Onderzoek: Boekenweek bereikt vooral ouderen

14-03-2013 08:41


Krzysztof Kieślowski
Dekalog

Veel niet-lezers in Nederland
De Boekenweek is in 1932 ontstaan ter promotie van het boek. Er is echter nog wel wat werk aan de winkel, want bijna één op de vijf ondervraagden geeft aan nooit een boek te lezen. In de groep 55-64 jarigen is dit zelfs 25%.
De meeste Nederlanders (34%) lezen één tot vijf boeken per jaar. 65-plussers lezen de meeste boeken, 22,5% geeft aan meer dan twintig boeken per jaar te lezen.

Er worden weinig boeken gekocht tijdens de Boekenweek
8% van de ondervraagden gaat zeker een boek kopen tijdens de Boekenweek en ruim 16% misschien. Echter, zeven op de tien Nederlanders geeft aan zeker geen boek te kopen tijdens de Boekenweek en 6,5% weet het nog niet. Wederom scoren jongeren laag: nog geen 4% van de 18-24 jarigen geeft aan zeker een boek te kopen. Onder 65-plussers is het voornemen een boek aan te schaffen een stuk hoger; ruim 15% zegt tijdens de Boekenweek zeker een boek aan te zullen schaffen. Nederlanders kopen sowieso niet veel boeken voor zichzelf. Vier op de tien ondervraagden geeft aan nooit een boek voor zichzelf te kopen. Deze cijfers lijken haaks te staan op de resultaten die de branche zelf over de Boekenweek communiceert: de Boekenweek blijkt dan nog altijd een goede verkoopmotor te zijn.

E-books
Schrijver van het Boekenweekgeschenk Kees van Kooten gaf in De Wereld Draait Door niet al te hoog op over e-books. Toch is het goed dat zijn Boekenweekgeschenk ook digitaal verkrijgbaar is, want bijna drie op de tien Nederlanders heeft wel eens een e-book gelezen. In de categorie 25-34 jaar is dat zelfs bijna de helft; 46%. Maar ook van de 65-plussers heeft ruim één op de tien wel eens een e-book gelezen.

Voor het lezen van een e-book wordt het meest gebruik gemaakt van een tablet (46%). 36% gebruikt een e-reader. De e-reader wordt voornamelijk (52%) door vrouwen gebruikt. De tablet is met 52% favoriet bij de mannelijke e-booklezers en ook jongeren gebruiken voornamelijk een tablet (56%).

Over het onderzoek
Dit onderzoek is uitgevoerd van 7 t/m 9 maart 2013 binnen De OnderzoekGroep, het panel van MarketResponse, onder een representatieve steekproef van 500 Nederlanders van 18 jaar en ouder.