



Persbericht
21/04/2011

Online verkoop van het papieren boek is verdubbeld

Naar aanleiding van het boekenevenement De Staat van het Boek in Antwerpen presenteert GfK Retail and Technology Benelux samen met Boek.be de online verkoopcijfers van fysieke boeken in Vlaanderen, aangevuld met een consumentenonderzoek bij 5.000 respondenten over het online bestedingspatroon. Deze cijfers zijn gebaseerd op GfK marktonderzoekcijfers in Vlaanderen.

De totale boekverkoop eindigde in 2010 met een licht negatief cijfer, namelijk -3,4%. Enkel het kanaal van de Entertainment winkels tekende een groei op. Zowel de supermarktketens als de boekhandels staan onder druk. De internetverkoop van boeken maakt vandaag 4% uit van de totale boekenverkoop; dit kanaal is gegroeid met 95% t.o.v. 2009.

Online zoeken is populair

Uit het onderzoek blijkt dat in de zoektocht naar het juiste boek 1 op 2 mensen (49%) de gewenste informatie proberen te vinden via het internet. Daarnaast vindt 63% van de online zoekopdrachten via een webwinkel plaats. De webwinkel is met andere woorden de belangrijkste bron van informatie bij het online zoeken naar het gewenste boek.

Bij het zoeken naar boeken geeft 32% van de ondervraagden aan de media als inspiratiebron te gebruiken. De media spelen een belangrijke rol voor entertainment en ontspanningsproducten algemeen (reizen, muziek, tickets, ..), waar dit minder relevant blijkt te zijn voor andere productcategorieën (mode, telefonie, computers, ...).

Online aankopen ...?

Het is niet omdat 1 op de 2 personen via het internet naar boekeninformatie op zoek gaat, dat vervolgens via het internet of de webwinkel ook de aankoop volgt. Volgens het GfK retailonderzoek blijkt dat in 2010 de online boekenverkoop 4% uitmaakte van de totale boekenverkopen door consumenten in Vlaanderen. Met andere woorden het gros van alle boekenverkopen vindt nog steeds plaats in de boekhandel.

Dit heeft volgens GfK voor een groot stuk te maken met de sterke aanwezigheid van de fysieke boekhandel in Vlaanderen. Zo is er de strategie van Standaard Boekhandel, die ervoor kiest om in elk dorp van meer dan 40.000 inwoners een winkelpunt in te planten, waardoor in vrijwel elke kleine stad vandaag een boekhandel is gehuisvest. Anderzijds wordt het boekenretaillandschap ook alsmaar diffuser. Boeken koop je niet enkel meer bij de boekhandel, maar vind je ook in de supermarkt, bij de speelgoedwinkel, in het tuincentrum, ..

Verdubbeling van omzet

Online aanbieders vertegenwoordigen vandaag nog een relatief klein aandeel (4%) in verhouding tot de totale boekenverkoop aan consumenten. Het is echter wel een kanaal in volle ontwikkeling: zij zien hun omzet groeien met 95% t.o.v. 2009. Concreet betekent dit



een verdubbeling van hun omzet. Het jaar voordien was de groei nog beduidend lager met 28%.

'Long tail': mythe of realiteit voor boeken?

In 2010 werden in totaal 200.000 verschillende titels verkocht in Vlaanderen. Webshops verkochten daarvan 105.000 titels. Van deze 105.000 vonden 55.000 titels ook hun weg naar de lezer via de gewone boekverkoper. Met andere woorden: ongeveer 50.000 boeken werden enkel verkocht via een webshop en niet via de fysieke boekhandel. Dit zijn quasi allemaal titels uit de zogenaamde 'long tail', dus boeken die al langer zijn verschenen, maar via specifieke kanalen gedurende een langere periode hun weg blijven vinden naar het publiek. De webshops hebben dus een specifieke functie die anders is dan voor de fysieke boekhandel.

Anderzijds stellen we ook vast dat er 95.000 titels enkel via de gewone boekverkoper hun weg vonden naar het publiek en niet via de webshops. Dus ook de fysieke boekhandel speelt een specifieke rol in de verkoop van titels met een langere levensduur. De kracht van beiden, zowel de webshop als het klassieke winkelpunt, bestaat dus uit het enorme aanbod waardoor de consument een specifiek boek vindt en/of bestelt en aankoopt. De 'long tail' is dus een realiteit voor alle boekenverkopers en niet alleen voor de webshops.

Non-fictie (vrije tijd en informatief samen) kent een groter aandeel binnen de online verkoop (44% t.o.v. 32% via offline) dan verkopen via fysieke boekhandels. Kinderboeken en educatieve boeken kennen dan weer een grotere afzet bij de fysieke winkelpunten: bij kinderboeken is dat 24% t.o.v. 17% via online, bij educatieve boeken is dat 3,5% t.o.v. 0,8% online. Het aandeel fictie is voor beide kanalen ongeveer even groot. In de top 10 vinden we slechts 5 titels terug in beide markten, daarna gaat ieder zijn eigen weg en noteren we grote verschillen. Slechts 35% van de top 100 best verkochte boeken online vinden we ook in het offline kanaal terug.

Online omzet voor Entertainment

De totale online omzet voor de entertainmentmarkten (inclusief reizen, tickets, muziek, games, dvd, speelgoed, boeken, ...) wordt geschat op 3 miljard euro in 2010. De online verkoop van papieren boeken heeft hierbinnen een aandeel van 0,5%.



Over GfK Retail and Technology

GfK Retail and Technology maakt deel uit van de beursgenoteerde GfK Group. Wereldwijd behoort GfK tot de top 5 van marktonderzoekbureaus. In verschillende branches en sectoren meten zij tot op productniveau de verkoopresultaten bij de retailers.

I.s.m. Boek.be brengt GfK sinds 2008 de Vlaamse boekenmarkt in kaart.



Deelnemers aan het GfK retail panel, hiermee dekken we 81% van de totale boekenmarkt.

Info en contact

- Cindy Van Mulders, Business Unit Manager GfK Retail and Technology Benelux
 - tel. +32 (0) 497 472 788
 - e-mail: cindy.van.mulders@gfk.com
- Jef Maes, Hoofd Kenniscentrum Boek.be
 - Tel. +32 (0)477 600 735
 - e-mail: jef.maes@boek.be