



Growth
from
Knowledge

CB seminar

September 2020

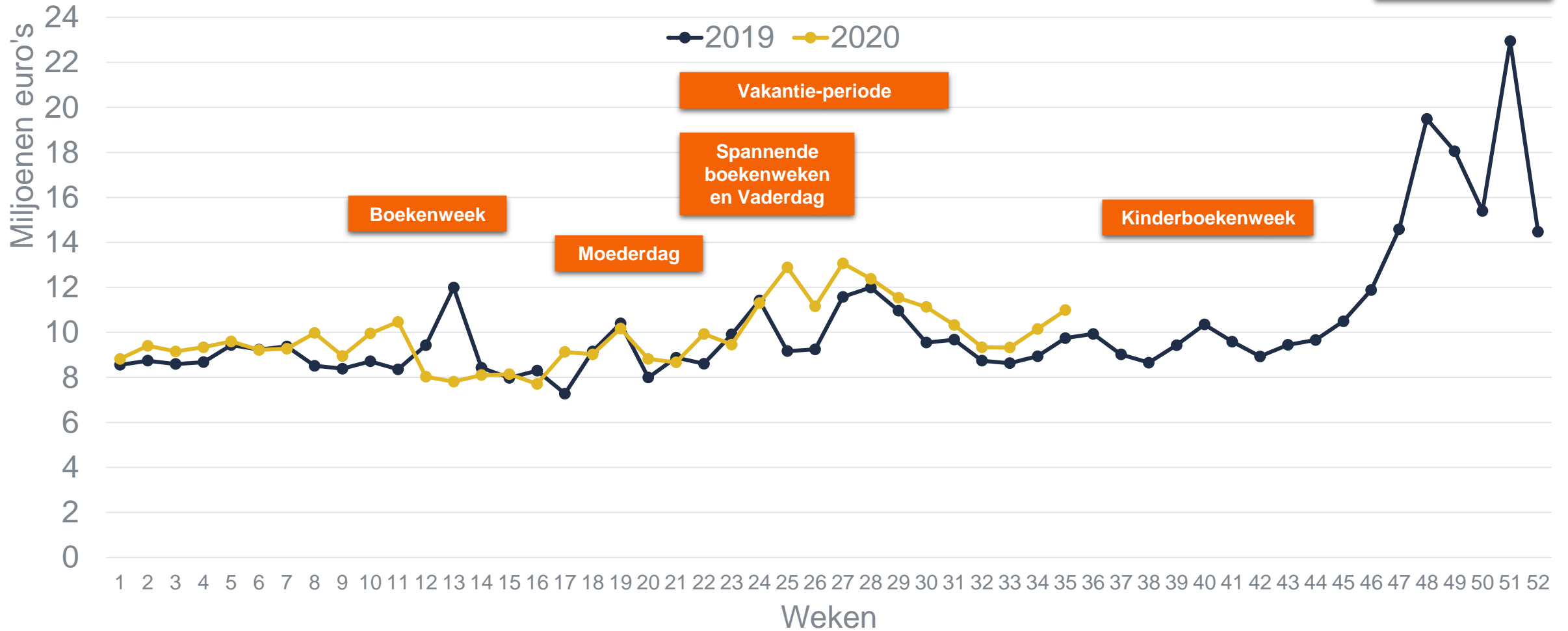
Cary Richards

Omzet papieren boeken grotendeels boven niveau 2019



Omzet Nederlandse A-boekenmarkt

Cadeau seizoen
2019: 20%



Stand van zaken in 2020 tot zover



Effect toegenomen BTW-tarief is zichtbaar



23M

+1% (12M= -2%)



343M

+6%

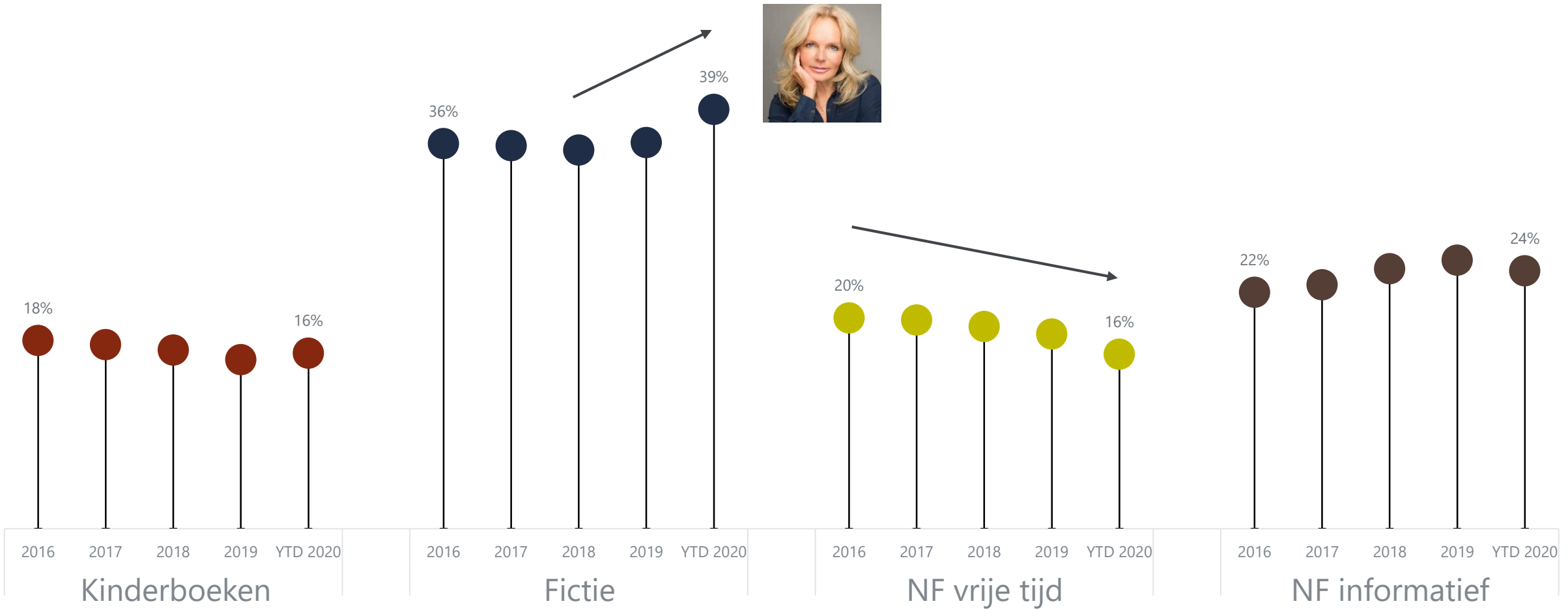
Trends

- Genres
- Anderstalg
- Online



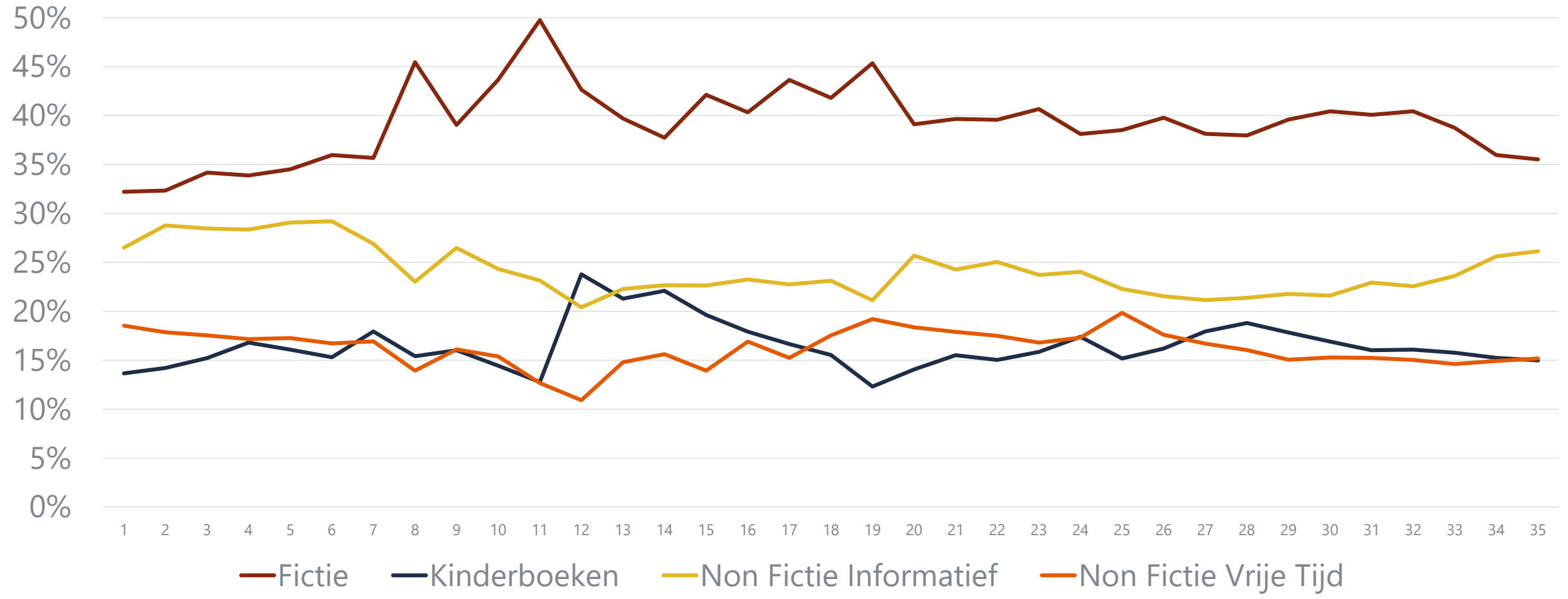
Fictie en kinderboeken stijgen, vrije tijd daalt verder

Omzetaandeel % hoofdgenres



Fictie en kinderboeken profiteren

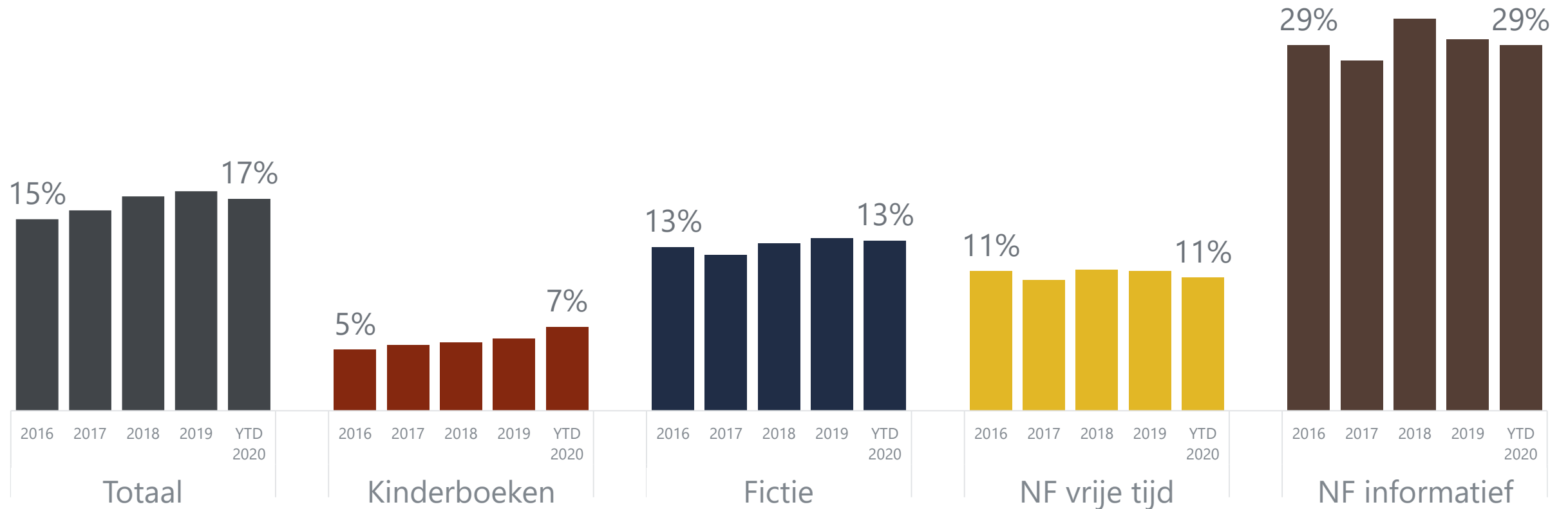
Omzetaandeel %



Aandeel anderstalig dit jaar lager



Omzetaandeel % anderstalige boeken per genre

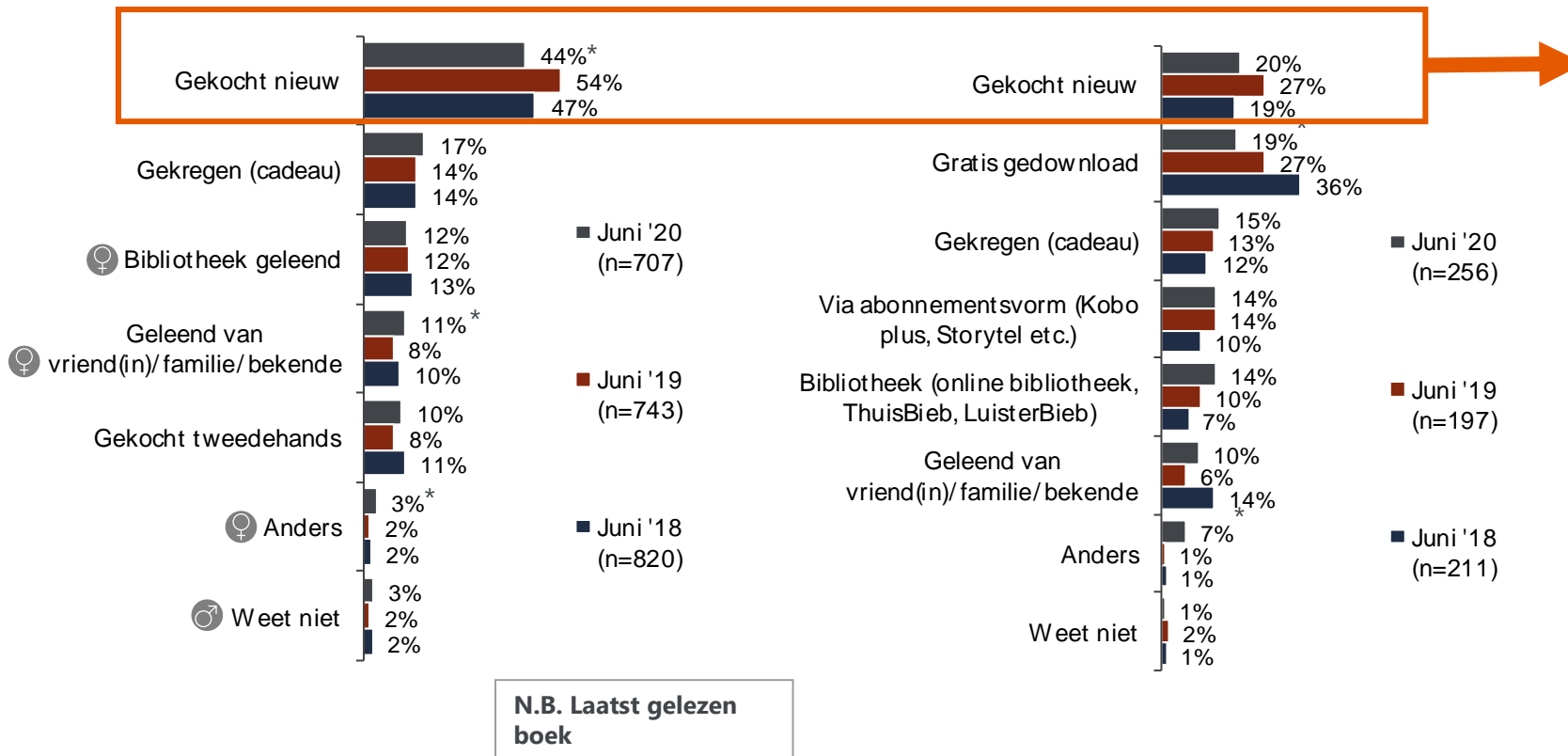


De meeste boeken worden nieuw gekocht. Er is een duidelijke verschuiving naar het online aankoopkanaal tijdens de lockdown.



Papieren boeken

E-books / luisterboeken



D02 / D03: Hoe heeft u dit boek verkregen?

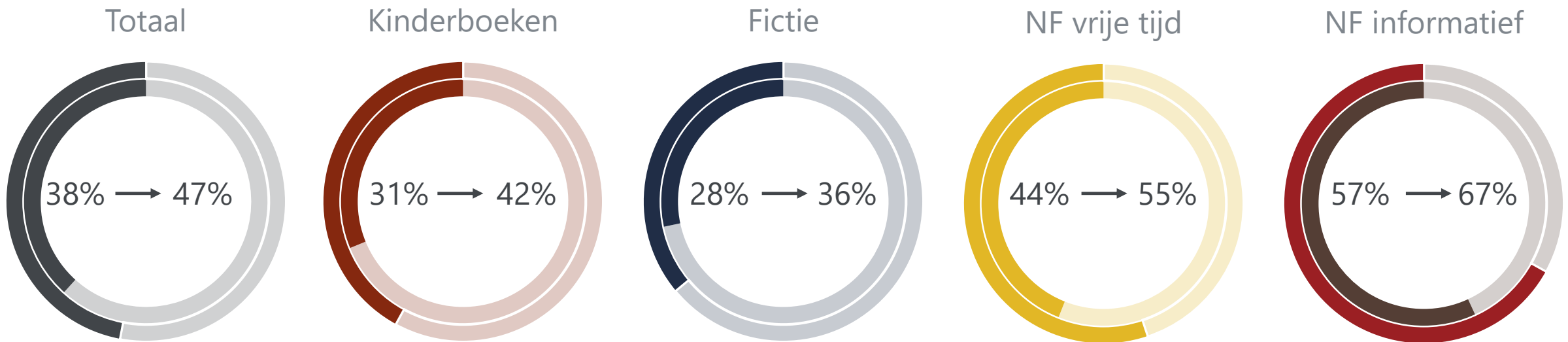
X04: Hoe heeft u dit laatste boek gekocht?

753472 Rapportage reguliere meting 53

Basis D02: laatste gelezen boek is een papieren boek
 Basis D03: laatste gelezen boek is een e-book of luisterboek
 Basis X04: heeft laatste gelezen boek gekocht

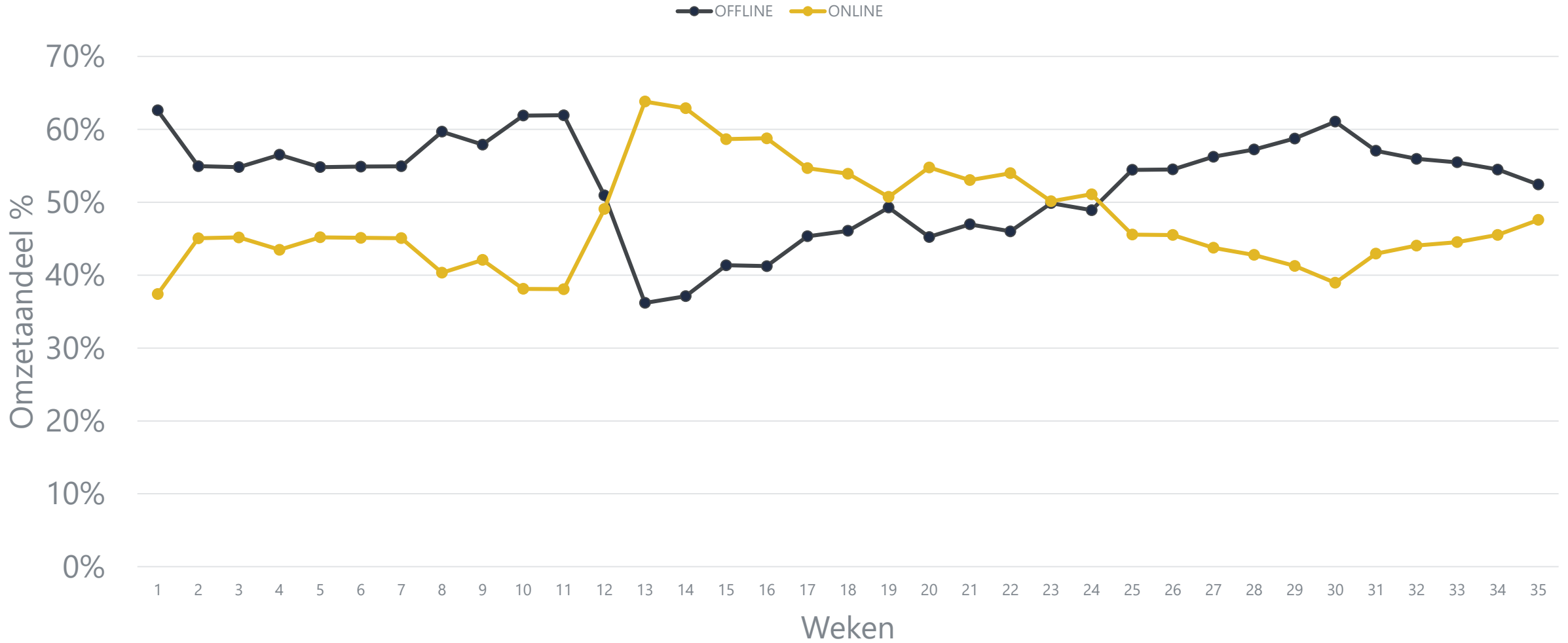
...deze neemt dit jaar nóg sterker toe

Omzetaandeel online van 2018 naar 2020 (alle talen)



Rollen omgekeerd tijdens lockdown

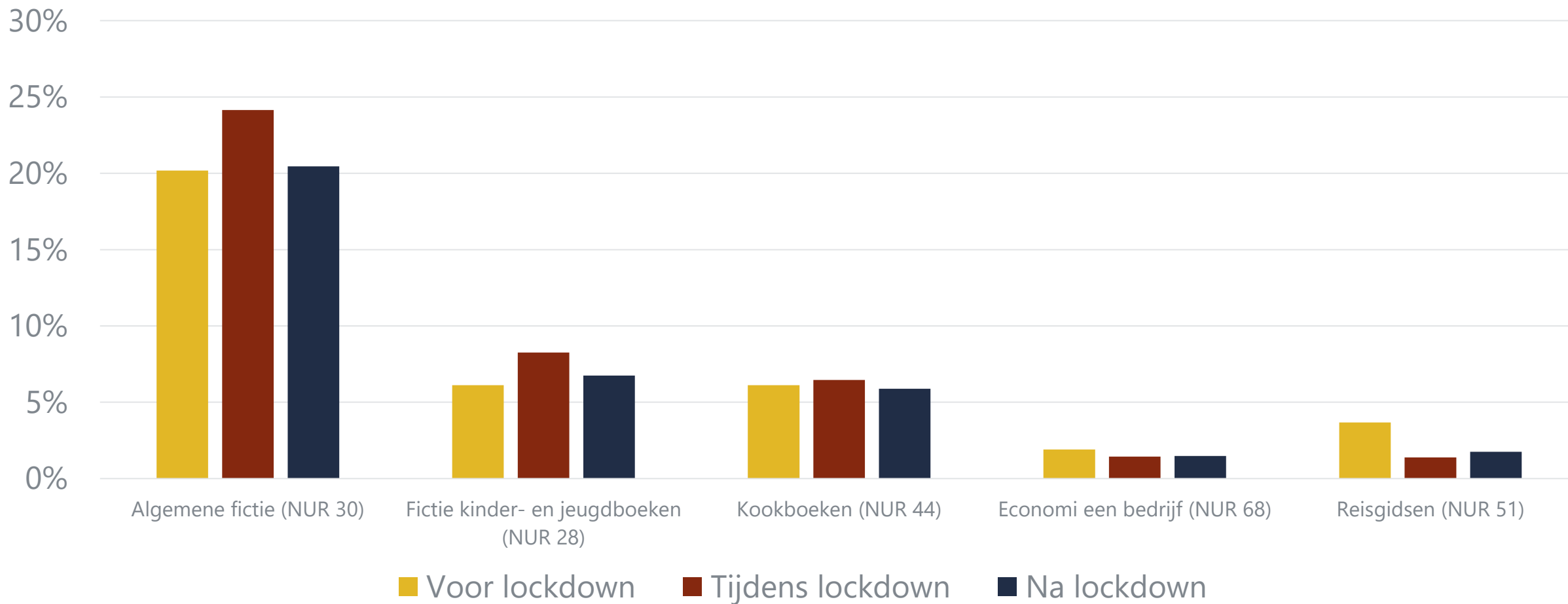
Omzetaandeel %



Stijgers en dalers tijdens de lockdown



Omzetaandeel %

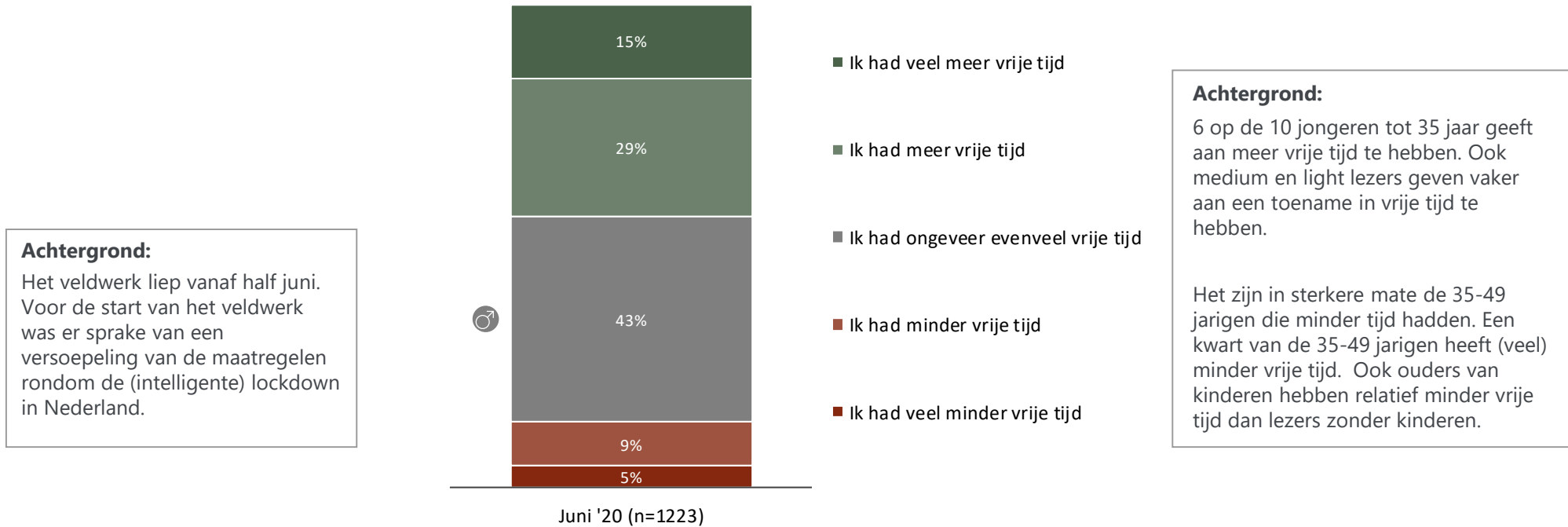


Covid-19 en het leesgedrag

44% van de boekenlezers had meer vrije tijd door de coronamaatregelen. Wel zijn er grote verschillen per leeftijdsgroep.



Effecten Corona-maatregelen op vrije tijd



X01: Sinds 15 maart is er in Nederland sprake van een intelligente lockdown, vanwege de Corona uitbraak in ons land. Welke effecten hadden de maatregelen op uw vrij besteedbare vrije tijd?

753472 Rapportage reguliere meting 53

Basis: alle respondenten

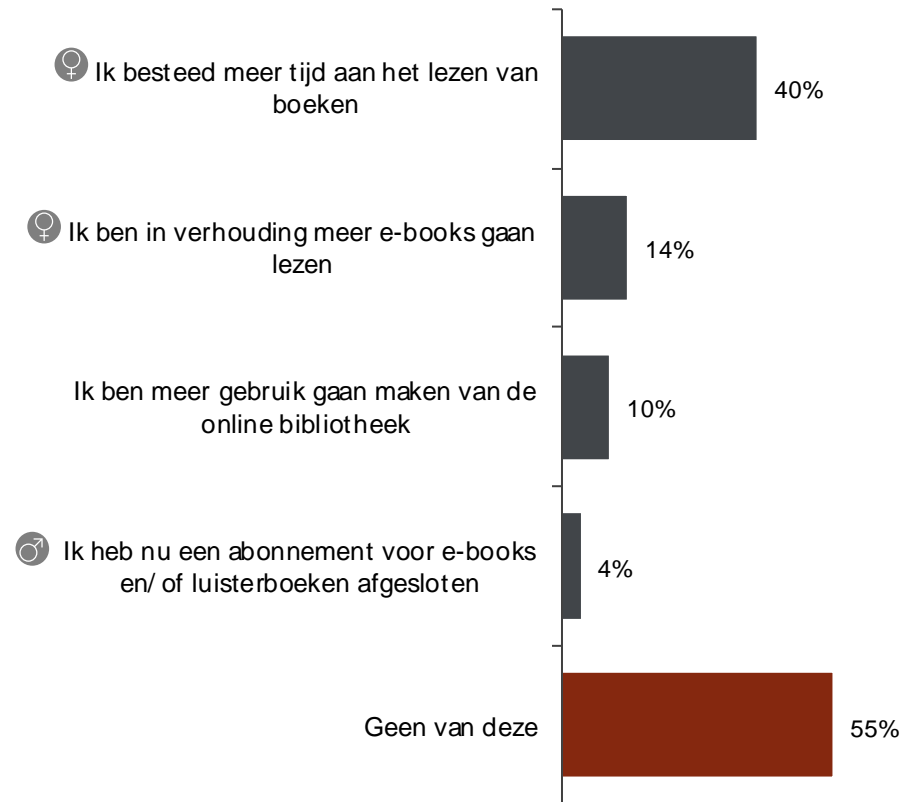
© GfK

13

40% van de Nederlanders besteedt meer tijd aan het lezen van boeken tijdens de Coronacrisis.



Invloed Coronacrisis op leesgedrag



Achtergrond:

Het veldwerk liep in de eerste twee weken van april (1 april t/m 16 april). Voor de start van het veldwerk was er sprake van een (intelligente) lockdown van twee weken in Nederland.

Achtergrond:

De coronacrisis heeft het meest invloed gehad op het leesgedrag van jongeren tot 35 jaar. Van hen besteed 47% meer tijd aan het lezen van boeken.

Medium en heavy e-booklezers geven vaker aan nu een abonnement te hebben afgesloten voor e-books en/of luisterboeken en in verhouding meer e-books zijn gaan lezen.

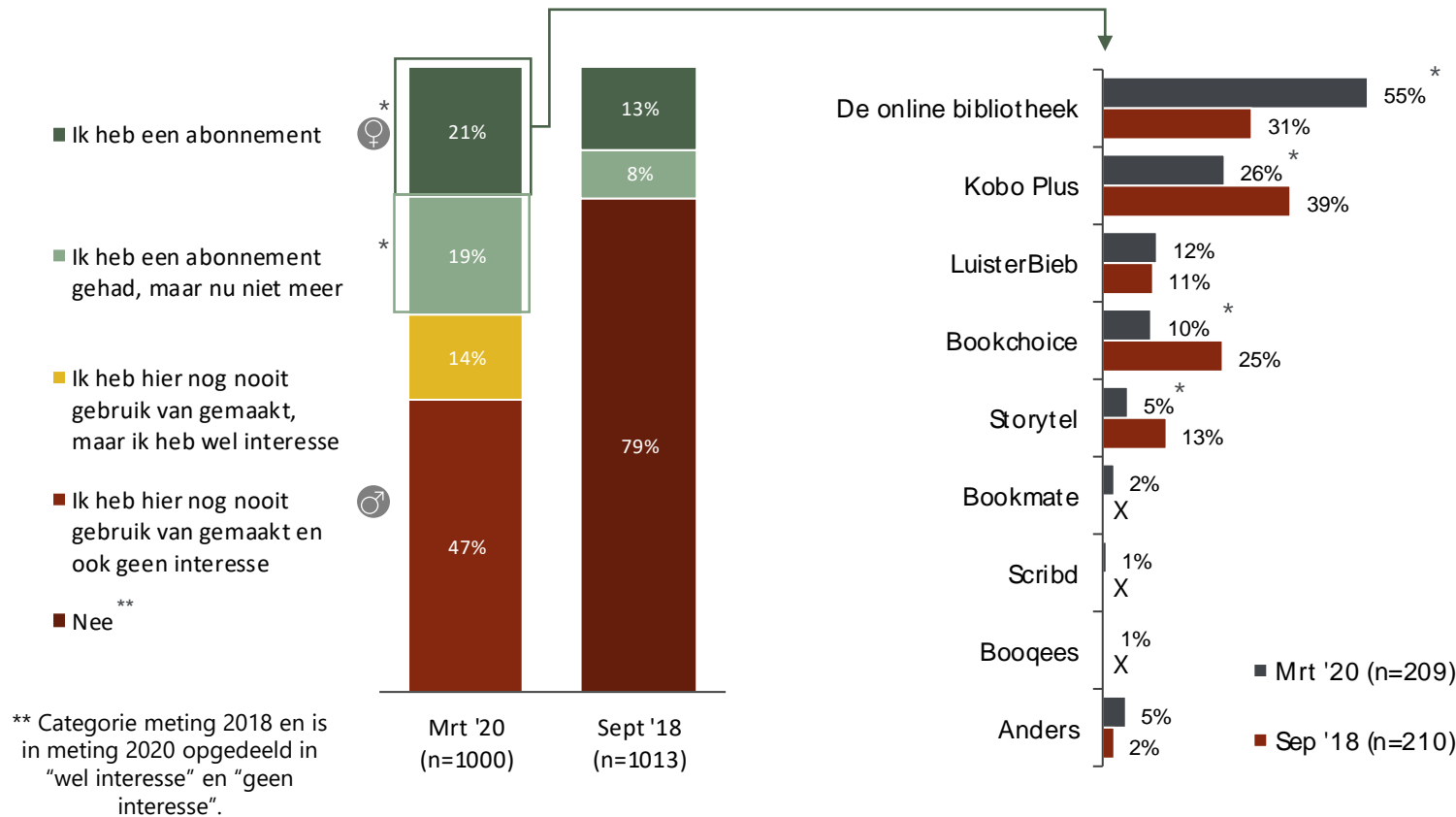
% Ja

Er is een toename van het gebruik van abonnementsdiensten. Vooral het gebruik van de online Bibliotheek neemt toe, terwijl Kobo Plus en Bookchoice aandeel verliezen.



Abonnementdiensten e-books/luisterboeken

Huidige aanbieder(s) e-books/luisterboeken



Achtergrond:
65-plussers maken momenteel vaker gebruik van de online Bibliotheek. Heavy e-booklezers maakten voorheen vaker gebruik van Bookchoice.

B01: Maakt u wel eens gebruik van abonnementsdiensten van e-books en/of luisterboeken?
B03a: Van welke aanbieder(s) maakt u momenteel gebruik voor e-books en/of luisterboeken?
B03b: Van welke aanbieder(s) maakte u voorheen gebruik voor e-books en/of luisterboeken?

Basis B01: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen
Basis B03a/b maakt(e) gebruik van een abonnementsdienst

Toename in gebruik abonnementsdiensten. De online Bibliotheek wordt het meest gebruikt.



Huidige abonnementsdienst



... van de e-booklezers maakt gebruik van een abonnementsdienst voor e-books of luisterboeken. **De online Bibliotheek** (55%) wordt het meest gebruikt.

Top 3 redenen gebruik

- 43%** Makkelijke beschikbaarheid
- 35%** Aantrekkelijke prijs
- 31%** Zit in bibliotheekabbonement

Boeken begonnen per maand



E-books
1,8 uitgelezen



Luisterboeken
0,8 uitgeluisterd



... van de gebruikers van abonnementsdiensten is tevreden met het aanbod

Abonnementsdienst in het verleden



... van de lezers heeft in het verleden gebruik gemaakt van een abonnementsdienst voor e-books of luisterboeken.

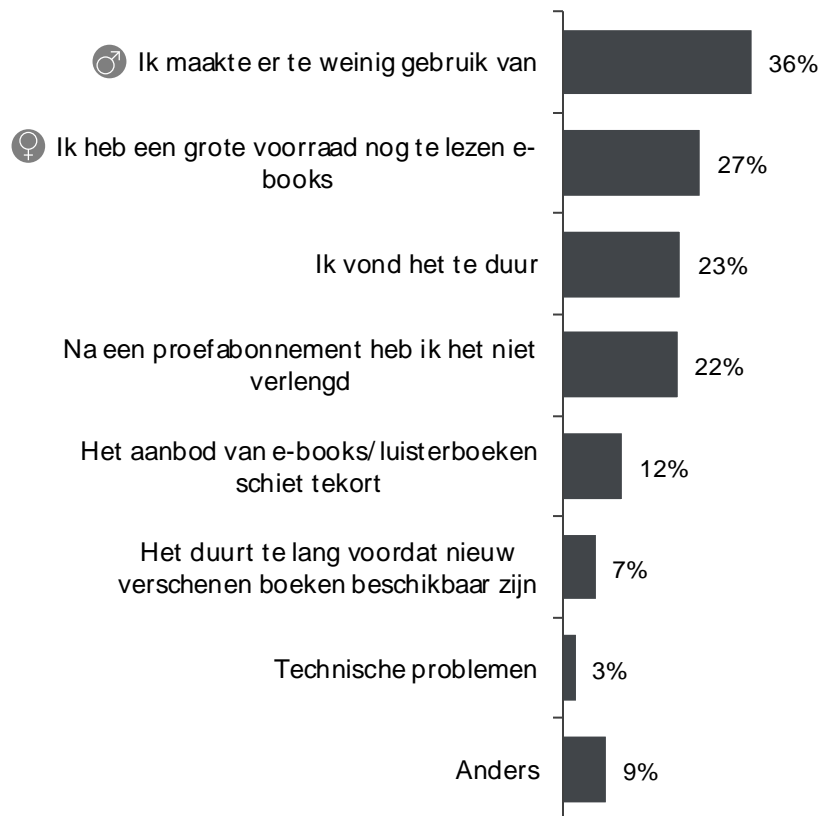
Top 3 redenen niet meer gebruiken

- 36%** Maak er te weinig gebruik van
- 27%** Grote voorraad e-books
- 23%** Te duur

Het te weinig gebruik maken van het abonnement en de grote voorraad e-books zijn de belangrijkste redenen om het abonnement te stoppen.



Reden geen gebruik meer abonnementsdienst



Achtergrond:

Midden- en hoogopgeleiden zijn vaker gestopt door te weinig gebruik te maken van de abonnementsdienst.

Medium en heavy e-booklezers vaker door het aanbod dat tekort schiet.

B05: Waarom bent u gestopt met uw abonnement?

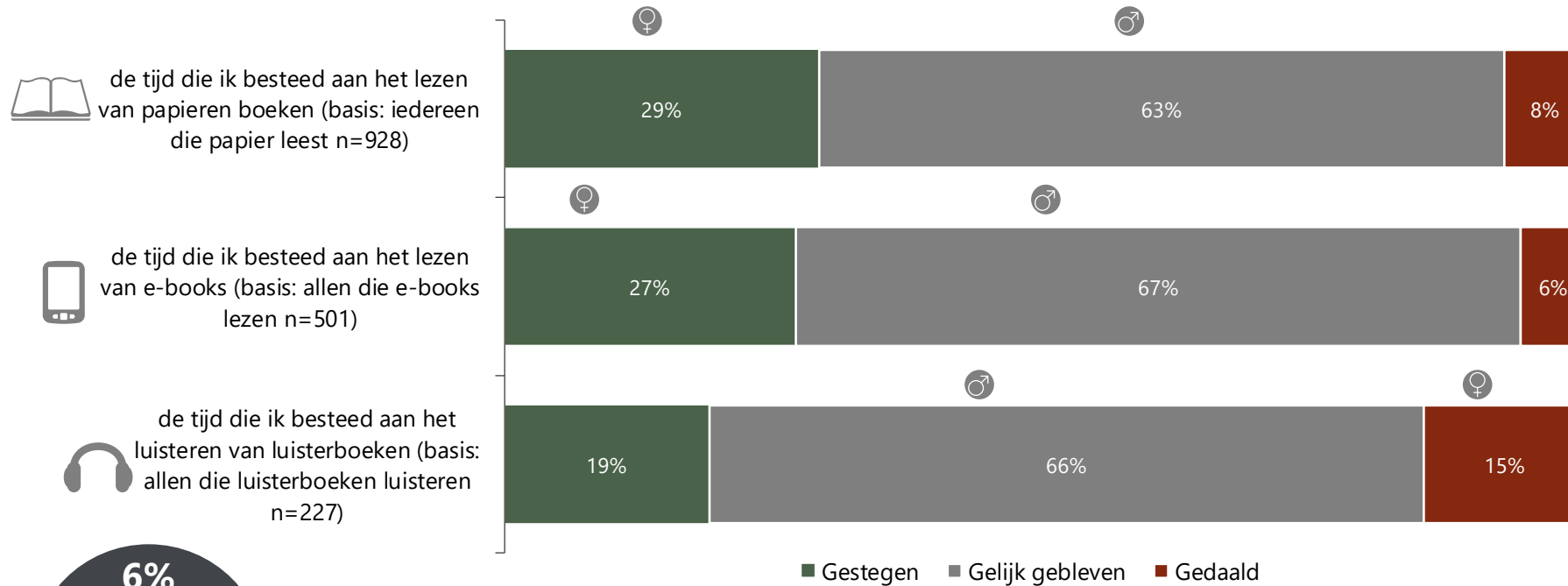
B02: Hoeveel papieren boeken, e-books of luisterboeken heeft u in de afgelopen 12 maanden gelezen/geluisterd?

Basis: Maakte gebruik van een abonnementsdienst (n=182)

Er wordt onder invloed van corona meer tijd besteed aan het lezen van papieren boeken en e-books; binnen luisterboeken is de stijging minder sterk.



Verandering leesgedrag na uitbraak van corona



6%
Van de niet-lezers heeft meer tijd besteed aan lezen

Achtergrond:
Jongeren tot 35 jaar geven vaker dan de andere leeftijdsgroepen aan dat de tijd die zij besteden aan het lezen van e-books en luisteren van luisterboek is gestegen.

Hoogopgeleiden geven vaker dan midden- en laagopgeleiden aan dat de tijd die zij besteden aan het lezen van papieren boeken is gestegen.

Heavy en medium lezers geven vaker dan light lezers aan dat de tijd die zij besteden aan het lezen van papieren boeken en e-books is gestegen.

Basis: alle respondenten die type boek lezen

X02: In welke mate is uw leesgedrag veranderd na de uitbraak van Corona. Ten opzichte van mijn gebruikelijke leesgedrag is ...

753472 Rapportage reguliere meting 53

Gemiddeld lezen e-booklezers evenveel e-books als papieren boeken.



...van de Nederlanders heeft tenminste één e-book gelezen in de afgelopen 12 maanden. In 2018 was dit **38%**.

9,7

e-books worden er gemiddeld per jaar gelezen door e-booklezers

&

9,6

papieren boeken worden er gemiddeld per jaar gelezen door e-booklezers.

Hoogst gewaardeerde aspecten e-books

- 7,7** Grootte van de letters
- 7,4** Gevoel van ontspanning
- 7,2** Prijs

 **96%**

...van de e-booklezers leest e-books in het **Nederlands**. **29%** leest (ook) in het **Engels**.

72% van de e-books wordt uitgelezen. (81% van alle nieuw gekocht boeken wordt uitgelezen)

Het aantal boeken dat men verkrijgt via het **abonnementsmodel en de online Bibliotheek** neemt toe, terwijl het illegale downloaden en kopiëren van e-books afnemen.



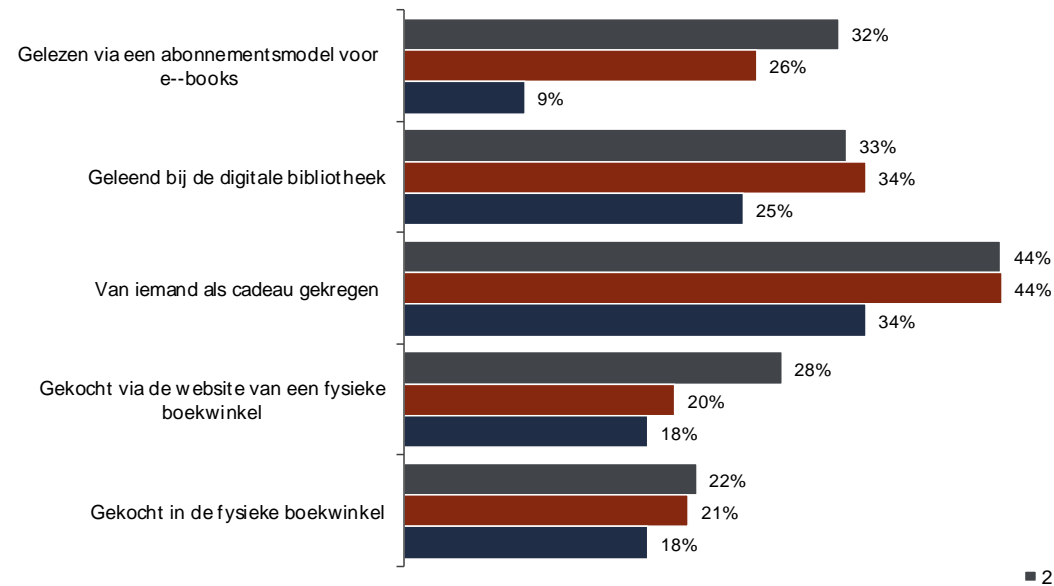
...van de gekochte e-books wordt de overgrote meerderheid gekocht bij **Bol.com**

Positieve ontwikkelingen voor de abonnementsdiensten, de digitale bibliotheek, het e-book als cadeau en de (website van de) fysieke boekwinkel.

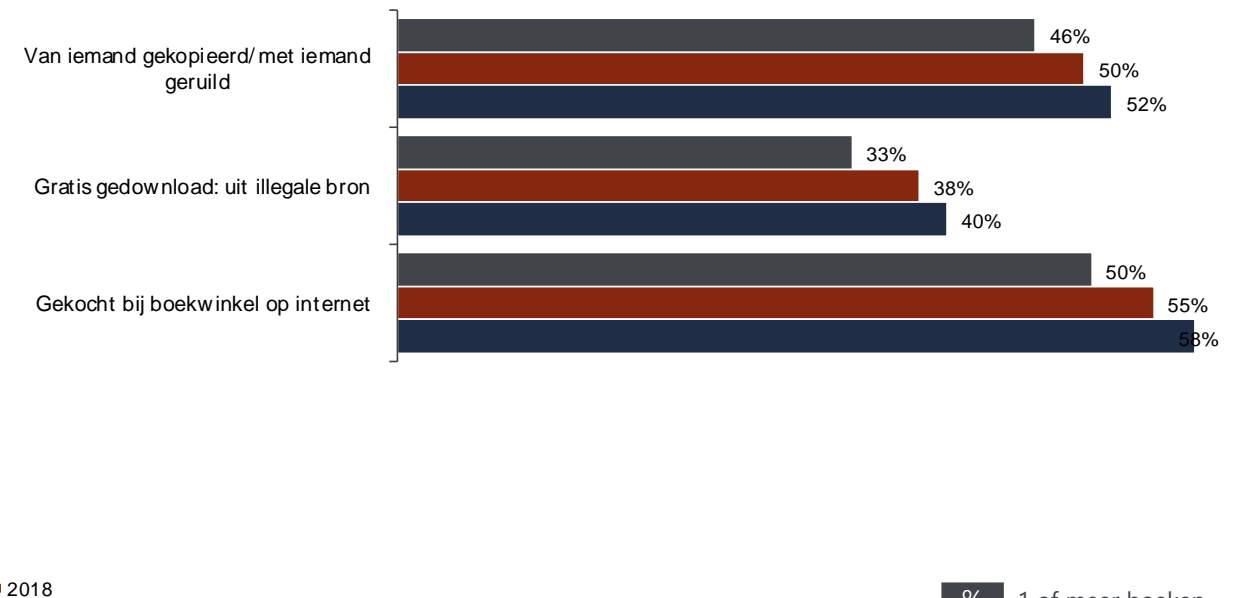


% e-booklezers dat op deze wijze e-books verkrijgt

Kanalen die meer worden gebruikt:



Kanalen die minder worden gebruikt:



% 1 of meer boeken

Basis: heeft in de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen (n=1000)
2018 (n=1013), 2016 (n=1002)

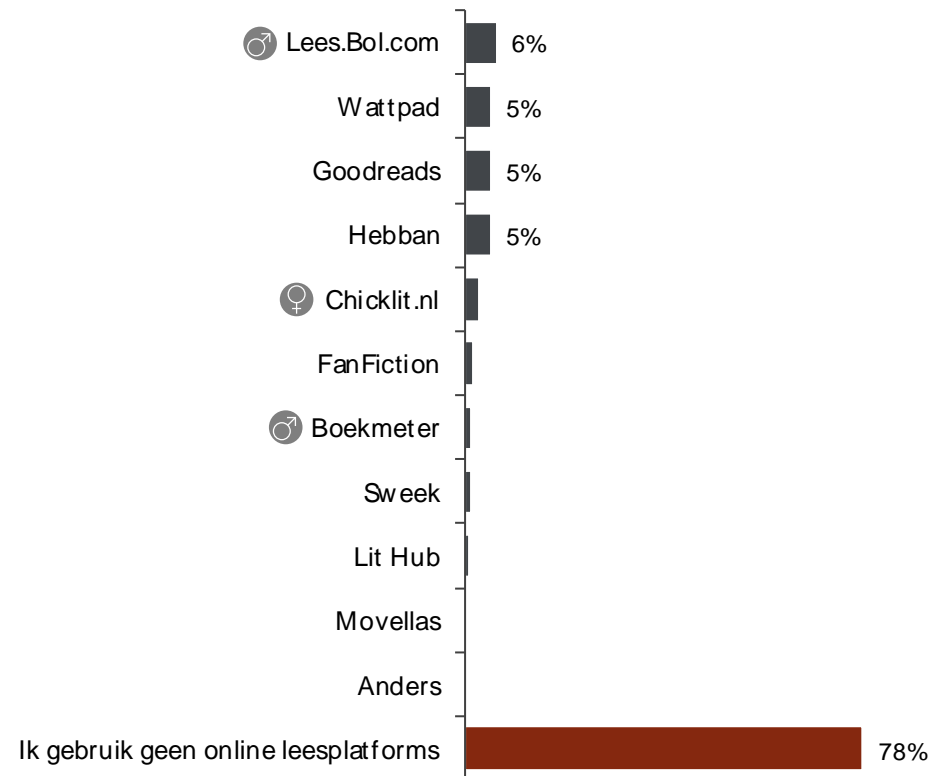
A08: Hoeveel e-books verkrijgt u per jaar op de volgende manieren?

22% van de e-booklezers gebruikt een leesplatform. Lees.Bol.com, Wattpad, Goodreads en Hebban worden het meest genoemd.



Gebruik leesplatforms

22%
van de e-booklezers
gebruikt een
leesplatform



Achtergrond:

Jongeren tot 35 jaar en hoogopgeleiden gebruiken vaker Goodreads.

Leden van de bibliotheek/online Bibliotheek gebruiken vaker Lees.Bol.com.

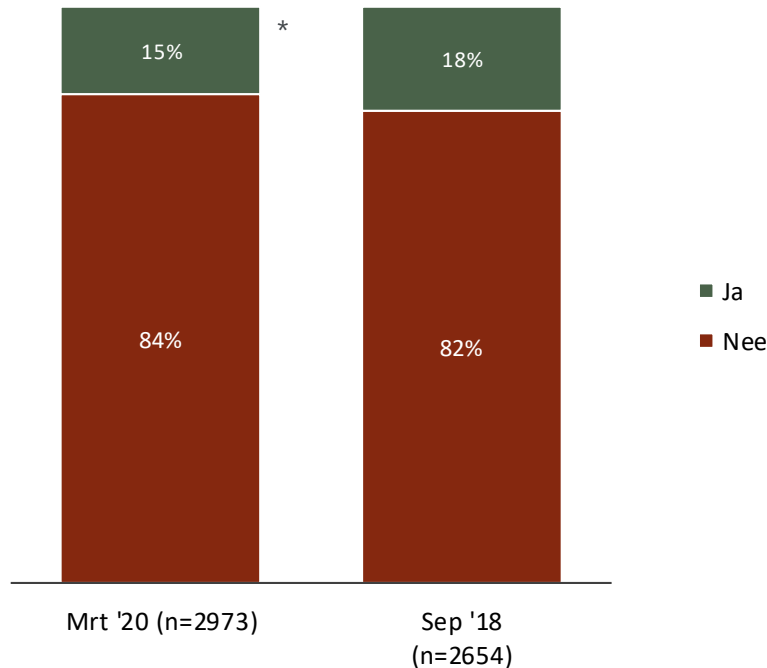
Heavy en medium e-booklezers gebruiken vaker Hebban.

15% van de Nederlanders (14+) gebruikte de afgelopen 12 maanden een luisterboek.

Luisterboekgebruikers zijn vaak jong; 47% is jonger dan 35 jaar.



Luisterboeken gebruikt



Achtergrond:

Heavy e-booklezers geven vaker aan geheel of gedeeltelijk een boek geluisterd te hebben in de afgelopen 12 maanden.

De luisterboekgebruiker vs. NL representatief, boekenlezers** en e-booklezers

	Luisterboek	NL	Boekenlezers	E-booklezers
Man	54%	49%	47%	44%
Vrouw	45%	51%	53%	56%
<hr/>				
< 25 jaar:	26%	16%	17%	17%
25-34 jaar:	21%	15%	14%	14%
35-49 jaar:	28%	23%	23%	23%
50-64 jaar:	16%	25%	24%	25%
65+:	10%	22%	22%	20%
<hr/>				
Laag:	16%	24%	21%	19%
Midden:	44%	41%	40%	40%
Hoog:	40%	36%	39%	42%

B02: Heeft u de afgelopen 12 maanden geheel of gedeeltelijk een e-book gelezen of een luisterboek gebruikt?

** boekenlezers uit M51 regulier
Basis: alle respondenten (NL representatie 14+)

Luisterboekgebruikers zijn vaak jong; bijna de helft is jonger dan 35 jaar.



...van de Nederlanders heeft tenminste één luisterboek geluisterd in de afgelopen 12 maanden.



6,5

luisterboeken worden er gemiddeld per jaar geluisterd door luisteraars.

Spannende fictie

... is het meest geluisterde genre.

Fantasy

... is relatief populair als luisterboek.

Hoogst gewaardeerde aspecten luisterboeken

7,5 Gemak voor je ogen

7,4 Leeshouding

7,0 Gevoel van ontspanning



91%

...van de luisterboekgebruikers luistert in het **Nederlands** 31% luistert (ook) in het **Engels**.

61%

... vindt de voorlezer van groot belang voor de aantrekkingskracht van een luisterboek.



29%

... van de luisterboeken wordt gratis gedownload uit een legale bron.

28%

... van de luisterboeken wordt geleend bij de bibliotheek.

26%

... van de luisterboeken wordt geluisterd via Spotify.

Men heeft niet alleen meer tijd om te lezen, maar ook meer behoefte.



- Het is **niet alleen de gelegenheid** – meer tijd – waardoor men meer is gaan lezen, maar het is ook het **willen voorzien in een bepaalde behoefte**. (Boeken) lezen kan in meerdere behoeftes voorzien die in de coronatijd meer dan normaal lijken op te spelen:
 - **Even ontsnappen** uit de (nare) realiteit in combinatie met het feit dat men **zichzelf meer tijd gunt** om even een moment van ontspanning te kiezen.
 - **Iets nuttigs willen doen** (i.p.v. eindeloos Netflixen). Het vele thuiszitten kan leiden tot gevoelens van nutteloosheid en verveling. Dan is een boek lezen, in het bijzonder de meer educatieve, informatieve boeken, iets dat een bijdrage levert aan de eigen ontwikkeling (en aan het prettige, voldane gevoel van nuttig bestede tijd).
 - Lezen is voor sommigen een **oase in tijden van culturele armoede**. Immers, reizen, culturele uitstapjes, e.d. zijn nu onmogelijk.
- Het voorgaande resulteert erin dat zelfs **personen die voorheen nauwelijks lazen en haast een soort afkeer voelden tegenover boeken**, nu toch aan het lezen zijn geslagen.

De coronacrisis heeft invloed op verkoopkanaal; vaker online, niet of minder in de winkel.



- **Men is meer online gaan kopen**, want men wil de winkels mijden en wanneer ze er zijn er niet te veel tijd doorbrengen.
 - Hoewel de boekwinkel nog open is, voelt het voor velen onverantwoord om daar een bezoek aan te brengen. Temeer daar er ook een aantrekkelijk (online) alternatief binnen handbereik is.
 - De coronamaatregelen in de boekhandel zelf weerhouden consumenten ervan een winkelbezoek te brengen. Men voelt een soort druk van andere bezoekers (maximaal aantal mensen toegestaan in winkel, niet te lang bij een schap durven rondhangen) en men mag of durft de boeken niet meer op te pakken en door te bladeren. En dat is nou juist een belangrijk (en vooral ook leuk) onderdeel van winkelbezoek: een beetje struinen, inspiratie opdoen, etc.
 - Voorheen kwam het ook vaker voor dat men eerst bij de fysieke boekwinkel checkte (bijvoorbeeld door even te bellen) of ze een bepaald boek hebben liggen. Nu neemt men minder die moeite en gaat dan meteen online kijken. Vooral omdat men het dan niet meer hoeft op te halen wat bij die fysieke winkel nog altijd wel moet (zo is de veronderstelling). Het gemak van de online boekwinkel is dan doorslaggevend (o.a. direct inzicht in beschikbaarheid).



* Bron Stichting Marktonderzoek Boekenvak meting 53 - regulier onderzoek
** Bron Stichting Marktonderzoek Boekenvak meting 51 - regulier onderzoek

En men voelt regelmatig loyaliteit aan de zelfstandige boekhandel.



De **voordelen van specifiek de fysieke zelfstandige boekhandel** (en dus redenen om deze winkel te bezoeken):

- Loyaal aan plaatselijke ondernemer; boekhandel niet kwijt willen uit het straatbeeld.
- Leuk uitje; fijne winkel om even rond te lopen
- Goed assortiment (mooie selectie)
- Fijn om te "browsen" (gesorteerd op genre, tafels/schappen die uitnodigen om boeken die je niet kent op te pakken en te bekijken).
- Soms ook rol van de verkoper
- Maar meestal strekt de rol van de verkoper niet verder dan praktische vragen/aanwijzingen (heb je ook de Engelse versie, waar staat het boek), in veel mindere mate is er een inhoudelijke tip/gesprek (als u hiervan houdt, vindt u dit boek vast ook leuk).

Bovenstaande specifieke voordelen gelden wat vaker voor de kleinere zelfstandige boekhandels dan voor de grote ketens.

*Die mensen hebben
het ook nodig, je
probeert ook de
middenstand te
helpen*


54% vindt een winkelstraat met een boekwinkel prettiger. Ook vindt 51% het belangrijk dat de boekwinkel in de buurt is.*

* Bron Stichting Marktonderzoek Boekenvak meting 53 - regulier onderzoek

Spontane impulsaankopen nemen af in tijden van lockdown.



- Een bezoek aan de boekwinkel leidt regelmatig tot impulsaankopen in tegenstelling tot online waar men doorgaans gericht en direct naar een bepaald boek toe klikt. Door de toename van online aankopen tijdens de coronatijd, **dalen de spontane/impulsaankopen.**
- Wel blijft men natuurlijk nog getriggerd worden door o.a. de media (tv, kranten, social media), vrienden en familie. Maar de trigger van de aantrekkelijke uitstalling van boeken in de fysieke winkel is minder nadrukkelijk aanwezig.
 - Online platforms kunnen overigens ook inspireren in de vorm van lijstjes, genres, reviews en tips (als je dit leuk vindt) waar men gemakkelijk doorheen kan scrollen/bladeren. Hier gaat men dan ook juist soms naar toe om inspiratie op te doen (bijvoorbeeld voor een cadeau). Maar toch voelt dit vaak in mindere mate als het struinen dat men door de fysieke winkel doet voor het opdoen van o.a. inspiratie.



Ook door het wegvallen van dagelijkse of wekelijkse routines (zoals forensen, even zomaar de stad in, familie bezoeken, etc.) krijgen de **min of meer routinematige bezoeken aan de boekwinkel** veel minder een kans. Immers, men komt er nu simpelweg niet meer automatisch langs.

* Bron Stichting Marktonderzoek Boekenvak meting 40 – customer journey

Triggers en inspiratie(bronnen) voor aankoop zijn behoorlijk bepalend voor verdere verloop van de klantreis.



Op de volgende slide een overzicht van de klantreizen die we indentificeerden. Daaraan voorafgaand eerst **het zaadje waarmee nagenoeg elke klantreis begint:**

- Vaak is de allereerste trigger bekendheid met een bepaalde schrijver (die men volgt via instagram of een fanpage, waar men al eerder iets van las, waar men ooit op gewezen is).
- De eerste trigger kan ook de titel zijn, het onderwerp, of het genre waar men dan al interesse in heeft (zoals historische romans, crime, thrillers, biografieën, zelfhulpboeken, koken, etc.)
- Inspiratie komen daarnaast van:
 - Tips van en gesprekken met vrienden/familie/collega's. Tips over concrete boektitels en auteurs, gesprekken over wederom boeken en auteurs of over thema's waarover men praat met anderen (thema's waarover men vervolgens iets zou willen lezen).
 - De media (tv, krant, tijdschrift, podcast) waarin boeken of bepaalde onderwerpen/thema's worden besproken en gerecenseerd, of waarin auteurs worden geïnterviewd/gevolgd.
 - Social media (advertenties/posts op Facebook, Instagram en fanpages). Dit kunnen berichten zijn van mensen uit de eigen omgeving, maar ook van bijvoorbeeld auteurs en uitgevers.
 - De boekhandel zelf (tafels met uitgestalde boeken, top 10 bestsellers, etc.). Soms ook – in mindere mate – de categorieën (bestsellers, genres) op Bol.com waar men doorheen kan scrollen.
 - Reviews van lezers (op Bol.com), tips van boekverkopers.

Kortom, het begint dus doorgaans met **een 'inhoudelijke' haak**, dat kan een onderwerp/thema zijn, een concreet boek of de schrijver (en de thema's waarover hij dan vervolgens schrijft). Dat geldt ook voor het boek als cadeau: men verdiept zich in de inhoud (interesses, leesgedrag etc.) van de ontvanger.

* Zie ook Stichting Marktonderzoek Boekenvak meting 40