Het profiel van de digitale lezer

03-02-2015 12:44



Een online enquête werd in mei en juni 2014 uitgestuurd naar 5000 personen in Vlaanderen, en kende een sterke respons van 1094 ingevulde enquêtes. Terwijl er al veel onderzoek bestaat naar de kenmerken van de boekenlezer in het algemeen, is dit onderzoek wereldwijd een van de eerste over de betaalbereidheid voor het digitale boek. Dankzij de sterke respons geeft de enquête een gefundeerd beeld van het marktpotentieel van het digitale boek anno 2015.

De komende vier weken zal telkens een verschillend aspect van dit onderzoek belicht worden. In dit artikel geven we de resultaten van de leesgewoontes voor zowel het papieren als het digitale boek. In een ander artikel gaan we dieper in op het lenen en kopen van papieren en digitale boeken. De kwestie van mogelijke kannibalisering van het papieren boek door het digitale lezen komt dan ook aan bod. Ook rapporteren we precieze bedragen die de consumenten bereid zijn te betalen voor een digitaal boek, of voor de bundel papier-digitaal. Ten slotte focussen we op de manier waarop lezers het liefst willen betalen voor een digitaal boek, en verbinden daaraan conclusies m.b.t de business model strategie voor uitgevers.

Digitaal lezen zit in de lift, maar digitale veel-lezer is zeldzame soort
Een respectabele 35% van de respondenten leest reeds digitale boeken, en 63% enkel papieren boeken. Let wel dat van diegenen die reeds digitale boeken lezen 3% uitsluitend digitaal leest, terwijl de meesten (32%) digitaal en papier combineren.
Papieren boeken worden erg regelmatig gelezen: 38% doet dat dagelijks en 24% wekelijks. Van de digitale lezers via tablet leest 7% op dagelijkse, resp. 12% op wekelijkse basis. Digitaal lezen via e-reader is frequenter: 22% dagelijks en 13% wekelijks, wat goed aantoont hoe een 'dedicated' toestel samenhangt met een sterkere leesgewoonte. De distributie van de leesintensiteit is curvilineair: de grootste groepen zijn de veel-lezers (29% van de printlezers leest meer dan 20 boeken/jaar) en de weinig-lezers (23% 1 tot 5 boeken/jaar). Vrouwen blijken iets grotere veel-lezers dan mannen: 33% leest meer dan 20 papieren boeken/jaar vs. 25% voor mannen.

De vraag kan gesteld worden of het >20-segment correct is, maar uit algemene statistieken weet men dat ongeveer 60% van de Vlamingen (soms) boeken leest (2,34 miljoen mensen), en dat deze gemiddeld 2,65 boeken kopen per jaar (= ongeveer 15 miljoen jaarlijkse boeken worden verkocht in Vlaanderen, fluctuerend per jaar). De kans dat er in het +20 segment dus een significant grote groep van personen zit die bijvoorbeeld 30 of 40 boeken per jaar koopt en leest is uiterst klein.

Voor digitale lezers zien we dat het grootste segment 5 of minder digitale boeken per jaar leest (36%), gevolgd door 6 tot 10 digitale boeken per jaar (22%). Toch consumeert al 13% van de digitale lezers meer dan 20 boeken per jaar. Binnen de groep die alleen maar digitale boeken leest, blijken mannen met 73% momenteel nog oververtegenwoordigd. In de tabel hieronder hebben we de digitale en papieren boekenhoeveelheid uitgesplitst volgens leeftijd. De cijfers zijn unieke respondenten, geen percentages. Volgende week zal dezelfde tabel worden gegeven voor de koophoeveelheid. Het meest frappante is dat de leesdistributie van zowel papieren als digitale boeken geen significante afwijking vertoont van de algemene distributie van de bevolking. Er is dus geen leeftijdscategorie die opvallend meer of minder digitaal of papier leest.

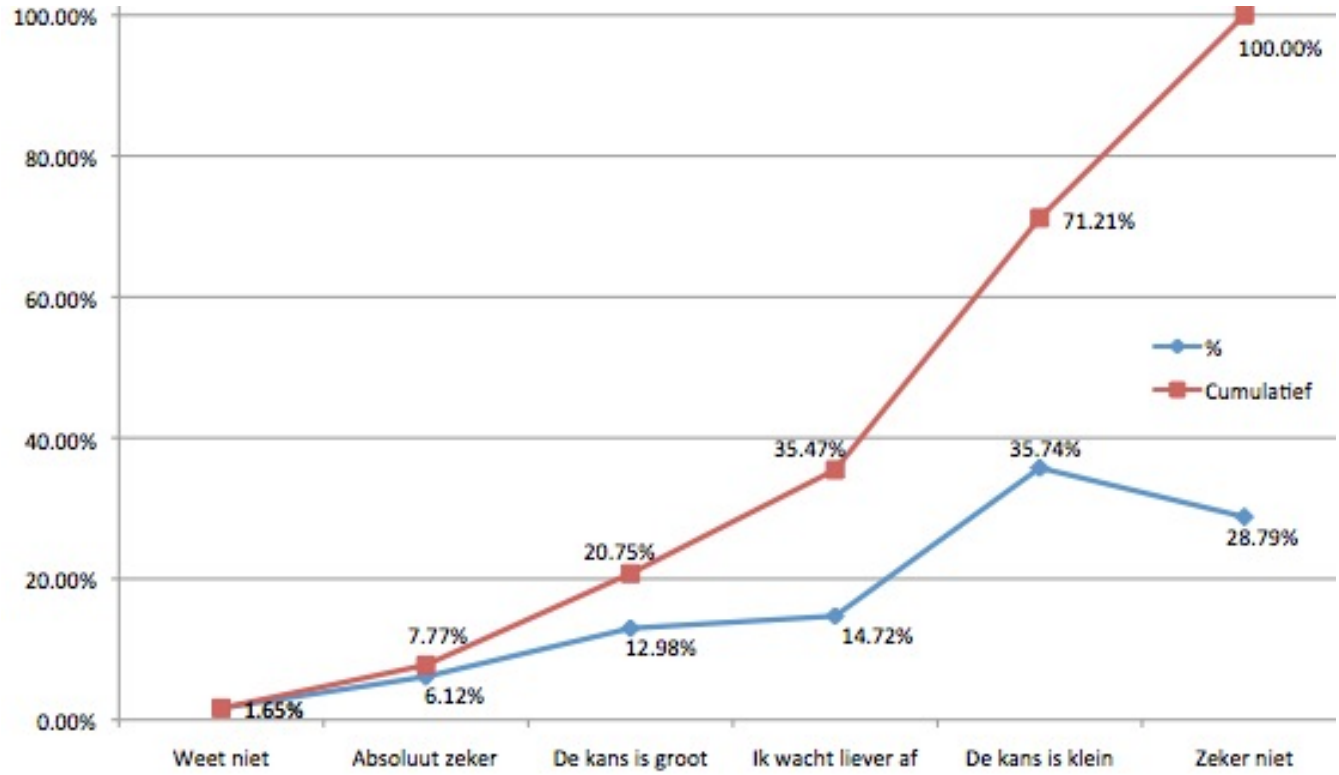
Aantal boeken per jaar gelezen	15-29 jaar	30-39 jaar	40-49 jaar	50+ jaar	Rijtotalen
Minder dan 1 digitaal boek	*7*	*4*	*6*	*6*	*23*
Minder dan 1 papieren boek	**7**	**8**	**1**	**11**	**27**
1 tot 5 digitale boeken	*30*	*23*	*29*	*61*	*143*
1 tot 5 papieren boeken	**70**	**40**	**38**	**89**	**237**
6 tot 10 digitale boeken	*13*	*21*	*12*	*38*	*84*
6 tot 10 papieren boeken	**62**	**38**	**41**	**87**	**228**
11 tot 15 digitale boeken	*11*	*7*	*7*	*18*	*43*
11 tot 15 papieren boeken	**30**	**21**	**23**	**59**	**133**
16 tot 20 digitale boeken	*4*	*9*	*10*	*19*	*42*
16 tot 20 papieren boeken	**20**	**15**	**16**	**58**	**109**
Meer dan 20 digitale boeken	*11*	*6*	*13*	*22*	*52*
Meer dan 20 papieren boeken	**39**	**38**	**65**	**162**	**304**
Dat weet ik niet (digitaal)	*2*	*0*	*0*	*5*	*7*
Dat weet ik niet (papier)	**2**	**2**	**1**	**3**	**8**
Totaal digitaal	*78*	*70*	*77*	*169*	*394*
Totaal papier	**230**	**162**	**185**	**469**	**1046**

Bezit en gebruik elektronische toestellen: een verzadigende markt

De laptop is met 87% het meest populaire apparaat onder Vlamingen. Aangezien het lezen van een digitaal boek natuurlijker aanvoelt op een klein en draagbaar apparaat, is het bezit van tablets en e-readers hier echter relevanter. 42% van de steekproef bezit enkel een tablet, 7% enkel een e-reader, en 13% bezit beide toestellen. Tablets worden doorgaans heel intensief gebruikt; 30% gebruikt deze 1 tot 3 uren of meer op een weekdag, resp. 43% tijdens het weekend. De tablet blijkt vooral populair om digitale kranten en/of tijdschriften te lezen (29%), om mee te spelen/stemmen bij een programma (20%) en om het nieuws/actualiteit te volgen (19%). Het valt op dat de marktgroei van tablets en e-readers begint te vertragen. Op de vraag of men van plan is om (nog) een tablet of e-reader te kopen, antwoordt slechts 8% positief, twijfelt 23%, en zegt 68% resoluut dit niet van plan te zijn. Een grote meerderheid hiervan (70% tablet en 66% e-reader) bezit deze toestellen al langer dan een jaar.

Adoptiesegmenten: van vroege vogels tot laatkomers

Als opstap naar het artikel van volgende week, waar het aankoopgedrag wordt besproken, eindigen we dit artikel met de aankoopintentie van digitale boeken. Van alle lezers overweegt 6% de digitale versie van een door hen gewenst boek ‘zeker’ te kopen mocht het beschikbaar zijn, en 13% ‘waarschijnlijk wel’. Echter, de meerderheid zou dit ‘waarschijnlijk niet’ of ‘zeker niet’ overwegen (resp. 36% en 29%). Deze cijfers zijn te nuanceren, aangezien een belangrijk deel van het Nederlandstalige aanbod nog niet (onmiddellijk) digitaal beschikbaar is, waardoor de digitale leesgewoonte moeilijk reeds kan ingeburgerd zijn.



Figuur 1: Moest je morgen een nieuw boek willen kopen en je weet dat er ook een digitale versie van het boek bestaat, in welke mate zou je dan kiezen voor de digitale versie van dat boek?

Deze segmenten zijn essentieel omdat ze tonen wie 'innovator', 'vroege gebruiker', 'vroege meerderheid', 'late meerderheid' of 'laatkomer' is. De segmentatie biedt ook een blik in de toekomst, als we er van uitgaan dat de latere segmenten sequentieel 'online' komen. De cumulatieve lijn toont dan de ruwe adoptiecurve voor de ganse markt, met dit voorbehoud dat de cijfers enkel wijzen naar hoeveel mensen bereid zullen zijn digitale boeken te kopen, niet wat de mix papier-digitaal van hun boekenconsumptie zal zijn. We komen hierop terug in het derde artikel van deze reeks, als we de betalingsbereidheid voor digitale boeken bespreken, en in het vierde artikel over de bedrijfsmodelstrategieën. Het is immers niet enkel interessant om te weten hoeveel de gemiddelde lezer bereid is te betalen voor een digitaal boek, maar ook of er variatie bestaat qua betalingsbereidheid tussen diegenen die nu reeds digitale boeken kopen, en diegenen die pas over enkele jaren deze overstap zullen maken.

Onderzoekers: Prof. Dr. Valérie-Anne Bleyen en Olivier Braet
Valerie-Anne.Bleyen@vub.ac.be , Olivier.Braet@vub.ac.be
'Uitgeverij van de Toekomst' is een multidisciplinair onderzoeksproject gefinancierd door het IWT, als Vlaams Innovatief Samenwerkingsverband (VIS). de kennisinstellingen iMinds-SMIT (VUB) en iMinds-MMLab (UGent) onderzoeken de bedrijfsmatige en technologische uitdagingen van de opkomst van het digitale boek, samen met de confederatie van het Vlaamse boekenvak Boek.be, en alle Vlaamse uitgevers. Projectleiding bij Kenniscentrum Boek.be: Annemie Speybrouck
annemie.speybrouck@boek.be