

Mee op klantreis: hoe komt de lener tot de keuze voor een boek?

Wat gebeurt er vóórdat iemand in de bibliotheek een boek komt lenen? Hoe kiest diegene eenmaal in de bibliotheek een specifieke titel? En hoe wordt het boek vervolgens ervaren? Dit onderzocht GfK in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak, met als resultaat het onderzoeksrapport 'Hoe koopt en leent de Nederlander boeken?'.¹ Aan 500 leners en 511 kopers werd gevraagd hoe hun klantreis bij hun laatst geleende of gekochte (e-)boek verliep: van de eerste kennismaking tot en met het daadwerkelijke lezen. Deze Onderzoeksrubriek bespreekt de opvallendste resultaten voor de boekleners en mogelijke implicaties hiervan voor de praktijk.

TEKST: BJORN SCHRIJEN, ADVISEUR ONDERZOEK EN KENNISDELING BIJ DE KB, DE NATIONALE BIBLIOTHEEK • FOTO: ADAM WINGER / UNSPLASH

Trigger: de bibliotheek zelf is de belangrijkste bron van inspiratie

De eerste kennismaking met hun laatst geleende boek vond voor de grootste groep leners (23%) in de bibliotheek zelf plaats. Anderen hoorden voor het eerst van hun boek via het eigen netwerk (13%), online (13%), op sociale media (9%) of in de traditionele media (8%). Er zijn echter verschillen per leeftijdsgroep: sociale

media en boekplatforms zijn bijvoorbeeld belangrijke kanalen om jongeren te bereiken.²

Interessant is dat de bibliotheek voor leners iets vaker een bron van inspiratie is dan de boekwinkel voor kopers. Waar 23% van de leners hun laatst geleende boek in de bibliotheek leerde kennen, ontdekte 17% van de kopers hun laatst gekochte boek in de (online) boekwinkel. Ook blijkt uit het onderzoek dat kopers relatief



vaker een gerichte *klantreis beleven* ('ik wil dit boek nu'), terwijl leners relatief vaker een *struinklantreis* kennen ('ik houd ervan om door de bibliotheek te struinen'). Bibliotheken kunnen zich dus positioneren als dé plek voor wie geïnspireerd en verrast wil worden.

Oriëntatie

Steeds vaker zoeken leners vooraf informatie over een boek. In dit onderzoek had 27% van de leners dat bij het laatst geleende boek gedaan, tegenover 18% in 2017 en 23% in 2020. Het vaakst zochten zij naar recensies door andere lezers, of naar informatie over het plot, de beschikbaarheid, de auteur en het genre. Deze informatie werd voornamelijk online gezocht, maar door een kwart van de respondenten ook in de bibliotheek zelf. Bibliotheken zouden op verschillende manieren kunnen voorzien in de behoefte aan recensies. Er zou een link gemaakt kunnen worden met activiteiten in de bibliotheek, bijvoorbeeld door boeken uit te lichten die zijn aanbevolen door de leesclub. Quotes uit online recensies zouden bijvoorbeeld kunnen worden opgehangen in de buurt van boeken waarover ze gaan, of er zou actief kunnen worden verwezen naar leesplatforms als Hebban.

Duurzaamheid

Nadat iemand een boek heeft ontdekt, moeten er enkele beslissingen genomen worden. Allereerst het besluit om het boek wel of niet te gaan lezen. De ondervraagde leners namen deze beslissing bij hun laatste boek voornamelijk op basis van het onderwerp (26% van de leners), het al eens eerder iets gelezen hebben van de auteur (21%) of een persoonlijke aanbeveling van een kennis (11%).

Na besloten te hebben het boek te willen lezen, volgt de keuze om het te kopen of te lenen. De respondenten noemen verschillende redenen waarom zij hun laatste boek geleend hebben. Meest genoemde redenen zijn dat ze al voldoende boeken thuis hebben (17%) en lenen duurzamer vinden (16%). Daarna volgen enkele redenen met een financiële achtergrond. Zo wilden respondenten hun bibliotheekabonnement benutten (14%), vonden ze het boek te duur (13%) of vonden ze lenen een laagdrempelige manier om eens iets anders te lezen (10%). Ook deze resultaten zijn interessant vanuit een positioneringsperspectief: de bibliotheek wordt door een deel van de lezers gezien als goedkoper en duurzamer alternatief voor de boekwinkel. Het is mogelijk om daar in marketing- en communicatie-uitingen op in te spelen.

De laatste keuze gaat tussen een papieren of een digitaal exemplaar. Bijna negen van de tien leners kozen bij hun laatste boek voor papier. Vaak is dit omdat ze lezen van papier fijner vinden of het leuk vinden om rond te snuffelen in de fysieke bibliotheek. Relevant is echter ook dat een deel van de leners wijst op de beperktere beschikbaarheid van e-books of de (verwachte) complexiteit om ze te downloaden. Daar staat tegenover dat e-books direct en vanuit huis geleend kunnen worden. Voor een deel van de respondenten zijn dit redenen om juist voor een e-book te kiezen.

Lenen

Toen de ondervraagden daadwerkelijk naar de bibliotheek

gingen, wist 46% van de leners al dat ze een boek gingen lenen, en 36% dat ze voor een specifiek boek kwamen. Eenmaal in de bibliotheek moesten zij nog besluiten om het vooraf bedachte of ter plekke uitgezochte boek ook echt te gaan lenen. Die keuze hing bij de meesten af van de tekst achterop het boek en het omslag. Ook door titels uit te lichten helpen bibliotheken een deel van de lezers. Zo geeft een van de respondenten als tip mee om een boekenkast met de top 10 boeken per genre aan te bieden.

Uiteindelijk ging 54% van de ondervraagden naar huis met het vooraf bedachte boek; 32% had van tevoren nog geen boek in gedachten. Slechts 8% leende uiteindelijk een ander boek dan vooraf gedacht, veelal omdat het gewenste boek (tijdelijk) niet aanwezig bleek.

Wanneer aan leners werd gevraagd hoe zij hun gehele klantreis zouden typeren, koos ongeveer de helft voor de eerdergenoemde *gerichte klantreis* en ruim een derde voor de *struinklantreis*. De *prikkelende klantreis* ('dit moet ik onthouden, hier wil ik over lezen') en de *impulsklantreis* ('ik was niet van plan om dit boek te lenen') werden elk gekozen door 7% van de leners.

Ervaring

Ten tijde van de enquête had bijna iedereen het laatst geleende boek gedeeltelijk (39%) of volledig (54%) gelezen. Die ervaring was bovendien positief: 90% van de leners was er (zeer) tevreden over. Het verbaast daardoor wellicht niet dat veel leners nog eens een boek van dezelfde auteur, in dezelfde serie of van hetzelfde genre zouden willen lezen. Gevraagd naar tips voor de bibliotheken, geven enkele respondenten dan ook aan dat ze bij het zoeken van een titel in de catalogus graag vergelijkbare boeken zouden willen kunnen zien. 'Als je dit boek leuk vond, dan houd je vast ook van ...'

Over het onderzoek

Hoe koopt en leent de Nederlander boeken? is het 65^e onderzoek dat door GfK is uitgevoerd in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB). SMB is een samenwerkingsverband tussen de Koninklijke Boekverkoopersbond, Groep Algemene Uitgevers, CPNB, Stichting Lezen en de KB. Sinds 2007 laat SMB elk kwartaal consumentenonderzoek uitvoeren naar het lezen, kopen en lenen van boeken. Jaarlijks wordt één algemeen onderzoek uitgevoerd en drie onderzoeken naar specifieke thema's. Alle onderzoeksrapporten zijn verzameld op: kvbboekwerk.nl/consumentenonderzoek

Bronnen

- Nagelhout, E., Richards, C. & Qing, L. (2023). *Hoe koopt en leent de Nederlander boeken? Klantreisonderzoek onder kopers en leners. Themameting 65*. Amstelveen: GfK, in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak. Het onderzoek is direct te downloaden via de verkorte link: tinyurl.com/54s6nk67
- Zie ook Nagelhout, E., Richards, C. & Qing, L. (2023). *In de leeswereld van jongeren. Themameting 64 naar het lezen, lenen en kopen van boeken*. Amstelveen: GfK, in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak. Ook dit onderzoek is direct te downloaden via de verkorte link: tinyurl.com/4v6yp6n6