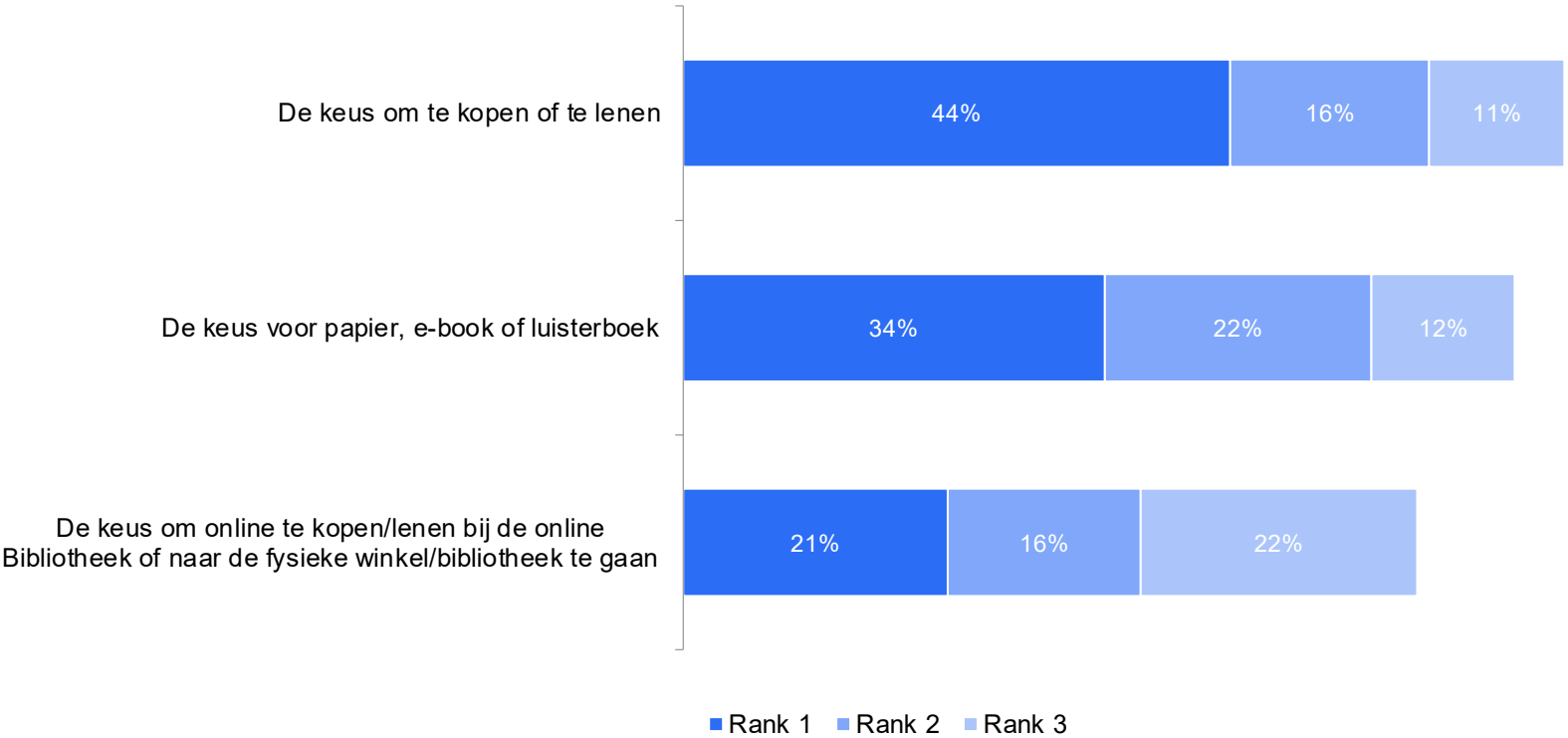
Voor papieren boeken en e-books is fysiek of online vaker een bewuste keuze dan voor luisterboeken.

A43: Hieronder staan drie keuzes die je zou kunnen maken als je een boek kiest. Welke van onderstaande keuzes maakte u zelf bewust - voor dit eerder besproken boek?
Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

De keuze om te kopen of te lenen is het vaakst de eerste keuze die gemaakt wordt.

Dit wordt gevolgd door de vorm van het boek en daarna of men het online of fysiek wil halen.

Eerste keuze bij het kiezen van een boek



Achtergrond

Voor e-book-lezers en luisterboek-lezeraars is de vorm van het boek het vaakst de eerste keuze, vervolgens kopen of lenen en dan online of fysiek.

Eerste keuze per type boek:

	Een papieren boek	Een e-book	Een luisterboek
De keuze voor:			
kopen of te lenen	49%	29%	23%
papier, e-book of luisterboek	29%	53%	58%
Online of offline	22%	18%	18%

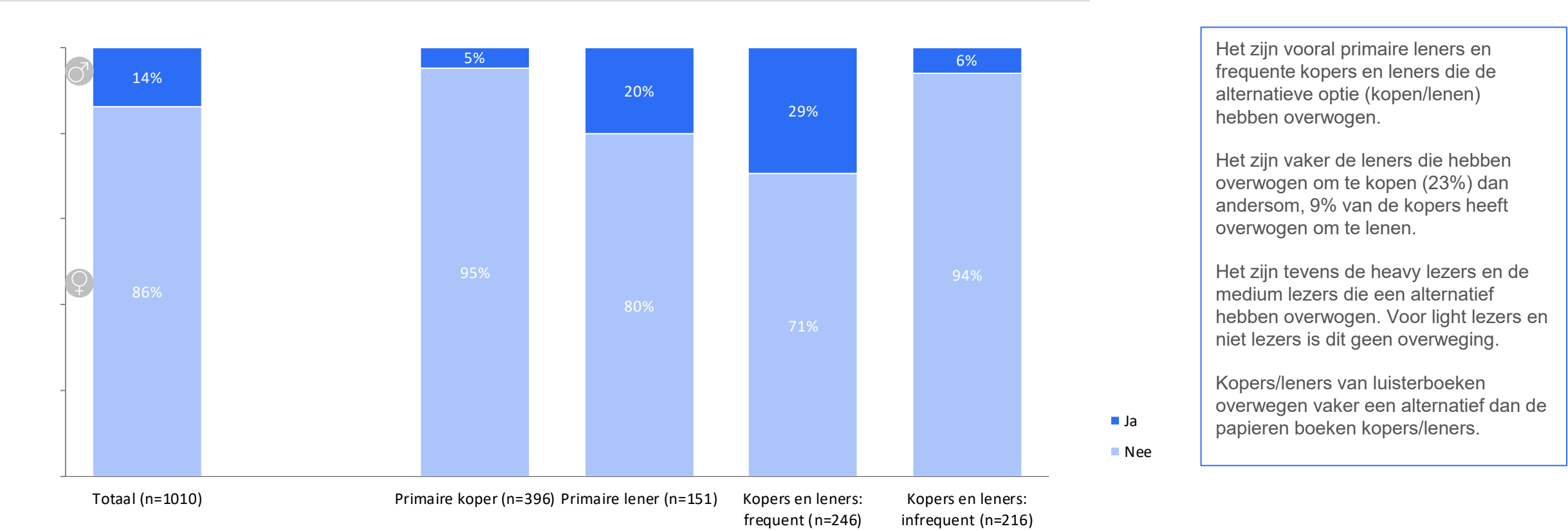
Let op: Bij het invullen van de vragenlijst was voor respondenten alleen de eerste ranking verplicht, ranking 2 of 3 was vrijwillig.

A44: Welke van onderstaande keuzes maakte u voor dit boek als eerste? En welke keuze kwam daarna en welke daarna? | Basis: Maakte een bewuste keuze (n=982)

In totaal heeft 14% van de kopers/leners overwogen om te lenen terwijl ze hebben gekocht of andersom.

De meeste consumenten besluiten vooral om of te kopen of te lenen. Vooral ‘primaire leners’ en ‘frequente kopers en leners’ overwegen een alternatief.

Laatste boek ook overwogen om te kopen in plaats van te lenen of andersom?

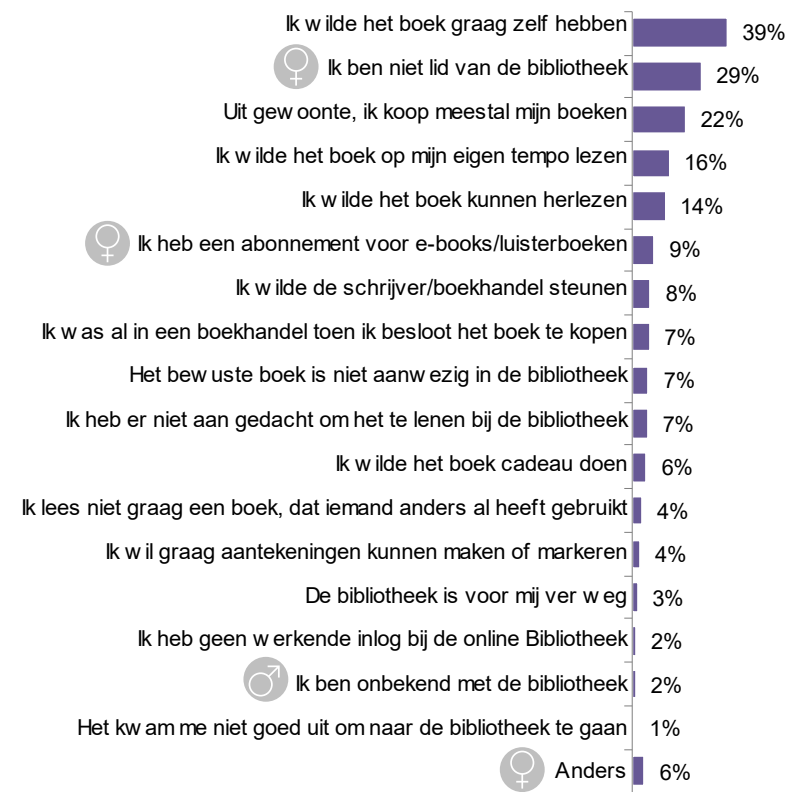


A37c: Heeft u ook overwogen om dit boek te kopen / lenen bij de bibliotheek? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

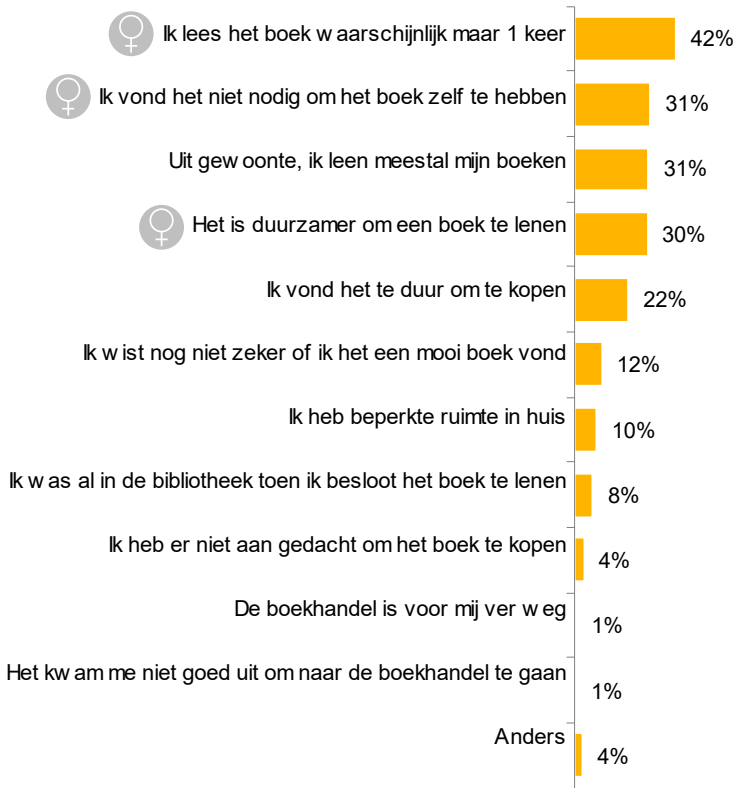
* Indicatief n<50 voor de totaal groep van de cel, dus bijv. E-book leners is in totaal n=45, 31% daarvan overweegt te kopen (n=14)

De voornaamste reden dat men koopt in plaats van leent is het graag zelf willen hebben van een boek, de belangrijkste reden dat men leent in plaats van koopt is dat men denkt het boek maar één keer te lezen.

Redenen voor kopen in plaats van lenen – onder kopers (inclusief abonnement)



Redenen voor lenen in plaats van kopen – onder leners



Achtergrond

Kopen:

Frequente kopers en leners die hun laatste boek kochten geven vaker dan de andere groepen dat het bewuste boek niet aanwezig was in de bibliotheek (19%).

Kopers die een boek in een andere taal kochten willen een boek vaker hebben. Ze houden vaker van fysiek bezit, maar willen het boek ook vaker hebben omdat de uitvoering mooi is. Ook geven zij vaker aan dat het boek niet beschikbaar is in de bibliotheek.

Light lezers die een boek kochten willen het boek vaker cadeau geven. Ditzelfde geldt voor primaire leners die een boek kochten.

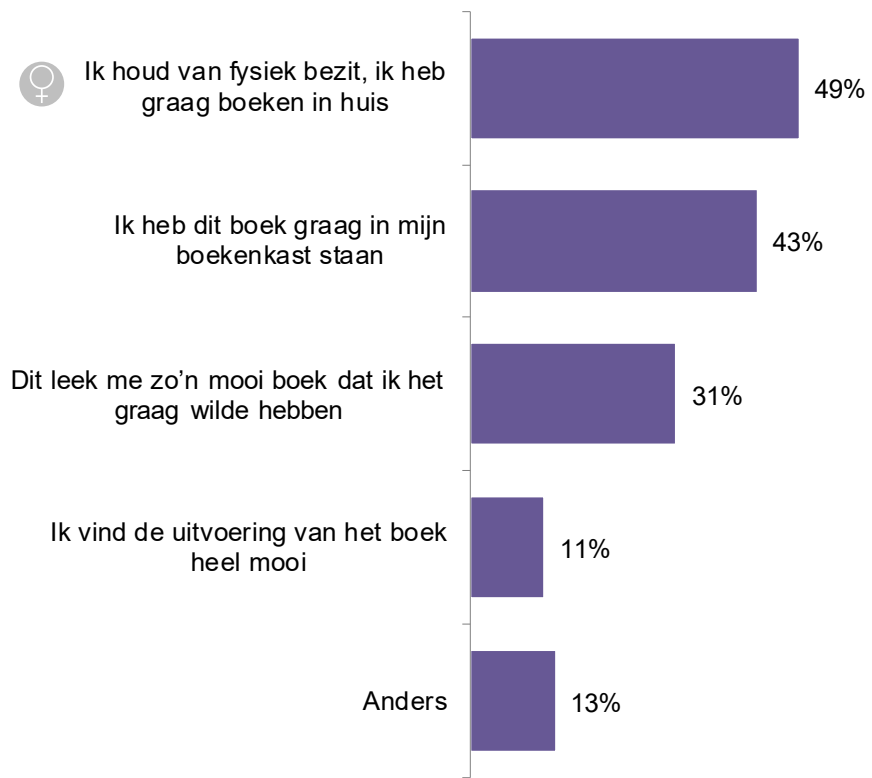
Lenen:

Frequente kopers en leners die hun laatste boek leenden geven vaker aan dan primaire leners dat kopen te duur is (29%). Ook speelt gewoonte een belangrijke rol (38%) of dat zij al in de bibliotheek waren toen ze hun keuze maakten (12%).

A37a_kopen: Wat waren voor u de reden(en) om dit boek te kopen en niet te lenen bij de bibliotheek? | Basis: Alle respondenten die de laatste keer een boek hebben gekocht (n=736)
A37a_lenen: Wat waren voor u de reden(en) om dit boek te lenen bij de bibliotheek en niet te kopen? | Basis: Alle respondenten die de laatste keer een boek hebben geleend (n=274)

De belangrijkste redenen waarom men een boek graag zelf heeft zijn: houden van fysiek bezit en/of dat men het boek graag in de boekenkast heeft staan.

Redenen waarom men het boek graag zelf wil hebben



Achtergrond

Het argument dat kopers het boek graag in de boekenkast willen hebben staan is sterker bij de doelgroep jonger dan 35 jaar.

A37b: U geeft aan dat u het boek kocht (mede) omdat u het graag zelf wilde hebben. Wat is de reden dat u het boek graag wilt hebben? | Basis: Wilde graag het boek zelf hebben (n=282)

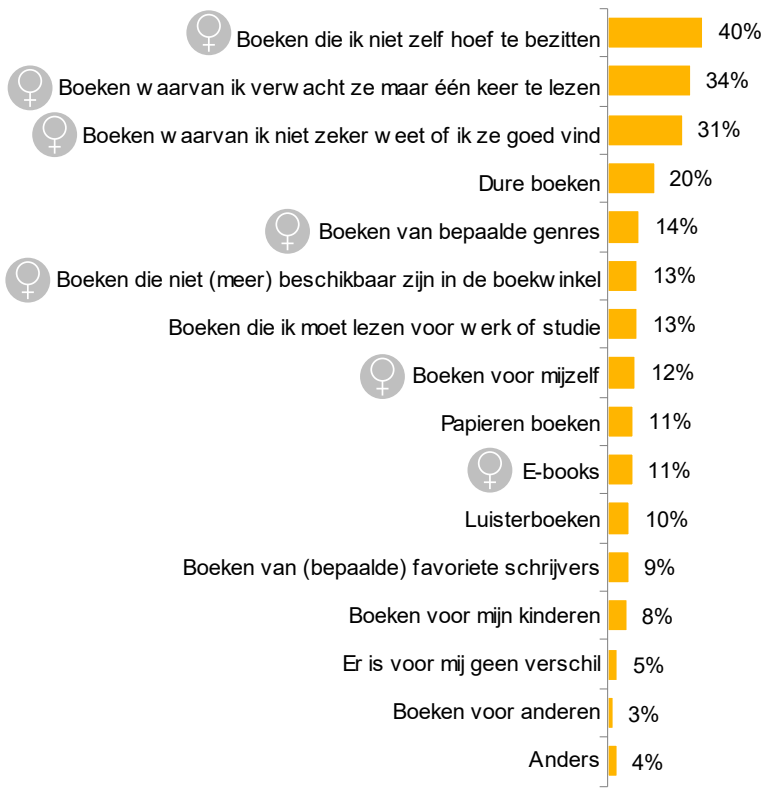
Wanneer men zowel koopt als leent, koopt men vooral wanneer men een boek cadeau wil doen, als men zeker weet dat het boek goed is of als het niet beschikbaar is in de bibliotheek.

Als men leent, is dat vaak omdat men het boek niet hoeft te bezitten, verwacht het maar één keer te lezen of nog niet weet of het boek goed is. Ook prijs speelt hier een rol.

Bij welke boeken kiest u voor kopen ipv lenen



Bij welke boeken kiest u voor lenen ipv kopen

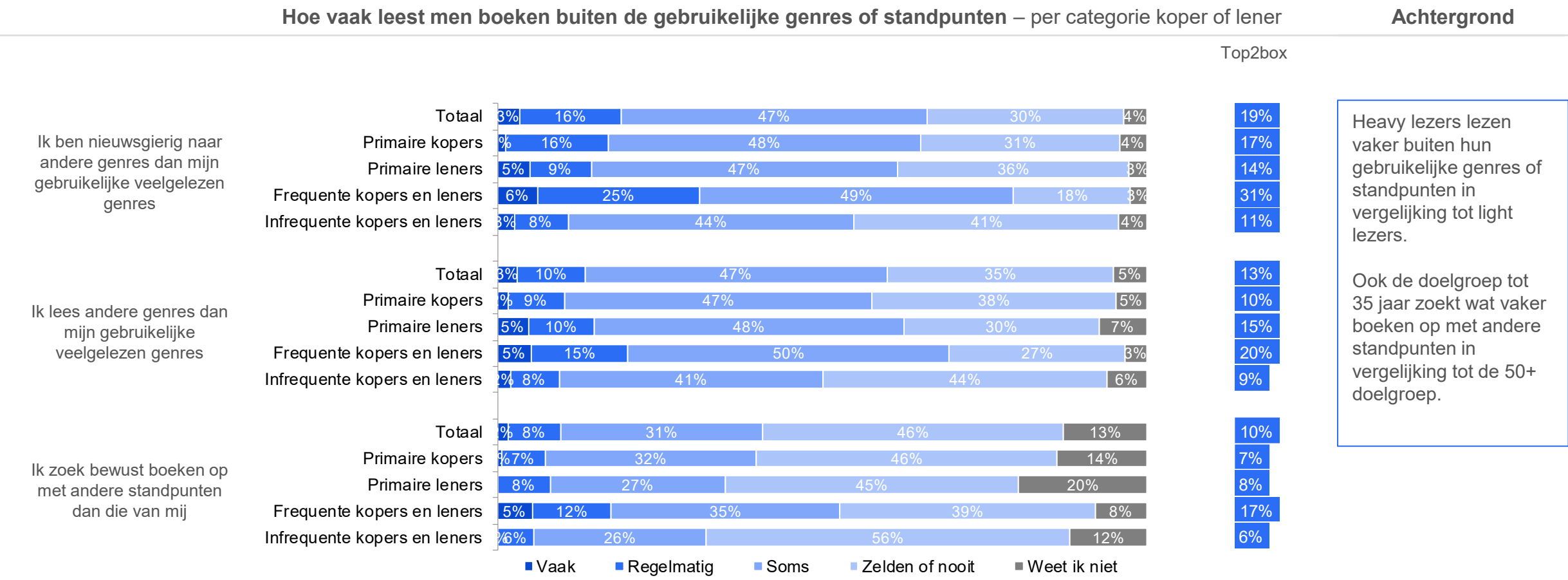


Achtergrond

Het argument 'het boek is niet zo duur' bij voorkeur voor kopen of het argument 'dure boeken' bij voorkeur voor lenen wordt vaker genoemd door de doelgroep jonger dan 35 jaar.

A37e_kopen: Wat is het verschil tussen het type boeken dat u koopt en het type boeken dat u leent? Bij welke boeken kiest u voor kopen in plaats van lenen?
A37e_lenen: En bij welke boeken kiest u voor lenen in plaats van kopen?
Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en geleend (n=385)

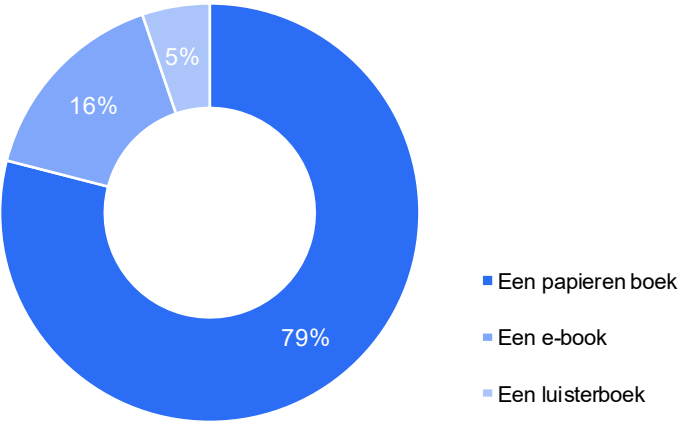
Vooral frequente kopers en leners zijn meer geneigd buiten hun gebruikelijke genres of standpunten te lezen dan kopers. Dit zijn tevens vaker heavy lezers.



C25: Hoe vaak ervaart u de volgende zaken? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht (n=1010)

Een kwart van de kopers/leners van de afgelopen 12 maanden (26%) heeft een andere vorm overwogen. Dit zijn vaker degenen die het laatst een e-book of luisterboek hebben verkregen.

Vorm laatste boek



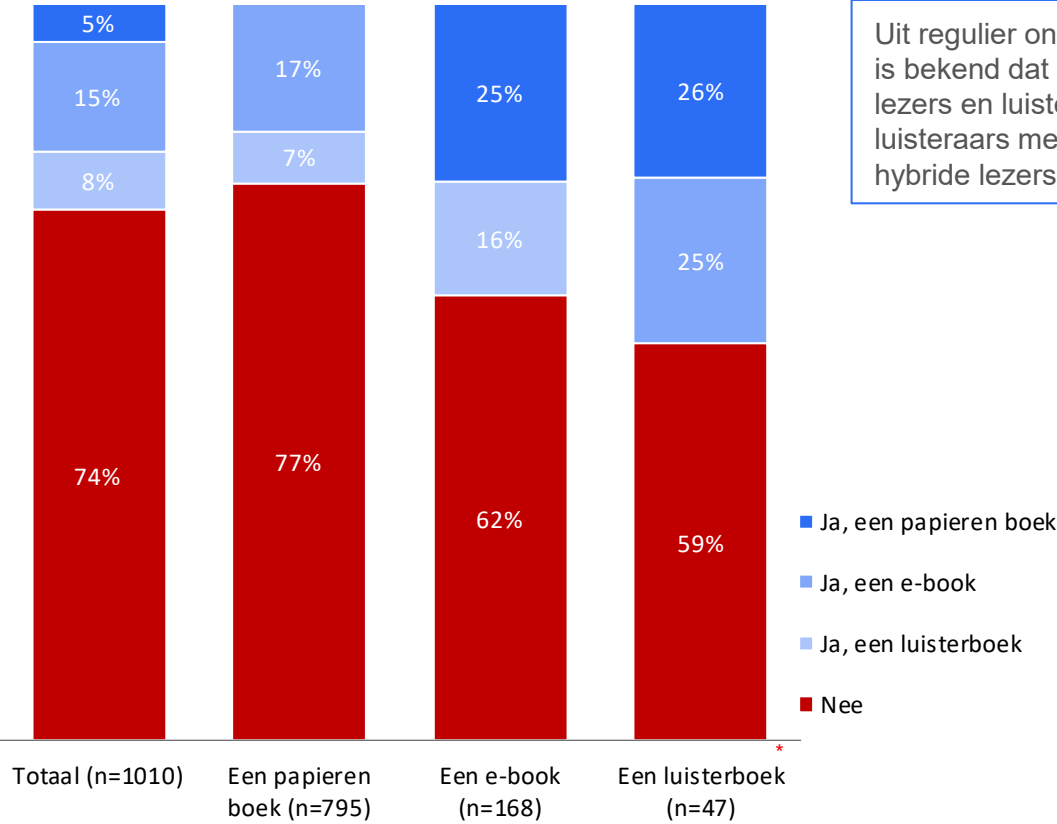
Via de bibliotheek uitgeleende boeken*:

Type	
Papieren boek	86%
E-boek	10%
luisterboek	4%

Scandata, van verhouding papieren boeken en Nederlandstalige e-boeken (12 maanden):

Type	Afzetaandeel	Omzetaandeel
E-boeken	9%	6%
Papieren boeken	91%	94%
	100%	100%

Andere vorm boek overwogen



Uit regulier onderzoek is bekend dat e-book= lezers en luisterboek= luisteraars meestal hybride lezers zijn.

A38: Laatste geleende / gekochte boek was ... | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)
A39b: Heeft u ook overwogen om een andere vorm van boek te kiezen? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)
* Bron: Bibliotheekstatistiek 2024

Voor 28% van de e-book kopers/leners is de lagere prijs een reden voor hun keuze voor het e-book. Dit argument zien we maar zelden terug bij kopers/leners van luisterboeken of papieren boeken.



A39a: Wat waren voor u de reden(en) om een papieren boek / e-book / luisterboek te kopen / lenen bij de bibliotheek en niet één van de andere vormen van boeken?
Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend

* Indicatief n<50

2 Klantreis voor degenen die hun laatste boek hebben gekocht

Klantreis voor kopers

01

De meerderheid van de kopers die een boek uitlezen heeft al een ander gekocht boek klaarliggen, maar een groot deel van de kopers (44%) besluit om een nieuw boek te kopen. Dit zijn vaker jongere kopers (tot 35 jaar).

Gekochte boeken zijn vaker non-fictie dan geleende boeken.

81% van de gekochte boeken is Nederlandstalig. Het zijn met name de jongste kopers (tot 35 jaar) die Engelstalige boeken kopen.



03

Men komt in eerste instantie tot de keuze van een boek door de schrijver. Men vindt de auteur goed. Maar een goede tweede is omdat het boek onderdeel is van een serie. Dit is vooral voor de jongere doelgroep (14-34 jaar) een veelgenoemd argument.

02

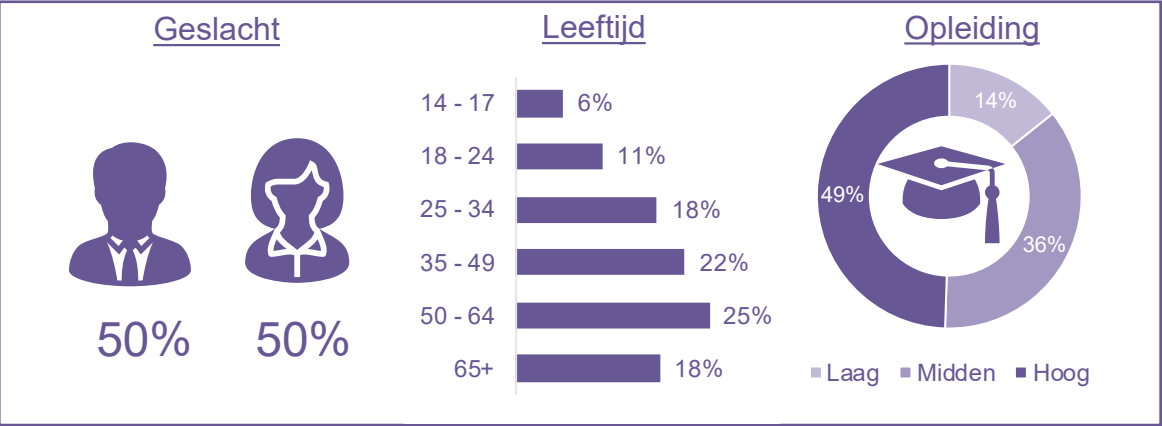
Het aandeel kopers dat koopt in het fysieke aankoopkanaal is ongeveer even groot als het aandeel online kopers. Een aanzienlijk deel overweegt het alternatieve kanaal.

De belangrijkste reden om de fysieke winkel te bezoeken is het steunen van de lokale ondernemer en de goede bereikbaarheid. 24 uur per dag kunnen kopen en een breed aanbod zijn de belangrijkste argumenten om online te kopen.

04

De totale klantreis is kort. Tussen het voor eerst horen over een boek en het kopen van dit boek zit voor het merendeel maximaal 2 weken; voor 46% is dit niet meer dan een paar dagen.

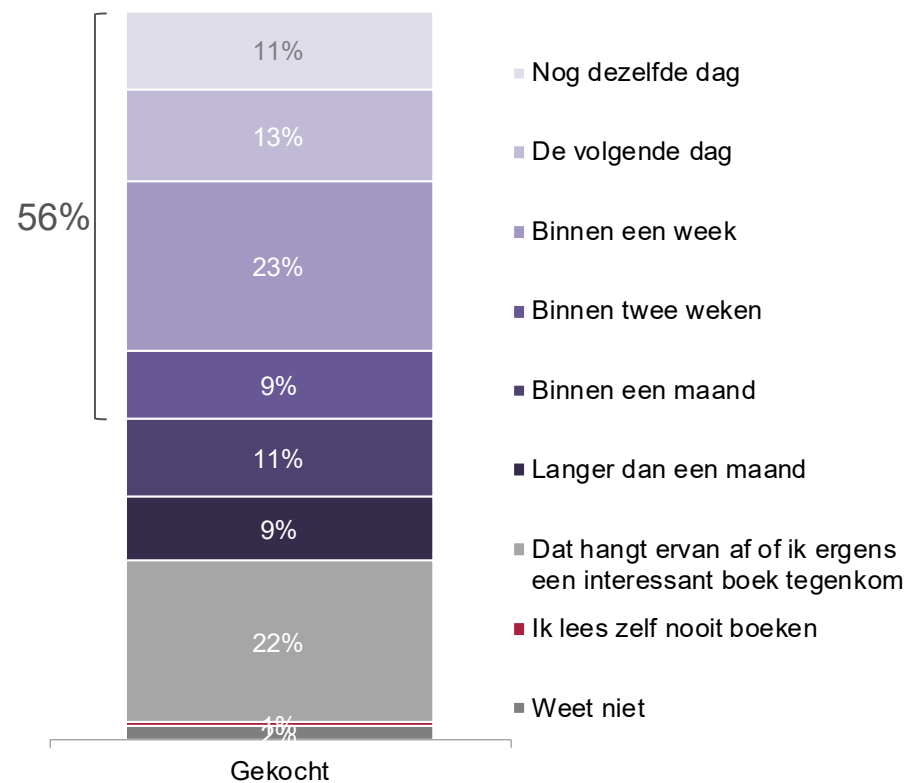
Profielslide – Laatste boek gekocht (exclusief abonnement)



De helft van de kopers (47%) start binnen een week een nieuw boek wanneer een boek uit is.

De meeste lezers hebben al een gekocht boek liggen, maar een groot deel (44%) besluit om een nieuw boek te kopen.

Wanneer starten met nieuw boek na laatste boek – onder kopers (exclusief abonnement)



Hoe verkrijgen van het nieuw te lezen boek – Onder kopers (exclusief abonnement)



Achtergrond

Heavy lezers (die een boek kochten) starten veel vaker direct een nieuw boek (38% binnen een paar dagen) dan medium of light lezers. Voor medium lezers is dit vaak binnen een week of een maand (47%). Voor light lezers soms nog langer. Vaak hangt het ervan af of zij ergens een interessant boek tegenkomen. Vrouwen (vaker heavy lezers) starten doorgaans sneller met een nieuw boek dan mannen.

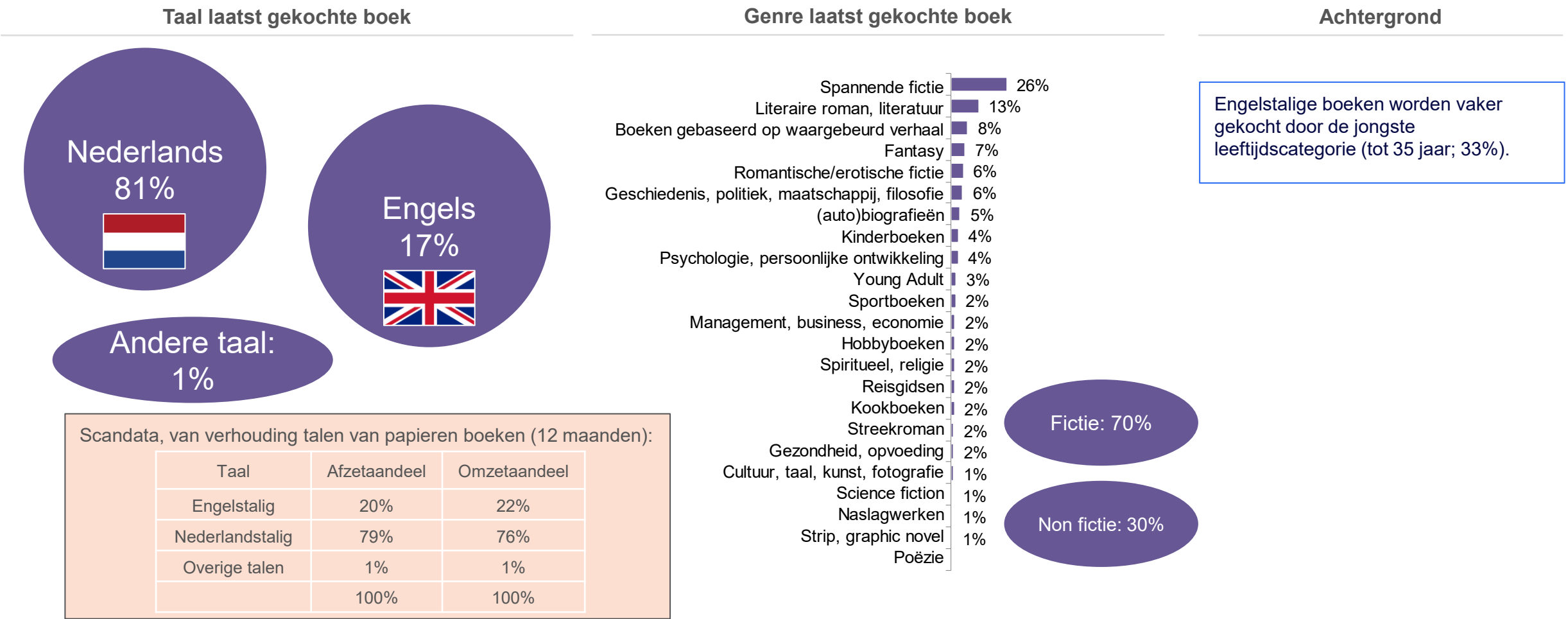
Heavy lezers hebben vaker dan light lezers vaak nog nieuw gekochte boeken liggen om te lezen of een abonnement op e-books of luisterboeken.

Jongere kopers (tot 35 jaar) besluiten juist vaker om een boek te gaan kopen of lenen, of hebben nog boeken liggen van de bibliotheek.

A34: Stel u leest vandaag een boek uit. Binnen hoeveel tijd begint u dan normaalgesproken aan een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben gekocht en/of geleend (n=634)
A35: Hoe komt u aan dit nieuw te lezen boek, nadat u een boek uit hebt? | Basis: Leest zelf een boek (n=629)

Van degenen die het laatste boek gekocht hebben, heeft 81% een Nederlands boek gekocht.

Engelstalige boeken worden vaker gekocht dan geleend. Het laatste gekochte boek was vaker non-fictie dan het laatste geleende boek.



A37: Welke taal had dit boek dat u geleend / gekocht heeft?
L04c: Welke genre was dit boek dat u geleend / gekocht heeft?
Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben gekocht (n=634)

Van de kopers kocht 46% het laatste boek in een fysieke boekwinkel, 47% kocht online.

31% van de fysieke kopers heeft een online aankoop overwogen. 42% van de online kopers heeft overwogen om bij een fysieke boekwinkel te kopen. De belangrijkste reden voor een kanaal is het makkelijk kunnen zoeken naar boeken en ruime keuze.



Overweging ander aankoopkanaal – voor kopers (exclusief abonnement)

Een internetboekwinkel

16%

Een willekeurige fysieke boekwinkel

14%

De fysieke boekwinkel waar ik altijd kom

13%

De website van de fysieke boekwinkel

6%

Een commercieel e-book/luisterboeken abonnement

2%

Ergens anders

1%

Nee

57%

A40_kopen: En heeft u dit meest recente boek gekocht bij:

A41_kopen: Wat waren voor u de redenen om dit boek te kopen bij een fysieke / online winkel?

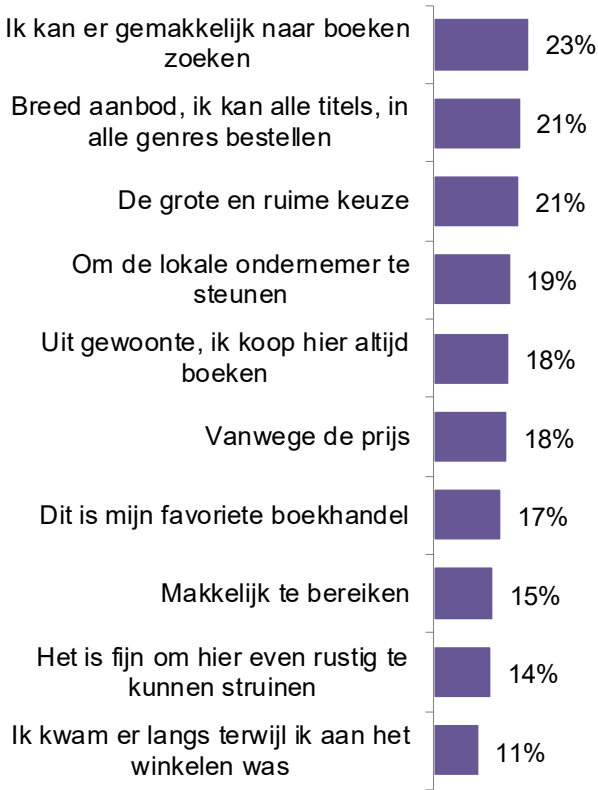
Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben gekocht (n=634)

A41a_kopen: Heeft u ook overwogen om een andere type winkel te kiezen? | Basis: Alle respondenten die de laatste keer een boek hebben gekocht, maar niet via een abonnementsdienst voor e-books/luisterboeken (n=634)

De belangrijkste reden voor online kopers is het brede aanbod, altijd kunnen winkelen en het zoekgemak; voor fysieke kopers is het steunen van lokale ondernemers het belangrijkste.

Goed bereikbaar, favoriete winkel, fijn om te kunnen struinen zijn tevens belangrijke elementen voor fysiek winkelen.

Redenen keuze voor aankoopkanaal, top 10 – voor kopers (exclusief abonnement) totaal (n=634)



Redenen keuze voor aankoopkanaal, top 10 – voor online kopers (exclusief abonnement)



Redenen keuze voor aankoopkanaal, top 10 – voor kopers (exclusief abonnement) bij fysieke winkel



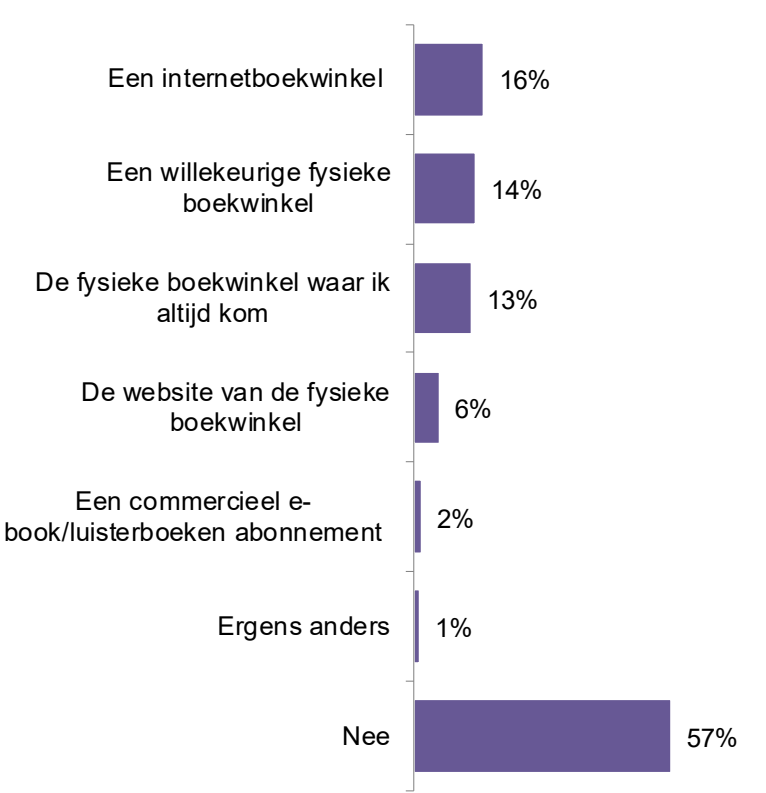
■ Laatste boek online gekocht (n=237)

■ Laatste boek fysiek gekocht (n=317)

A41_kopen: Wat waren voor u de redenen om dit boek te kopen bij een fysieke / online winkel?
Basis: Alle respondenten die de laatste keer een boek hebben gekocht, maar niet via een abonnementsdienst voor e-books/luisterboeken (n=634)

Wanneer online kopers een ander kanaal overwegen is dit voor een groot deel hun bekende fysieke boekwinkel; voor degenen die kopen bij de fysieke boekwinkel is een internetboekwinkel het meest overwogen alternatief.

Overweging ander aankoopkanaal – voor kopers (exclusief abonnement) totaal (n=634)



Overweging ander aankoopkanaal – voor online kopers (exclusief abonnement)



Overweging ander aankoopkanaal – voor kopers (exclusief abonnement) bij fysieke winkel



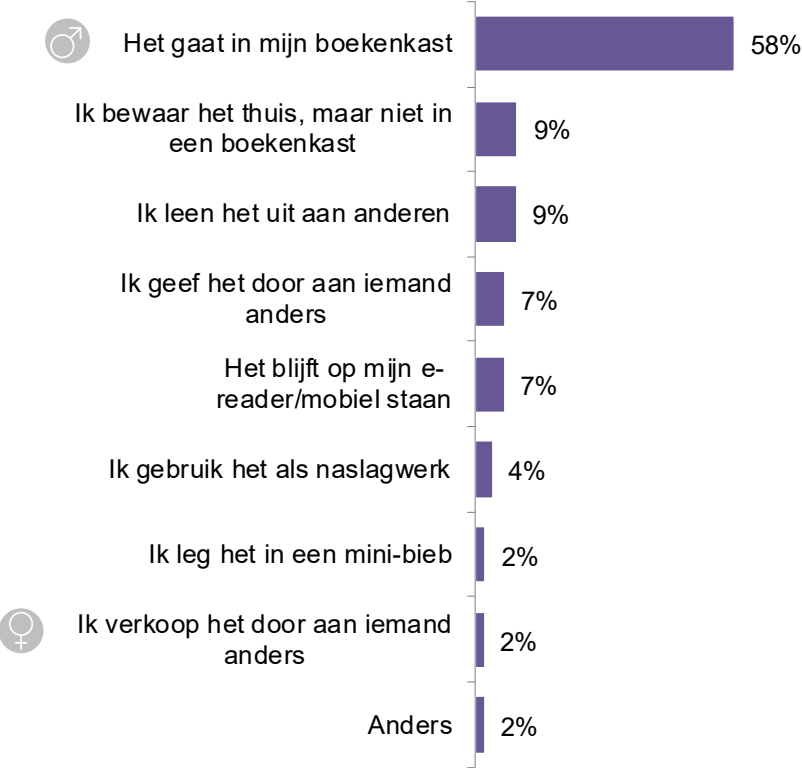
■ Laatste boek online gekocht (n=215)

■ Laatste boek fysiek gekocht (n=347)

A41a_kopen: Heeft u ook overwogen om een andere type winkel te kiezen?
Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben gekocht, maar niet via een abonnementsdienst voor e-books/luisterboeken (n=634)

Bij de meeste kopers (58%) gaat een uitgelezen boek de boekenkast in.

Wat doen met uitgelezen gekochte boek



Achtergrond

Heavy en medium lezers kiezen vaker voor de boekenkast dan de light lezers. De light lezers kiezen er juist vaker voor het thuis bewaren, maar niet in de boekenkast. Ook geven zij het vaker door aan iemand anders dan de heavy lezers.

A42: Als u dit boek uit hebt, wat doet u hier dan mee? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben gekocht, maar niet het boek cadeau wilde doen (n=597)

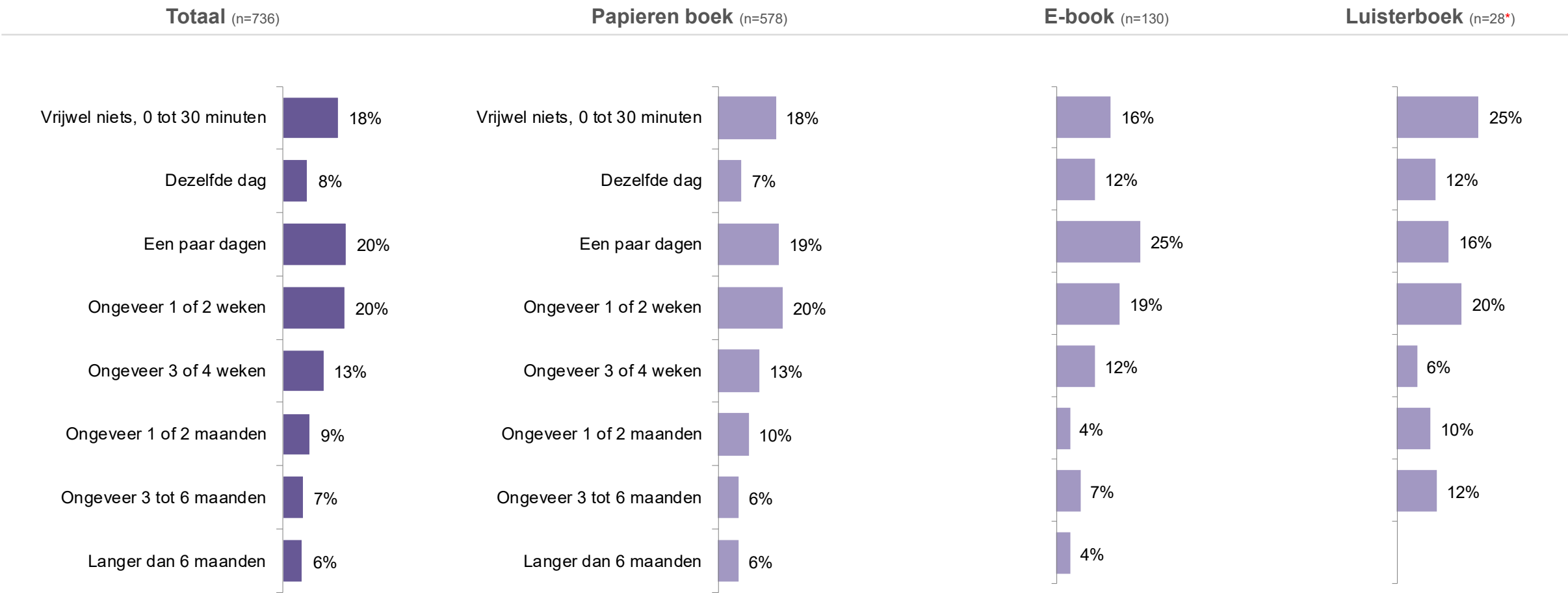
De belangrijkste reden om een specifiek boek te kopen is dat men de auteur waardeert. Daarnaast speelt het feit dat een boek onderdeel is van een serie een relevante rol in de keuze.



B17: Kunt u aangeven hoe u tot de keuze van het geleende / gekochte boek bent gekomen? Wat speelde hier allemaal een rol bij? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben gekocht (n=634)
B18: De volgende onderdelen speelden voor u een rol. Wat was het eerste dat u op het pad van dit boek bracht? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=587)
B19: En welke was het meest belangrijk bij uw keuze voor dit boek? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=587)

Tussen het voor eerst horen over een boek en het kopen van het boek zit voor het merendeel maximaal 2 weken de tijd; Voor 46% is dit niet meer dan een paar dagen.

Tijd tussen horen over het boek en kopen (inclusief abonnement)



B20: Hoeveel tijd heeft het geduurd tussen de eerste keer dat u over dit boek hoorde, tot het moment dat u het boek gekocht hebt? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben gekocht

* Indicatief n<50

3 Klantreis voor degenen die hun laatste boek hebben geleend

Klantreis voor leners

01

Twee derde van de leners (64%) start binnen een week een nieuw boek wanneer een boek uit is. Dit is aanzienlijk meer dan bij de kopers, waar 47% binnen een week aan een nieuw boek begint.

Heavy lezers hebben vaker dan light lezers vaak nog voldoende boeken liggen van de bibliotheek om te lezen. Medium lezers besluiten juist om een boek te gaan lenen. Light lezers en heavy lezers kijken vaker dan medium lezers of ze nog een boek van iemand kunnen lenen.

02

Het laatst geleende boek was vaker een streekroman of een reisgids dan bij het laatst gekochte boek. 76% van de geleende boeken is fictie. Ook dit is meer dan bij kopers waar 70% fictie was.

Van de leners leende het overgrote deel (78%) hun laatste boek in de lokale bibliotheek, 22% leende online. Het argument is veelal gewoonte en gemak. Een op de vijf leners heeft een alternatief kanaal overwogen. Meestal zijn dit online leners die de fysieke bibliotheek overwogen (27%).



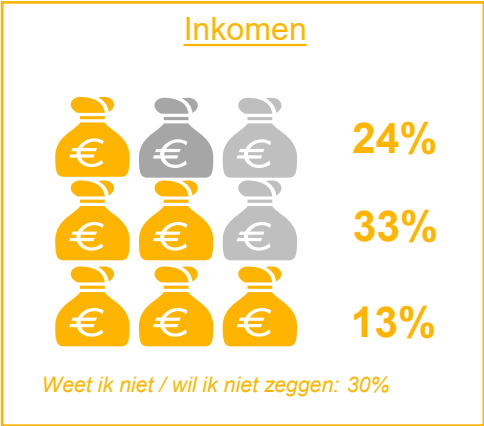
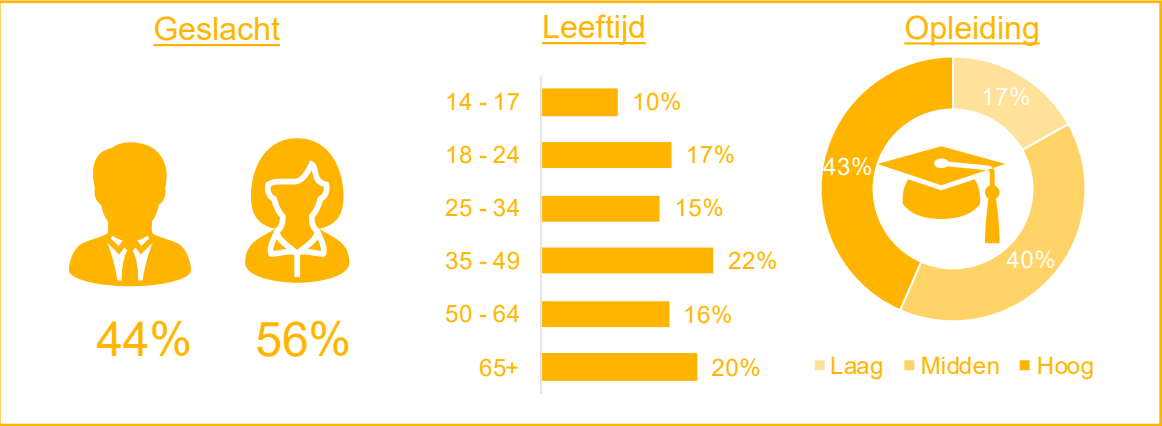
03

Men komt in eerste instantie tot de keuze van een boek door de schrijver. Men vindt de auteur goed. De bibliotheek zelf is een goede tweede. Veel mensen laten zich ter plekke inspireren. Ook van belang is of het boek onderdeel is van een serie. Dit is vooral voor de jongere doelgroep (14-49 jaar) een veelgenoemd argument.

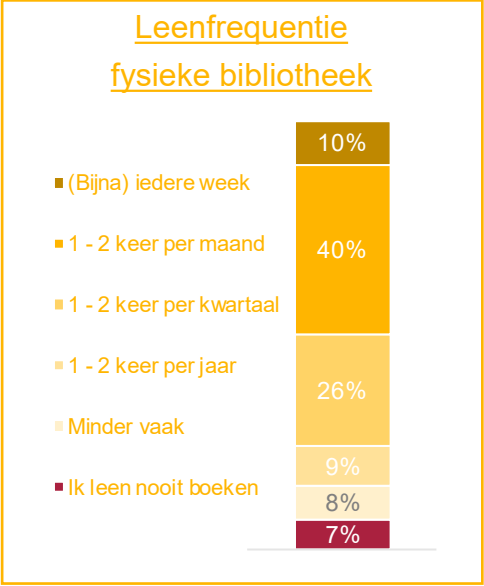
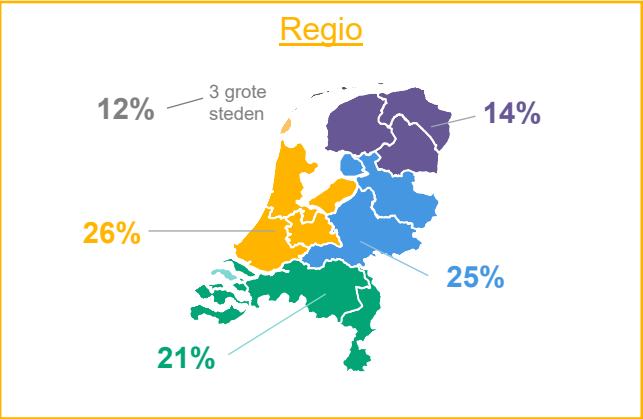
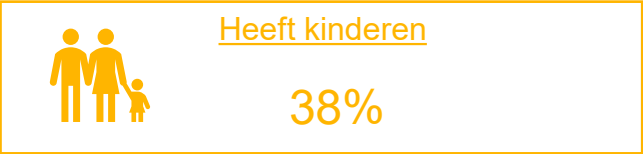
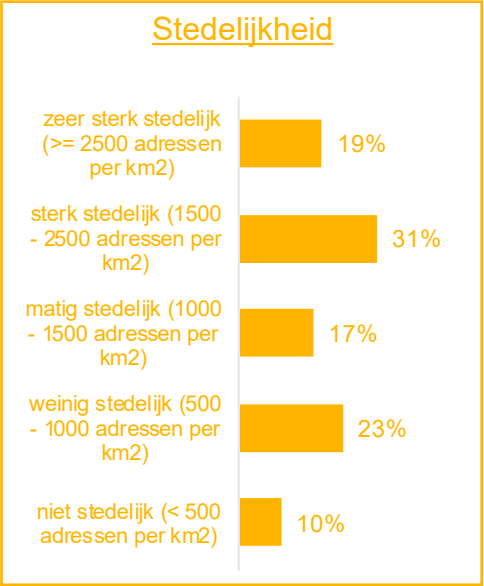
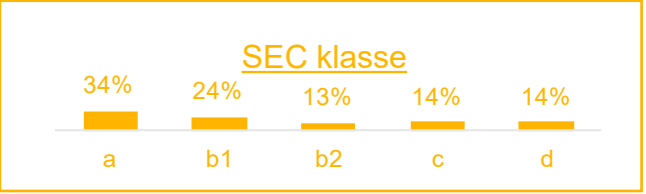
04

Ook voor het lenen van boeken is de totale klantreis kort. Tussen het voor eerst horen over een boek en het lenen van dit boek zit voor het merendeel maar een paar dagen tijd.

Profielslide – Laatste boek geleend

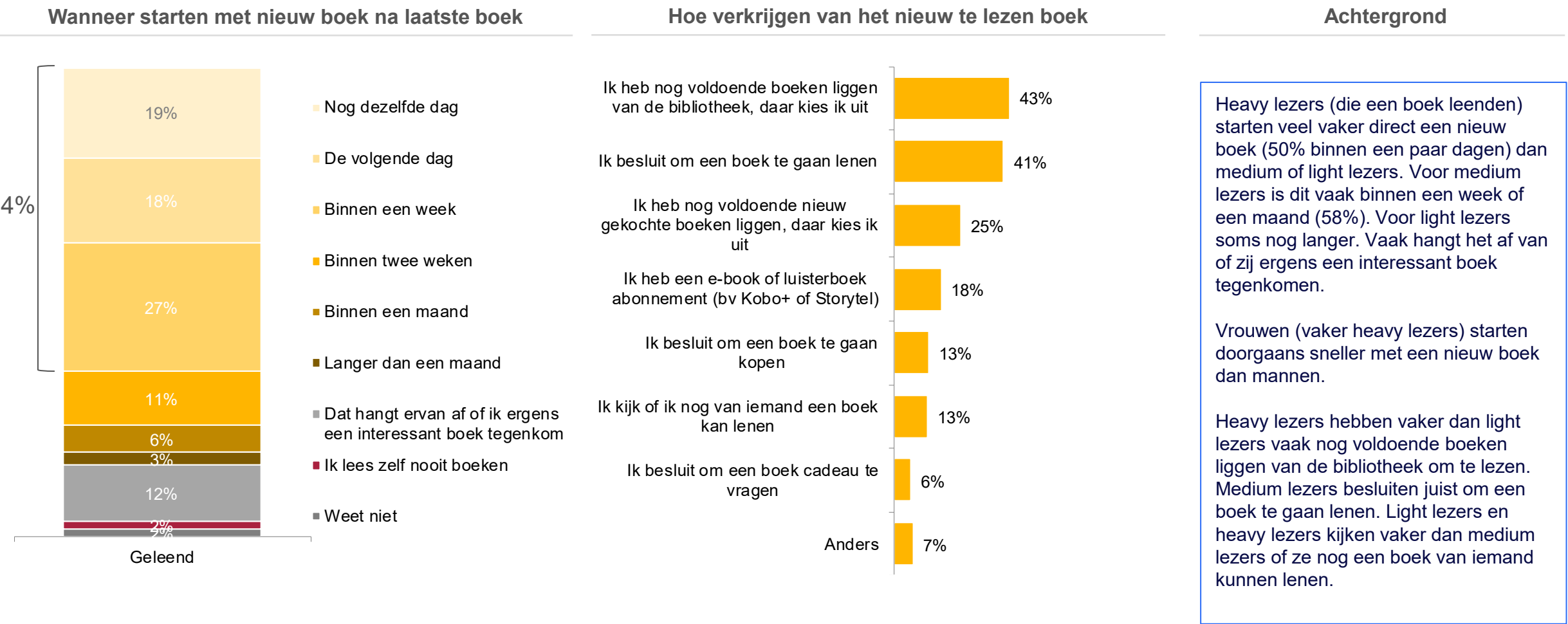


Categorie koper/lener		Type lezer	
Primaire koper	4%	Heavy	60%
Primaire lener	41%	Medium	15%
Frequente koper/lener	46%	Light	12%
Infrequente koper/lener	9%	Nooit	13%



Twee derde van de leners (64%) start binnen een week een nieuw boek wanneer een boek uit is.

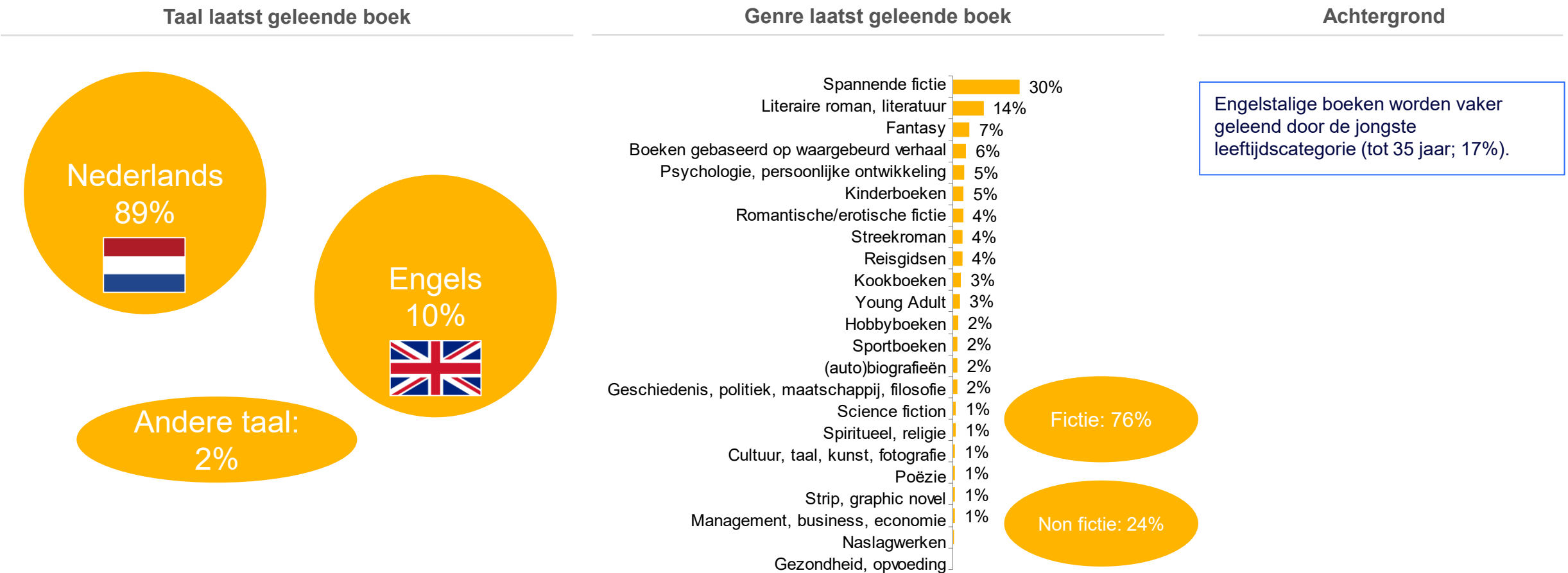
Dit is meer dan bij de kopers, waar 47% binnen een week aan een nieuw boek begint.



A34: Stel u leest vandaag een boek uit. Binnen hoeveel tijd begint u dan normaalgesproken aan een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben geleend (n=274)
A35: Hoe komt u aan dit nieuw te lezen boek, nadat u een boek uit hebt? | Basis: Leest zelf een boek (n=268)

Van degenen die het laatste boek geleend hebben, heeft 89% een Nederlands boek geleend.

Het laatste geleende boek was vaker een streekroman of een reisgids in vergelijking tot het laatste gekochte boek.



A37: Welke taal had dit boek dat u geleend / gekocht heeft?
L04c: Welke genre was dit boek dat u geleend / gekocht heeft?
Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben geleend (n=274)

Van de leners leende het overgrote deel (78%) hun laatste boek in de lokale bibliotheek, 22% leende online.

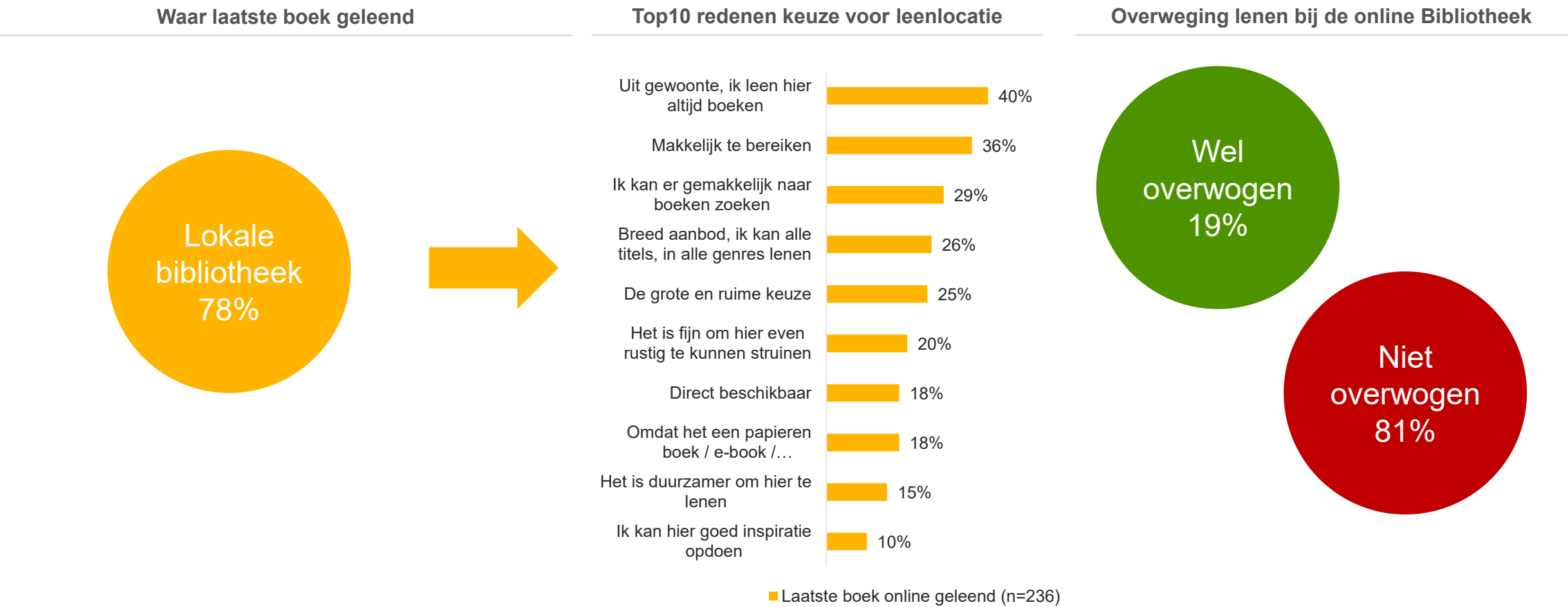
Gewoonte en gemak zijn de belangrijkste argumenten voor de gekozen lokatie.



A40_lenen: En heeft u dit meest recente boek geleend bij:
A41_lenen: Wat waren voor u de redenen om dit boek te lenen bij de lokale / online bibliotheek?
Basis: Alle respondenten die de laatste keer een boek hebben geleend (n=274)
A41a_lenen: Heeft u ook overwogen om het boek via de online Bibliotheek / lokale bibliotheek te lenen? | Basis: Alle respondenten die hun laatste hebben geleend (n=274)

Voor degenen die bij de lokale bibliotheek leenden is dit vooral uit gewoonte en omdat deze gemakkelijk te bereiken is.

19% van degenen die hun laatste boek fysiek leenden hebben overwogen om online te lenen.



A40_lenen: En heeft u dit meest recente boek geleend bij:
A41_lenen: Wat waren voor u de redenen om dit boek te lenen bij de lokale / online bibliotheek?
Basis: Alle respondenten die de laatste keer een boek hebben geleend (n=274)
A41a_lenen: Heeft u ook overwogen om het boek via de online Bibliotheek / lokale bibliotheek te lenen? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben geleend (n=274)

Voor degenen die hun laatste boek leenden via de online bibliotheek is de directe beschikbaarheid de belangrijkste reden om hier te lenen. Het is bovendien prettig om vanuit huis te kunnen lenen.

27% van degenen die hun laatste boek online leenden hebben overwogen om fysiek te lenen.



A40_lenen: En heeft u dit meest recente boek geleend bij:

A41_lenen: Wat waren voor u de redenen om dit boek te lenen bij de lokale / online bibliotheek?

Basis: Alle respondenten die de laatste keer een boek hebben geleend (n=274)

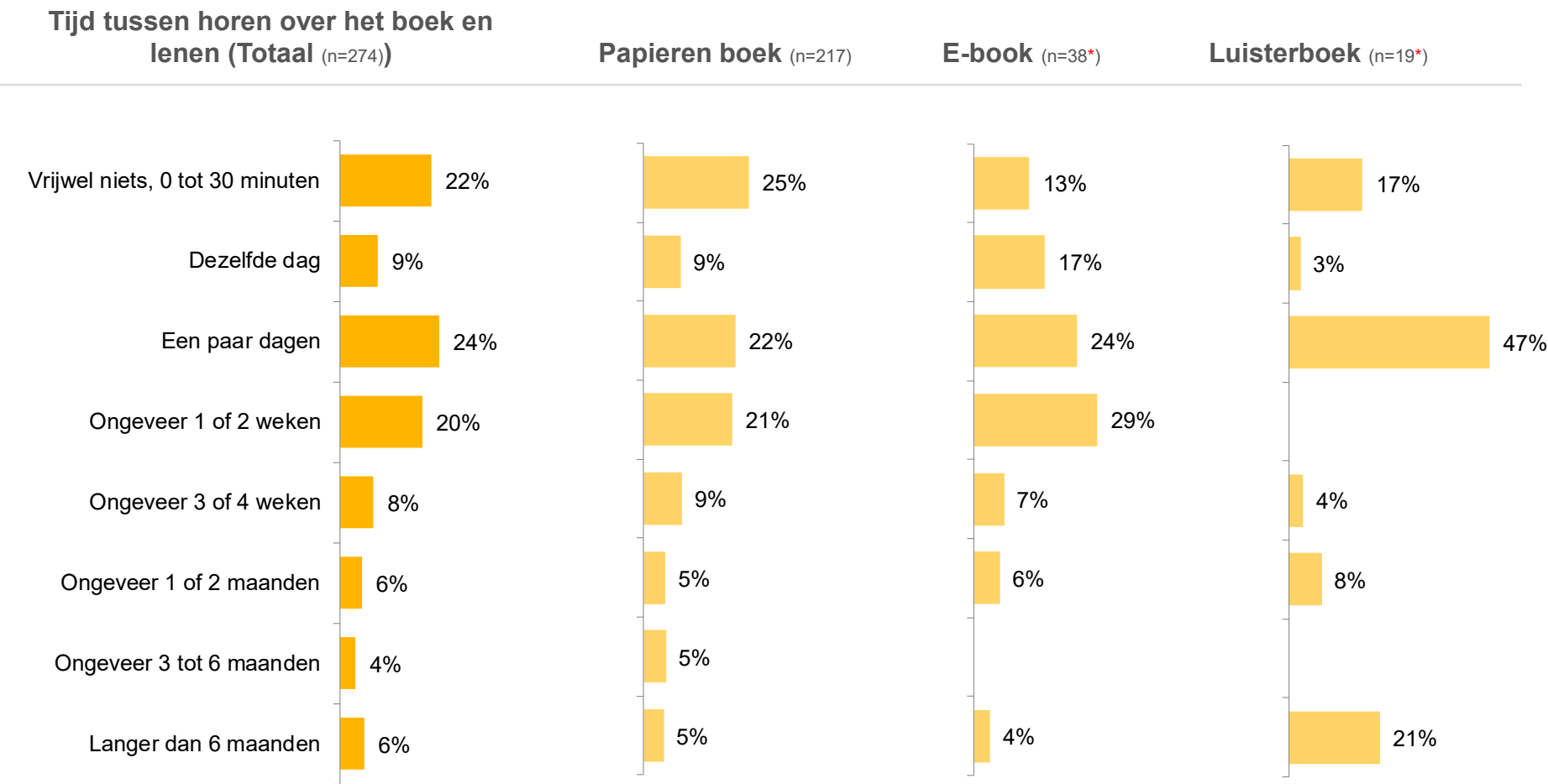
A41a_lenen: Heeft u ook overwogen om het boek via de online Bibliotheek / lokale bibliotheek te lenen? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben geleend (n=274)

Naast waardering voor de auteur speelt ook mee of een boek onderdeel is van een serie. Daarnaast speelt de lokale bibliotheek een belangrijke rol bij de keuze.



B17: Kunt u aangeven hoe u tot de keuze van het geleende / gekochte boek bent gekomen? Wat speelde hier allemaal een rol bij? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben geleend (n=274)
B18: De volgende onderdelen speelden voor u een rol. Wat was het eerste dat u op het pad van dit boek bracht? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=250)
B19: En welke was het meest belangrijk bij uw keuze voor dit boek? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=250)

Voor degenen die een boek lenen zit er vaak minder tijd tussen het horen over het boek en het lenen dan bij kopers, bijna een derde (31%) leent op dezelfde dag als dat men over het boek hoort; bij kopers was dit 26%.



B20: Hoeveel tijd heeft het geduurd tussen de eerste keer dat u over dit boek hoorde, tot het moment dat u het boek geleend hebt? | Basis: Alle respondenten die hun laatste boek hebben geleend (n=274)

4 Retailacties bibliotheek en boekhandel

Retailacties

01

Voor 66% van de boekwinkelbezoekers was het bezoek vooraf gepland, wat impliceert dat een substantieel aandeel spontaan binnenloopt. Daarnaast koopt 33% van de bezoekers een boek dat men vooraf niet van plan was te kopen.

Verder heeft 15% van de bezoekers actief om advies gevraagd, terwijl 18% spontaan door winkelpersoneel werd benaderd.

02

De presentertafel en de top-10-lijst worden aanzienlijk vaker geraadpleegd in de boekwinkel dan in de bibliotheek.

In de bibliotheek vraagt 8% van de bezoekers actief om advies, terwijl 16% spontaan door het personeel wordt benaderd.



03

Een beperkt deel van de kopers/leners weet precies welke activiteiten er plaatsvinden in de boekwinkel en/of in de bibliotheek. Globaal een kwart zou graag beter op de hoogte zijn.

04

Kopers en leners ontlelen hun inspiratie voornamelijk aan familie en vrienden. Daarnaast vormen ook online bronnen, de fysieke boekwinkel en kranten belangrijke inspiratiekanalen. Sociale media spelen voor 30% van de respondenten een rol in het vinden van nieuwe boeken.

Ondanks de Wet op de vaste boekenprijs geeft 23% van de kopers en leners aan dat de online prijs vaak of regelmatig lager is dan die in een fysieke boekhandel.

Een bezoek aan de bibliotheek is vaker gepland (82%) dan een bezoek aan de boekwinkel (66%).

Situaties bij laatste aankoop/leenmoment in fysieke boekhandel/bibliotheek – Alle respondenten die in de afgelopen 6 maanden een boek hebben gekocht in een fysieke boekhandel, of een bezoek brachten aan de bibliotheek om een boek te lenen.

Achtergrond

Het bezoek aan de ... was gepland
Ik heb heerlijk gestruind in de ...
Ik wist vooraf precies welk boek ik wilde kopen/lenen
Ik heb een boek gekocht/geleend dat in een kast in de ... stond
Ik wist wel dat ik een boek wilde kopen/lenen, maar niet welke
Ik heb een boek gekocht/geleend dat op een presentetafel lag
Ik heb een boek gekocht/geleend dat ik niet van plan was en in de ... heb uitgezocht
Ik ging een boek als cadeau voor iemand anders kopen
Ik heb meer gekocht dan ik van plan was
Ik was niet van plan om een boek te kopen/lenen
Het personeel sprak mij zelf aan
Ik heb een boek gekocht/geleend uit de top 10 lijst
Ik heb advies gevraagd aan een medewerker
Er was een speciale actie in de ...
Ik was om een andere reden dan het lenen van boeken
Ik had een boek van tevoren gereserveerd.

Boekhandel	Bibliotheek
66%	82%
66%	nvt
57%	45%
51%	67%
38%	51%
35%	20%
33%	47%
30%	nvt
24%	nvt
20%	17%
18%	16%
16%	11%
15%	8%
12%	10%
nvt	16%
nvt	28%

33% van de recente bezoekers aan een boekwinkel koopt een boek dat men niet van plan was te kopen en in de winkel gevonden heeft. 57% van de kopers weet vooraf al welk boek hij of zij wil kopen. In de bibliotheek is dit 45%

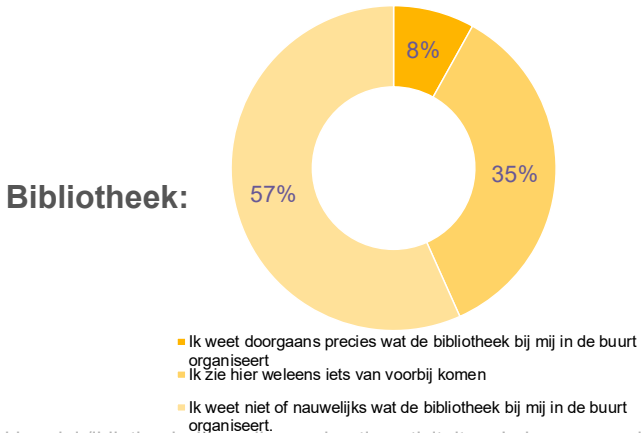
De presentetafel en de top 10 lijst wordt vaker gebruikt in de boekwinkel dan in de bibliotheek.

In de boekwinkel wordt vaker advies gevraagd in vergelijking met de bibliotheek.

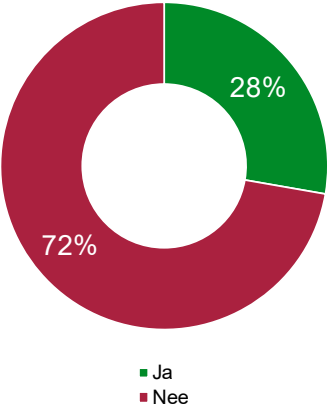
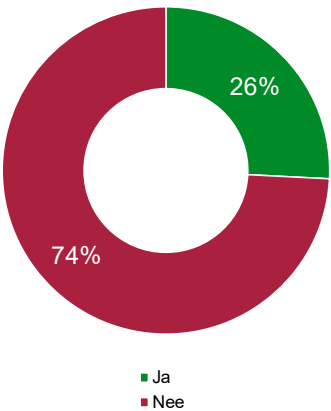
C22_boekhandel: Toen u de laatste keer in de boekhandel was om het boek te kopen welke van onderstaande situaties was toen op u van toepassing? | Basis: Heeft in de afgelopen 6 maanden een boek gekocht in een fysieke boekhandel (n=606)
C22_bibliotheek: Toen u de laatste keer in de bibliotheek was welke van onderstaande situaties was toen op u van toepassing? | Basis: Heeft in de afgelopen 6 maanden een boek geleend in de lokale bibliotheek (n=344)

Respectievelijk 7% en 8% van de kopers/leners weet precies welke activiteiten er zijn in de boekhandel en/of bibliotheek. Globaal een kwart zou graag beter op de hoogte willen zijn.

Bekendheid activiteiten



Wens om beter op de hoogte te zijn van activiteiten



Achtergrond

Het zijn weliswaar in sterkere mate de heavy lezers die hier interesse voor tonen, maar ook van de light lezers heeft 24% interesse in de activiteiten van de bibliotheek (18% voor de boekhandel).

Het is in sterkere mate de jongere doelgroep (tot 35 jaar) die interesse toont in de activiteiten van de boekhandel.

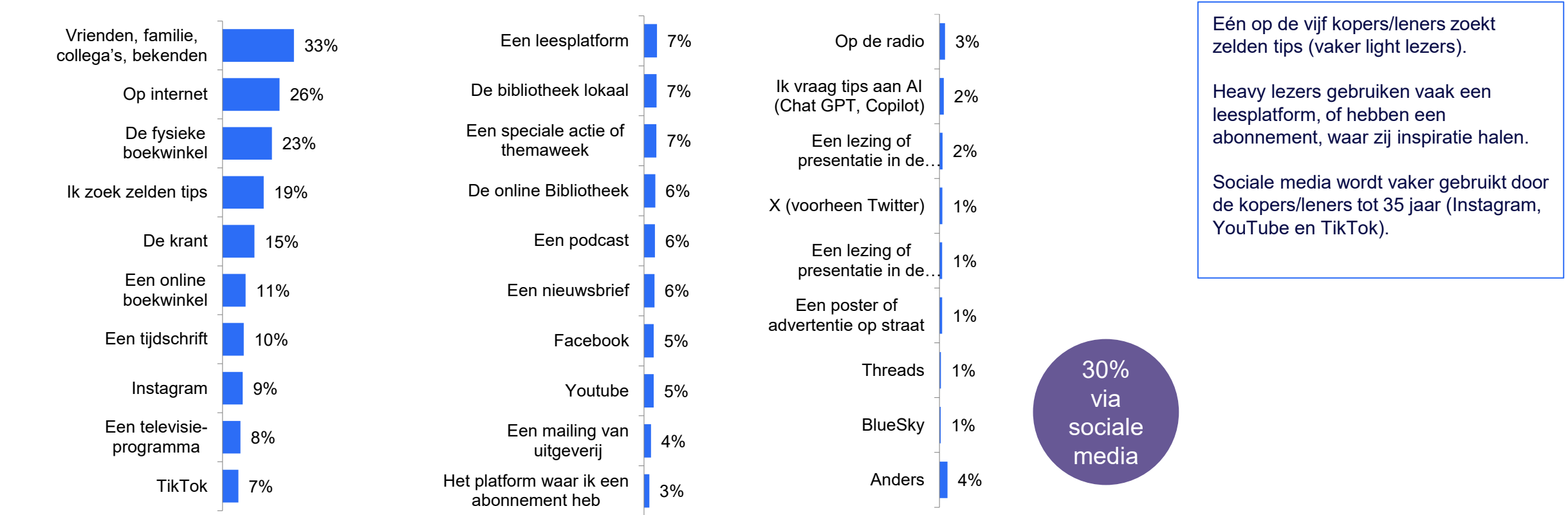
Vrouwen tonen wat meer interesse in de activiteiten van de bibliotheek.

C23_boekhandel:/ibliotheek Inzijn regelmatig activiteiten. In hoeverre volgt u de programmering van (één of meerdere van) uw favoriete?
C23_a_1: Zou u beter op de hoogte willen zijn van de activiteiten in - (één van uw) favoriete boekhandel(s)
Basis: Alle respondenten .(n=1010)

Inspiratie halen kopers en leners vooral bij familie en vrienden, maar ook internet, de fysieke boekwinkel en de krant zijn inspiratiebronnen. 30% vindt inspiratie op sociale media.

Waar tips vandaan voor een nieuw boek – Totaal

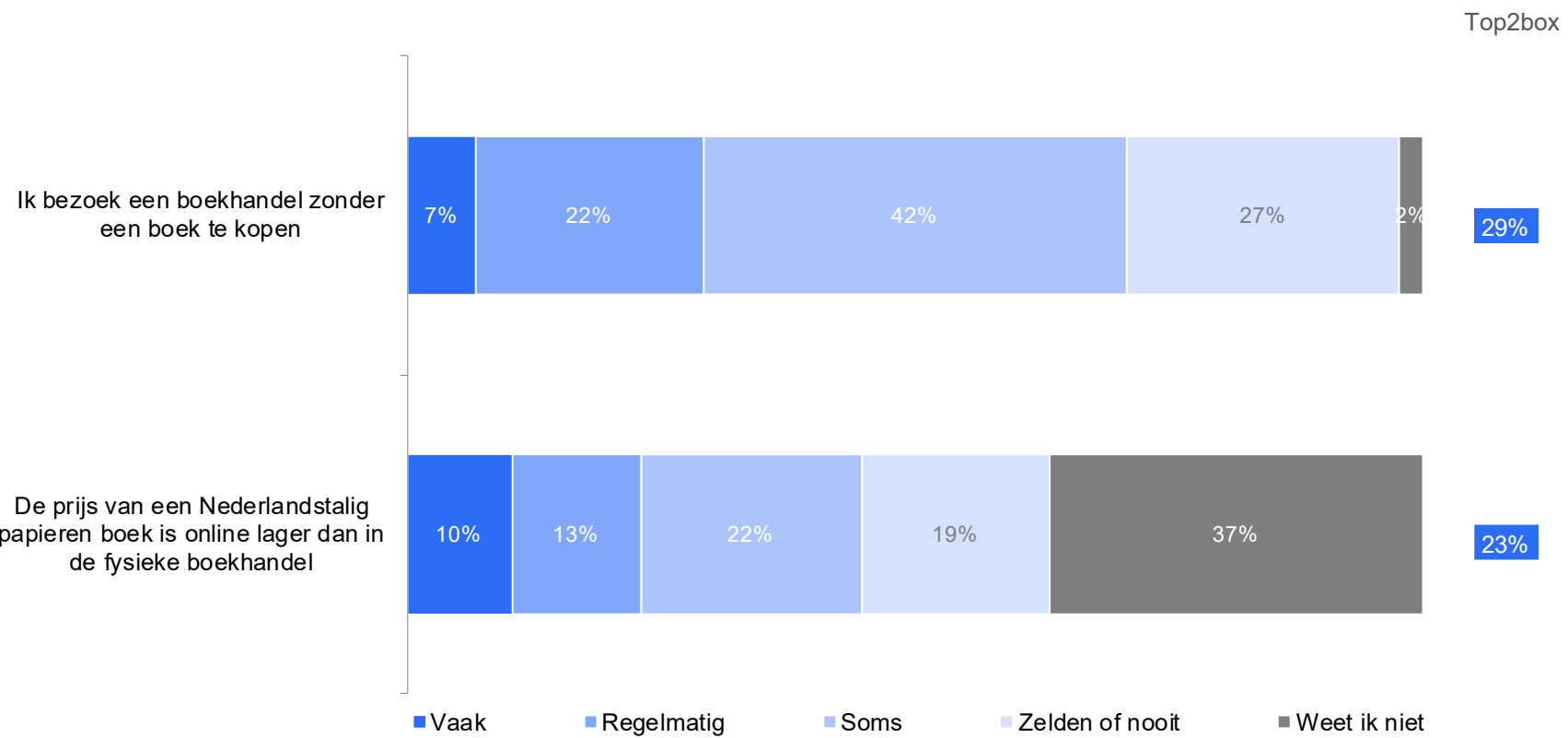
Achtergrond



C24: Als u op zoek bent naar een nieuw boek, waar haalt u dan tips vandaan voor een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

Ondanks de wet op de vaste boekenprijs geeft 23% van de kopers/leners aan dat de prijs online vaak of regelmatig lager is dan in een fysieke boekhandel.

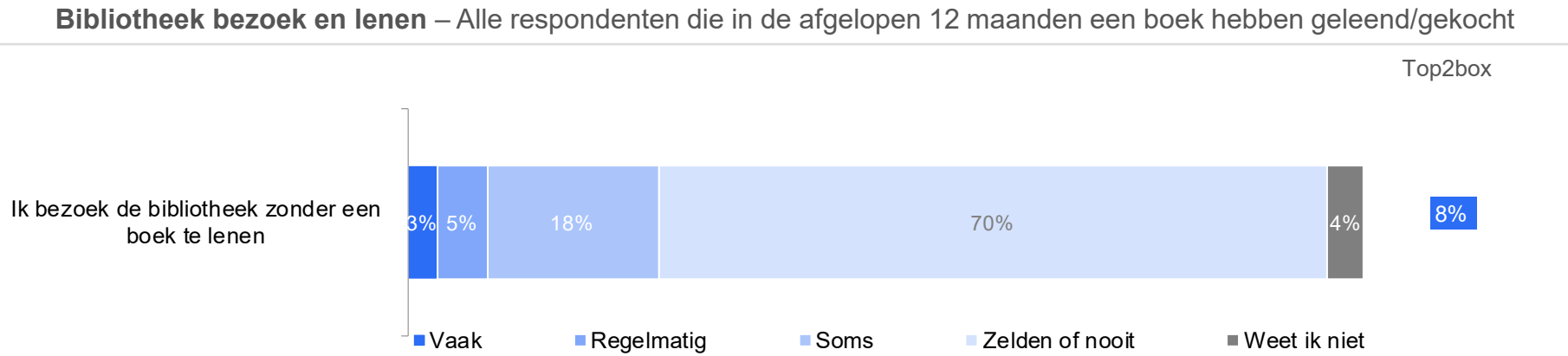
Hoe vaak ervaart men onderstaande situaties – Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend



C25: Hoe vaak ervaart u de volgende zaken? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

8% Van alle kopers/leners bezoekt regelmatig tot vaak de bibliotheek zonder een boek te lenen, 18% doet dit soms.

Dit zijn vaker bibliotheekleden. Van alle niet-leden bezoekt 14% (soms, regelmatig of vaak) de bibliotheek zonder een boek te lenen.



C25: Hoe vaak ervaart u de volgende zaken? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

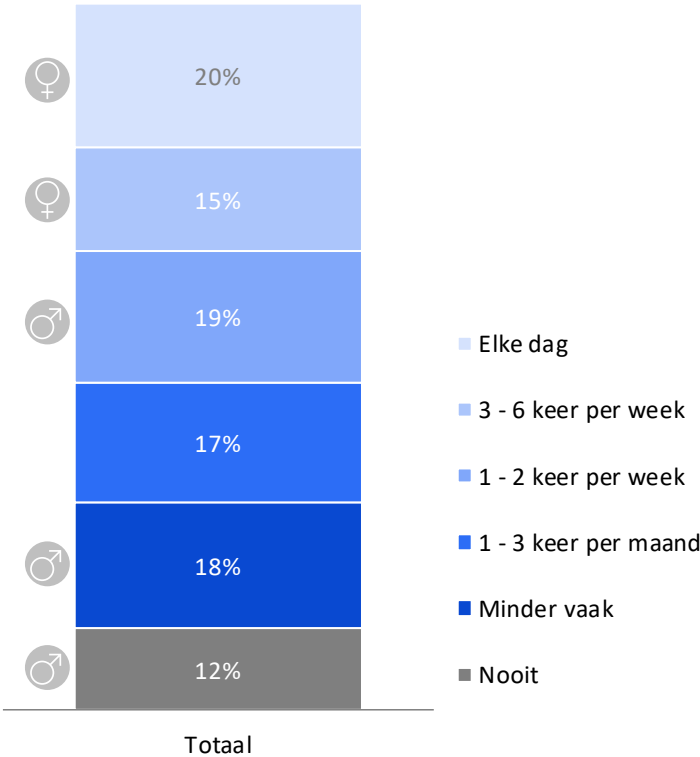


Bijlagen

Van degenen die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben verkregen leest/luistert 54% wekelijks een boek.

Lees-/luisterfrequentie van boeken onder degenen die afgelopen 12 maanden gekocht of geleend hebben

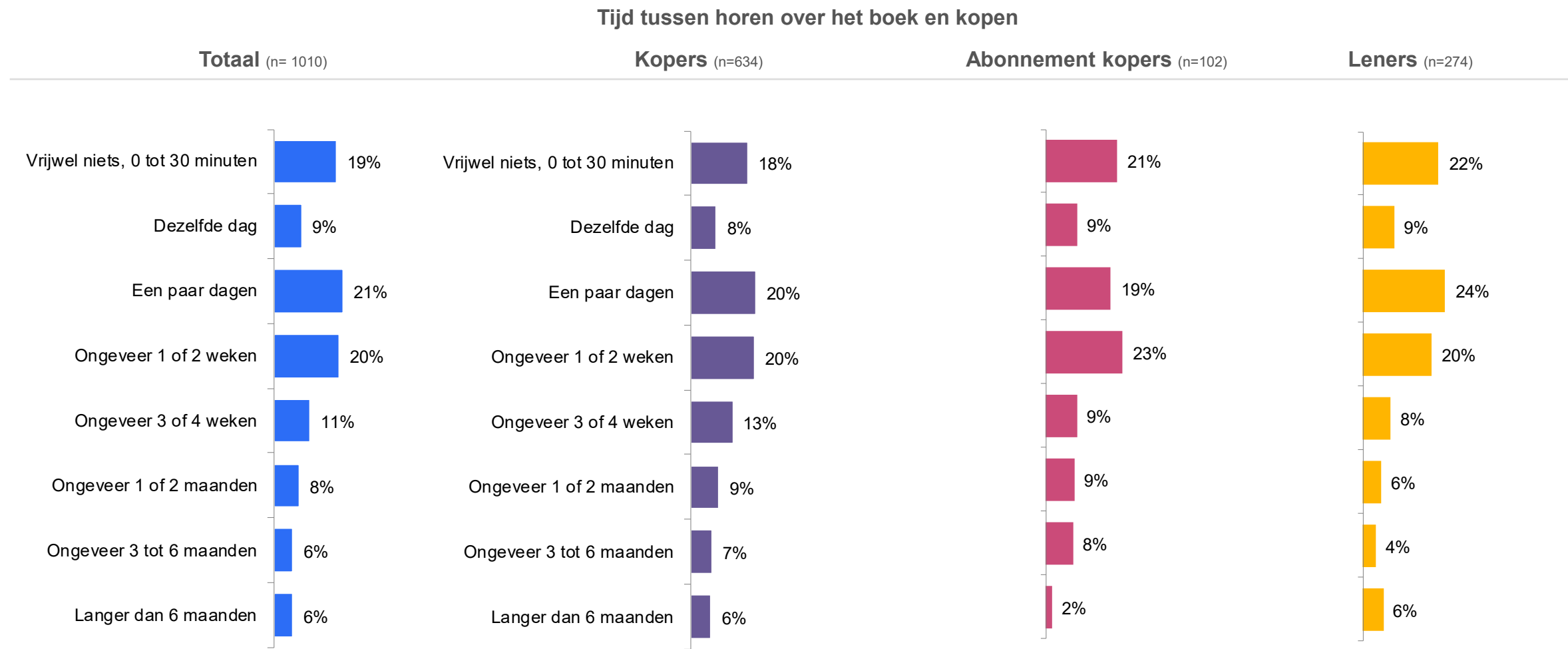
Achtergrond



65-plussers lezen vaker dan 50-minners.

S01_1: Hoe vaak leest of luistert u gemiddeld boeken (papieren boeken, e-books, luisterboeken)? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

De tijd tussen het voor eerst horen over een boek en het kopen of lenen van het boek is voor de verschillende manieren van het verkrijgen van een boek vrijwel gelijk.

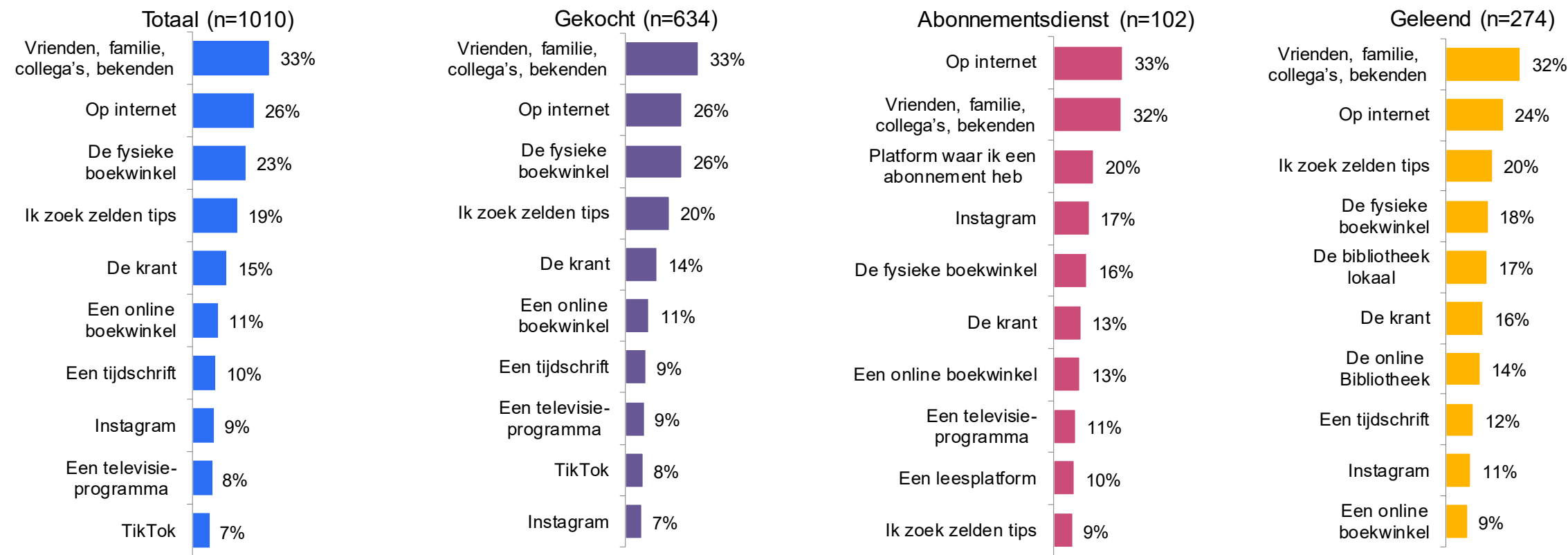


B20: Hoeveel tijd heeft het geduurd tussen de eerste keer dat u over dit boek hoorde, tot het moment dat u het boek gekocht hebt? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht

* Indicatief n<50

Abonnementdienst-gebruikers halen tips relatief vaak van het internet.

Waar tips vandaan voor een nieuw boek top 10 – totaal



C24: Als u op zoek bent naar een nieuw boek, waar haalt u dan tips vandaan voor een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht/geleend

Onder degenen die boeken kopen via een abonnement, is de reden voornamelijk het aanbod van hun abonnement.

Waar laatste boek gekocht – voor gekocht via abonnement



Top10 redenen keuze voor aankoopkanaal – voor gekocht via abonnement



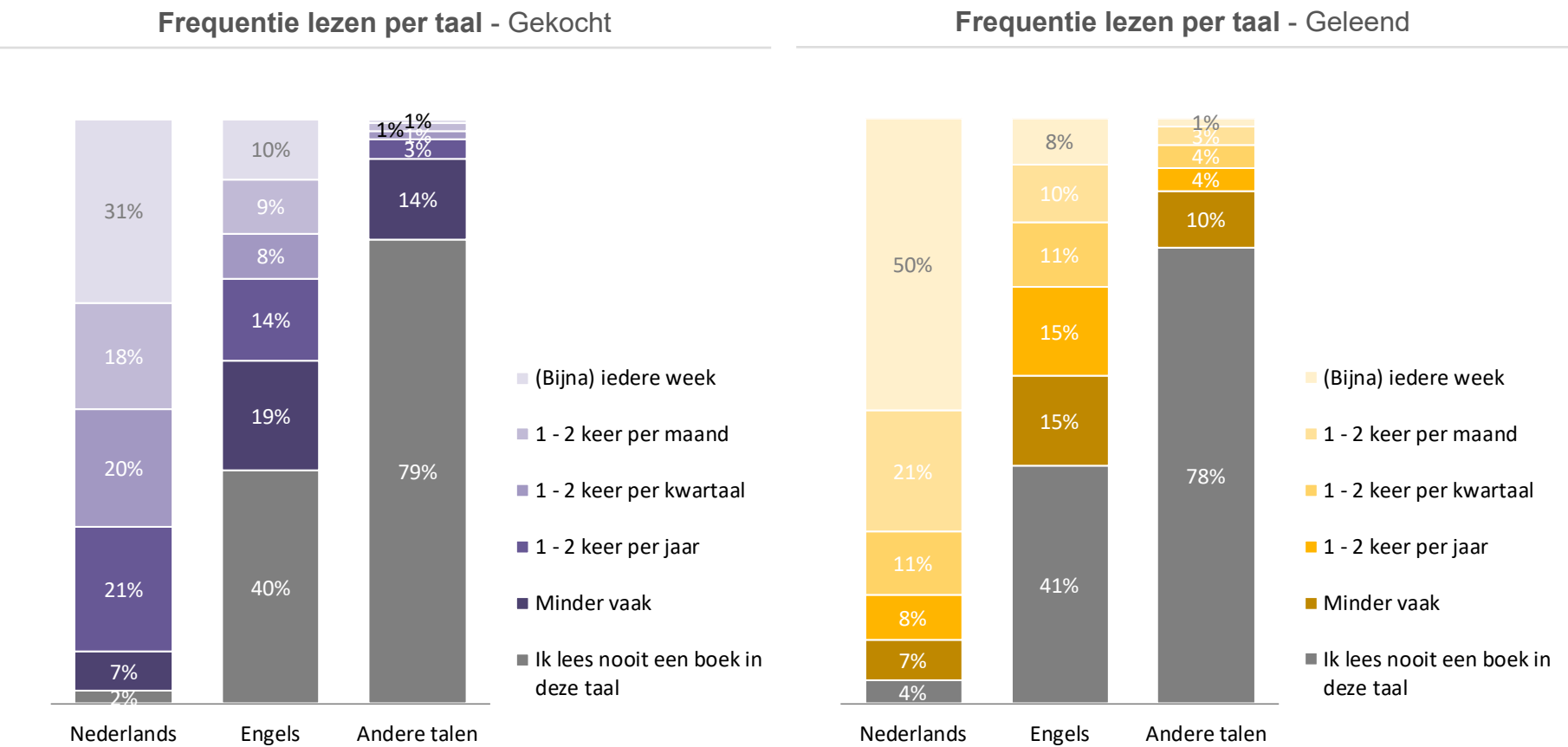
A40_kopen: En heeft u dit meest recente boek gekocht bij:
A41_kopen: Wat waren voor u de redenen om dit boek te kopen bij een fysieke / online winkel?
Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht (n=102)

Frequentie lezen per taal, totaal.



M01b: In welke taal leest u weleens boeken in uw vrije tijd? Zo ja, hoe vaak? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (n=1010)

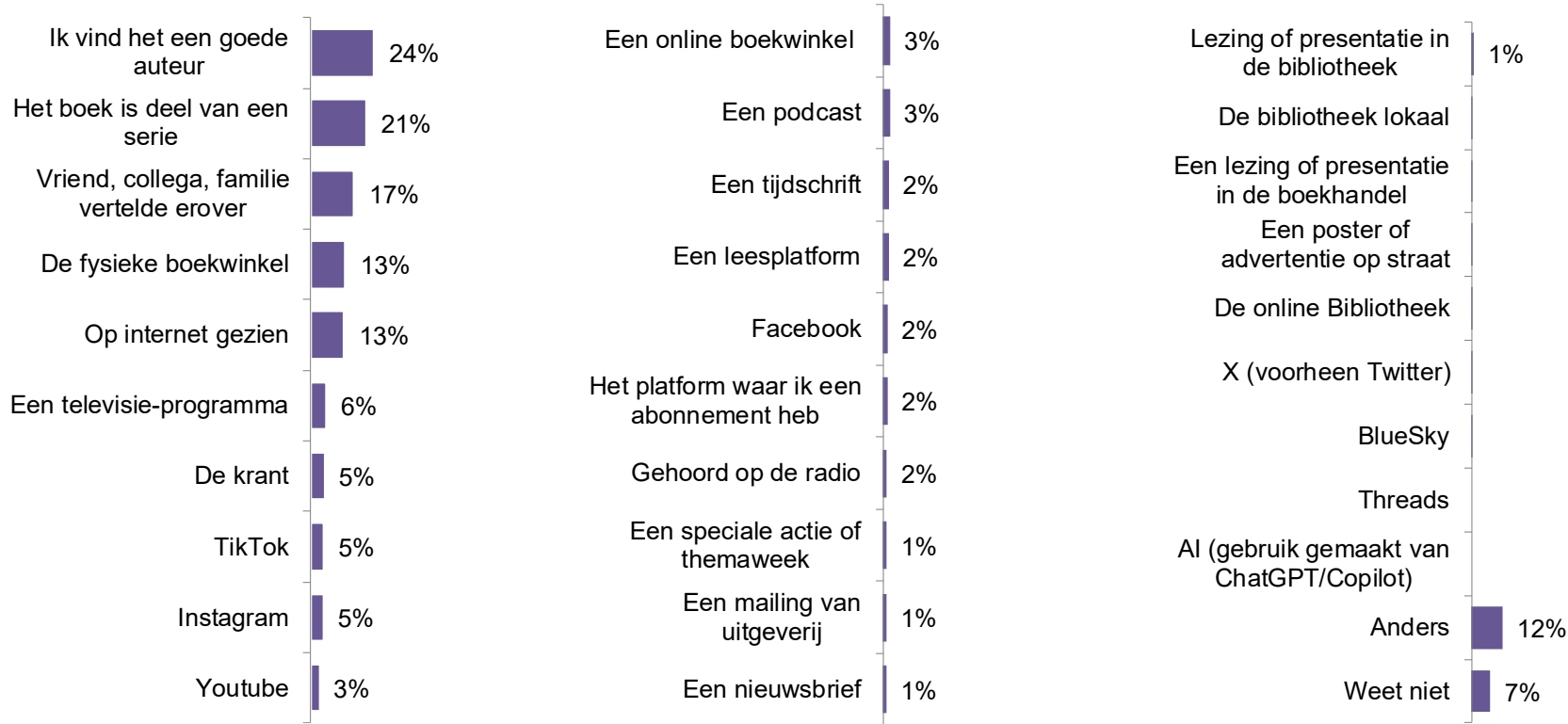
Frequentie lezen per taal, uitgesplitst voor laatste boek gekocht of geleend.



M01b: In welke taal leest u weleens boeken in uw vrije tijd? Zo ja, hoe vaak? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend (gekocht n=634 / geleend n=274)

Volledige lijst ‘Hoe gekomen bij gekochte boek’.

Hoe gekomen bij gekochte boek



B17: Kunt u aangeven hoe u tot de keuze van het gekochte boek bent gekomen? Wat speelde hier allemaal een rol bij? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht (n=634)

Volledige lijst ‘Eerste van invloed gekochte boek’.

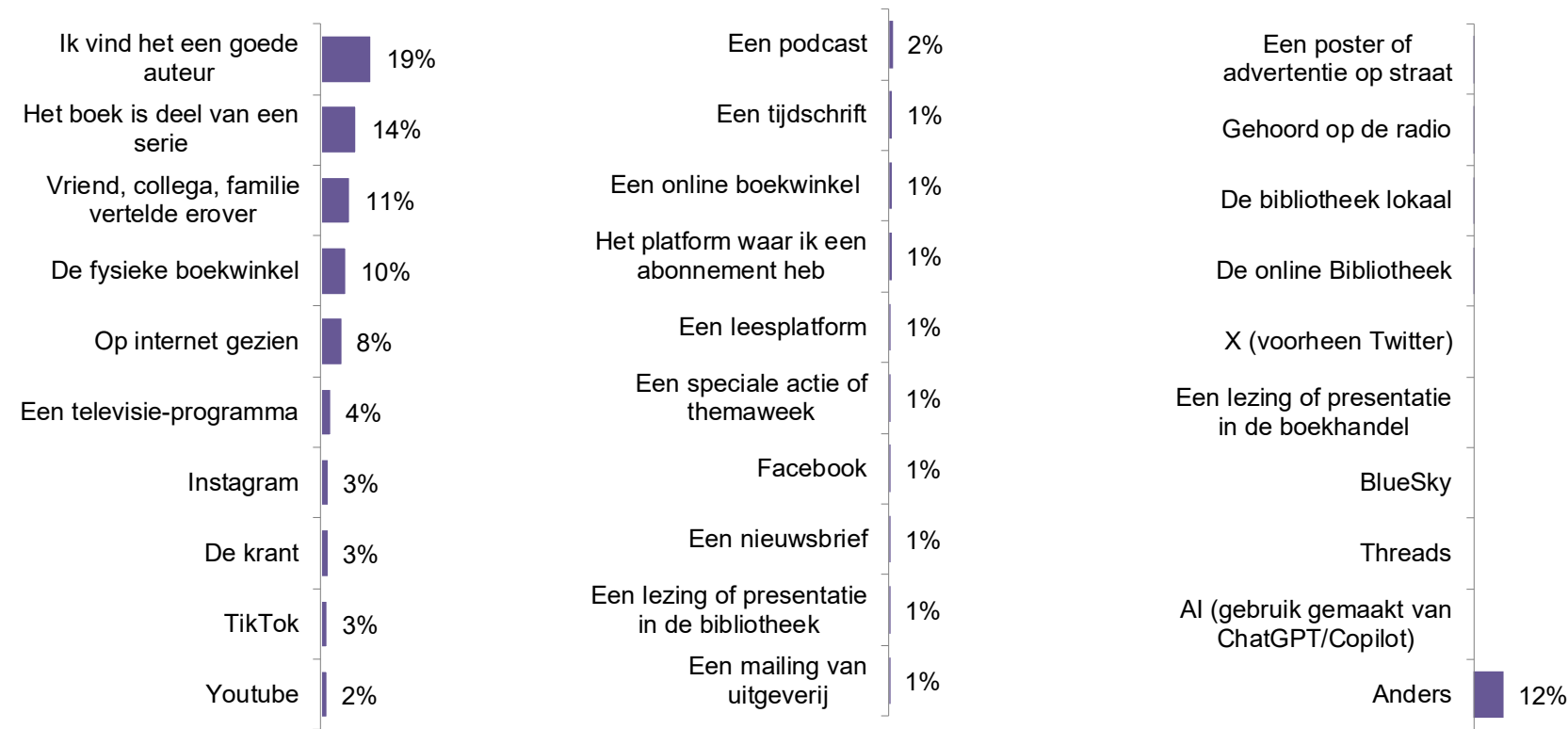
Eerste van invloed gekochte boek



B18: De volgende onderdelen speelden voor u een rol. Wat was het eerste dat u op het pad van dit boek bracht? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=587)

Volledige lijst ‘Belangrijkste van invloed gekochte boek’.

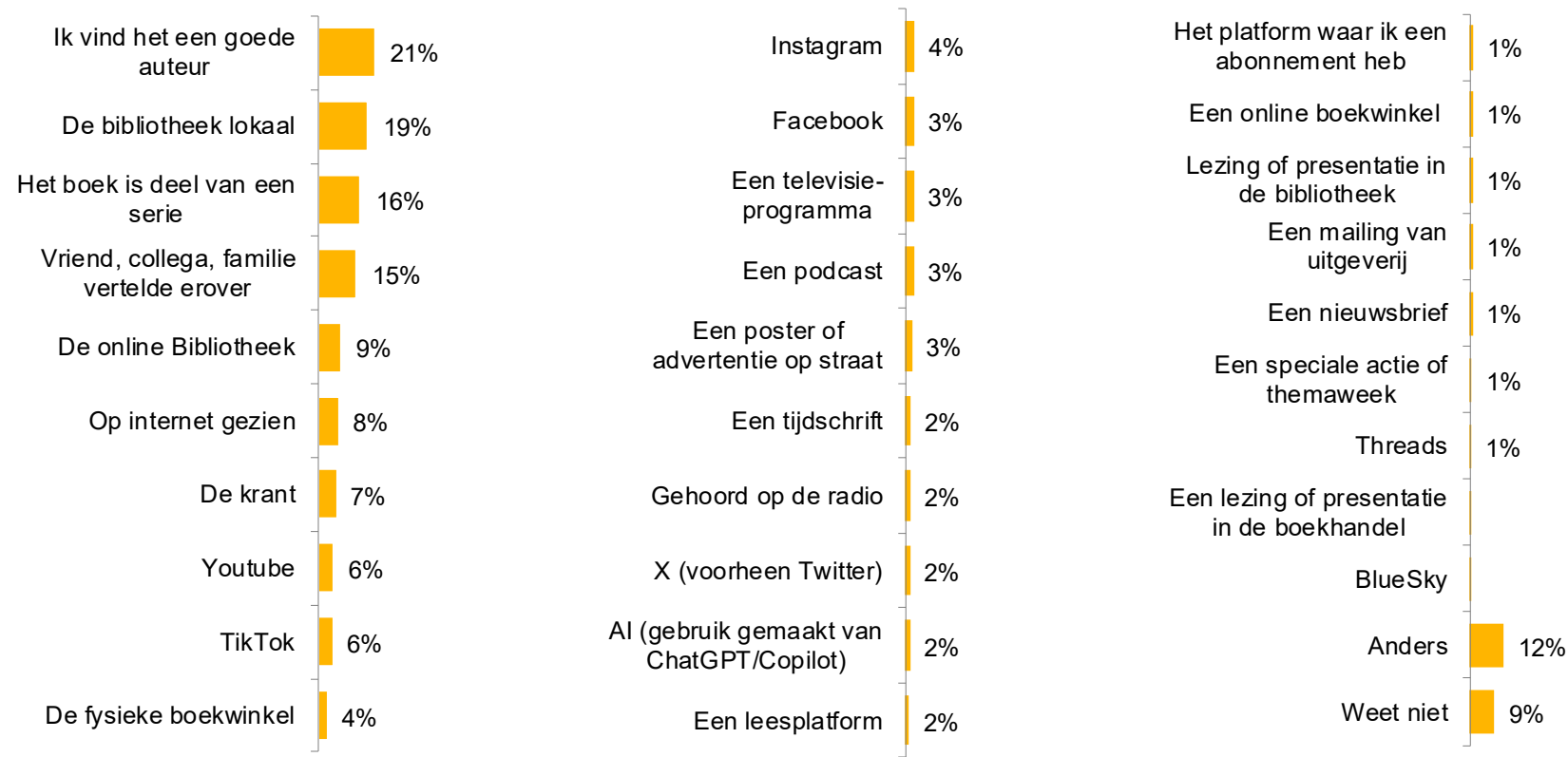
Belangrijkste van invloed gekochte boek



B19: En welke was het meest belangrijk bij uw keuze voor dit boek? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=587)

Volledige lijst ‘Hoe gekomen bij geleende boek’.

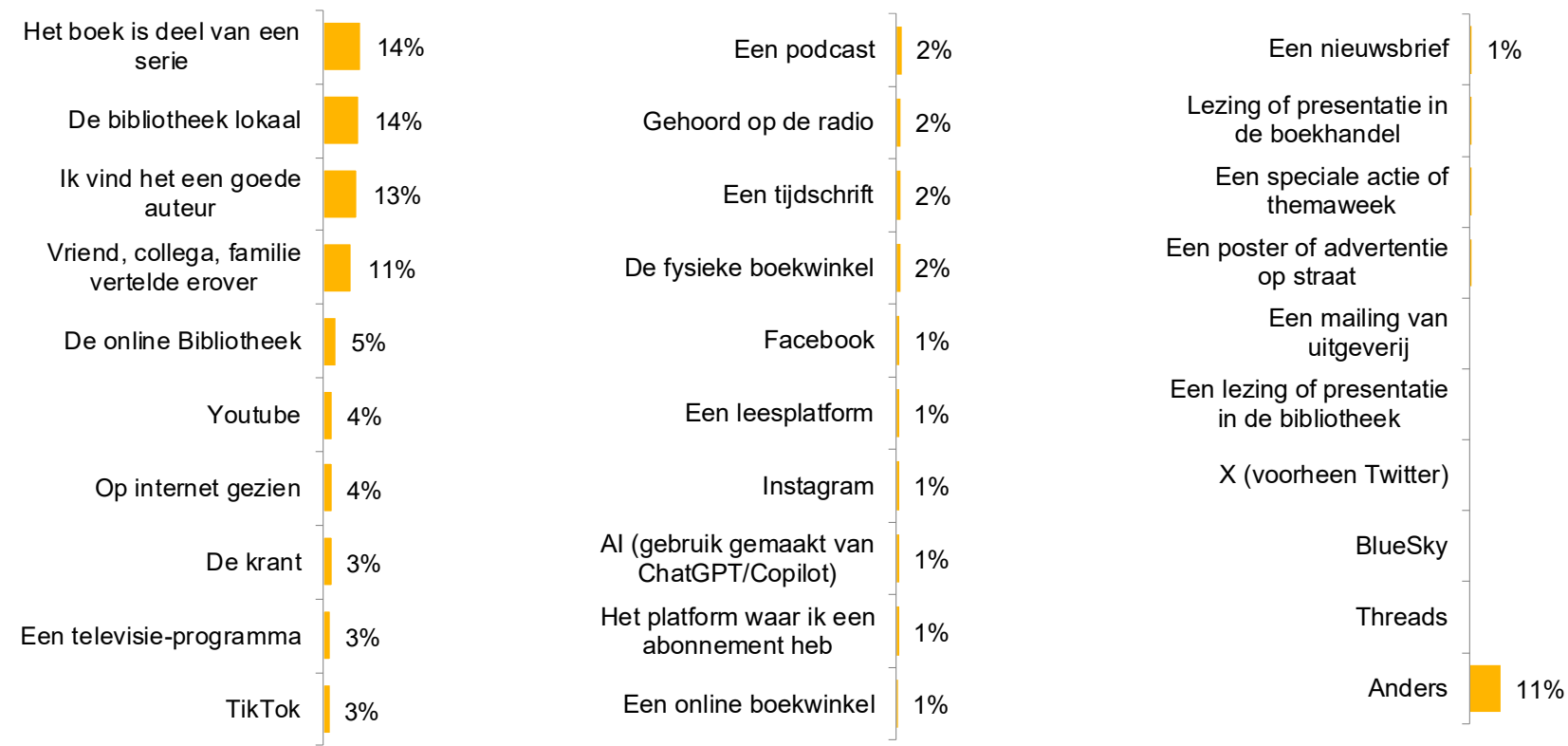
Hoe gekomen bij geleende boek



B17: Kunt u aangeven hoe u tot de keuze van het geleende boek bent gekomen? Wat speelde hier allemaal een rol bij? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben geleend (n=274)

Volledige lijst ‘Eerste van invloed geleende boek’.

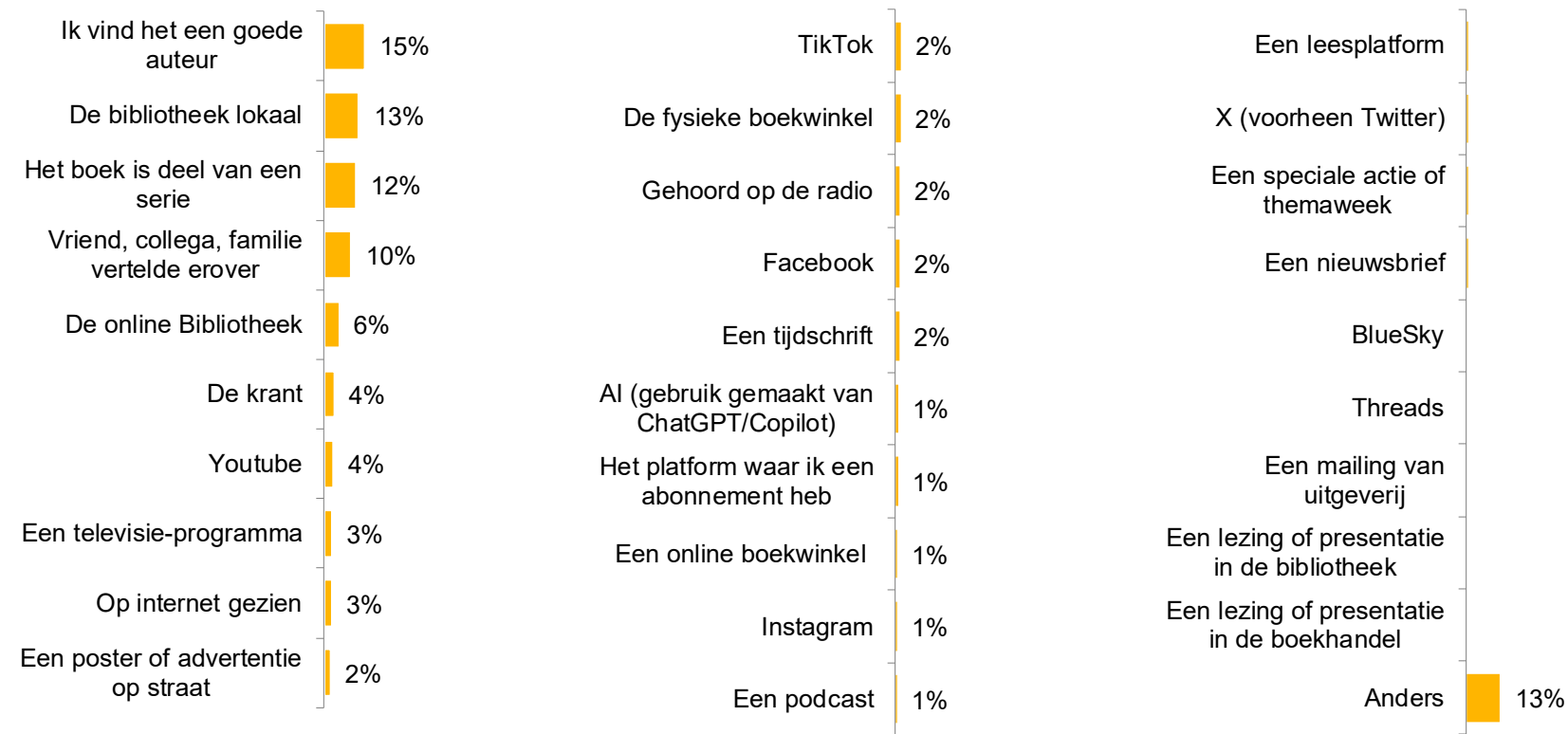
Eerste van invloed geleende boek



B18: De volgende onderdelen speelden voor u een rol. Wat was het eerste dat u op het pad van dit boek bracht? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=250)

Volledige lijst ‘Belangrijkste van invloed geleende boek’.

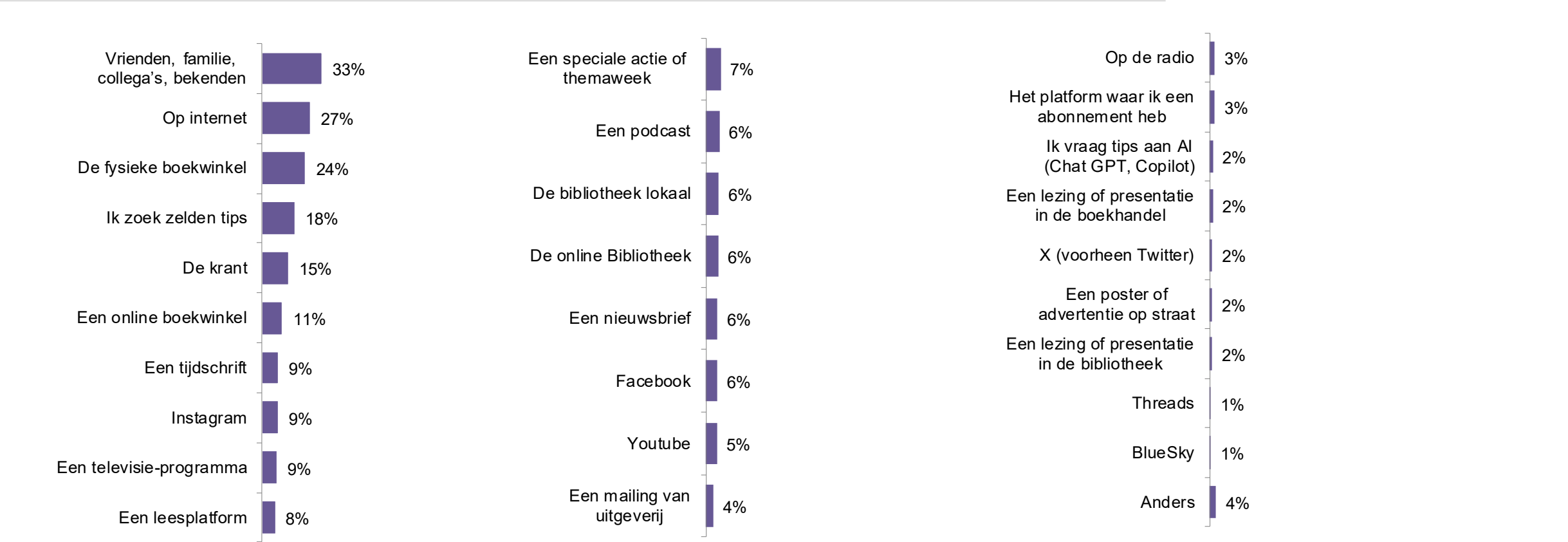
Belangrijkste van invloed geleende boek



B19: En welke was het meest belangrijk bij uw keuze voor dit boek? | Basis: Werd op het pad van het boek gebracht (n=250)

Kopers halen hun tips voor boeken vooral bij familie en vrienden vandaan.

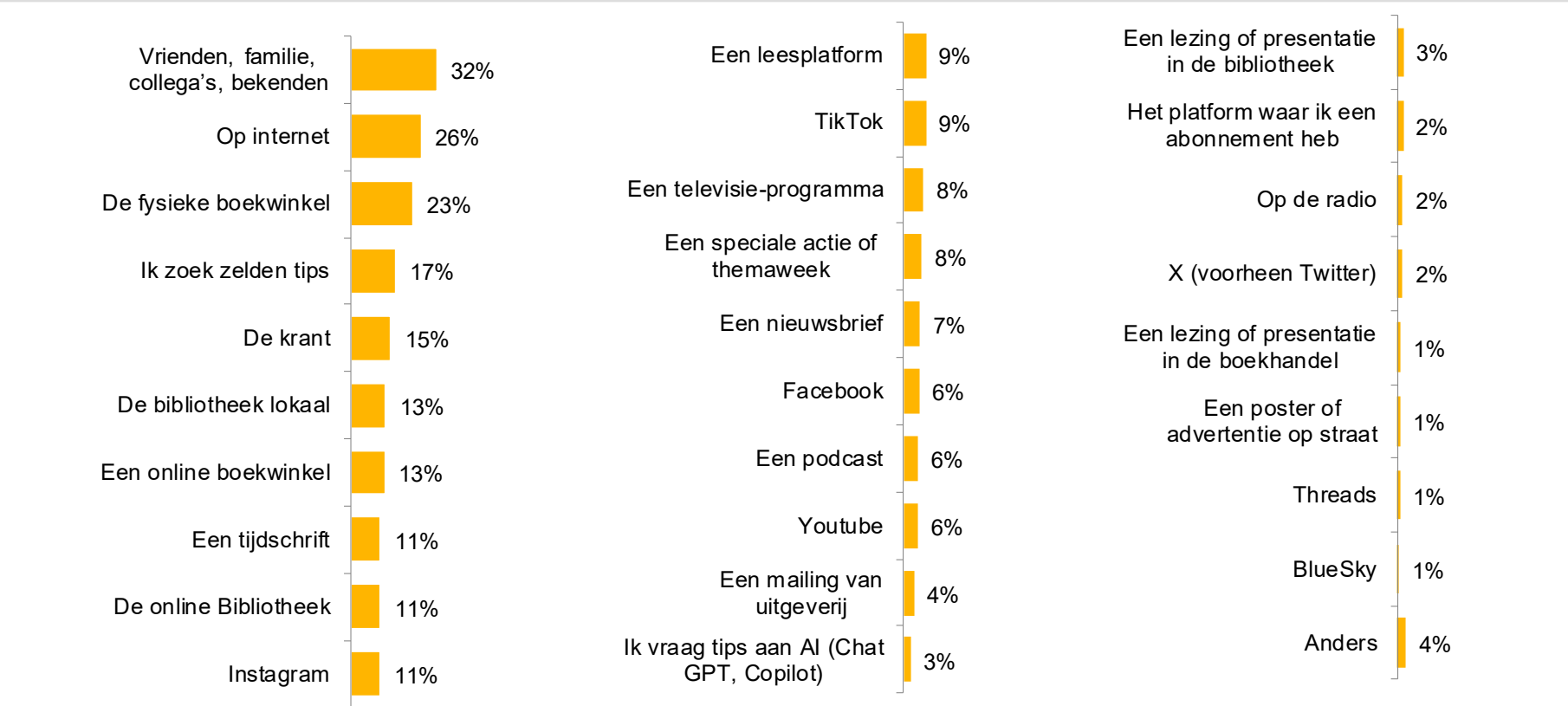
Waar tips vandaan voor een nieuw boek – onder kopers



C24: Als u op zoek bent naar een nieuw boek, waar haalt u dan tips vandaan voor een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht (n=926)

Leners halen hun tips voor boeken vooral bij familie, vrienden, collega's en bekenden vandaan.

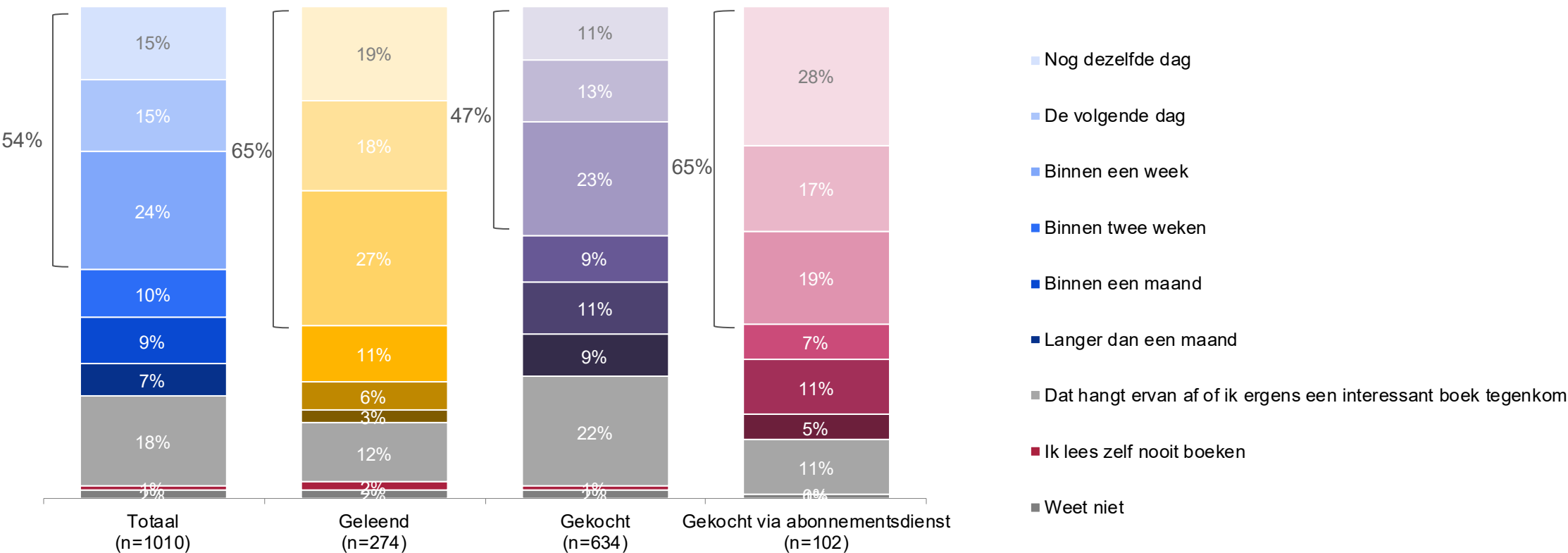
Waar tips vandaan voor een nieuw boek – onder leners



C24: Als u op zoek bent naar een nieuw boek, waar haalt u dan tips vandaan voor een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die de afgelopen 12 maanden een boek hebben geleend (n=469)

Leners en lezers die hun laatste boek via een abonnement hebben gelezen starten relatief vaker sneller met een nieuw boek dan degenen die hun laatste boek hebben gekocht.

Wanneer starten met nieuw boek na laatste boek



A34: Stel u leest vandaag een boek uit. Binnen hoeveel tijd begint u dan normaalgesproken aan een nieuw boek? | Basis: Alle respondenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben gekocht en/of geleend

Onderzoeksverantwoording

Methode



Online vragenlijst (CAWI)



Invulduur circa 12 minuten



Onderwerpen: besluitvorming kanalen / vorm / online/offline, triggers, retail acties boekwinkel / online / bibliotheek, achtergrond

Veldwerk



2 juli t/m 18 juli 2025



Bruto steekproef n=21838



Netto steekproef n=1010

Doelgroep



Nederlandse consumenten die in de afgelopen 12 maanden een boek hebben geleend, gekocht of verkregen via een abonnementsdienst.



De steekproef is door middel van een bruto weging op celniveau voor deze groep Nederland representatief gemaakt op geslacht, leeftijd en opleiding, waardoor deze resultaten representatief zijn voor kopers en leners in Nederland.



De steekproef is verkregen via het GfK Online Panel

Stedelijkheid indeling in tabellen:

- Zeer sterk = zeer sterk stedelijk (≥ 2500 adressen per km²)
- Sterk = sterk stedelijk (1500 – 2500 adressen per km²)
- Matig = matig stedelijk (1000 - 1500 adressen per km²)
- Weinig = weinig stedelijk (500 - 1000 adressen per km²)
- Niet = niet stedelijk (< 500 adressen per km²)

Kwaliteit

NIQ GfK heeft kwaliteit hoog in het vaandel. NIQ 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.

Op lokaal niveau is NIQ 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.

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

NIQ GfK bewaart onderzoeksgegevens tenzij contractueel anders is overeengekomen.



**Met plezier voor u
gemaakt**