

PER CEP TOR

LESERUNDERSØKELSEN OG DRIVERANALYSEN 2022

Gjennomført for Bokhandlerforeningen og Forleggerforeningen

Leif Henrik Husom
leif.henrik.husom@perceptor.no



INTRODUKSJON

OM LESERUNDERSØKELSEN

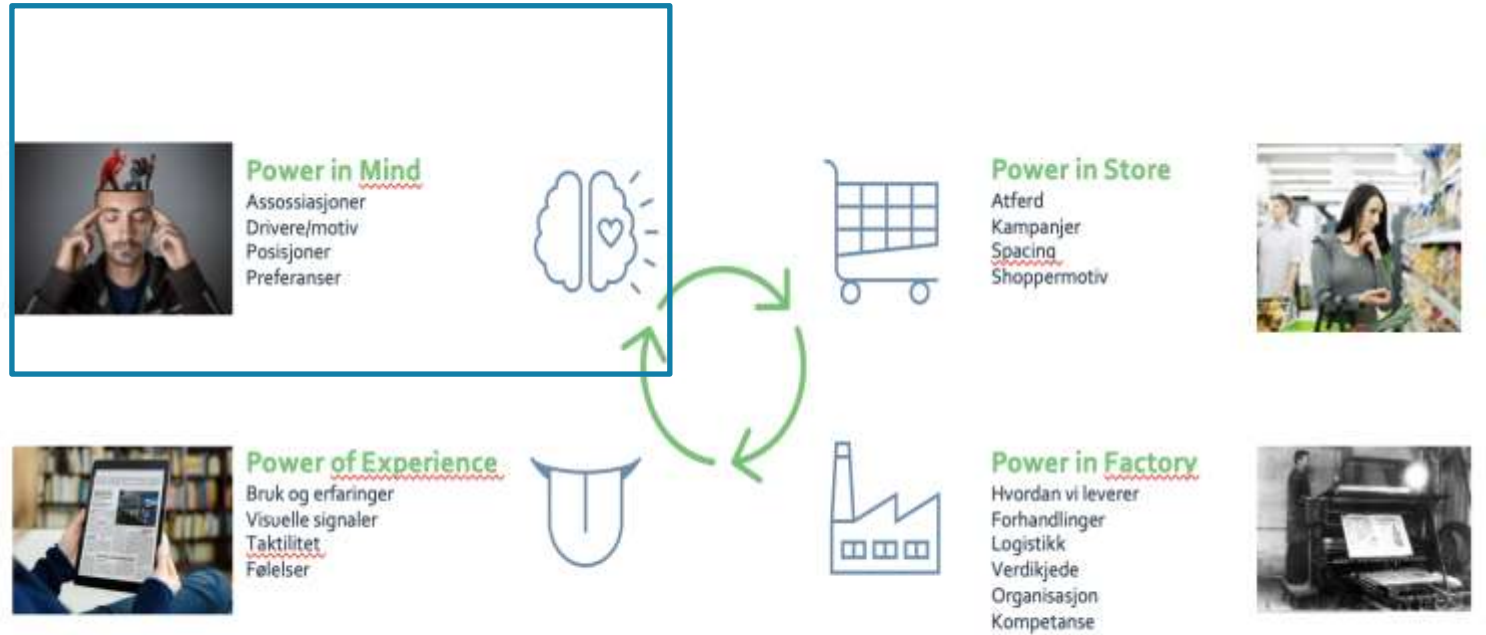
OM DRIVERANALYSER

OM BETALINGSVILJE



OM FORBRUKERUNDERSØKELSER:

Holdninger påvirker handlinger:



OM GJENNOMFØRING AV LESERUNDERSØKELSEN:

Driveranalysene: En frivillig del av leserundersøkelsen - besvart av 1713 personer

Respondent besvarte enten for lese/lytte eller kjøpe

**2119 BESVARELSER
I LESERUNDERSØKELSEN**



**1713 BESVARELSER
I DRIVERANALYSEN**



81% svarte på den frivillige delen etter leserundersøkelsen

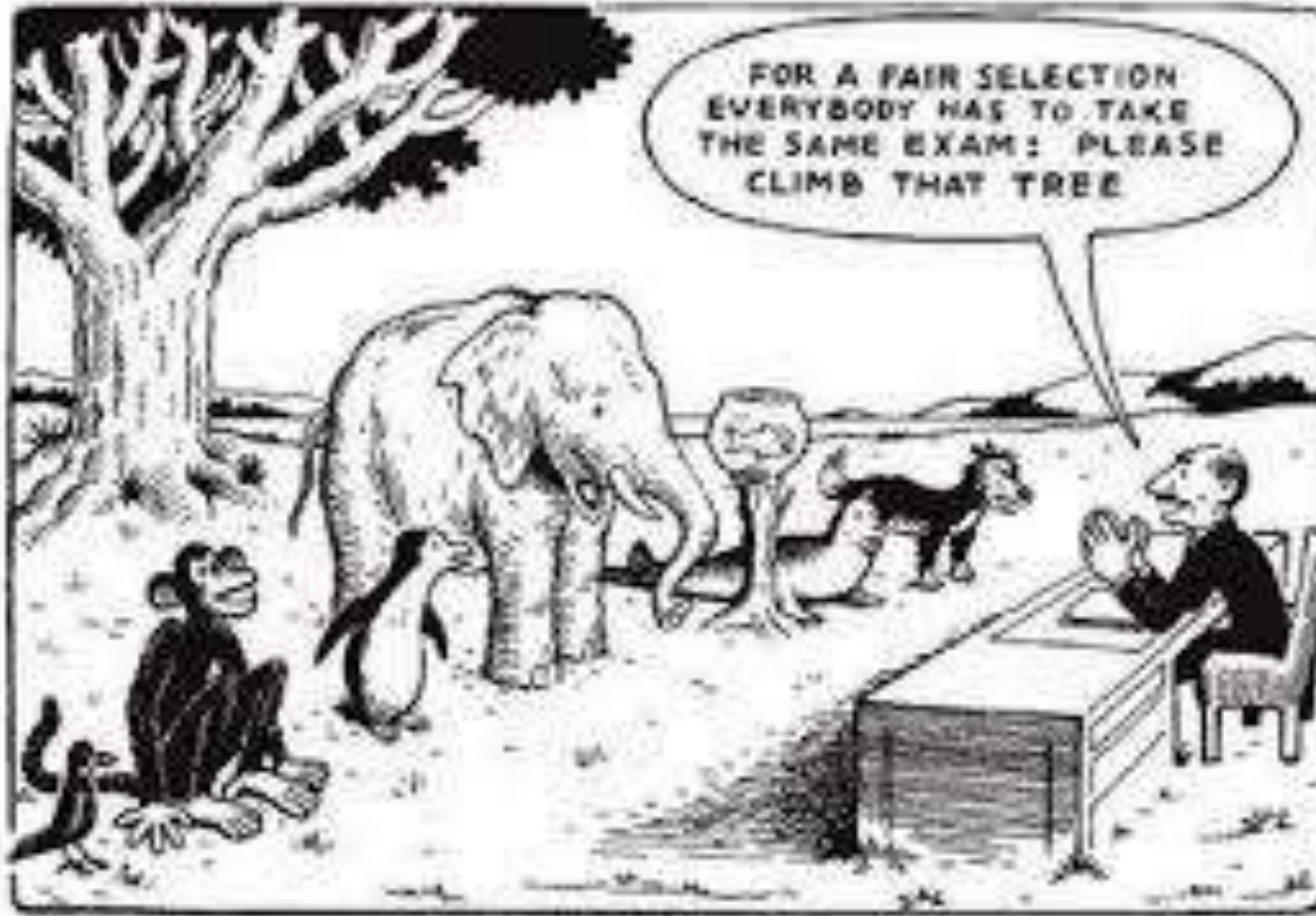
846 svar for lesing av bøker

867 svar for kjøp av bøker

SAMLET INN AV NORSTAT



Det viktigste budskapet å huske: One size does not fit all!



HVA ER AKSEPTABEL PRIS FOR EN BOK?

....ELLER ET ABONNEMENT?

PRISOPPFATNING BØKER BEFOLKNINGEN:

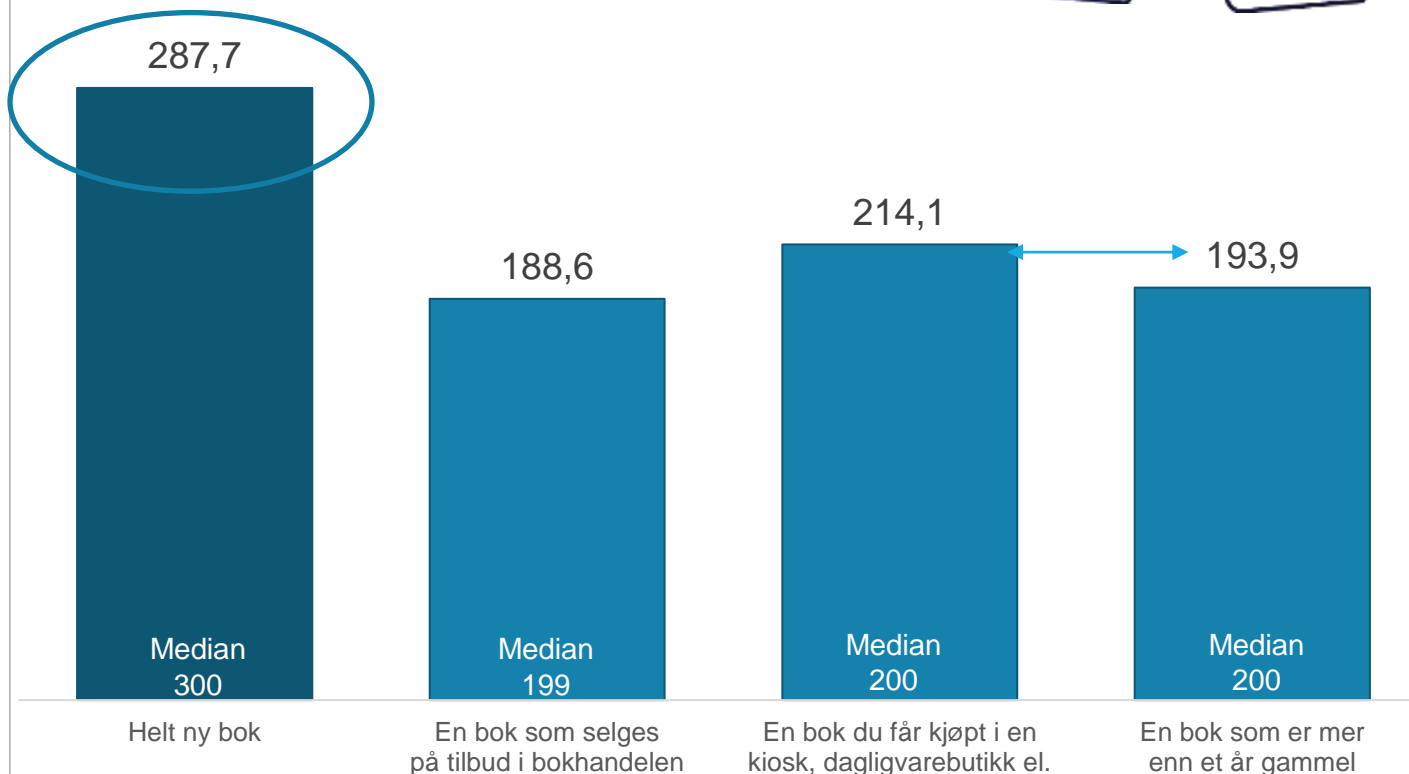
300 kr oppleves i snitt som akseptabel makspris for en ny bok

Akseptabel pris for en et år gammel bok og en bok på tilbud er (nesten) like

300

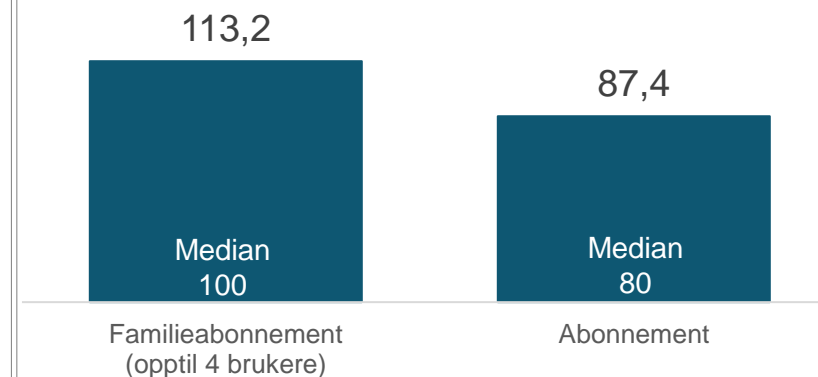
BØKER:

Tenk deg at det er en forfatter du liker eller en bok du ønsker å lese.
Hvilken maks pris synes du er OK å betale for [...]



STRØMMETJENESTER:

Tenk deg at du skal abonnere på en strømmetjeneste der du kan laste ned så mange bøker du vil fra et kartotek med flere tusen bøker. Hva er *maks pris per måned* du synes er OK å betale for et [...]

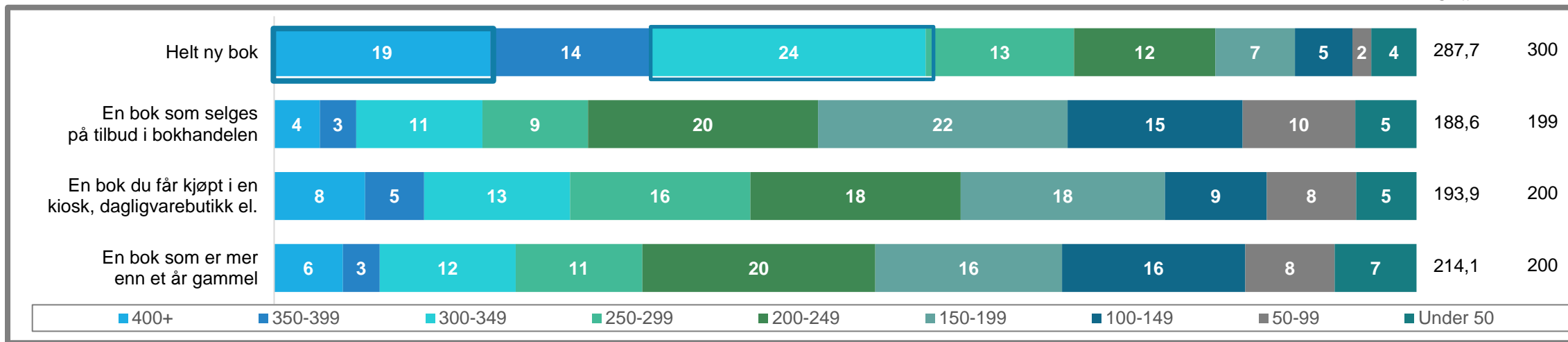


PRISOPPFATNING - BEFOLKNINGEN:

...men stort spenn i opplevelsen av hva prisen for en ny bok bør være

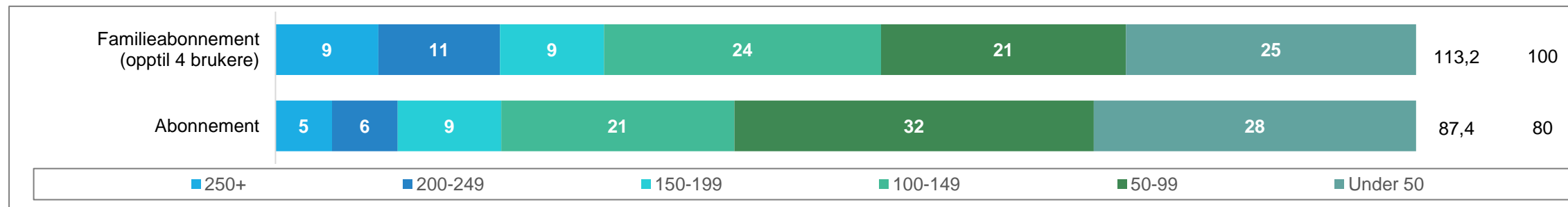
19% synes en ny bok kan koste over 400 kroner - 24% mener 300-349 er en OK pris

Tenk deg at det er en forfatter du liker eller en bok du ønsker å lese. Hvilken maks pris synes du er OK å betale for [xx]:



Tenk deg at du skal abonnere på en strømmetjeneste der du kan laste ned så mange bøker du vil fra et kartotek med flere tusen bøker.

Hva er maks pris per måned du synes er OK å betale for et [xx]



OM DRIVERANALYSENE:

Driveranalysene gir fire overordnede innsikter: For lesing og kjøp av bøker

Benyttes til diskusjoner og prioriteringer – til innovasjoner og kommunikasjon



(1) HVA SOM ER VIKTIG



**(2) GRUPPERING AV
PERSONER**



**(3) GRUPPERING AV MOTIVER
FOR LESING OG KJØP**



**(4) HVILKE GAP SOM
FINNES
(MULIGHETSROMMET)**

OM METODEN BAK:

Hver respondent valgte «inn og ut» egenskaper – i ulike situasjoner

Hver respondent har svart enten på lese/lytte eller kjøpe, og valgte egenskaper i 18 ulike matriser – på mobilen eller desk-top'en

Tenk deg at du skal [[SSI Script]], og at du ikke helt har bestemt deg for hvilken du skal lese.

Hvor viktig er det for deg at boken...;

Viktigste egenskap		Minst viktige egenskap
<input type="radio"/>	Har interessante historier fra andre kulturer / deler av verden	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Er en bok «alle» snakker om	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Er lettlest og lett fordøyelig - litt tidsfordriv	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Har innhold/tema man identifiserer seg med	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Stimulerer og utvikler kreativitet, tanker og fantasier	<input type="radio"/>

(1 av 18)



02

LESING AV BØKER

KORT REKAPITULERING FRA LESERUNDERSØKELSEN
NOEN «FUN-FACTS»
DRIVERANALYSEN FOR LESING



ANDEL I BEFOLKNINGEN SOM HAR LEST MINST EN BOK:

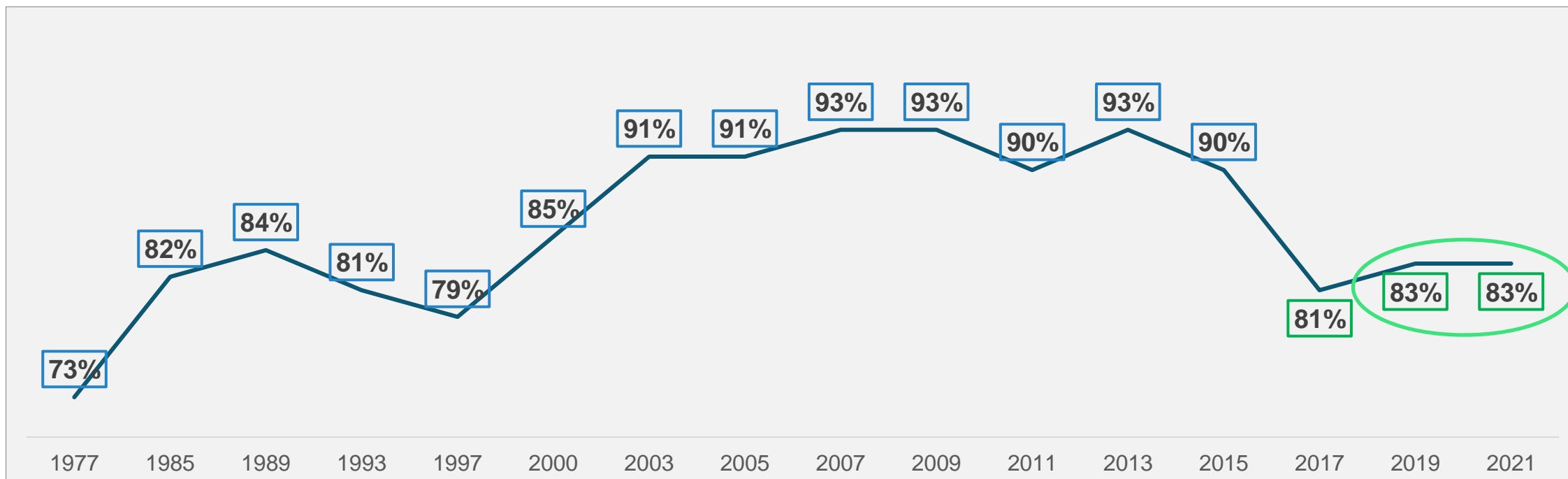
83% av befolkningen har lest / lyttet til en eller flere bøker i løpet av 2021

3.657.000 antall nordmenn (16+)

Hvor mange bøker leste og/eller lyttet du til i løpet av siste året – 2021?

Tenk på alle typer bøker, papir-, lyd- og e-bøker, men *ikke* skolebøker og annen pensumlitteratur.

Viser andel av befolkningen som har lest/lyttet til minst en bok i løpet av siste året. Base = Hele utvalget



Hvor mange bøker leste og/eller lyttet du til i løpet av siste året – 2021? Andel svart minst en

Merk: Historiske data er gjennomført hos Ipsos t.o.m. 2019 – skifte av metode fra telefon (blå ramme) til Web (grønn ramme) ble foretatt i 2017

OPPSUMMERING SPRÅK OG FORMAT:

76% av bokleserne leste bøker på norsk – 8 av 10 i papirformat

15% av alle leste bøker er i lydbokformat – og 8% er en e-bok

SNITT ANTALL BØKER LEST / LYTTET TIL TOTALT 2021 – BLANT BOKLESERNE

13,2

NORSK (76%)

10,0

ENGELSK (21%)

2,8

ANNET SPRÅK (3%)

0,4(80%)
PAPIRBOK
8,0(14%)
LYDBOK
1,4(6%)
E-BOK
0,6(66%)
PAPIRBOK
1,9(17%)
LYDBOK
0,5(16%)
E-BOK
0,5(71%)
PAPIRBOK
0,3(16%)
LYDBOK
0,1(13%)
E-BOK
0,1

PAPIRBØKER TOTALT (77%)

10,1

LYDBØKER TOTALT (15%)

2,0

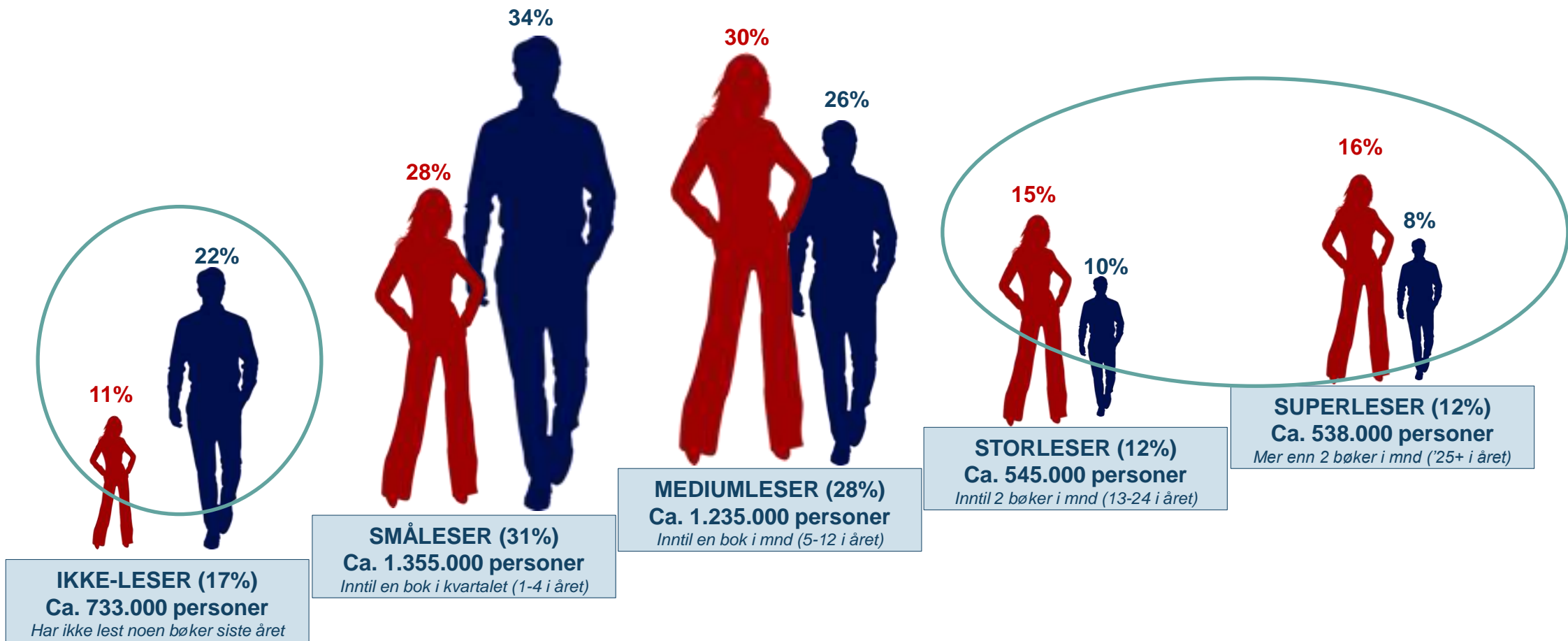
E-BØKER TOTALT (8%)

1,1

5 LESERGRUPPER BASERT PÅ SELVRAPPORTERT LESERSFREKVENS:

Halvparten av befolkningen leser minst en bok i kvartalet

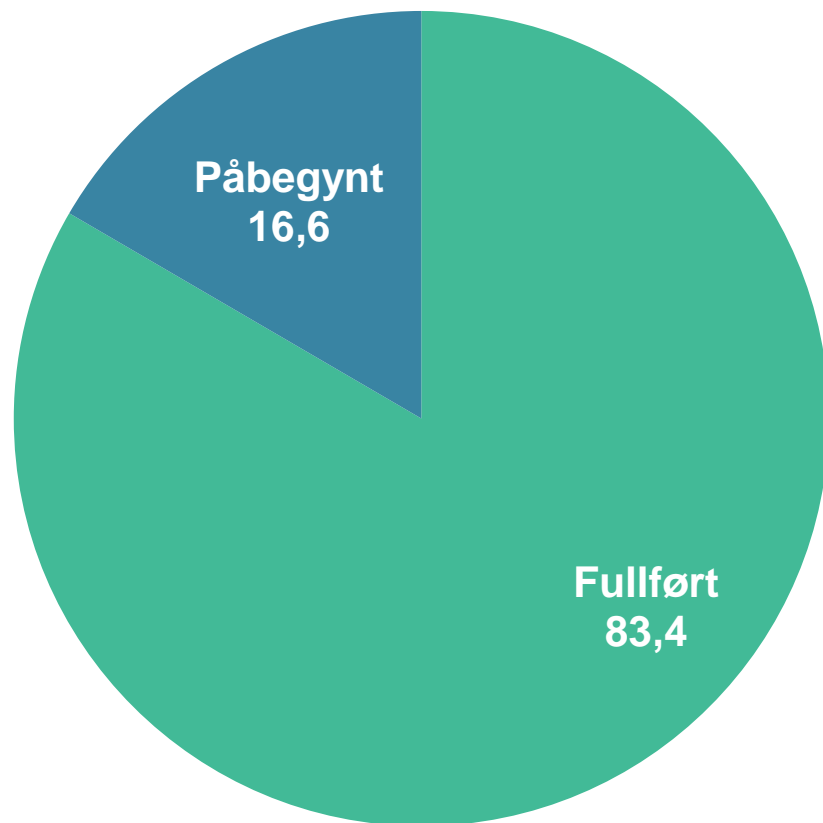
24% leser mer enn en bok måneden – mange flere kvinner enn menn. 17% leser *ikke* bøker – dobbelt så mange menn som kvinner



PÅBEGYNT VS. FULLFØRT:

Mer enn 80 prosent av bøkene man begynner å lese på leses ferdig

Tenk på alle bøkene du leste og/eller lyttet til i 2021 –
og fordel 100 poeng etter hvor mange du kun begynte på og hvor mange du fullførte
Spørsmålet er beregnet for de som leste / lyttet til minst en bok siste året (83% av befolkningen)

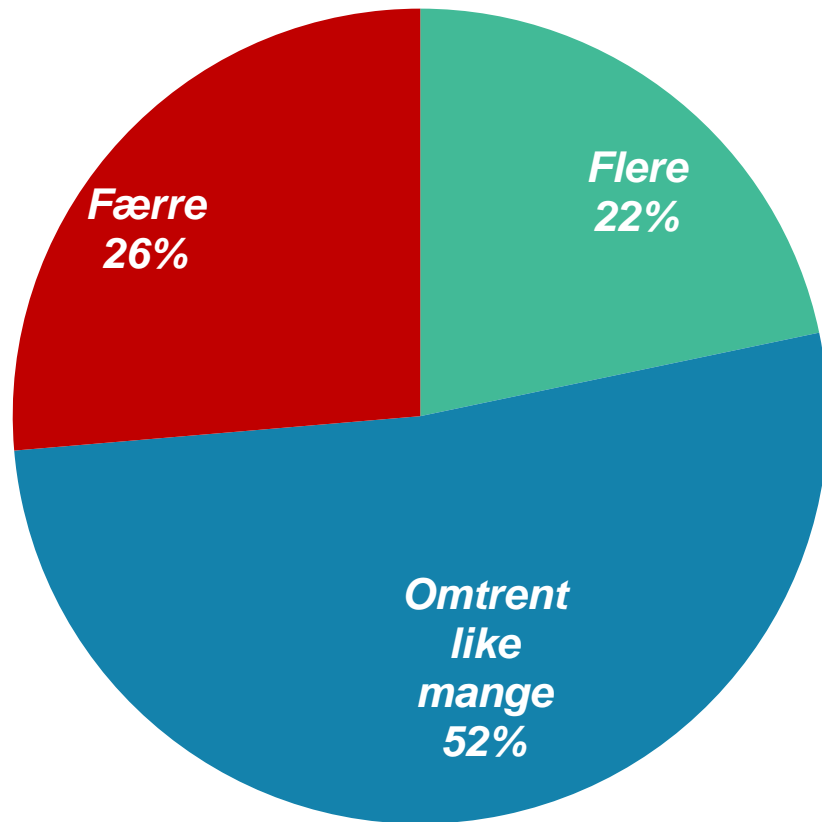


PERSEPTUELL ENDRING I LESEFREKVENNS BLANT BOKLESERNE:

Halvparten av bokleserne opplever at de leste like mange bøker som før

26% flere opplever at de leste mindre enn før – 22% opplever at de leste mer

Sammenlignet med et vanlig år. Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021
Spørsmålet er stilt til de som leste/lyttet til minst en bok siste året (n=1759)



ÅRSÅK FOR Å LESE / LYTTET TIL FLERE BØKER i 2021 :

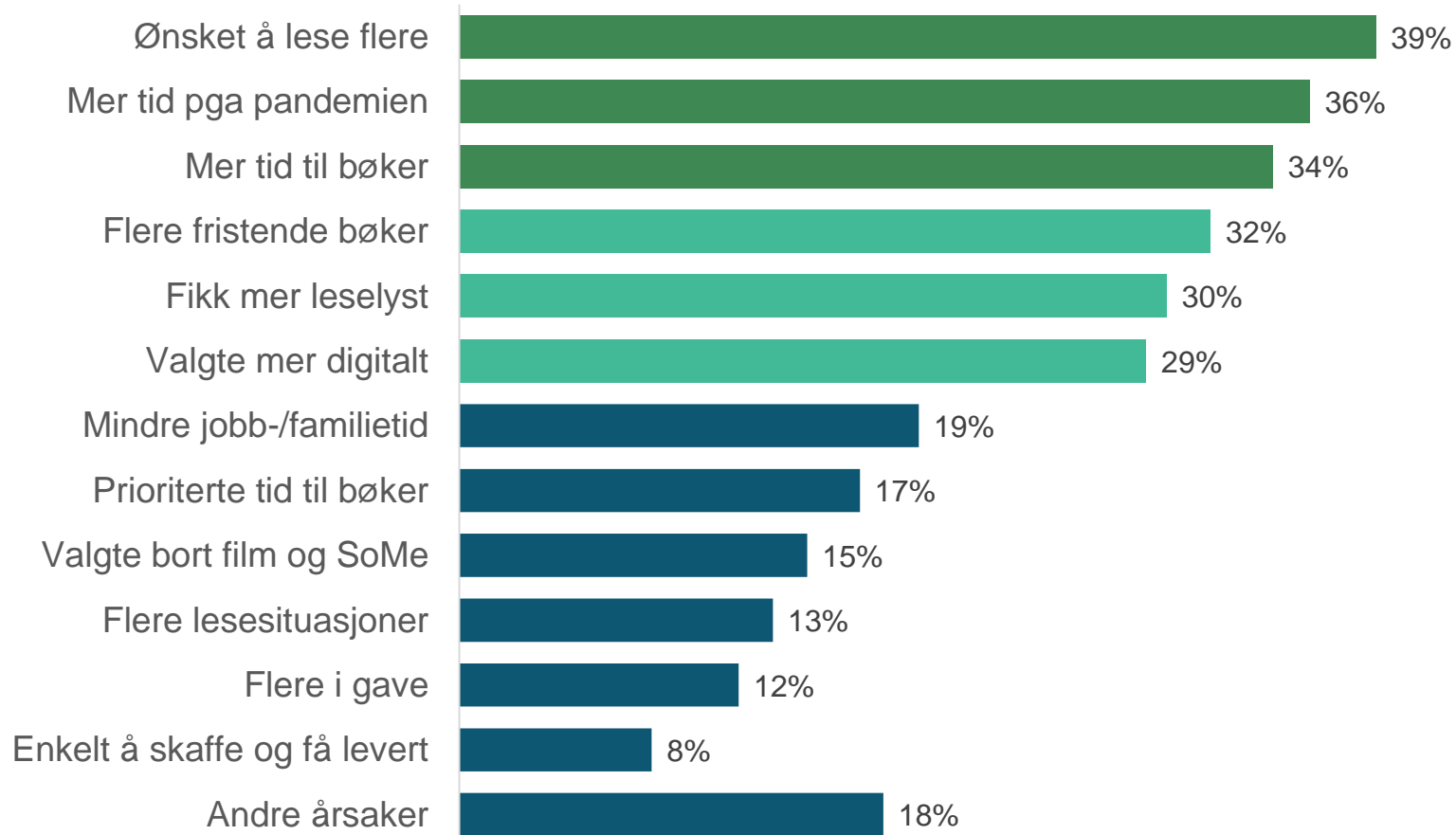
Hovedårsaker til økt boklesing/-lytting i 2021:

Flere bøker man ønsket å lese og mer tid... mye på grunn av pandemien

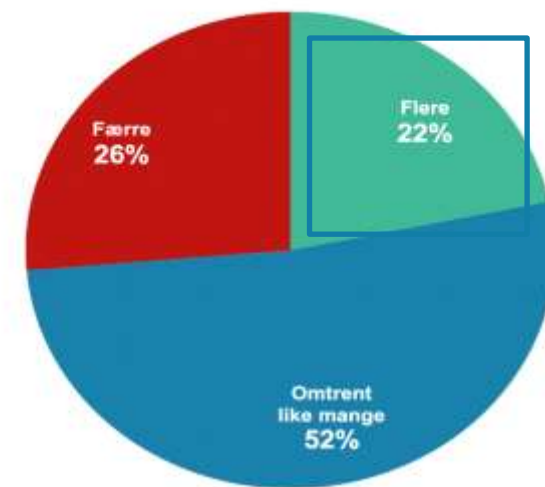
Hva var årsakene til at du leste/lyttet til flere bøker i 2021?

Spørsmålet er stilt til boklesere som svarte at de leste/lyttet til flere bøker siste året (n=389)

GRUPPERTE EGENSKAPER BASERT PÅ KORRELASJONSANALYSE



Sammenlignet med et vanlig år.
Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021 (n=1759)



ÅRSÅK FOR Å LESE/LYTTE TIL FÆRRE BØKER I 2021:

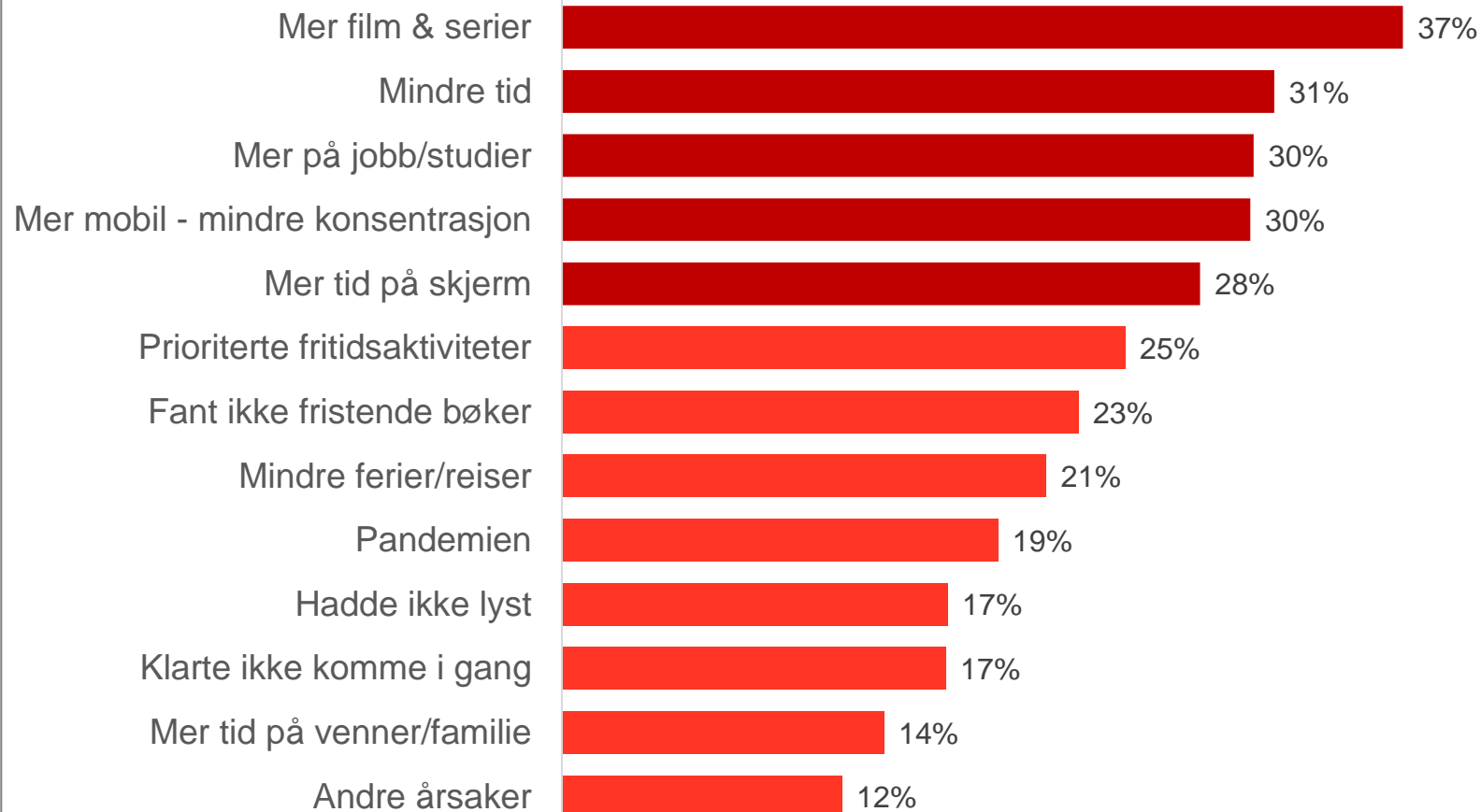
Hovedårsaker til redusert boklesing/-lytting i 2021:

Mer film & serier, mindre tid, mer jobb/studier - mer bruk av mobil / skjerm

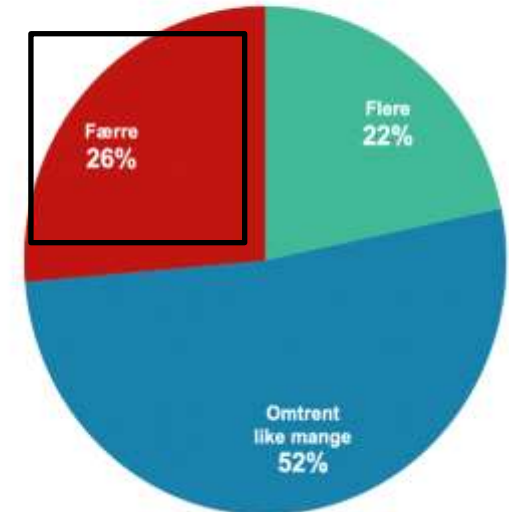
Hva var årsakene til at du leste/lyttet til færre bøker i 2021?

Spørsmålet er stilt til boklesere som svarte at de leste/lyttet til færre bøker siste året (n=481)

GRUPPERTE EGENSKAPER BASERT PÅ KORRELASJONSANALYSER



Sammenlignet med et vanlig år.
Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021 (n=1759)



FORVENTNING TIL ENDRING I FORMAT:

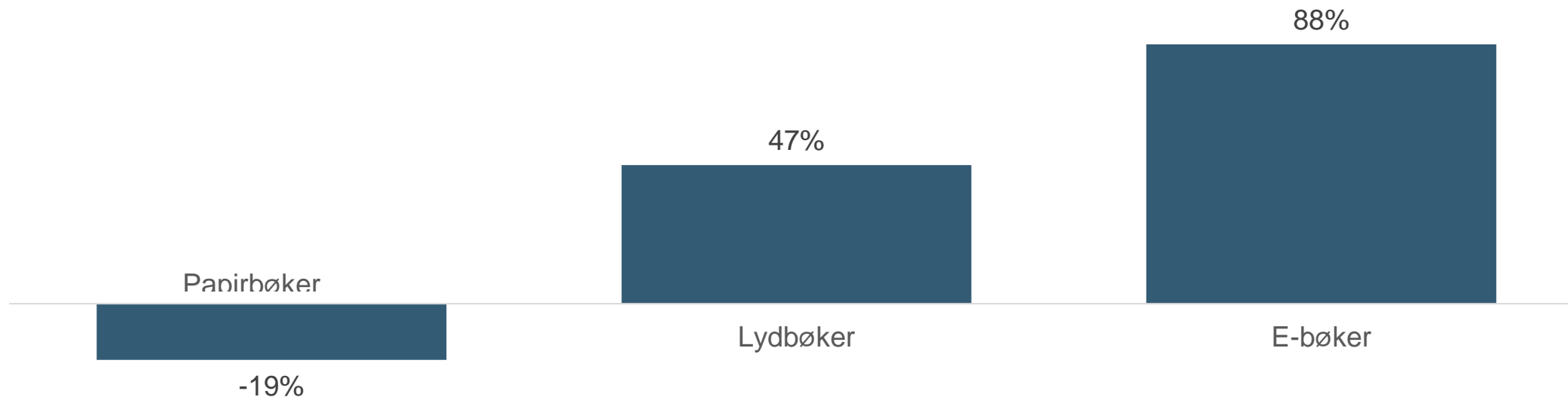
Bokleseren forventer endringer til mer digitale formater de neste 2-3 år

Ca. 335.000 ser for seg å bevege seg fra papir til mer digitalt de neste 2-3 år

VISER FORVENTET ØKNING I PROSENT 2-3 ÅR FREM I TID – SAMMENLIGNET MED DAGENS BRUK AV DET ENKELTE FORMAT

Tenk på det/de format du benytter for lesing/lytting av bøker i dag. Hvor stor andel av total lesing er på de ulike formatene i dag tror du det blir om 2-3 år?

Spørsmålet er stilt til bokleserne - de som leste/lyttet til minst en bok siste året (83% av befolkningen)



2.1

DRIVERANALYSEN - LESE/LYTTE

30 LESEMOTIVER

GRUPPERTE LESEMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

I DYBDEN PÅ LESETYPENE

Motiver for lesing / lytting - av papirbok, e-bok eller lydbok



MOTIVASJONSANALYSEN – LESE / LYTTE:

30 motiver for lesing av bøker – definert gjennom en pretest og diverse workshops

Kortversjoner benyttet av plasshensyn – gå tilbake til «fullversjon» hvis tvil om tolkning av forkortet tekst

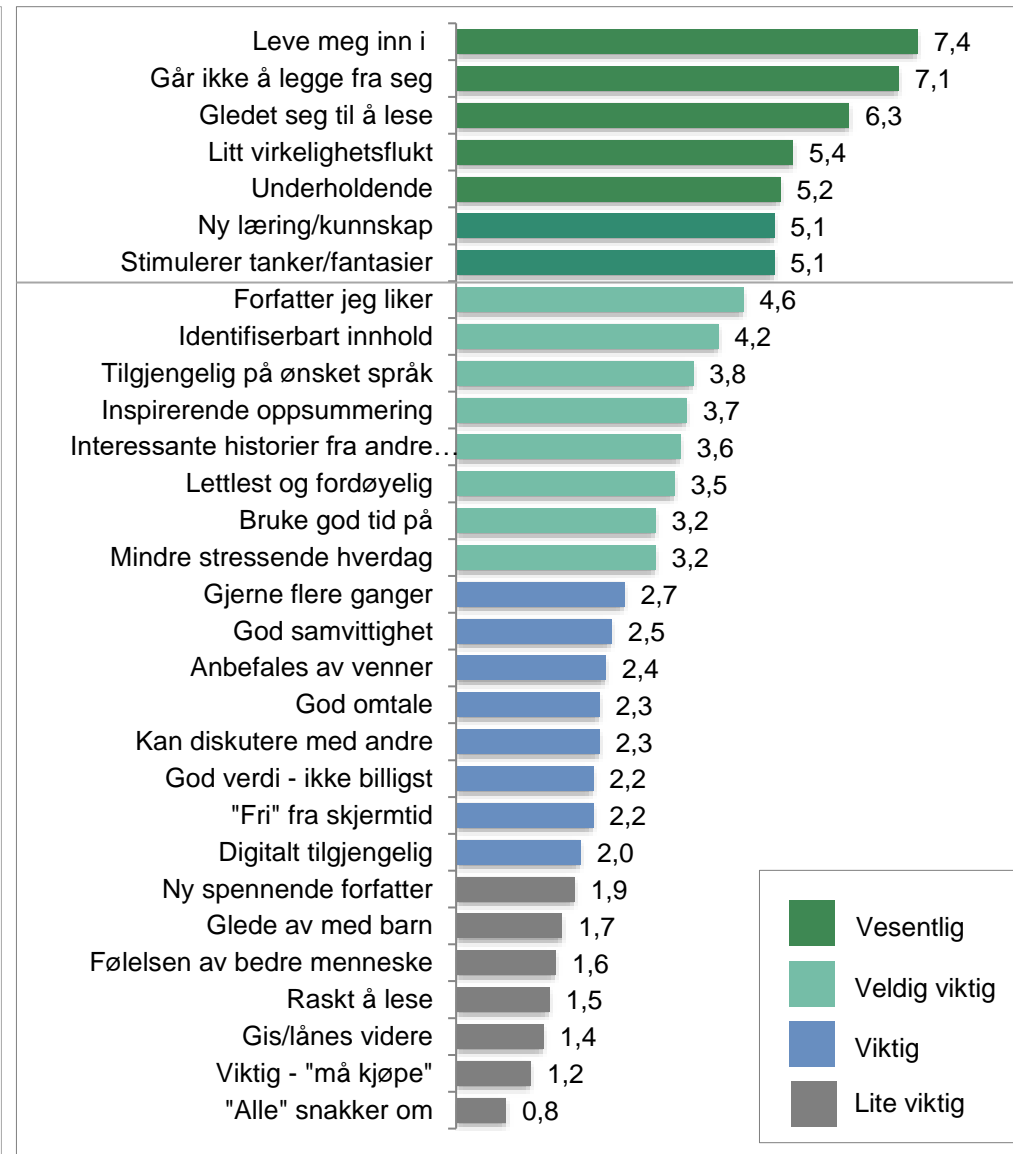
#	DRIVEREGENSKAP	FORKORTET TEKST
1	Går raskt å lese	Raskt å lese
2	Er en bok man lenge har gledet seg til å lese	Gledet seg til å lese
3	Er en bok å bruke god tid på	Bruke god tid på
4	Er en ny bok fra en forfatter jeg liker	Forfatter jeg liker
5	Er fra en ny forfatter – som virker spennende	Ny spennende forfatter
6	Er lettlest og lett fordøyelig - litt tidsfordriv	Lettlest og fordøyelig
7	Er tilgjengelig på ønsket språk (norsk, annet språk)	Tilgjengelig på ønsket språk
8	Gir følelsen av å gi god verdi for pengene å lese	God verdi - ikke billigst
9	Er noe du har glede av sammen med barn	Glede av med barn
10	Har fått god omtale (bokanmeldere/media) – lett å finne anmeldelsen	God omtale
11	Har innhold/tema man identifiserer seg med	Identifiserbart innhold
12	Gir ny læring, kunnskap og forståelse	Ny læring/kunnskap
13	En bok du «må kjøpe» - fordi den er viktig	Viktig - "må kjøpe"
14	Gir litt god samvittighet å lese – bruker tid på noe verdifullt	God samvittighet
15	Har en ærlig og inspirerende oppsummering – gir lyst til å lese	Inspirerende oppsummering
16	Ikke går "å legge fra seg" (spenning, engasjement)	Går ikke å legge fra seg
17	Er en bok jeg gjerne leser/lytter til flere ganger	Gjerne flere ganger
18	Er noe jeg kan snakke om / diskutere med andre	Kan diskutere med andre
19	Gjør at jeg lever meg inn i boken (tema, handling, rollefigur)	Leve meg inn i
20	Er underholdende - kan le og humre litt	Underholdende
21	Gir litt følelsen av å bli et bedre menneske å lese boken	Følelsen av bedre menneske
22	Gir litt "fri" fra skjermtid	"Fri" fra skjermtid
23	Gir litt virkelighetsflukt - i min "egen boble"	Litt virkelighetsflukt
24	Har interessante historier fra andre kulturer / deler av verden	Interessante historier fra andre steder
25	Gjør en hektisk hverdag litt mindre stressende	Mindre stressende hverdag
26	Er en bok «alle» snakker om	"Alle" snakker om
27	Kan gis/lånes videre etter at den er lest	Gis/lånes videre
28	Stimulerer og utvikler kreativitet, tanker og fantasier	Stimulerer kreativitet
29	Er tilgjengelig digitalt (lydbok/e-bok)	Digitalt tilgjengelig
30	Anbefales av venner/kjente	Anbefales av venner

Aller viktigst:

Leve meg inn i, går ikke å legge fra seg, glede seg til å lese, virkelighetsflukt, underholdende og ny/læring/kunnskap

7 største motiver utgjør litt over 40% av total viktighet

1		4	
	<i>Gjør at jeg lever meg inn i boken (tema, handling, rollefigur) (7,4)</i>		<i>Gir litt virkelighetsflukt - i min "egen boble" (5,4)</i>
2		5	
	<i>Ikke går "å legge fra seg" (spenning, engasjement) (7,1)</i>		<i>Er underholdende – kan le og humre litt (5,2)</i>
3		6	
	<i>Er en bok man lenge har gledet seg til å lese (6,3)</i>		<i>Gir ny læring, kunnskap og forståelse (5,1)</i>



2.2

DRIVERANALYSEN - LESE/LYTTE

30 LESEMOTIVER

GRUPPERTE LESEMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

I DYBDEN PÅ LESETYPENE

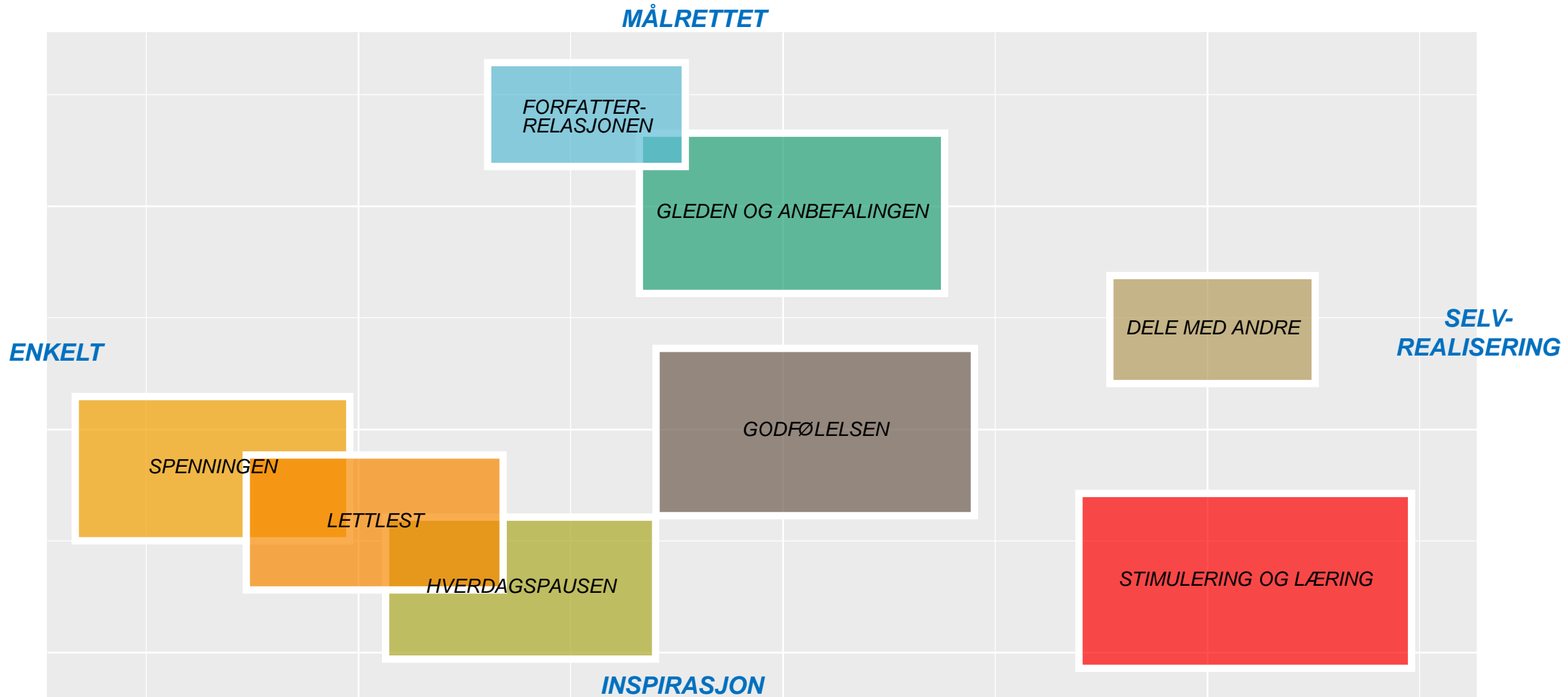
Motiver for lesing / lytting - av papirbok, e-bok eller lydbok



LESEMOTIVER:

8 ulike lesemotiver – på tvers av formater, situasjoner og «lesetyper»

Lesemotivene er de samme – uavhengig av hvilket format boken konsumeres på





2.3

DRIVERANALYSEN - LESE/LYTTE

30 LESEMOTIVER

GRUPPERTE LESEMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

I DYBDEN PÅ LESETYPENE



Motiver for lesing / lytting - av papirbok, e-bok eller lydbok

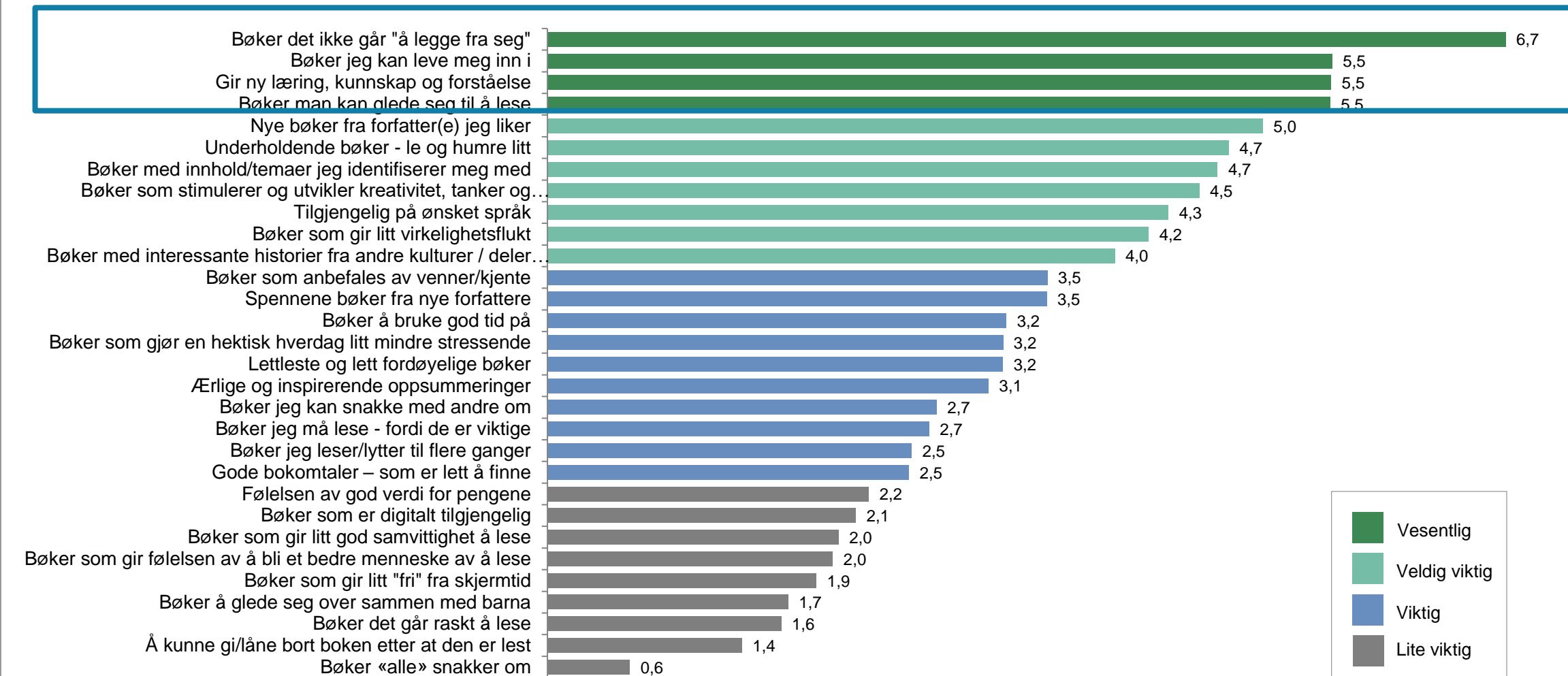


MULIGHETSROMMET - HVA BURDE VÆRT BEDRE FOR ØKT LESING AV BØKER - INDEKSERT

Hva som skal til for økt konsum av bøker: Å «finne den riktige boken»...

...som det ikke går an å legge fra seg, man kan leve seg inn i, som gir ny læring og som man kan glede seg til å lese

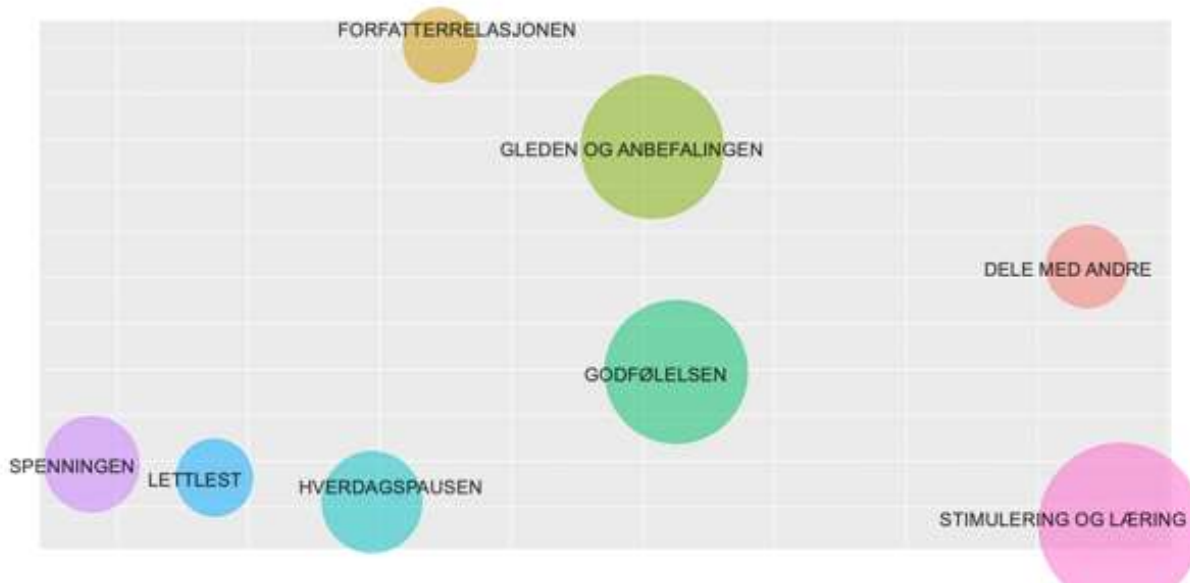
Hva burde vært bedre/annerledes for at du skulle lest/lyttet mer til bøker oftere



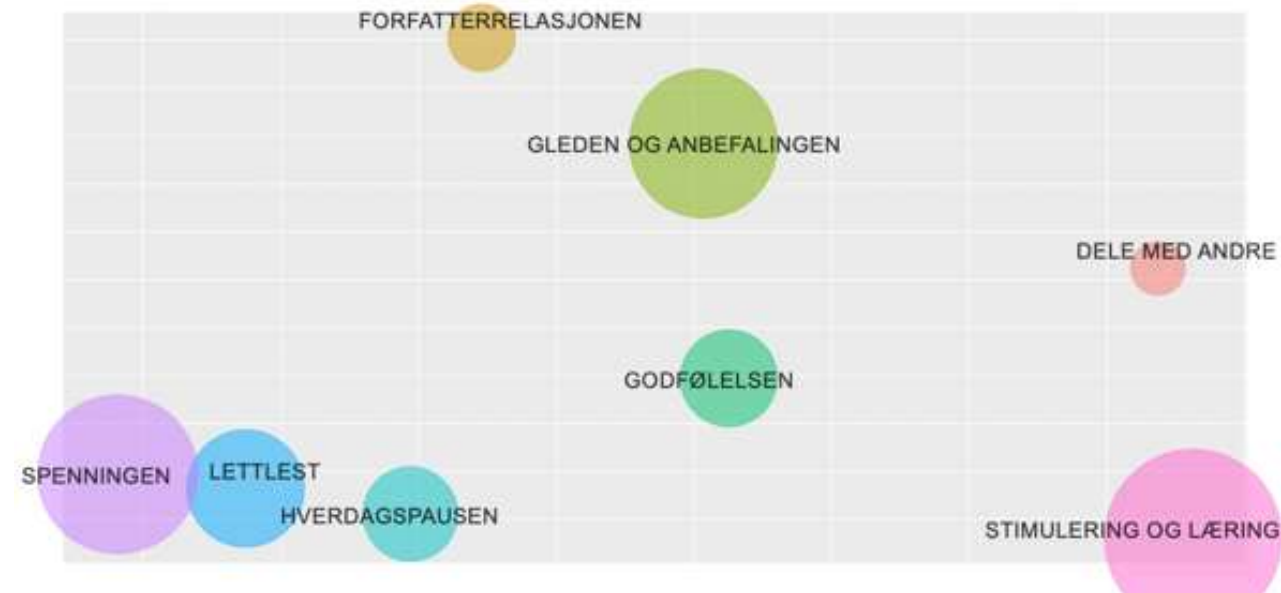
MULIGHETSROMMET - HVA BURDE VÆRT BEDRE FOR ØKT LESING AV BØKER:

Motivene for «Spenning» /«Lettlest» blir viktigere når det justeres for hva man *sier* er viktig

Bekrefter betydning av (også å levere »nede til venstre«)



HVA MAN SIER

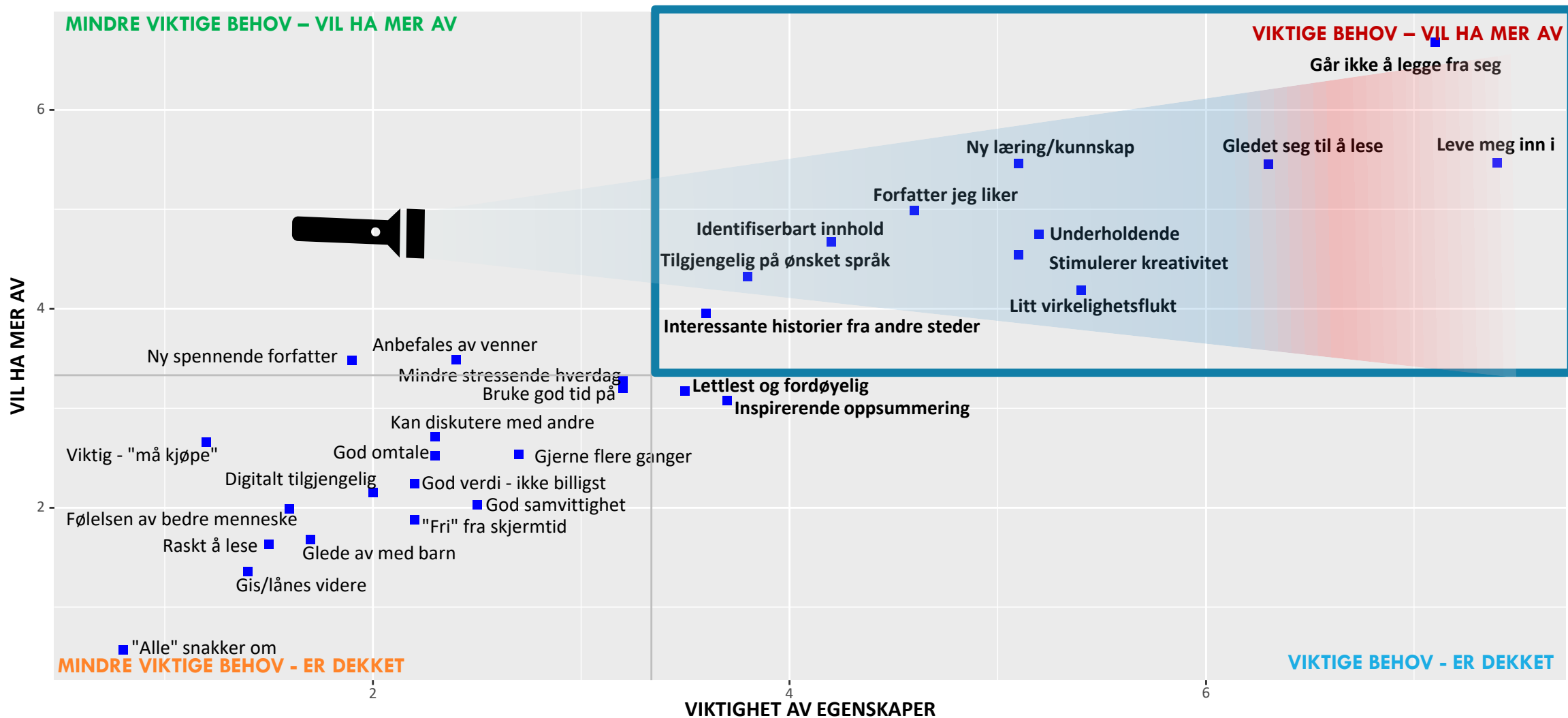


JUSTERT FOR VIKTIGHET

MULIGHETSROMMET - ØKT LESING AV BØKER – ALLE:

Viktigste utviklingsområder som underlag for utvikling av lesestrategier:

Bøker som ikke går å legge fra seg, kan leve seg inn i – og som man gleder seg til å lese. Større savn av hva man opplever er viktig



2.4

DRIVERANALYSEN - LESE/LYTTE

30 LESEMOTIVER

GRUPPERTE LESEMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

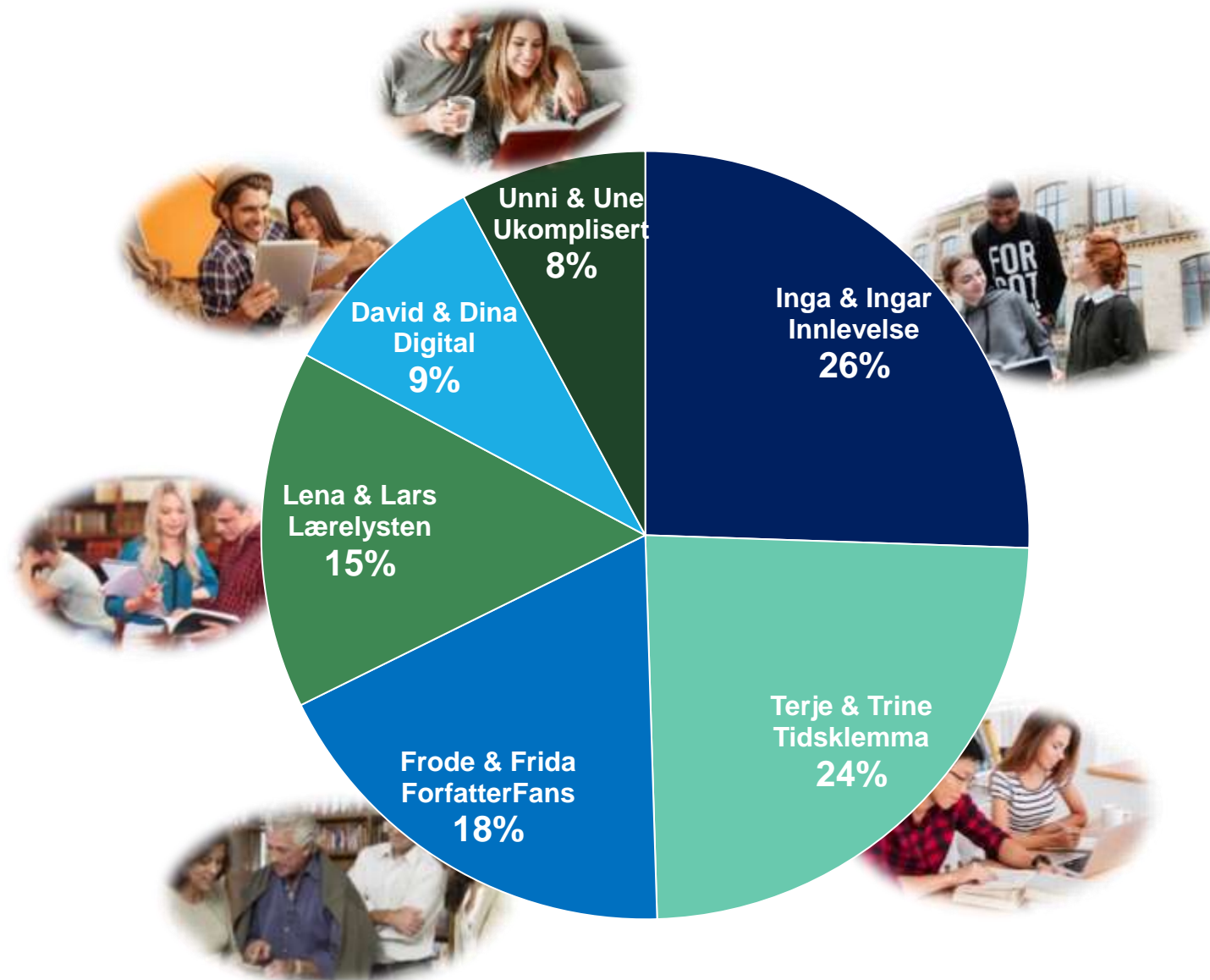
I DYBDEN PÅ LESETYPENE

Motiver for lesing / lytting - av papirbok, e-bok eller lydbok



LESETYPER:

6 ulike grupper lesere – med helt ulike motiver



LESETYPENE – FORSKJELLER I VIKTIGHET:

Ulike grupper med helt ulike motiver for å lese bøker

...flere forskjeller i «hodene» til folk enn basert på demografi (kjønn, alder, bosted)

Tenk deg at du skal lytte til en lydbok **situasjon**, og at du ikke helt har bestemt deg for hvilken du skal lese. Hvor viktig er det for deg at boken...:

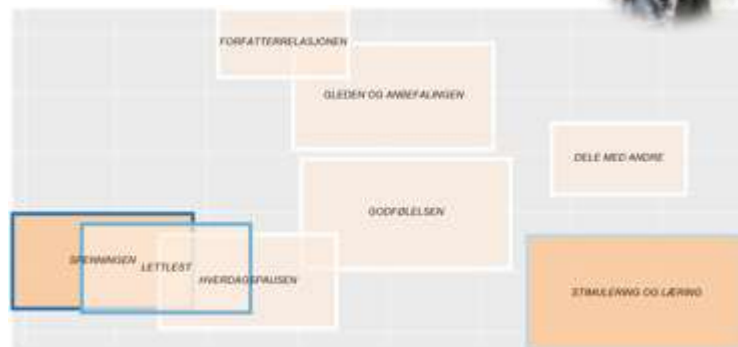
	Total (n=867)	Inga og Ingar Innlevelse (n=224)	Terje og Trine Tidsklemma (n=213)	Frode & Frida ForfatterFans (n=150)	Lena og Lars Lærelysten (n=126)	David & Dina Digital (n=85)	Unni & Une Ukomplisert (n=69)
Leve meg inn i	7,4	1,9	-1,9	1,2	-1,5	-0,4	0,5
Går ikke å legge fra seg	7,1	1,2	-1,8	1,9	-1,8	0,0	1,2
Gledet seg til å lese	6,3	-0,2	-1,8	2,0	0,6	0,0	-0,2
Litt virkelighetsflukt	5,4	2,3	-2,1	1,1	-3,4	0,4	2,3
Underholdende	5,2	0,0	0,7	0,2	-2,1	-0,8	2,7
Stimulerer tanker/fantasier	5,1	1,3	0,1	-2,4	1,8	-0,7	-1,7
Ny læring/kunnskap	5,1	0,5	1,0	-3,3	3,6	-1,3	-3,1
Forfatter jeg liker	4,6	-1,6	-1,6	3,5	0,4	1,8	-1,4
Identifiserbart innhold	4,2	1,0	0,3	-1,7	1,0	-1,1	-1,0
Tilgjengelig på ønsket språk	3,8	-0,8	0,0	0,5	0,3	1,5	-0,6
Inspirerende oppsummering	3,7	0,1	0,2	0,1	-0,2	-0,3	-0,1
Interessante historier fra andre steder	3,6	0,3	0,0	-1,3	2,8	-1,0	-2,3
Lettlest og fordøyelig	3,5	-0,6	0,8	-0,1	-2,5	-0,3	5,3
Mindre stressende hverdag	3,2	0,7	0,0	0,4	-1,6	-0,9	1,0
Bruke god tid på	3,2	-0,1	-0,6	0,8	0,4	-0,1	-0,8
Gjerne flere ganger	2,7	-0,5	0,0	0,6	-0,3	0,3	0,4
God samvittighet	2,5	0,6	0,6	-1,3	0,4	-1,1	-0,5
Anbefales av venner	2,4	-0,8	0,3	0,5	0,6	-0,2	-0,8
God omtale	2,3	-0,9	0,2	0,2	1,1	0,0	-1,1
Kan diskutere med andre	2,3	-0,4	0,2	-0,8	2,2	-0,4	-1,4
"Fri" fra skjermtid	2,2	0,1	0,6	-0,2	-1,2	-0,8	2,1
God verdi - ikke billigst	2,2	0,0	0,7	-0,5	-0,1	-0,6	0,0
Digitalt tilgjengelig	2,0	-1,0	0,3	-1,0	-1,1	6,8	-1,1
Ny spennende forfatter	1,9	-0,9	-0,4	1,7	0,2	0,9	-1,1
Glede av med barn	1,7	-0,9	1,5	-0,4	-0,7	-0,4	1,0
Følelsen av bedre menneske	1,6	0,3	0,7	-1,1	0,8	-0,7	-1,0
Raskt å lese	1,5	-0,6	0,7	-0,4	-1,0	-0,4	2,9
Gis/lånes videre	1,4	-0,3	0,4	0,0	0,1	-0,3	-0,4
Viktig - "må kjøpe"	1,2	-0,4	0,2	-0,2	1,1	-0,3	-0,6
"Alle" snakker om	0,8	-0,4	0,5	-0,1	0,0	0,2	-0,2

Viser differanse opp mot total - forskjeller som er større (+/-) 0,5 er betydelige. Blått er total – røde tall trekkes fra og grønne legges til for verdi på målgruppenivå. N=846.

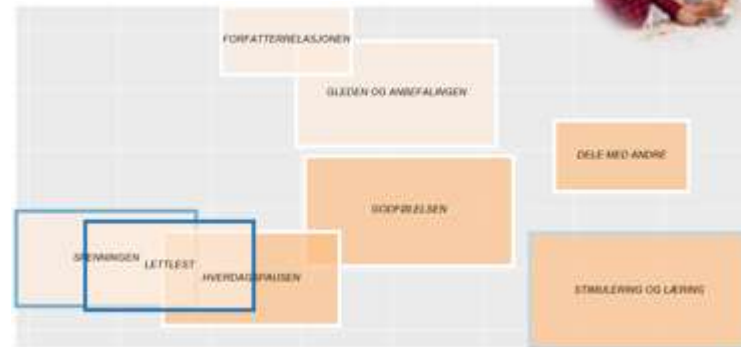
LESETYPENE MOT LESEMOTIVER:

6 typer lesere som «bor» på ulike steder i motivasjonskartet

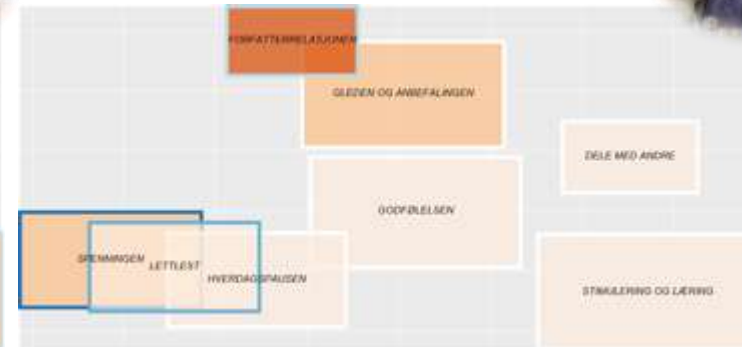
INGA & INGAR INNLEVELSE (26%)



TERJE & TRINE TIDSKLEMMER (24%)



FRODE & FRIDA FORFATTERFANS (18%)



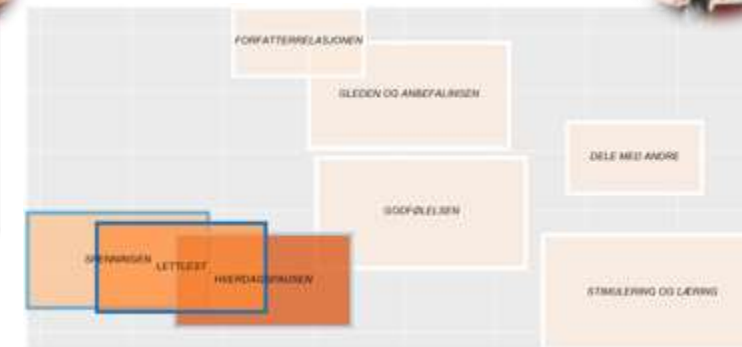
LENA & LARS LÆRELYSTEN (15%)



DAVID & DINA DIGITAL (9%)



UNNI & UNE KOMPLISERT (8%)



%-andelen for navnene viser andel personer i hver gruppe (blant boklesere). Rammefargen er mest typisk for gruppen – fyllfargen viser de største forskjellene målt mot andre. Størrelse på boksene indikerer forskjeller mellom egenskaper som definerer gruppen.

GENERELLE HOLDNINGER BESKRIVES MOT LESETYPENE:

16 påstander fra alle som besvarte leserundersøkelsen ga 6 generiske holdningsgrupper

IKKE de samme som driveranalysen – der vi går mer i dybden på motiver



DE MODERNE
(31% n=668)



MOBILTIDSTYVENE
(15% n=311)



DE BOKINTERESSERTE
(14% n=288)



DE TILBUDSBEVISSTE
(14% n=299)



OPPLEVER BARRIERER
(14% n=277)



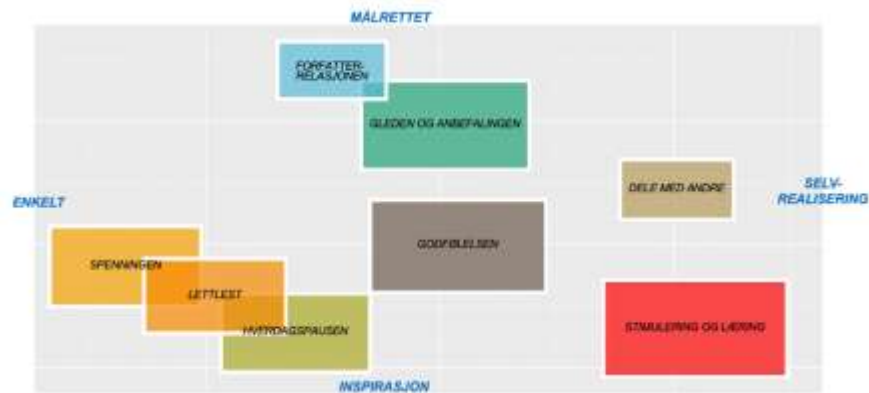
DE BARNEORIENTERTE
(13% n=276)

26%

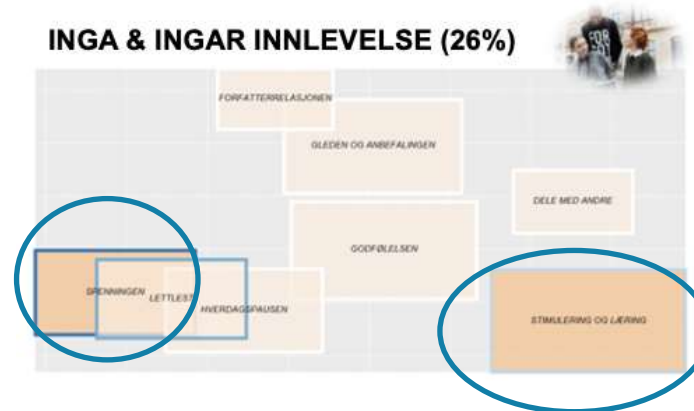


2.4.1

I DYBDEN PÅ LESEMOTIVER: INGA & INGAR OPPLEVELSE



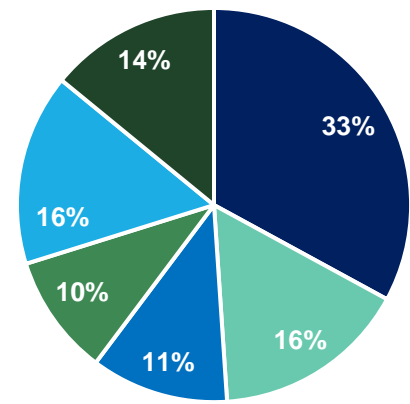
INGA & INGAR INNLEVELSE (26%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Inga & Ingar Innlevelse» leser oftere på engelsk og sjeldnere for barn

Oftere under 30 år, samboende og uten barn



HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt - oftere enn i total er grønt)

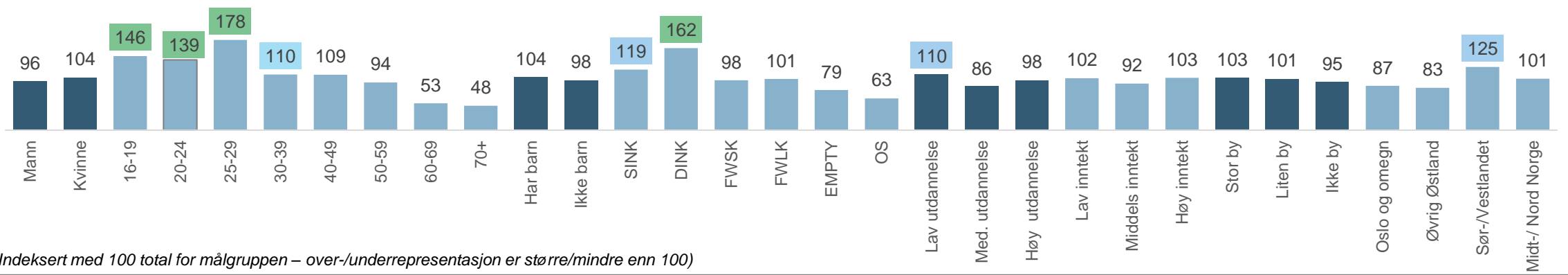
- De moderne (31)
- Mobiltidstylene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Små forskjeller mot generelle holdninger

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)

Snitt antall lest/ lyttet til (13,2)	Snitt antall kjøpt (9,6)	Andel besøkt bibliotek (32)	Andel lest E-bok (18)	Andel lyttet til lydbok (27)	Andel leser på engelsk (43)	Har strømmetjeneste (27)	Andel leser for barn (29)
12,6	6,6	29 %	20 %	29 %	52 %	27 %	23 %

Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

Inga & Ingar er mer opptatt av noe man kan leve seg inn i

Som stimulerer fantasien og er litt virkelighetsflukt – og betaler *litt* mer for bøker ...men leste oftere færre bøker i 2021

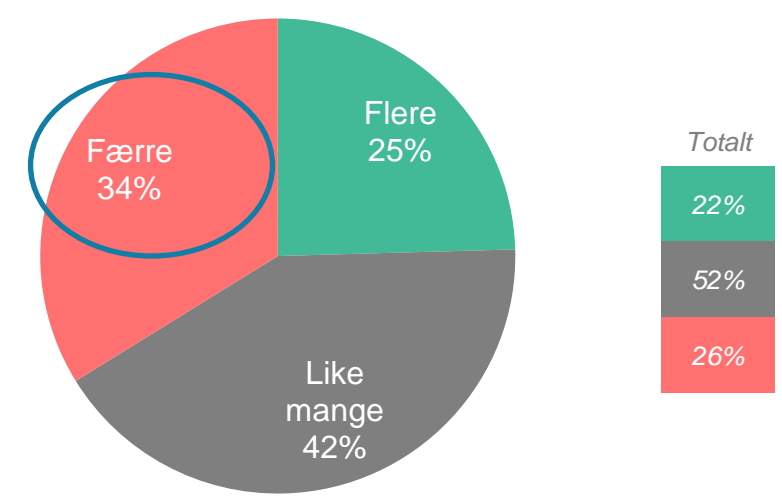


DRIVERE		Total
Leve meg inn i	9,3	7,4
Går ikke å legge fra seg	8,3	7,1
Litt virkelighetsflukt	7,7	5,4
Stimulerer tanker/fantasier	6,4	5,1
Gledet seg til å lese	6,1	6,3
Ny læring/kunnskap	5,6	5,1
Underholdende	5,2	5,2
Identifiserbart innhold	5,2	4,2
Historier fra andre steder	3,9	3,6
Mindre stressende hverdag	3,9	3,2
Inspirerende oppsummering	3,8	3,7
Bruke god tid på	3,1	3,2
God samvittighet	3,1	2,5
Forfatter jeg liker	3,0	4,6
Tilgjengelig på ønsket språk	3,0	3,8
Lettlest og fordøyelig	2,9	3,5
"Fri" fra skjermtid	2,3	2,2
Gjerne flere ganger	2,2	2,7
God verdi - ikke billigst	2,2	2,2
Kan diskutere med andre	1,9	2,3
Følelsen av bedre menneske	1,9	1,6
Anbefales av venner	1,6	2,4
God omtale	1,4	2,3
Gis/lånes videre	1,1	1,4
Digitalt tilgjengelig	1,0	2,0
Ny spennende forfatter	1,0	1,9
Raskt å lese	0,9	1,5
Glede av med barn	0,8	1,7
Viktig - "må kjøpe"	0,8	1,2
"Alle" snakker om	0,4	0,8

VIL HA MER AV		Total
Går ikke å legge fra seg	7,7	6,7
Leve meg inn i	6,6	5,5
Gledet seg til å lese	6,1	5,5
Ny læring/kunnskap	5,9	5,5
Stimulerer tanker/fantasier	5,4	4,5
Identifiserbart innhold	5,4	4,7
Litt virkelighetsflukt	5,2	4,2
Historier fra andre steder	4,6	4,0
Underholdende	4,6	4,7
Mindre stressende hverdag	4,0	3,2
Tilgjengelig på ønsket språk	4,0	4,3
Forfatter jeg liker	3,6	5,0
Inspirerende oppsummering	3,2	3,1
Bruke god tid på	3,0	3,2
Ny spennende forfatter	2,9	3,5
Anbefales av venner	2,9	3,5
Lettlest og fordøyelig	2,7	3,2
Kan diskutere med andre	2,6	2,7
God samvittighet	2,6	2,0
Følelsen av bedre menneske	2,4	2,0
Gjerne flere ganger	2,2	2,5
God verdi - ikke billigst	2,1	2,2
"Fri" fra skjermtid	2,1	1,9
Viktig - "må kjøpe"	2,1	2,7
God omtale	1,8	2,5
Digitalt tilgjengelig	1,5	2,1
Raskt å lese	1,4	1,6
Gis/lånes videre	1,1	1,4
Glede av med barn	0,7	1,7
"Alle" snakker om	0,0	0,6

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement		
VISER SNITT		
		Total
Helt ny bok	302	288
Mer enn et år gammel	215	194
Tilbud i bokhandelen	200	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	228	214
Abonnement	96	87
Familieabonnement	111	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



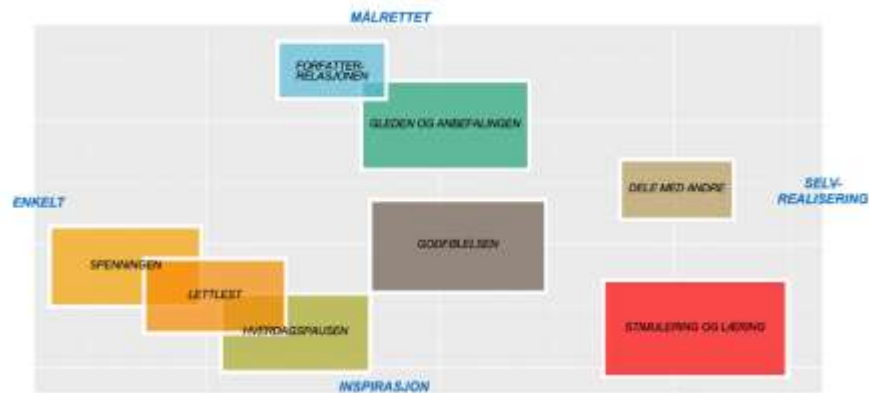
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

24%

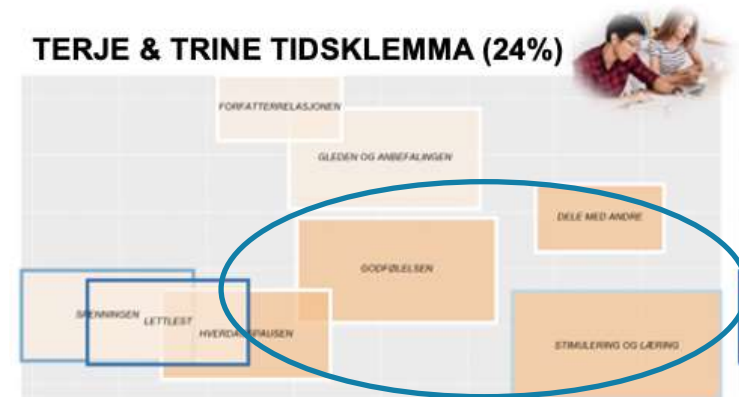


2.4.2

I DYBDEN PÅ LESEMOTIVER:
TERJE & TRINE TIDSKLEMMAS



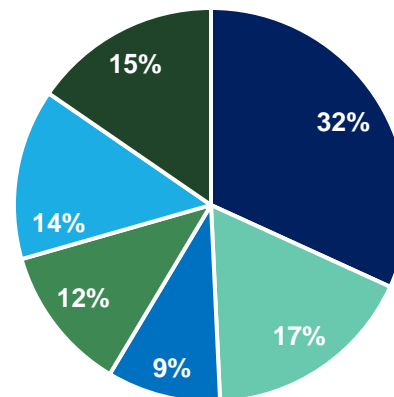
TERJE & TRINE TIDSKLEMMAS (24%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Terje & Trine Tidsklemma», lytter oftere til lydbøker og leser for barn

Oftere småbarnsforeldre og tilbudsbevisste – som leser mindre enn totalen – men kjøper like ofte

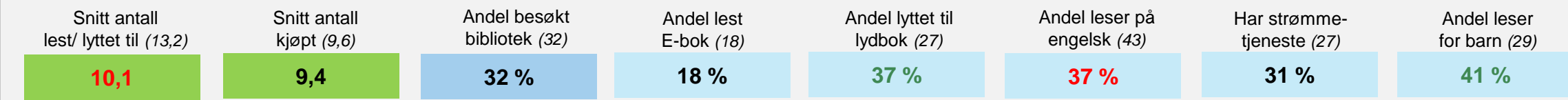


HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

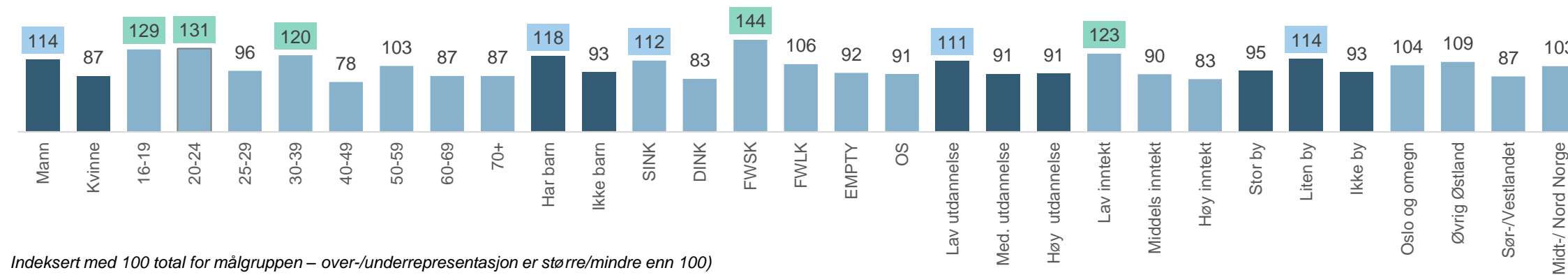
- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Små forskjeller mot generelle holdninger

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

24%



DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR LESE/LYTTE:

Terje & Trine: mer opptatt av læring/kunnskap, underholdende og glede med barn

Høyere betalingsvilje for abonnement

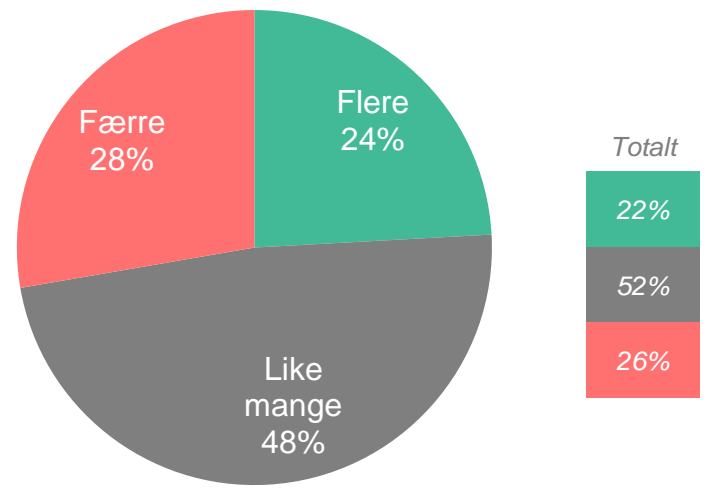
DRIVERE		Total
Ny læring/kunnskap	6,1	5,1
Underholdende	5,9	5,2
Leve meg inn i	5,5	7,4
Går ikke å legge fra seg	5,3	7,1
Stimulerer tanker/fantasier	5,2	5,1
Gledet seg til å lese	4,5	6,3
Identifiserbart innhold	4,5	4,2
Lettlest og fordøyelig	4,3	3,5
Inspirerende oppsummering	3,9	3,7
Tilgjengelig på ønsket språk	3,8	3,8
Historier fra andre steder	3,6	3,6
Litt virkelighetsflukt	3,3	5,4
Mindre stressende hverdag	3,2	3,2
Glede av med barn	3,2	1,7
God samvittighet	3,1	2,5
Forfatter jeg liker	3,0	4,6
God verdi - ikke billigst	2,9	2,2
"Fri" fra skjermtid	2,8	2,2
Gjerne flere ganger	2,7	2,7
Anbefales av venner	2,7	2,4
Bruke god tid på	2,6	3,2
God omtale	2,5	2,3
Kan diskutere med andre	2,5	2,3
Digitalt tilgjengelig	2,3	2,0
Følelsen av bedre menneske	2,3	1,6
Raskt å lese	2,2	1,5
Gis/lånes videre	1,8	1,4
Ny spennende forfatter	1,5	1,9
Viktig - "må kjøpe"	1,4	1,2
"Alle" snakker om	1,3	0,8

VIL HA MER AV		Total
Ny læring/kunnskap	5,9	5,5
Går ikke å legge fra seg	4,9	6,7
Gledet seg til å lese	4,7	5,5
Underholdende	4,7	4,7
Identifiserbart innhold	4,6	4,7
Lettlest og fordøyelig	4,3	3,2
Leve meg inn i	4,2	5,5
Tilgjengelig på ønsket språk	3,8	4,3
Forfatter jeg liker	3,7	5,0
Stimulerer tanker/fantasier	3,6	4,5
Anbefales av venner	3,5	3,5
Historier fra andre steder	3,4	4,0
Litt virkelighetsflukt	3,4	4,2
Følelsen av bedre menneske	3,2	2,0
Viktig - "må kjøpe"	3,2	2,7
Ny spennende forfatter	3,0	3,5
Kan diskutere med andre	3,0	2,7
Inspirerende oppsummering	2,9	3,1
Mindre stressende hverdag	2,9	3,2
God verdi - ikke billigst	2,9	2,2
Glede av med barn	2,8	1,7
Bruke god tid på	2,7	3,2
Digitalt tilgjengelig	2,7	2,1
God omtale	2,7	2,5
God samvittighet	2,6	2,0
Raskt å lese	2,6	1,6
"Fri" fra skjermtid	2,5	1,9
Gjerne flere ganger	2,4	2,5
Gis/lånes videre	1,7	1,4
"Alle" snakker om	1,4	0,6

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement
VISER SNITT

	Total	Total
Helt ny bok	273	288
Mer enn et år gammel	196	194
Tilbud i bokhandelen	176	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	205	214
Abonnement	111	87
Familieabonnement	131	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



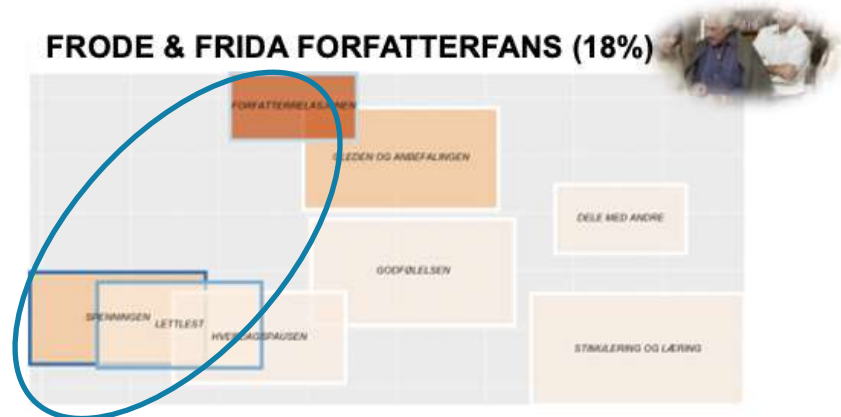
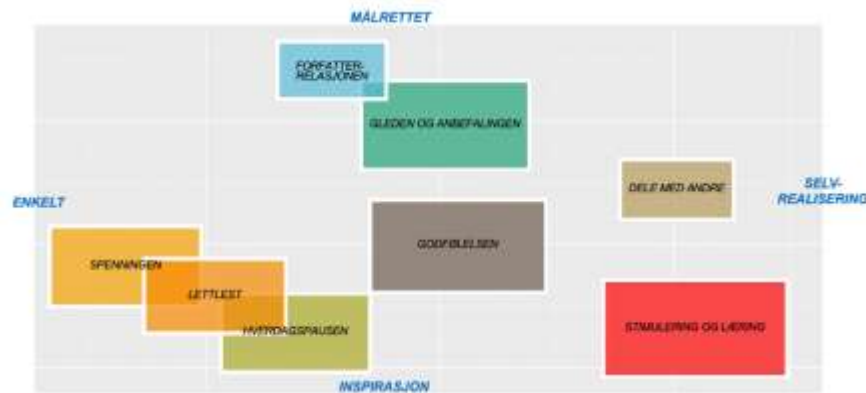
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

18%



2.4.3

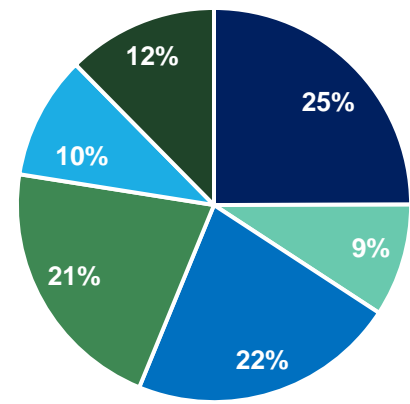
I DYBDEN PÅ LESEMOTIVER:
FRODE & FRIDA FORFATTERFANS (18%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Frode & Frida ForfatterFans», leser oftere bøker, men sjeldnere på engelsk

Oftere i gruppene tilbudsbevisste og bokinteresserte. Oftere kvinner, 60+ og eldre single (OS)

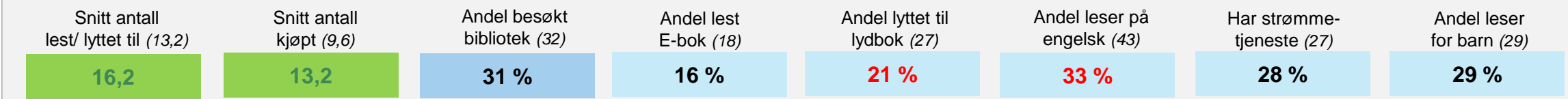


HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

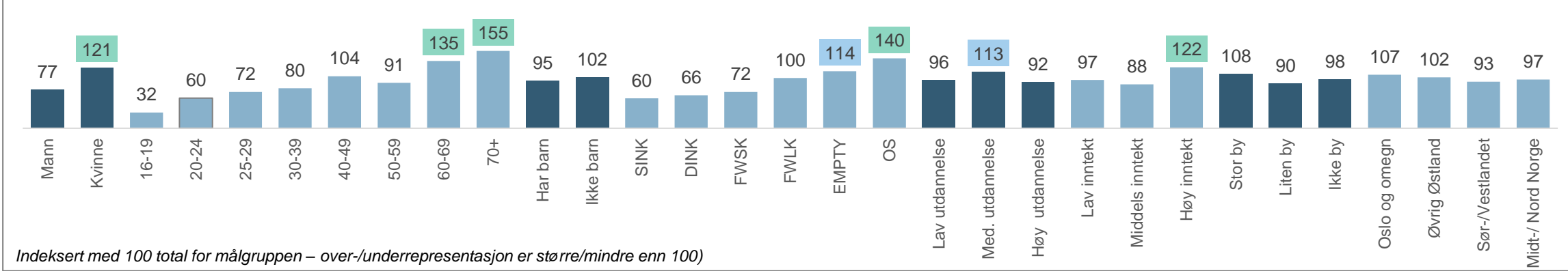
- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Store forskjeller mot generelle holdninger

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

Frode & Frida ForfatterFans: oftere opptatt av noe man ikke kan legge fra seg

Som man lever seg inn i, gleder seg til å lese og av en forfatter man liker

Men har ikke høyere betalingsvilje for bøker enn andre



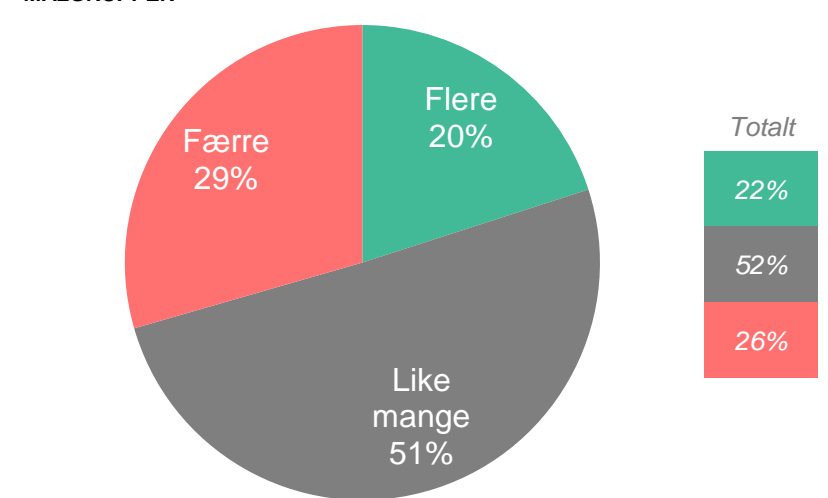
DRIVERE		Total
Går ikke å legge fra seg	9,0	7,1
Leve meg inn i	8,6	7,4
Gledet seg til å lese	8,3	6,3
Forfatter jeg liker	8,1	4,6
Litt virkelighetsflukt	6,5	5,4
Underholdende	5,4	5,2
Tilgjengelig på ønsket språk	4,3	3,8
Bruke god tid på	4,0	3,2
Inspirerende oppsummering	3,8	3,7
Mindre stressende hverdag	3,6	3,2
Ny spennende forfatter	3,6	1,9
Lettlest og fordøyelig	3,4	3,5
Gjerne flere ganger	3,3	2,7
Anbefales av venner	2,9	2,4
Stimulerer tanker/fantasier	2,7	5,1
Identifiserbart innhold	2,5	4,2
God omtale	2,5	2,3
Historier fra andre steder	2,3	3,6
"Fri" fra skjermtid	2,0	2,2
Ny læring/kunnskap	1,8	5,1
God verdi - ikke billigst	1,7	2,2
Kan diskutere med andre	1,5	2,3
Gis/lånes videre	1,4	1,4
Glede av med barn	1,3	1,7
God samvittighet	1,2	2,5
Raskt å lese	1,1	1,5
Digitalt tilgjengelig	1,0	2,0
Viktig - "må kjøpe"	1,0	1,2
"Alle" snakker om	0,7	0,8
Følelsen av bedre menneske	0,5	1,6

VIL HA MER AV		Total
Forfatter jeg liker	9,1	5,0
Går ikke å legge fra seg	8,1	6,7
Gledet seg til å lese	6,3	5,5
Litt virkelighetsflukt	5,8	4,2
Leve meg inn i	5,8	5,5
Ny spennende forfatter	5,1	3,5
Underholdende	5,1	4,7
Tilgjengelig på ønsket språk	4,3	4,3
Identifiserbart innhold	3,9	4,7
Anbefales av venner	3,9	3,5
Bruke god tid på	3,8	3,2
Stimulerer tanker/fantasier	3,6	4,5
Lettlest og fordøyelig	3,4	3,2
Mindre stressende hverdag	3,3	3,2
Ny læring/kunnskap	3,2	5,5
Historier fra andre steder	3,1	4,0
God verdi - ikke billigst	2,5	2,2
Gjerne flere ganger	2,5	2,5
Inspirerende oppsummering	2,5	3,1
God omtale	2,4	2,5
Kan diskutere med andre	2,1	2,7
"Fri" fra skjermtid	1,8	1,9
Viktig - "må kjøpe"	1,7	2,7
Glede av med barn	1,5	1,7
Gis/lånes videre	1,4	1,4
God samvittighet	1,3	2,0
Raskt å lese	1,0	1,6
Digitalt tilgjengelig	0,6	2,1
"Alle" snakker om	0,5	0,6
Følelsen av bedre menneske	0,3	2,0

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement

VISER SNITT		Total
Helt ny bok	289	288
Mer enn et år gammel	202	194
Tilbud i bokhandelen	185	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	220	214
Abonnement	80	87
Familieabonnement	132	113

Sammenlignet med et vanlig år. Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021



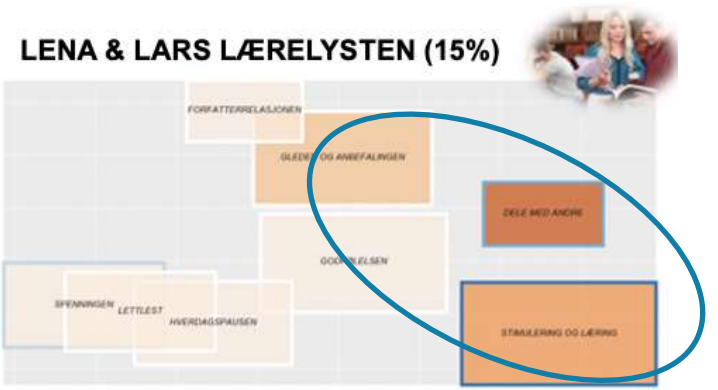
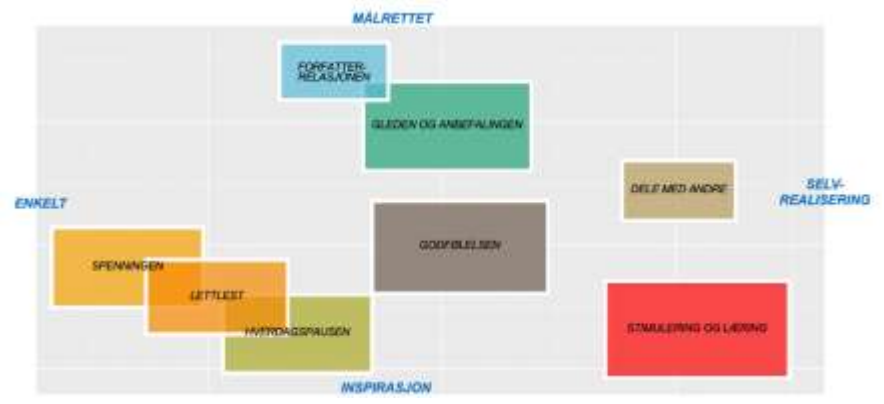
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

15%



2.4.4

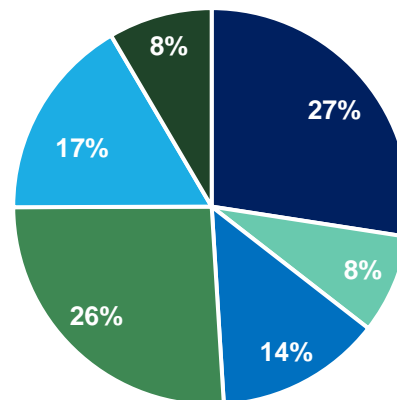
I DYBDEN PÅ LESEMOTIVER: LENA & LARS LÆRELYSTEN



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Lena & Lars Lærelysten» leser og kjøper mye – og besøker oftere biblioteket

Oftere menn, 60+ og høyere utdanning – sjeldnere mobiltidstyver og oftere bokinteresserte

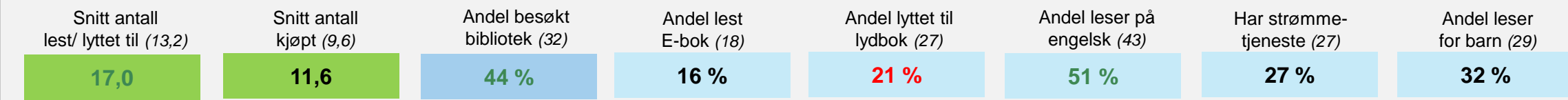


HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

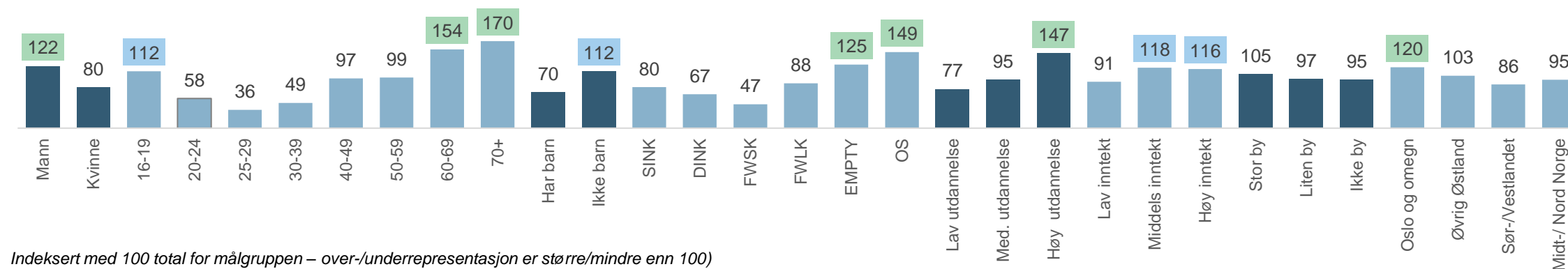
- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbvisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Store forskjeller mot generelle holdninger

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

Lena & Lars Lærelysten er oftere opptatt å ny læring/kunnskap

...noe som stimulerer fantasi og historier fra andre steder

Og de leser oftere like mange bøker – og har høyere betalingsvilje enn andre for nye bøker

15%



DRIVERE		Total
Ny læring/kunnskap	8,7	5,1
Gledet seg til å lese	6,9	6,3
Stimulerer tanker/fantasier	6,9	5,1
Historier fra andre steder	6,4	3,6
Leve meg inn i	5,9	7,4
Går ikke å legge fra seg	5,3	7,1
Identifiserbart innhold	5,2	4,2
Forfatter jeg liker	5,0	4,6
Kan diskutere med andre	4,5	2,3
Tilgjengelig på ønsket språk	4,1	3,8
Bruke god tid på	3,6	3,2
Inspirerende oppsummering	3,5	3,7
God omtale	3,4	2,3
Underholdende	3,1	5,2
Anbefales av venner	3,0	2,4
God samvittighet	2,9	2,5
Gjerne flere ganger	2,4	2,7
Følelsen av bedre menneske	2,4	1,6
Viktig - "må kjøpe"	2,3	1,2
God verdi - ikke billigst	2,1	2,2
Ny spennende forfatter	2,1	1,9
Litt virkelighetsflukt	2,0	5,4
Mindre stressende hverdag	1,6	3,2
Gis/lånes videre	1,5	1,4
Lettlest og fordøyelig	1,0	3,5
"Fri" fra skjermtid	1,0	2,2
Glede av med barn	1,0	1,7
Digitalt tilgjengelig	0,9	2,0
"Alle" snakker om	0,8	0,8
Raskt å lese	0,5	1,5

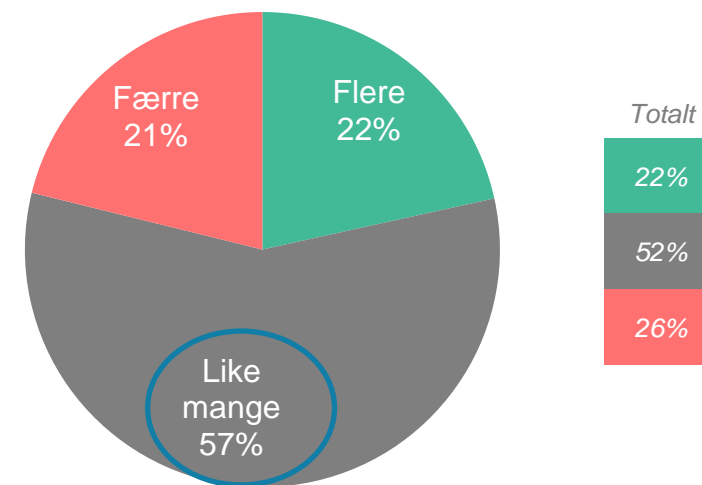
VIL HA MER AV		Total
Ny læring/kunnskap	9,1	5,5
Stimulerer tanker/fantasier	6,5	4,5
Historier fra andre steder	6,2	4,0
Identifiserbart innhold	5,5	4,7
Forfatter jeg liker	5,1	5,0
Viktig - "må kjøpe"	4,9	2,7
Gledet seg til å lese	4,9	5,5
Tilgjengelig på ønsket språk	4,6	4,3
Går ikke å legge fra seg	4,4	6,7
Leve meg inn i	4,3	5,5
Bruke god tid på	4,0	3,2
Anbefales av venner	3,9	3,5
God omtale	3,9	2,5
Kan diskutere med andre	3,9	2,7
Ny spennende forfatter	3,6	3,5
Inspirerende oppsummering	3,5	3,1
Underholdende	3,4	4,7
Gjerne flere ganger	3,0	2,5
Følelsen av bedre menneske	2,8	2,0
God samvittighet	2,3	2,0
Gis/lånes videre	2,0	1,4
God verdi - ikke billigst	1,6	2,2
Glede av med barn	1,6	1,7
Litt virkelighetsflukt	1,6	4,2
Mindre stressende hverdag	1,4	3,2
"Alle" snakker om	1,2	0,6
Digitalt tilgjengelig	0,5	2,1
"Fri" fra skjermtid	0,3	1,9
Lettlest og fordøyelig	0,2	3,2
Raskt å lese	0,1	1,6

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement

VISER SNITT		Total
Helt ny bok	342	288
Mer enn et år gammel	216	194
Tilbud i bokhandelen	203	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	215	214
Abonnement	83	87
Familieabonnement	111	113

Sammenlignet med et vanlig år.

Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



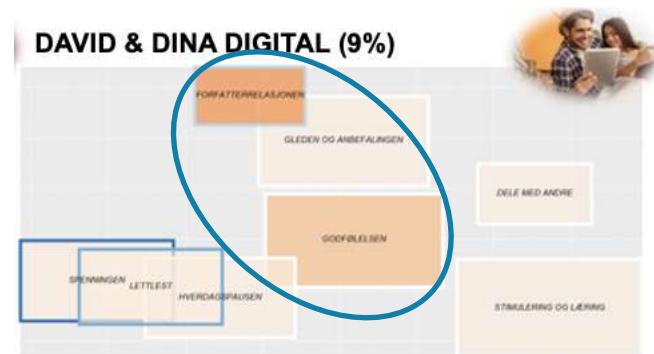
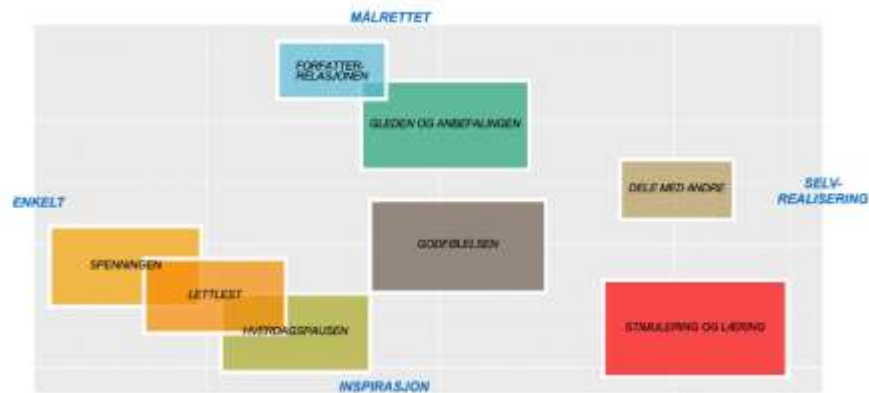
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

9%



2.4.5

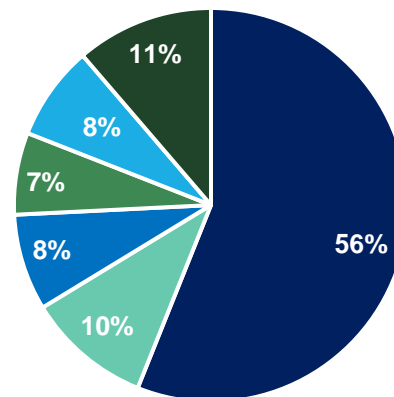
I DYBDEN PÅ LESEMOTIVER:
DAVID & DINA DIGITAL (9%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«David & Dina Digital» er oftere voksne med høy frekvens på både lese og kjøpe

Oftere moderne og storbrukere av e-bøker, lydbøker og strømmetjenester

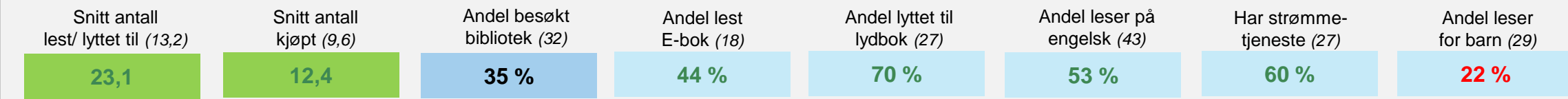


HOLDINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt - oftere enn i total er grønt)

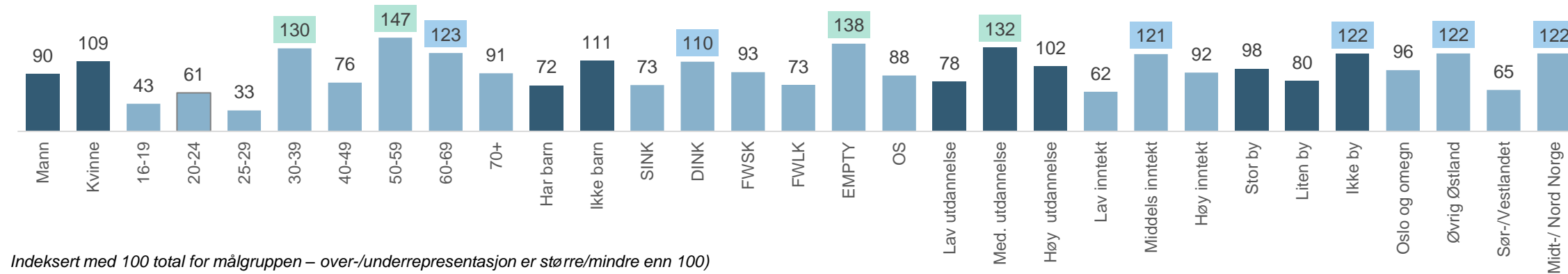
- De moderne (31)
- Mobiltidstylene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Store forskjeller mot generelle holdninger

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)



DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR LESE/LYTTE:

David & Dina Digital, er oftere opptatt av digital tilgjengelighet

...de leser mange flere bøker enn før og har høy(ere) betalingsvilje for familieabonnement

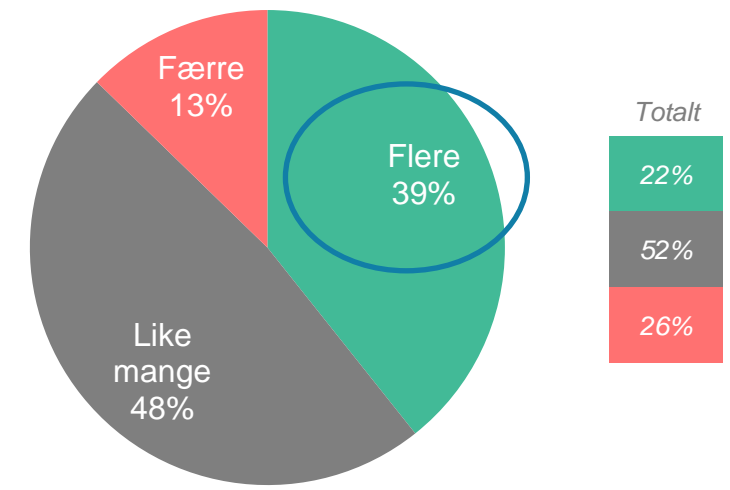
DRIVERE		Total
Digitalt tilgjengelig	8,8	2,0
Går ikke å legge fra seg	7,1	7,1
Leve meg inn i	7,0	7,4
Forfatter jeg liker	6,4	4,6
Gledet seg til å lese	6,3	6,3
Litt virkelighetsflukt	5,8	5,4
Tilgjengelig på ønsket språk	5,3	3,8
Underholdende	4,4	5,2
Stimulerer tanker/fantasier	4,4	5,1
Ny læring/kunnskap	3,8	5,1
Inspirerende oppsummering	3,4	3,7
Lettlest og fordøyelig	3,2	3,5
Identifiserbart innhold	3,1	4,2
Bruke god tid på	3,1	3,2
Gjerne flere ganger	3,0	2,7
Ny spennende forfatter	2,8	1,9
Historier fra andre steder	2,6	3,6
Mindre stressende hverdag	2,3	3,2
God omtale	2,3	2,3
Anbefales av venner	2,2	2,4
Kan diskutere med andre	1,9	2,3
God verdi - ikke billigst	1,6	2,2
God samvittighet	1,4	2,5
"Fri" fra skjermtid	1,4	2,2
Glede av med barn	1,3	1,7
Raskt å lese	1,1	1,5
Gis/lånes videre	1,1	1,4
"Alle" snakker om	1,0	0,8
Følelsen av bedre menneske	0,9	1,6
Viktig - "må kjøpe"	0,9	1,2

VIL HA MER AV		Total
Digitalt tilgjengelig	8,7	2,1
Går ikke å legge fra seg	7,3	6,7
Leve meg inn i	6,6	5,5
Tilgjengelig på ønsket språk	6,6	4,3
Forfatter jeg liker	6,3	5,0
Gledet seg til å lese	6,0	5,5
Underholdende	4,4	4,7
Ny spennende forfatter	4,4	3,5
Stimulerer tanker/fantasier	4,4	4,5
Litt virkelighetsflukt	4,1	4,2
Anbefales av venner	4,1	3,5
Mindre stressende hverdag	3,7	3,2
Identifiserbart innhold	3,6	4,7
Ny læring/kunnskap	3,4	5,5
Inspirerende oppsummering	3,1	3,1
Lettlest og fordøyelig	3,1	3,2
Bruke god tid på	3,0	3,2
Historier fra andre steder	2,8	4,0
Kan diskutere med andre	2,6	2,7
Gjerne flere ganger	2,5	2,5
God omtale	2,4	2,5
Viktig - "må kjøpe"	1,8	2,7
"Fri" fra skjermtid	1,5	1,9
God verdi - ikke billigst	1,0	2,2
Raskt å lese	1,0	1,6
Glede av med barn	0,7	1,7
Gis/lånes videre	0,6	1,4
Følelsen av bedre menneske	0,2	2,0
God samvittighet	0,0	2,0
"Alle" snakker om	0,0	0,6

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement
VISER SNITT

		Total
Helt ny bok	255	288
Mer enn et år gammel	178	194
Tilbud i bokhandelen	164	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	183	214
Abonnement	93	87
Familieabonnement	179	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



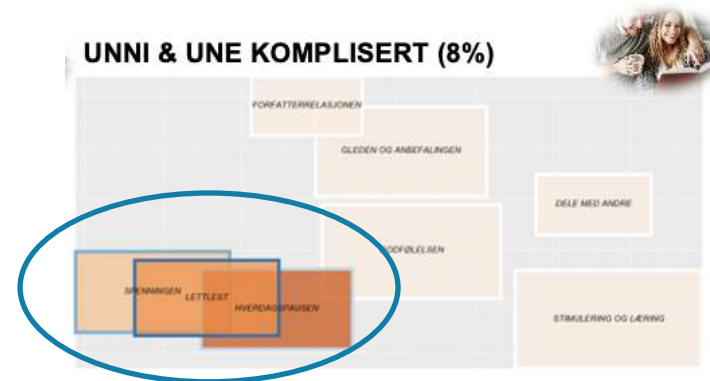
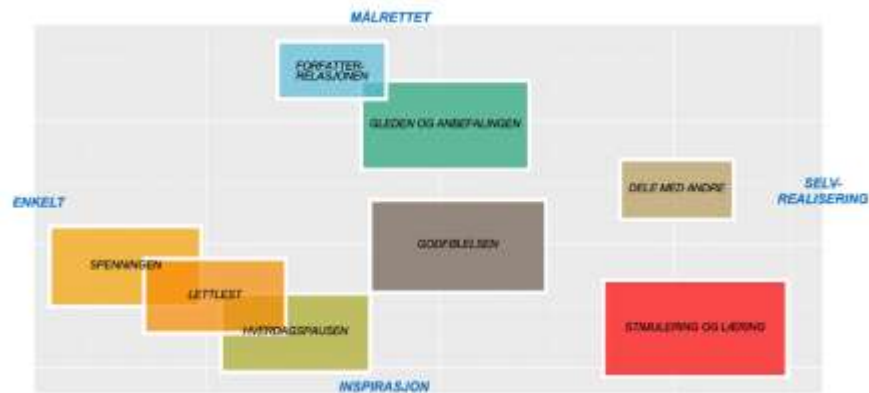
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

8%



2.4.6

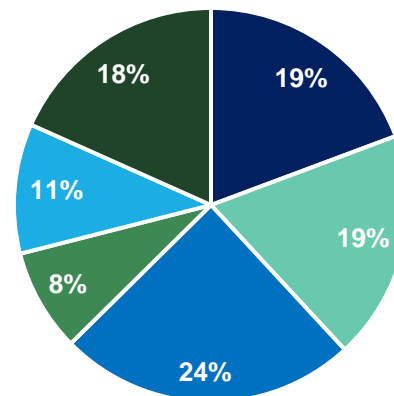
I DYBDEN PÅ LESEMOTIVER: UNNI & UNE UKOMPLISERT



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Unni & Une Ukomplisert» leser sjeldnere engelsk og er oftere tilbudsbevisst

De konsumerer sjeldnere digitalt (men har strømmetjenester) og kjøper færre bøker (enn snitt)

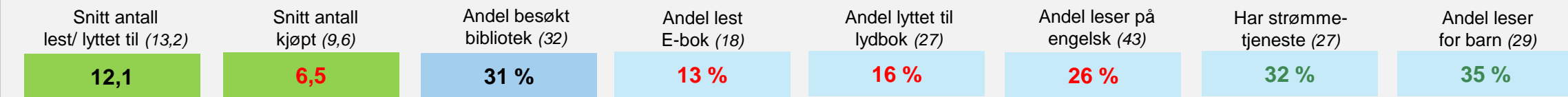


HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

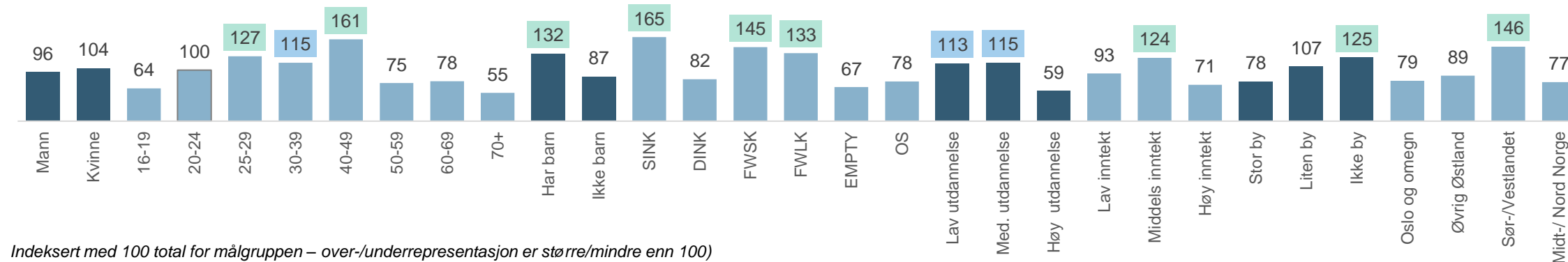
- De moderne (31)
- Mobiltidstylene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Store forskjeller mot generelle holdninger

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

Unni & Une Ukomplisert er oftere opptatt av å lese noe lett fordøyelig

og ønsker mer underholdning og bøker som ikke går å legge fra seg – men leser færre bøker

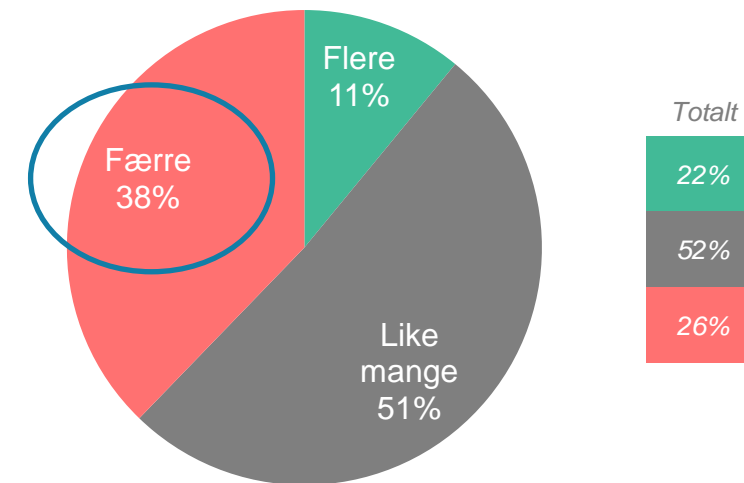


DRIVERE		Total
Lettlest og fordøyelig	8,8	3,5
Går ikke å legge fra seg	8,3	7,1
Leve meg inn i	7,9	7,4
Underholdende	7,9	5,2
Litt virkelighetsflukt	7,7	5,4
Gledet seg til å lese	6,1	6,3
Raskt å lese	4,4	1,5
"Fri" fra skjermtid	4,3	2,2
Mindre stressende hverdag	4,2	3,2
Inspirerende oppsummering	3,6	3,7
Stimulerer tanker/fantasier	3,4	5,1
Forfatter jeg liker	3,2	4,6
Identifiserbart innhold	3,2	4,2
Tilgjengelig på ønsket språk	3,2	3,8
Gjerne flere ganger	3,1	2,7
Glede av med barn	2,7	1,7
Bruke god tid på	2,4	3,2
God verdi - ikke billigst	2,2	2,2
Ny læring/kunnskap	2,0	5,1
God samvittighet	2,0	2,5
Anbefales av venner	1,6	2,4
Historier fra andre steder	1,3	3,6
God omtale	1,2	2,3
Gis/lånes videre	1,0	1,4
Kan diskutere med andre	0,9	2,3
Digitalt tilgjengelig	0,9	2,0
Ny spennende forfatter	0,8	1,9
Følelsen av bedre menneske	0,6	1,6
Viktig - "må kjøpe"	0,6	1,2
"Alle" snakker om	0,6	0,8

VIL HA MER AV		Total
Går ikke å legge fra seg	10,0	6,7
Underholdende	8,1	4,7
Lettlest og fordøyelig	6,5	3,2
Leve meg inn i	5,9	5,5
Litt virkelighetsflukt	5,1	4,2
Raskt å lese	4,6	1,6
Gledet seg til å lese	4,4	5,5
Tilgjengelig på ønsket språk	4,2	4,3
Identifiserbart innhold	3,9	4,7
Mindre stressende hverdag	3,7	3,2
Inspirerende oppsummering	3,6	3,1
Forfatter jeg liker	3,5	5,0
Gjerne flere ganger	3,4	2,5
Anbefales av venner	3,2	3,5
Ny læring/kunnskap	3,2	5,5
Glede av med barn	3,1	1,7
Stimulerer tanker/fantasier	3,1	4,5
Bruke god tid på	2,9	3,2
"Fri" fra skjermtid	2,8	1,9
God verdi - ikke billigst	2,4	2,2
Historier fra andre steder	2,3	4,0
God omtale	2,2	2,5
Ny spennende forfatter	2,0	3,5
God samvittighet	1,5	2,0
Viktig - "må kjøpe"	1,4	2,7
Kan diskutere med andre	1,2	2,7
Digitalt tilgjengelig	0,8	2,1
Følelsen av bedre menneske	0,6	2,0
Gis/lånes videre	0,4	1,4
"Alle" snakker om	0,0	0,6

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement		
VISER SNITT		
		Total
Helt ny bok	301	288
Mer enn et år gammel	168	194
Tilbud i bokhandelen	144	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	204	214
Abonnement	56	87
Familieabonnement	77	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Leste/lyttet du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



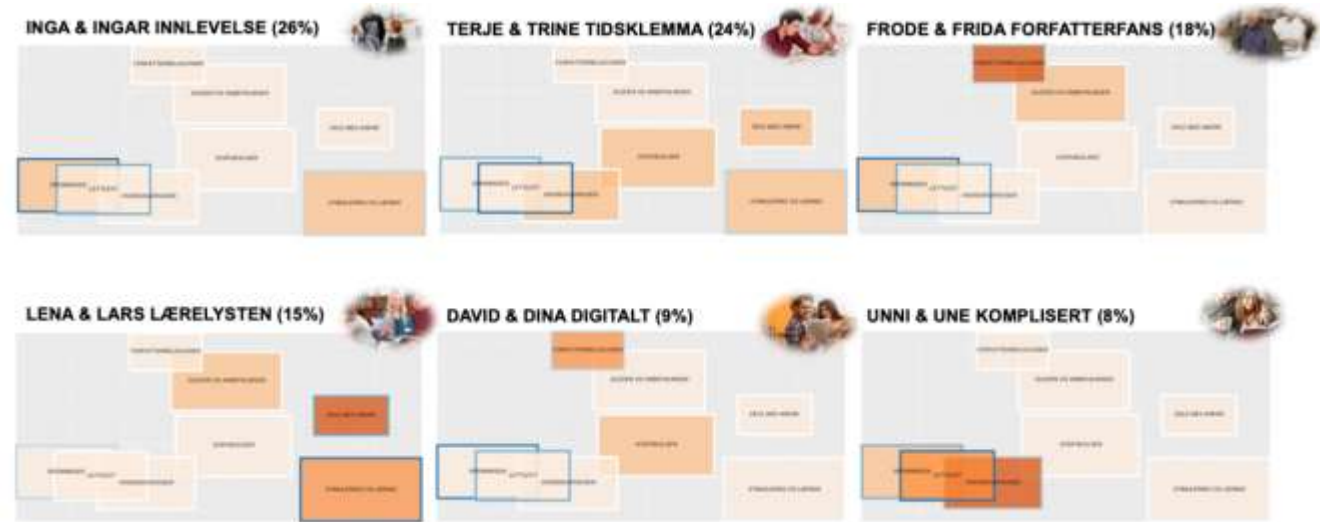
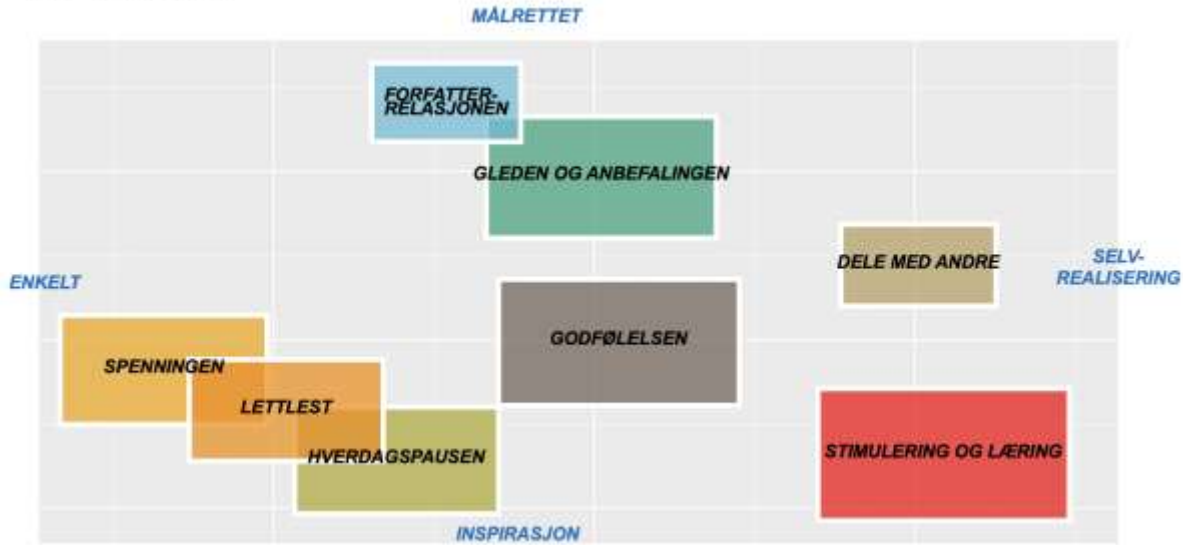
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

OPPSUMMERING:

Ulike lesemotiver – one size does not fit all!



LESEMOTIVER:





03

KJØP AV BØKER

KORT REKAPITULERING FRA LESERUNDERSØKELSEN
DRIVERANALYSEN



SELVRAPPORTERT KJØP:

7 av 10 i befolkningen sier at de kjøpte minst en bok i 2021

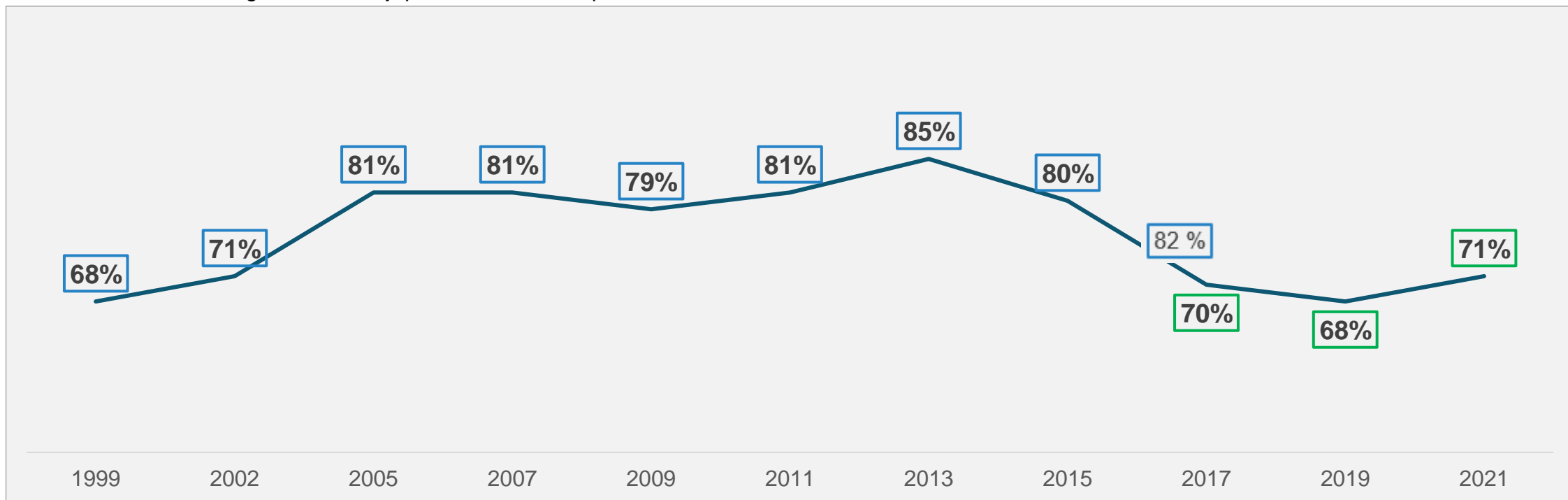
3.128.000 antall nordmenn (16+)

Man kan kjøpe bøker uten å lese de – til seg selv eller andre. Hvor mange bøker vil du anslå at du kjøpte i 2021

Tenk på alle typer bøker, papir-, lyd- og e-bøker, men *ikke* skolebøker og annen pensumlitteratur.

Inkluder alle bøker du har kjøpt til både deg selv eller andre (husk også å ta med bøker kjøpt som gave)

Viser andel av befolkningen som har kjøpt minst en bok i løpet av siste året



HVORDAN BOKJØPEREN HANDLER:

93% av bokkjøpene er papirbøker – 2% er lydbøker og 5% er e-bøker

1 av 4 bøker kjøpes som gave, mens 37% kjøper til andre enn seg selv

SNITT ANTALL BØKER KJØPT TOTALT 2021

9,6

Tenk på de [xx] bøkene du kjøpte i 2021. Hvor stor andel av disse var til deg selv, andre i husstanden eller gave til andre.

TIL MEG SELV (63%)

6,0

TIL ANDRE I HUSSTANDEN (13%)

1,3

SOM GAVE (24%)

2,3

Tenk på formatet på de [xx] bøkene du kjøpte i 2021. Hvor stor andel kjøpte du i ulike formater?

PAPIRBØKER (93%)

8,9

LYDBØKER (2%)

0,2

E-BØKER (5%)

0,5

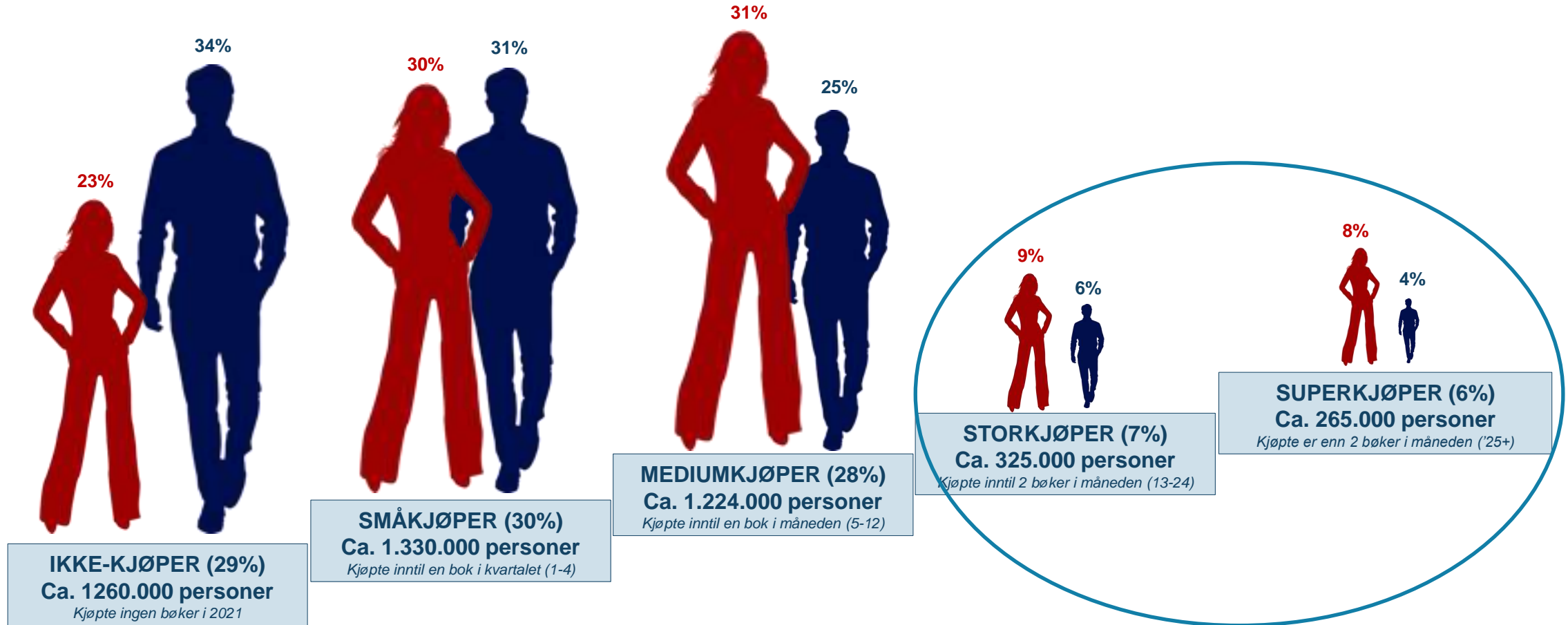
Tenk på de e-bøkene du kjøpte i 2021.
Hvor stor andel kjøpte du på de ulike stedene?
Spørsmålet er stilt til de som har kjøpt e-bøker (n=123)



KJØPEGRUPPER (Hvor mange bøker vil du anslå at du kjøpte i 2021):

13% i befolkningen kjøpte 25 bøker eller - 2 bøker per måned i gjennomsnitt

4 av 10 kjøpte mer enn en bok i kvartalet i snitt



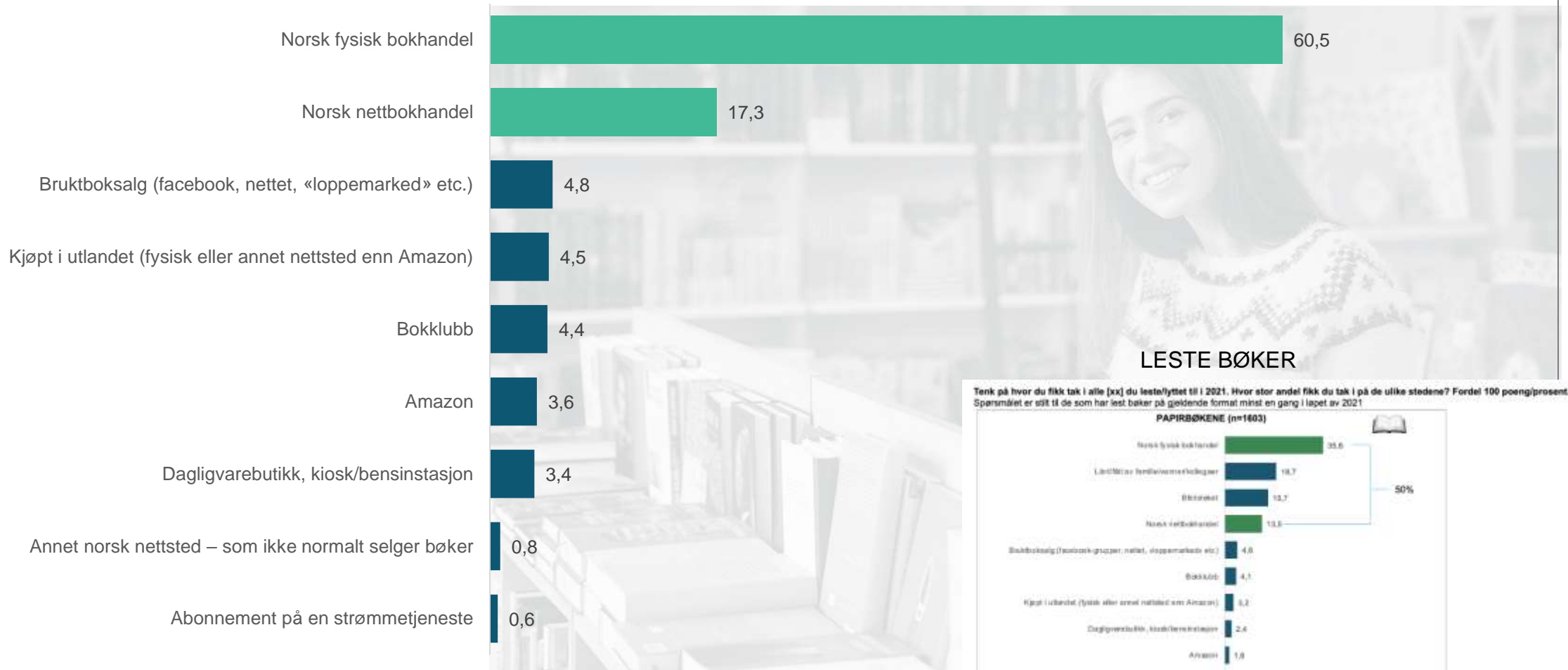
KJØPSKANAL – KJØPTE BØKER:

3 av 4 bokkjøp gjøres i en norsk bokhandel

61% fysisk – 17% i en nettbokhandel

Tenk på de [...] bøkene du kjøpte i 2021. Hvor stor andel kjøpte du hvor? Fordel 100 poeng/prosent

Spørsmålet er stilt til de som kjøpte minst en bok siste året (71% av befolkningen, n=1512)



LESTE BØKER

Tenk på hvor du fikk tak i alle [xx] du leste/lyttet til i 2021. Hvor stor andel fikk du tak i på de ulike stedene? Fordel 100 poeng/prosent. Spørsmålet er stilt til de som har lest bøker på gjeldende format minst en gang i løpet av 2021



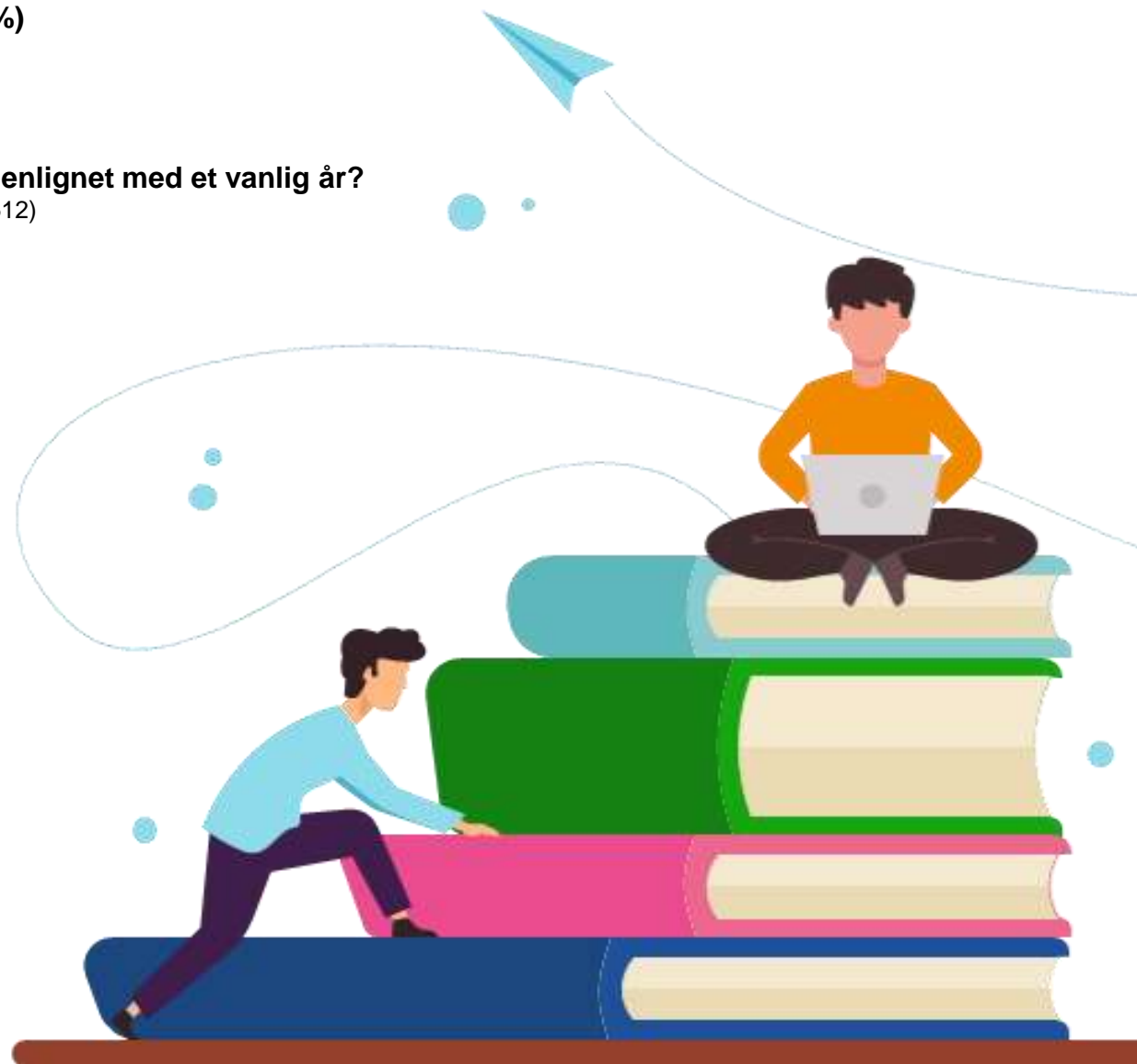
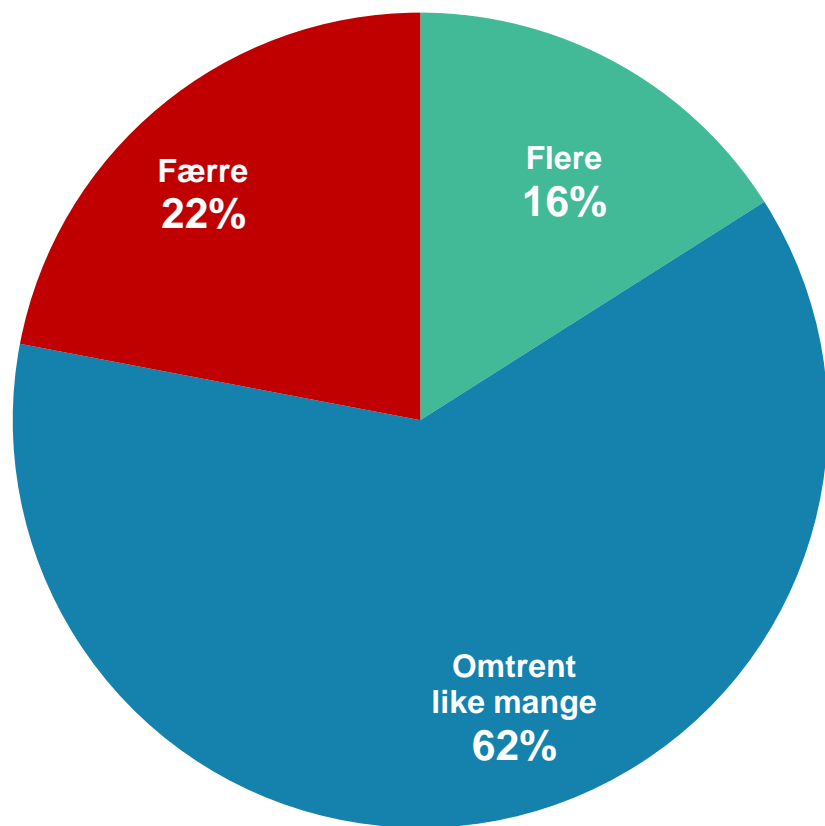
SELVOPPLEVD ENDRING I KJØPSFREKVENNS PÅ BØKER BLANT BOKKJØPERNE:

6 av 10 opplever at de kjøpte omtrent like mange bøker i 2021 som i et vanlig år

Noen flere sier de kjøpte færre (22%) enn andel som kjøpte flere (16%)

Har du i løpet av siste året (2021) kjøpt flere eller færre bøker sammenlignet med et vanlig år?

Spørsmålet er stilt til de som kjøpte minst en bok siste året (71% av befolkningen, n=1512)

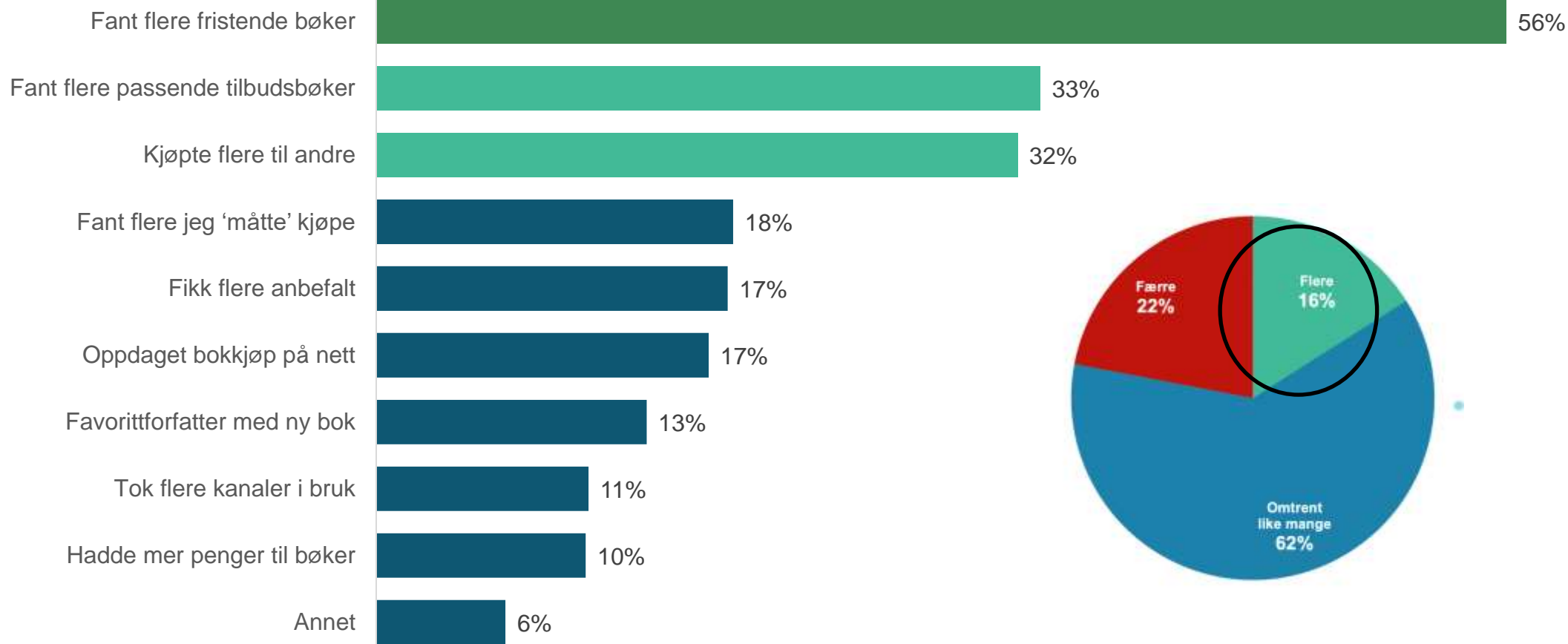


ÅRSÅK (BLANT BOKKJØPERNE) FOR Å KJØPE FLERE BØKER I 2021:

Hovedårsak til opplevelse av økt kjøp i 2021: Flere fristende bøker, mer på tilbud og kjøpte til flere

Sett kryss ved alle relevante årsaker (for deg) for at du kjøpte flere bøker i 2021 enn tidligere år:

Spørsmålet er stilt til bokkjøperne som svarer at de kjøpte flere bøker siste året (n=274)



3.1

DRIVERANALYSEN - KJØP

32 MOTIVER FOR KJØP

GRUPPERTE KJØPSMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

I DYBDEN PÅ KJØPETYPENE – PROFILER

Motiver for kjøp av bøker: Til seg selv eller til barn



MOTIVASJONSANALYSEN KJØPE

32 motiver for kjøp av bøker

Kortversjoner av plasshensyn

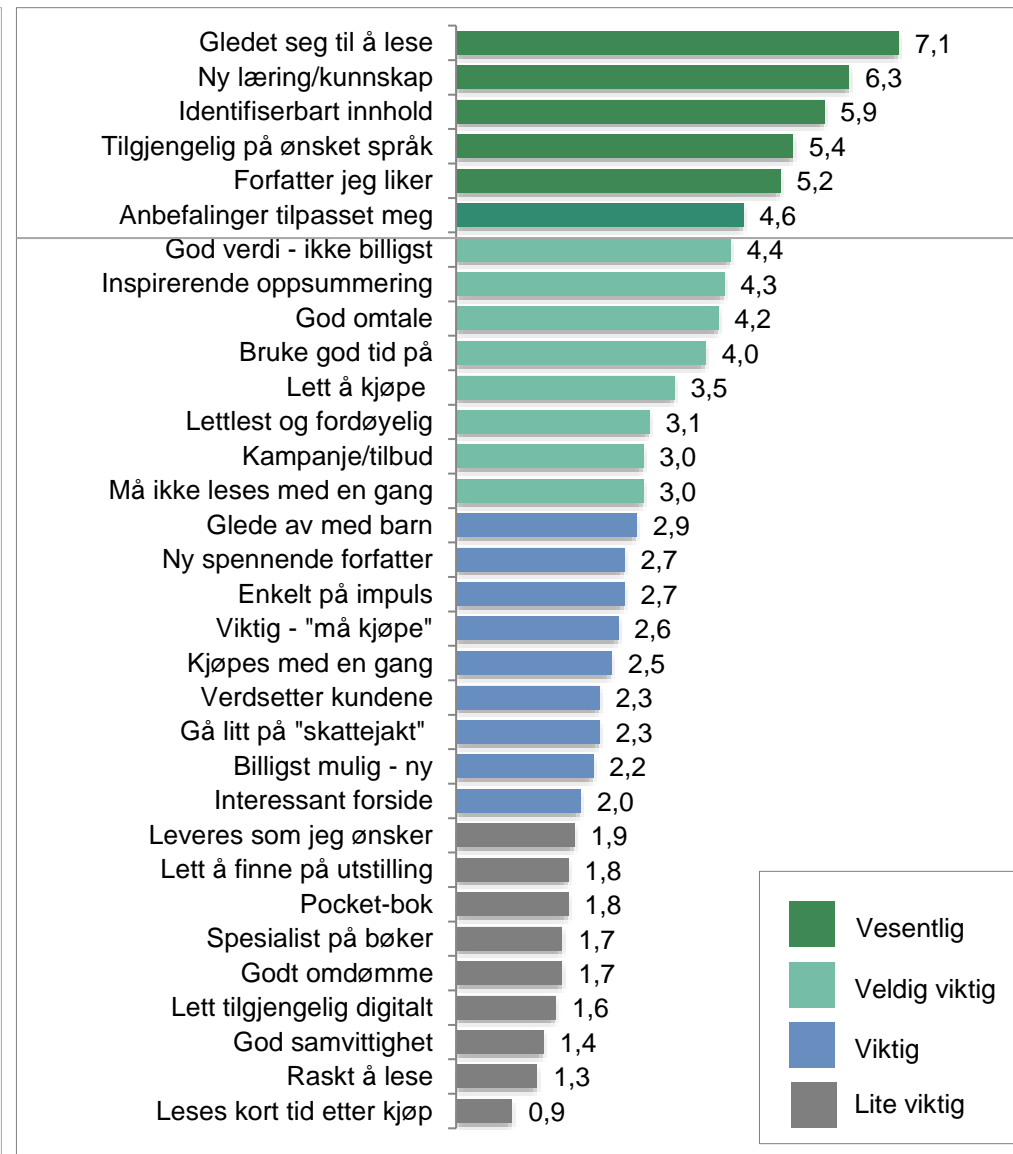
#	DRIVEREGENSKAP	FORKORTET TEKST
1	Går raskt å lese	Raskt å lese
2	Er en bok man lenge har gledet seg til å lese	Gledet seg til å lese
3	Er en bok å bruke god tid på	Bruke god tid på
4	Er en ny bok fra en forfatter jeg liker	Forfatter jeg liker
5	Er fra en ny forfatter – som virker spennende	Ny spennende forfatter
6	Er lettlest og lett fordøyelig - litt tidsfordriv	Lettlest og fordøyelig
7	Er tilgjengelig på ønsket språk (norsk, annet språk)	Tilgjengelig på ønsket språk
8	Gir følelsen av god verdi for pengene – selv om ikke billigst	God verdi - ikke billigst
9	Er noe du har glede av sammen med barn	Glede av med barn
10	Har fått god omtale (bokanmeldere/media) – lett å finne anmeldelsen	God omtale
11	Har innhold / tema man identifiserer seg med	Identifiserbart innhold
12	Gir ny læring, kunnskap og forståelse	Ny læring/kunnskap
13	En bok du «må kjøpe» - fordi den er viktig	Viktig - "må kjøpe"
14	Gir litt god samvittighet å kjøpe	God samvittighet
15	Har en ærlig og inspirerende oppsummering – gir lyst til å kjøpe	Inspirerende oppsummering
16	Kjøpes på kampanje/tilbud - rabattert pris	Kampanje/tilbud
17	Er billigst mulig - selv om den er ny	Billigst mulig - ny
18	Er enkel å kjøpe på impuls (god tilgjengelighet, riktig pris mv)	Enkelt på impuls
19	Er lett å finne på utstilling (tilbudstorg el) - nett eller fysisk	Lett å finne på utstilling
20	Er lett tilgjengelig (å kjøpe) i digitale kanaler	Lett tilgjengelig digitalt
21	Finnes som pocket-bok	Pocket-bok
22	Har en forside som gjør boken interessant	Interessant forside
23	Leses kortest mulig tid etter nedlasting/kjøp	Leses kort tid etter kjøp
24	Kan kjøpes med en gang – basert på anmeldelse/anbefaling	Kjøpes med en gang
25	Kan kjøpes - uten at den "må leses" med en gang	Må ikke leses med en gang
26	Leveres som jeg ønsker (klikk og hent, hjem på døren el)	Leveres som jeg ønsker
27	Kjøpes der det er lett å finne en bok man har lyst å lese	Lett å kjøpe
28	Kjøpes i en butikk som verdsetter kundene sine	Verdsetter kundene
29	Selges av spesialister på bøker (nettbokhandel / fysisk bokhandel)	Spesialist på bøker
30	Selges i en butikk/kjede jeg liker - med et godt omdømme	Godt omdømme
31	Kjøpes basert på anbefalinger tilpasset meg og mine interesser	Anbefalinger tilpasset meg
32	Kjøpes der man kan gå litt på "skattejakt" (utforske, finne ut mer)	Gå litt på "skattejakt"

Aller viktigst:

Gledet seg til å lese, ny læring/kunnskap, identifiserbart innhold, tilgjengelig språk, forfatter man liker og anbefalinger

De 6 viktigste motivene for kjøp utgjør ca. 35% av total viktighet

1	 <p><i>Er en bok man lenge har gledet seg til å lese</i></p>	4	 <p><i>Er tilgjengelig på ønsket språk (norsk, annet språk)</i></p>
2	 <p><i>Gir ny læring, kunnskap og forståelse</i></p>	5	 <p><i>Er en ny bok fra en forfatter jeg liker</i></p>
3	 <p><i>Har en ærlig og inspirerende oppsummering – gir lyst til å lese</i></p>	6	 <p><i>Kjøpes basert på anbefalinger tilpasset meg og mine interesser</i></p>



Egenskapene er indeksert fra 0-100 og tolkes både absolutt og relativt. Eks. 8 er dobbelt så viktig som 4 og 4 ganger så viktig som 2.

3.2

DRIVERANALYSEN - KJØP

32 MOTIVER FOR KJØP

GRUPPERTE KJØPSMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

I DYBDEN PÅ KJØPETYPENE – PROFILER

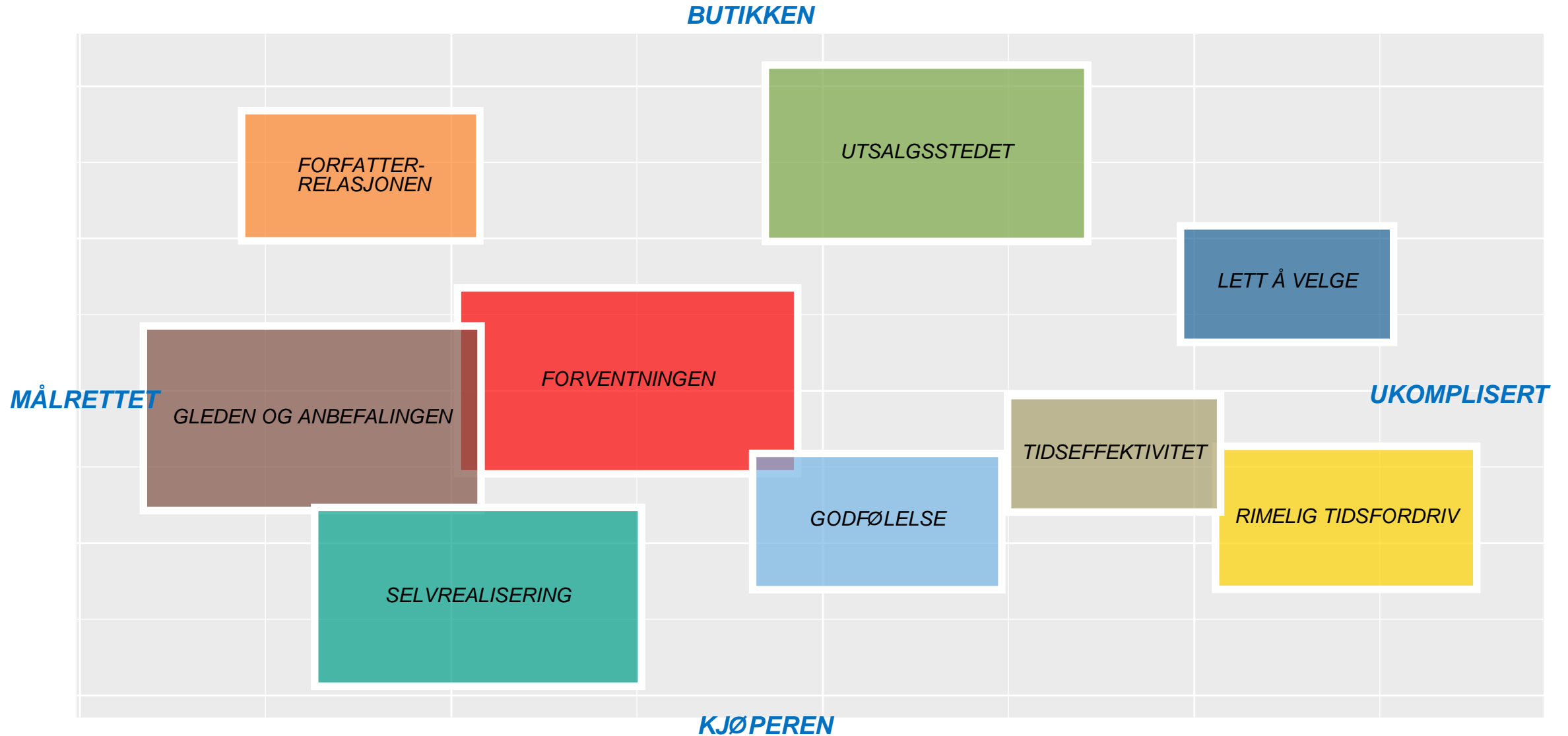
Motiver for lesing / lytting - av papirbok, e-bok eller lydbok



MOTIVER FOR KJØP:

9 ulike motiver for kjøp av bøker

Samme motiver uavhengig av situasjon



Størrelsen på boksen viser relativ viktighet for alle enkelttegnegenskaper i gruppen av egenskaper. Aksene er tolket og definert kvalitativt



3.3

DRIVERANALYSEN - KJØP

32 MOTIVER FOR KJØP

GRUPPERTE KJØPSMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

I DYBDEN PÅ KJØPETYPENE – PROFILER



Motiver for lesing / lytting - av papirbok, e-bok eller lydbok



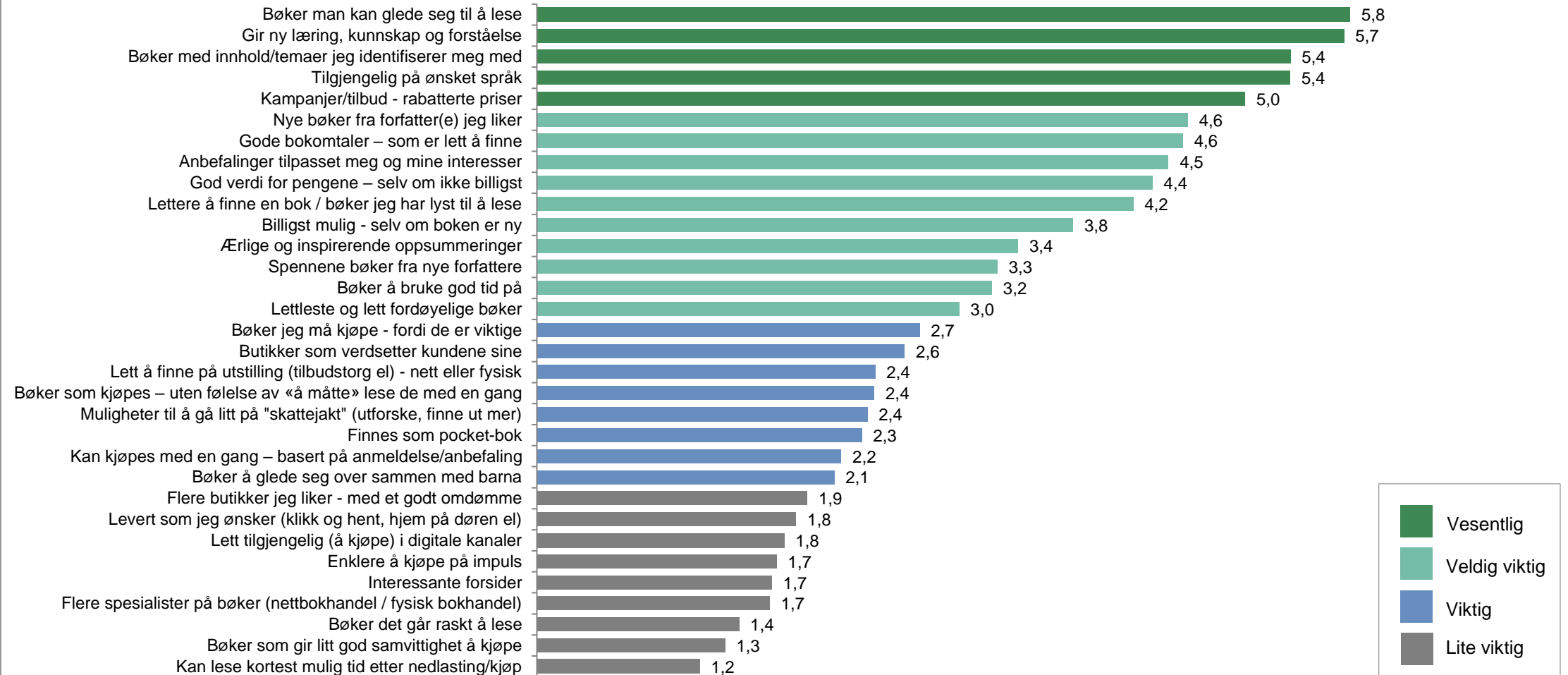
MULIGHETSROMMET - HVA BURDE VÆRT BEDRE FOR ØKT KJØP AV BØKER - INDEKSERT

Største underdekning ved kjøp er å finne bøker som...

Man gleder seg til å lese, gir ny læring, har innhold jeg identifiserer meg med og er tilgjengelig på ønsket språk

Hva burde vært bedre/annerledes for at du skulle kjøpt bøker oftere

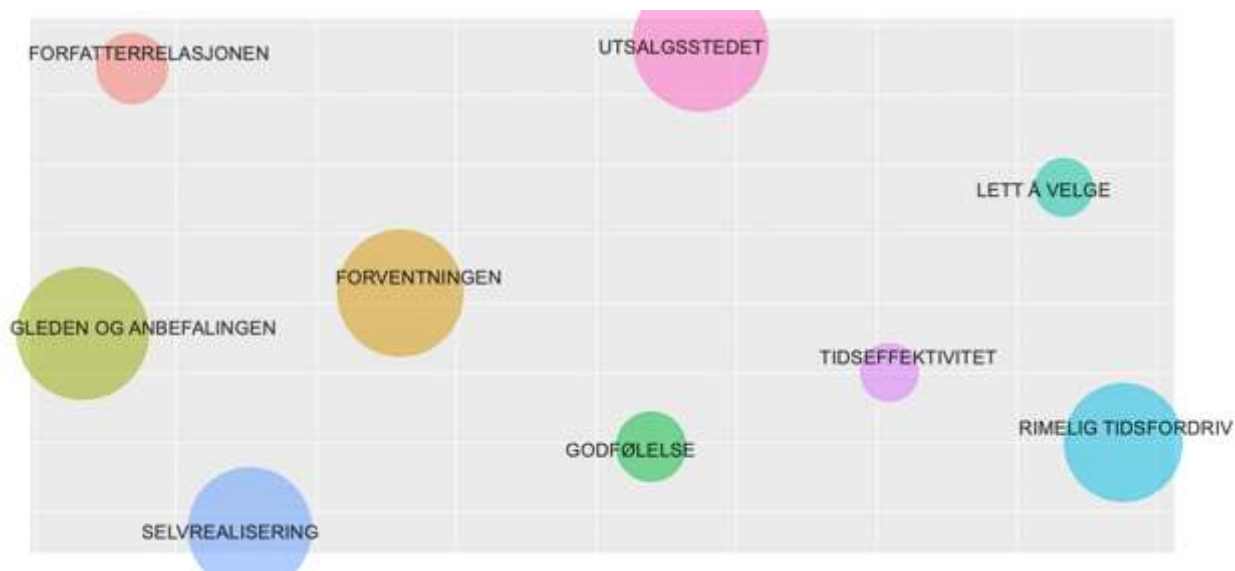
Basert på svarfordeling er egenskapenes viktighet indeksert på en skala fra 0-100



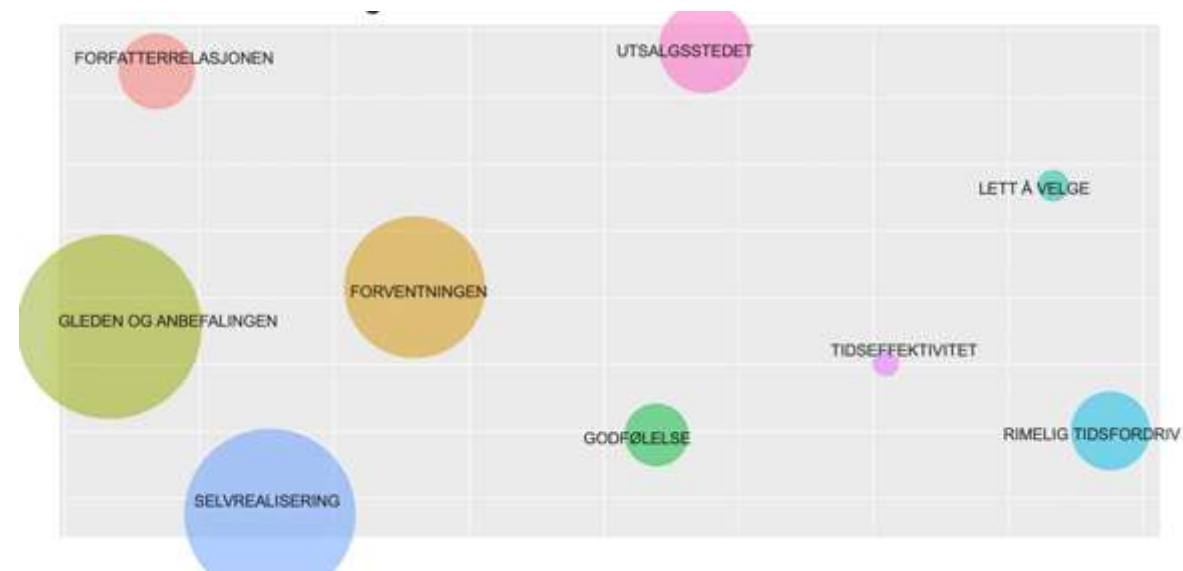
MULIGHETSROMMET - HVA BURDE VÆRT BEDRE FOR ØKT KJØP AV BØKER:

«Gleden og anbefalingen» og «Selvrealisering» er grupper med store behovsgap

...og som blir ennå større med korrigering av viktighet



HVA MAN SIER

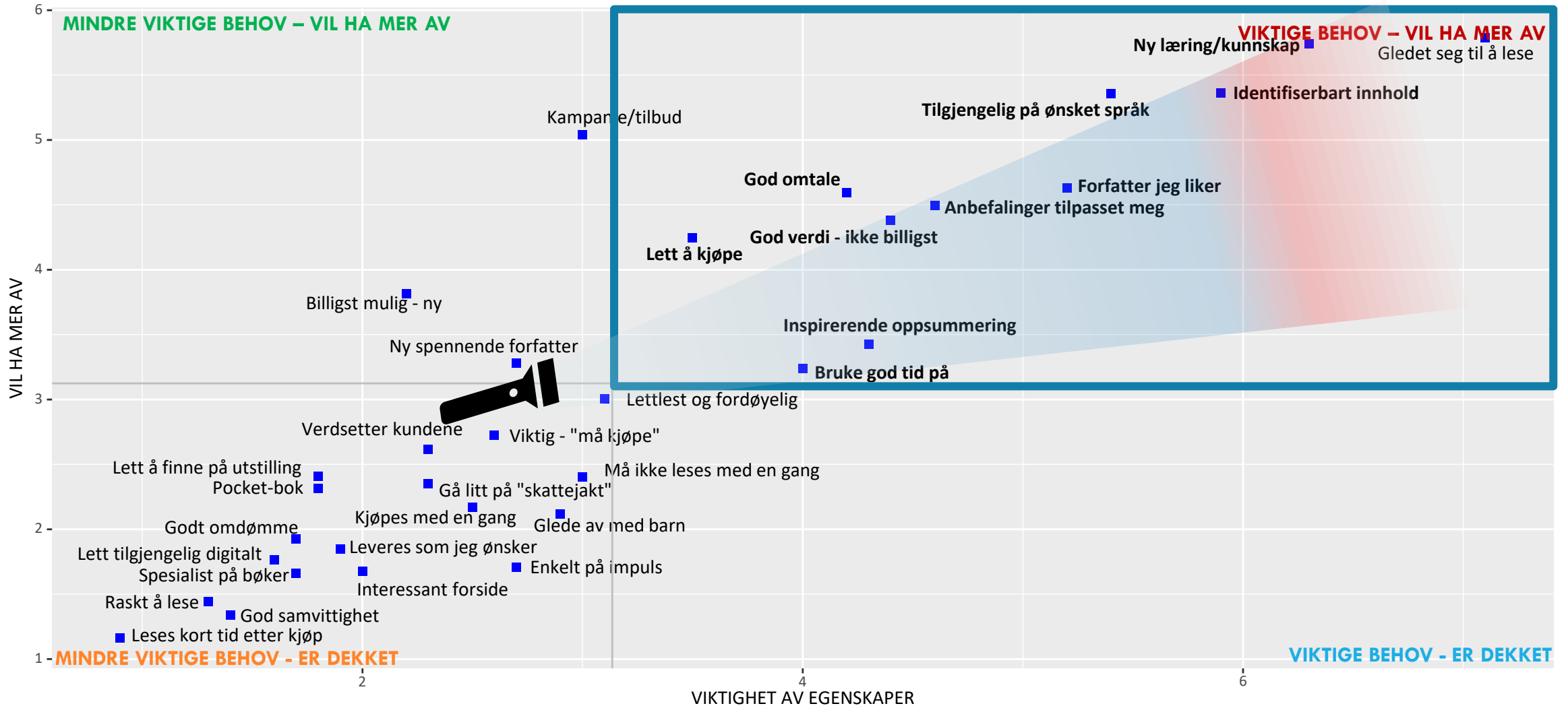


JUSTERT FOR VIKTIGHET

HVA BURDE VÆRT BEDRE FOR ØKT KJØP AV BØKER:

Viktigste utviklingsområder - større savn på hva man opplever som viktig

Flere bøker å glede seg til, ny læring/kunnskap, identifiserbart innhold og tilgjengelig på ønsket språk





3.4

DRIVERANALYSEN - KJØP

32 MOTIVER FOR KJØP

GRUPPERTE KJØPSMOTIVER

MULIGHETSROMMET – GAPANALYSEN

I DYBDEN PÅ KJØPETYPENE – PROFILER

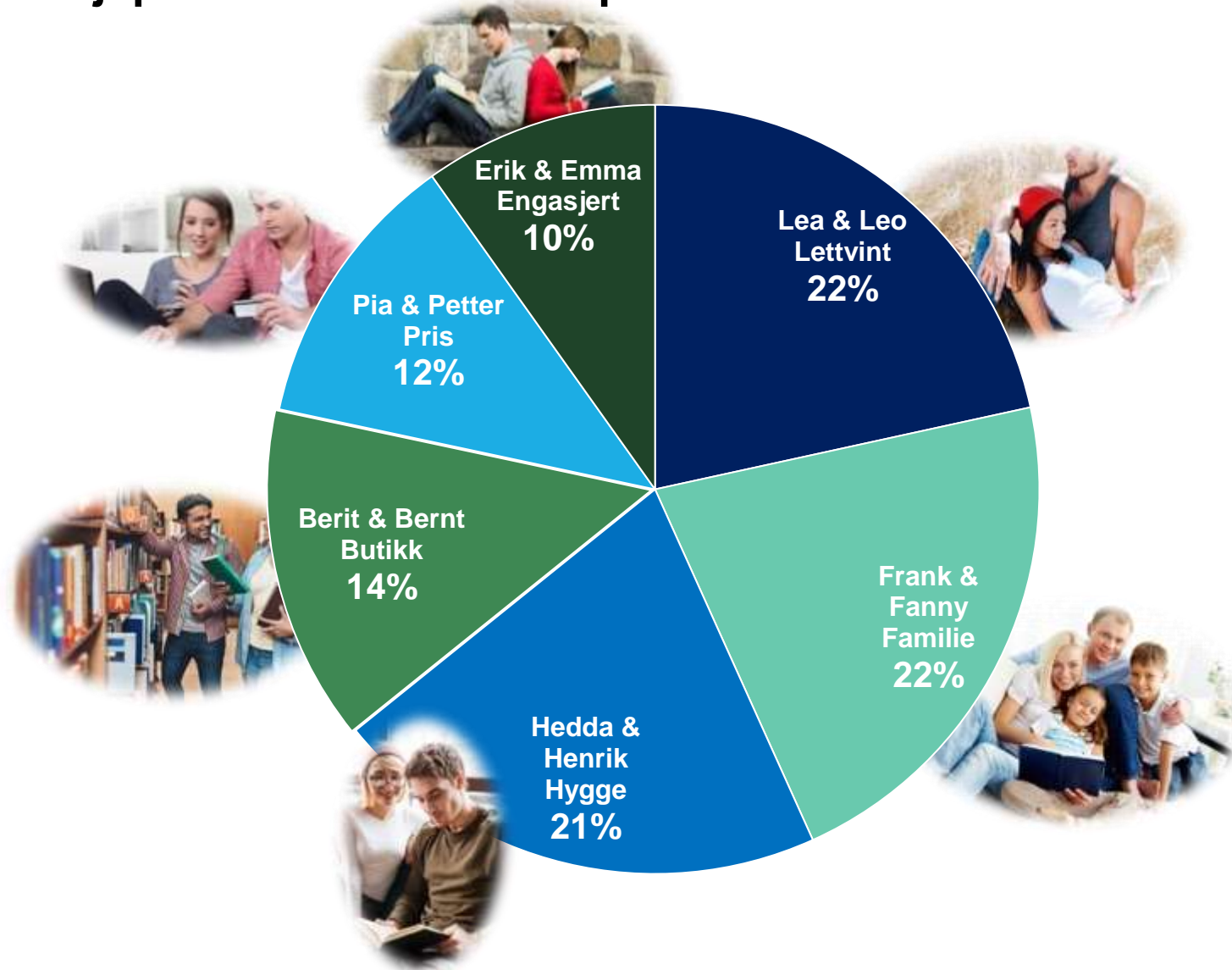


Motiver for lesing / lytting - av papirbok, e-bok eller lydbok



BOKKJØPERE:

6 ulike typer kjøper av bøker – basert på motivene



TYPE BOKKJØPERE – FORSKJELLER I MOTIVER:

Store variasjoner i kjøpsmotiver

...og flere og tydeligere forskjeller i «hodene» til folk enn basert på demografi

Tenk deg at du skal **Contex**, og at du ikke helt har bestemt deg for hvilken du skal kjøpe. Hvor viktig er det for deg at boken...:

	Total (n=846)	Lea & Leo Lettvint (n=188) 22%	Frank & Fanny Familie (n=179) 22%	Hedda & Henrik Hygge (n=173) 21%	Berit & Bernt Butikk (n=117) 14%	Pia & Petter Pris (n=106) 12%	Erik & Emma Engasjert (n=83) 10%
Gledet seg til å lese	7,1	-2,1	0,2	1,3	0,8	-0,5	0,8
Ny læring/kunnskap	6,3	-1,2	1,9	-0,5	-0,3	-2,0	2,3
Identifiserbart innhold	5,9	-0,8	0,7	0,7	-0,4	-1,7	1,9
Tilgjengelig på ønsket språk	5,4	-0,7	-0,9	0,3	1,6	0,3	0,0
Forfatter jeg liker	5,2	-1,9	-1,6	3,3	1,4	-0,8	-0,2
Anbefalinger tilpasset meg	4,6	0,1	-0,2	2,1	-1,8	-2,4	0,9
God verdi - ikke billigst	4,4	0,2	0,3	-1,0	-0,2	0,1	1,1
Inspirerende oppsummering	4,3	0,4	-0,1	0,6	-0,2	-1,0	-0,5
God omtale	4,2	0,2	0,0	1,8	-2,0	-2,0	0,7
Bruke god tid på	4,0	-1,0	0,4	-0,2	0,7	-0,7	1,2
Lett å kjøpe	3,5	0,3	-0,5	0,4	0,8	-0,3	-0,6
Lettlest og fordøyelig	3,1	2,0	0,4	-1,0	-1,1	0,3	-2,0
Må ikke leses med en gang	3,0	0,5	-0,7	-0,4	0,9	0,1	0,1
Kampanje/tilbud	3,0	-0,1	-0,2	-1,6	-0,4	4,0	-0,4
Glede av med barn	2,9	-1,2	5,4	-1,8	-1,2	-1,6	-2,2
Enkelt på impuls	2,7	0,5	-0,3	-0,5	0,2	1,6	-1,1
Ny spennende forfatter	2,7	-0,7	-0,5	2,4	-0,3	-1,2	-0,7
Viktig - "må kjøpe"	2,6	-0,5	-0,2	-0,1	-0,1	-0,7	3,1
Kjøpes med en gang	2,5	0,6	-0,4	0,8	-0,9	-0,9	0,1
Verdsetter kundene	2,3	-0,1	-0,2	-0,3	1,2	-0,3	-0,6
Gå litt på "skattejakt"	2,3	-0,5	-0,1	-0,5	0,9	0,4	0,2
Billigst mulig - ny	2,2	0,1	-0,6	-1,6	-0,3	4,3	-0,6
Interessant forside	2,0	0,9	0,4	-0,6	-0,7	-0,2	-1,1
Leveres som jeg ønsker	1,9	0,8	-0,7	-0,6	0,4	0,8	-0,5
Lett å finne på utstilling	1,8	0,4	-0,2	-0,7	-0,1	1,5	-0,7
Pocket-bok	1,8	0,1	-1,0	-0,3	0,2	2,7	-0,9
Spesialist på bøker	1,7	0,2	-0,5	0,1	1,0	-0,5	0,0
Godt omdømme	1,7	0,1	-0,1	-0,4	0,9	-0,2	-0,4
Lett tilgjengelig digitalt	1,6	0,7	-0,6	-0,4	0,2	0,4	-0,1
God samvittighet	1,4	0,5	0,0	-0,6	-0,3	-0,1	0,3
Raskt å lese	1,3	1,2	0,0	-0,7	-0,7	0,4	-0,6
Leses kort tid etter kjøp	0,9	0,6	-0,3	-0,1	-0,3	0,0	0,0

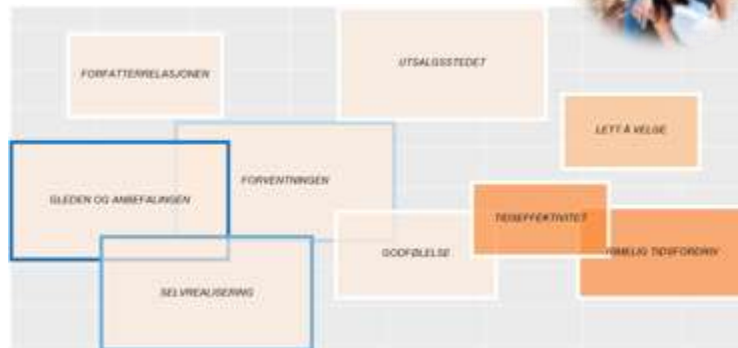
Viser differanse opp mot total - forskjeller som er større (+/-) 0,5 er betydelige. Blått er total – røde tall trekkes fra og grønne legges til for verdi på målgruppenivå.

KJØPSMOTIVER:

Ulike kjøpergrupper har ulike kjøpsmotiver

...og ulike gruppestørrelser

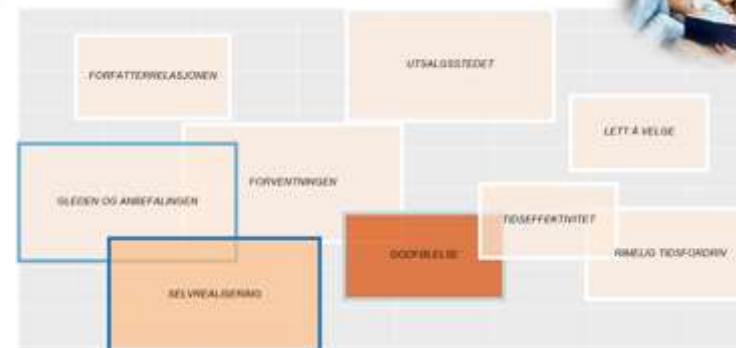
LEA & LEO LETTVINT (22%)



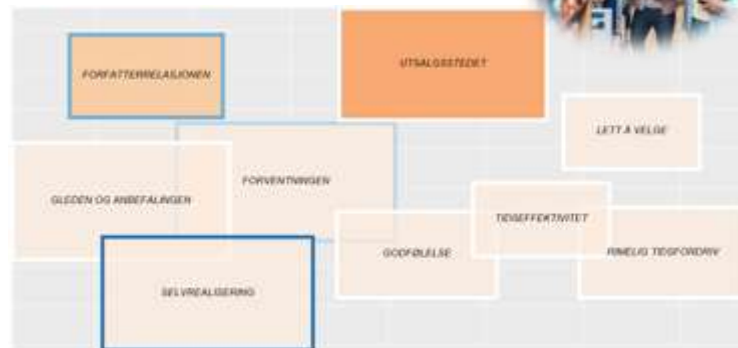
PIA & PETTER PRIS (12%)



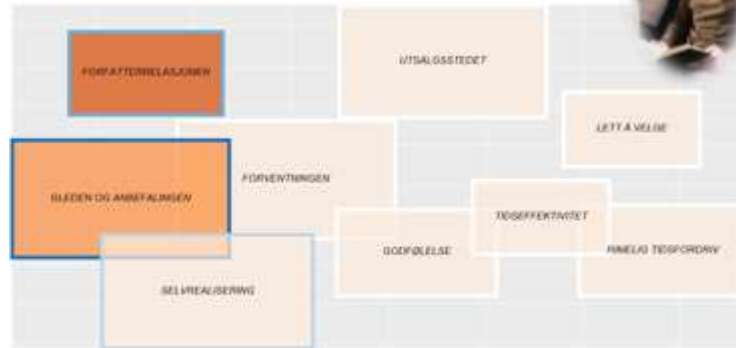
FRANK & FANNY FAMILIE (22%)



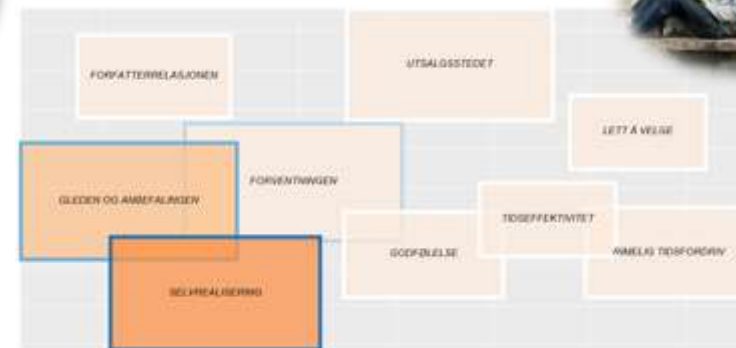
BERIT & BERNT BUTIKK (14%)



HEDDA & HENRIK HYGGE (21%)



ERIK & EMMA ENGASJERT (10%)

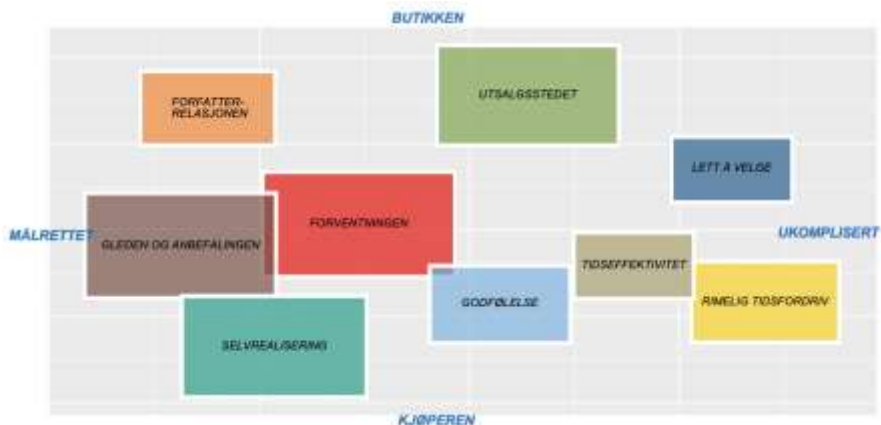


22%

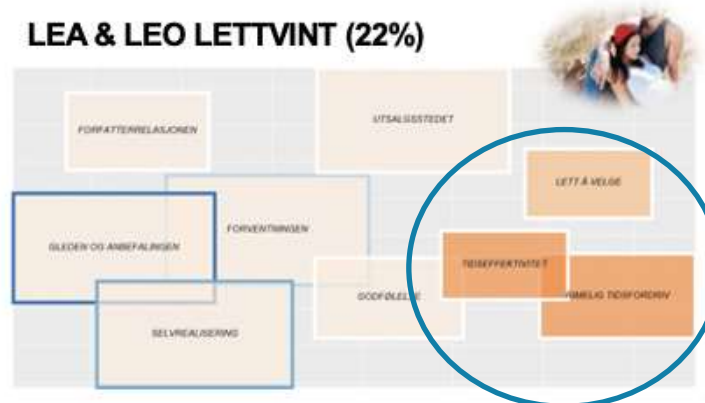


3.4.1

I DYBDEN PÅ KJØPSMOTIVER:
LEA & LEO LETTVINT



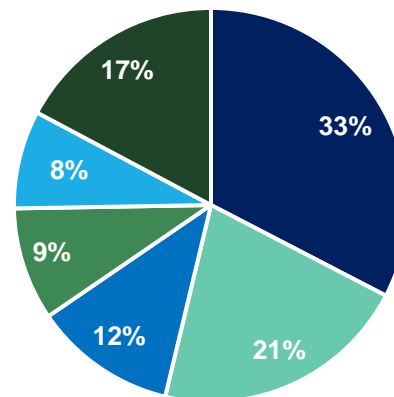
LEA & LEO LETTVINT (22%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Lea & Leo Lettvint» bruker oftere strømmetjenester og er oftere i mobiltidstyvgruppen

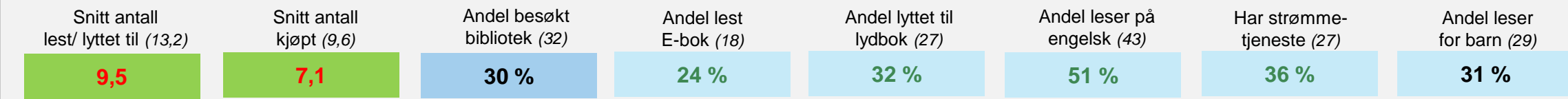
Oftere yngre, yngre par uten barn og lavere utdannelse



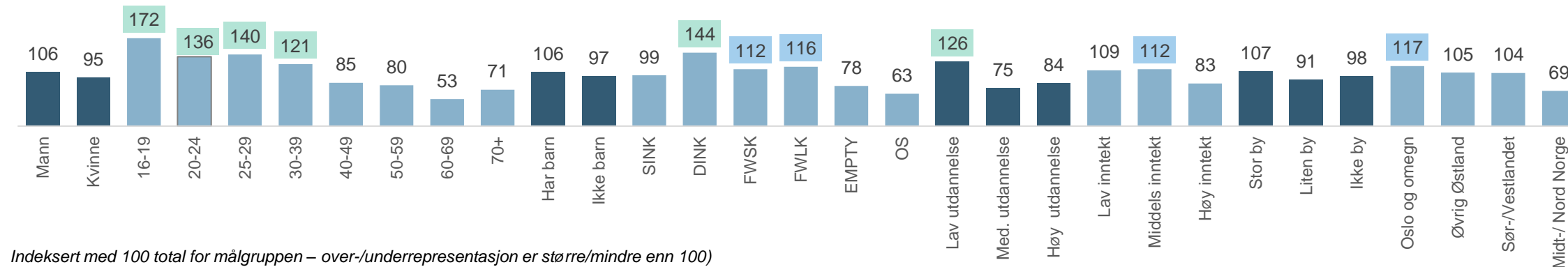
HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

- De moderne (31)
- Mobiltidstyvne (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

22%



DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR *KJØP* AV BØKER:

Lea & Leo vil oftere ha lettleste og lett fordøyelige bøker

...leser oftere flere bøker og har litt høyere betalingsvilje for nye bøker

DRIVERE		Total
Ny læring/kunnskap	5,1	6,3
Identifiserbart innhold	5,1	5,9
Lettlest og fordøyelig	5,1	3,1
Gledet seg til å lese	5,0	7,1
Tilgjengelig på ønsket språk	4,7	5,4
Anbefalinger tilpasset meg	4,7	4,6
Inspirerende oppsummering	4,7	4,3
God verdi - ikke billigst	4,6	4,4
God omtale	4,4	4,2
Lett å kjøpe	3,8	3,5
Må ikke leses med en gang	3,5	3,0
Forfatter jeg liker	3,3	5,2
Enkelt på impuls	3,2	2,7
Kjøpes med en gang	3,1	2,5
Bruke god tid på	3,0	4,0
Kampanje/tilbud	2,9	3,0
Interessant forside	2,9	2,0
Leveres som jeg ønsker	2,7	1,9
Raskt å lese	2,5	1,3
Billigst mulig - ny	2,3	2,2
Lett tilgjengelig digitalt	2,3	1,6
Verdsetter kundene	2,2	2,3
Lett å finne på utstilling	2,2	1,8
Viktig - "må kjøpe"	2,1	2,6
Ny spennende forfatter	2,0	2,7
Pocket-bok	1,9	1,8
Spesialist på bøker	1,9	1,7
God samvittighet	1,9	1,4
Gå litt på "skattejakt"	1,8	2,3
Godt omdømme	1,8	1,7
Glede av med barn	1,7	2,9
Leses kort tid etter kjøp	1,5	0,9

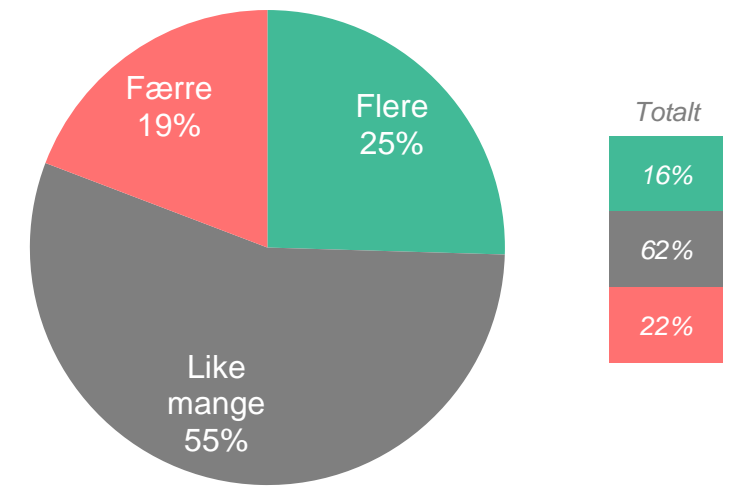
VIL HA MER AV		Total
Lettlest og fordøyelig	5,1	3,0
Ny læring/kunnskap	5,0	5,7
Identifiserbart innhold	5,0	5,4
Gledet seg til å lese	4,9	5,8
Anbefalinger tilpasset meg	4,9	4,5
Kampanje/tilbud	4,8	5,0
Tilgjengelig på ønsket språk	4,6	5,4
God verdi - ikke billigst	4,5	4,4
God omtale	4,4	4,6
Inspirerende oppsummering	4,4	3,4
Lett å kjøpe	4,2	4,2
Forfatter jeg liker	3,4	4,6
Billigst mulig - ny	3,2	3,8
Interessant forside	2,9	1,7
Bruke god tid på	2,9	3,2
Raskt å lese	2,8	1,4
Ny spennende forfatter	2,8	3,3
Enkelt på impuls	2,6	1,7
Leveres som jeg ønsker	2,4	1,8
Kjøpes med en gang	2,4	2,2
Verdsetter kundene	2,4	2,6
Lett tilgjengelig digitalt	2,3	1,8
Lett å finne på utstilling	2,2	2,4
Må ikke leses med en gang	2,1	2,4
Leses kort tid etter kjøp	2,0	1,2
Pocket-bok	2,0	2,3
Viktig - "må kjøpe"	1,9	2,7
Gå litt på "skattejakt"	1,8	2,4
Glede av med barn	1,6	2,1
Godt omdømme	1,6	1,9
God samvittighet	1,6	1,3
Spesialist på bøker	1,4	1,7

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement

VISER SNITT

	Total
Helt ny bok	312
Mer enn et år gammel	181
Tilbud i bokhandelen	214
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	241
Abonnement	102
Familieabonnement	105

Sammenlignet med et vanlig år.
Kjøpte du til flere eller færre bøker i 2021



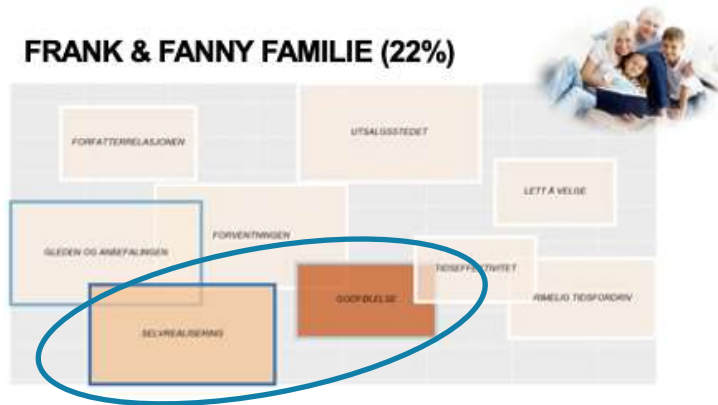
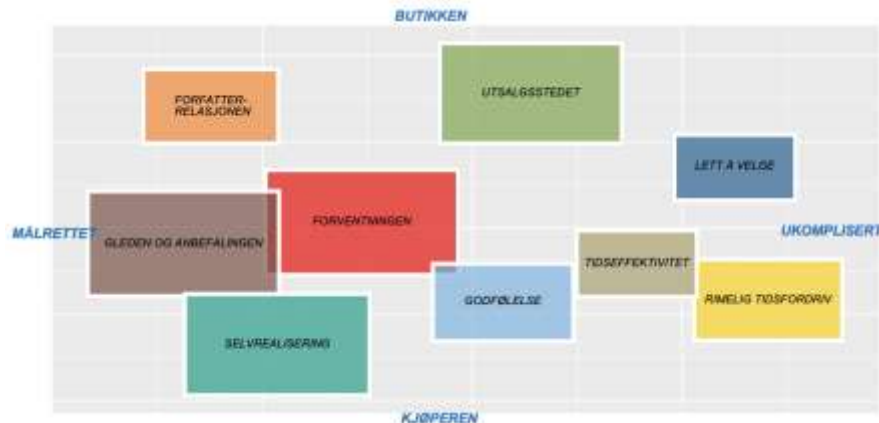
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

22%



3.4.2

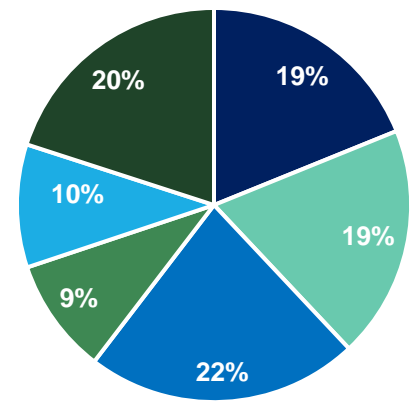
I DYBDEN PÅ KJØPSMOTIVER:
FRANK & FANNY FAMILIE



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Frank & Fanny Familie» går oftere på bibliotek og leser oftere for barn

Oftere 30-49 år, småbarnsfamilier som leser for barn og oftere tilbudsbevisste og moderne



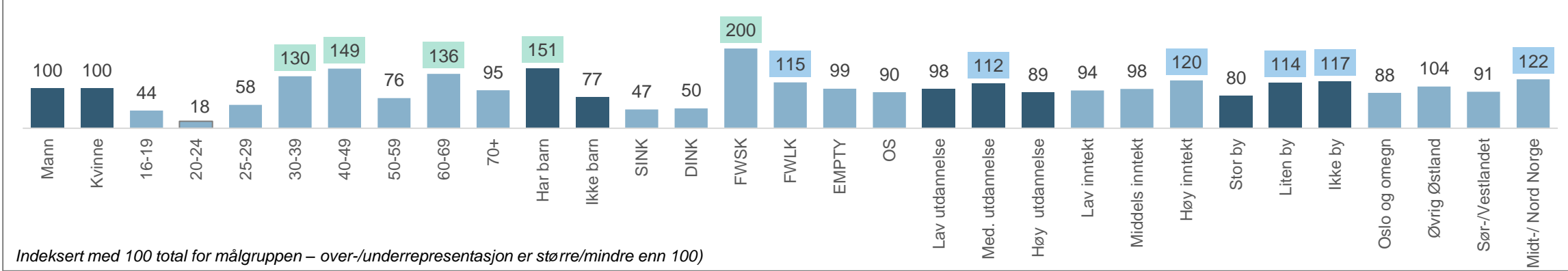
HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt - oftere enn i total er grønt)

- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)

Snitt antall lest/ lyttet til (13,2)	Snitt antall kjøpt (9,6)	Andel besøkt bibliotek (32)	Andel lest E-bok (18)	Andel lyttet til lydbok (27)	Andel leser på engelsk (43)	Har strømmetjeneste (27)	Andel leser for barn (29)
14,0	8,2	44 %	14 %	27 %	33 %	29 %	54 %

Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR *KJØP* AV BØKER:

Frank & Fanny ønsker å kjøpe bøker som gleder barn og gir ny læring

...og har opprettholdt frekvens på kjøp

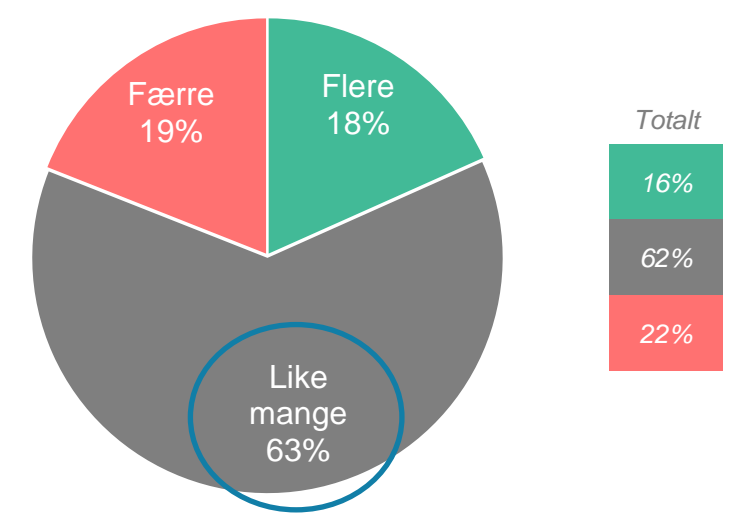


DRIVERE		Total
Glede av med barn	8,3	2,9
Ny læring/kunnskap	8,2	6,3
Gledet seg til å lese	7,3	7,1
Identifiserbart innhold	6,6	5,9
God verdi - ikke billigst	4,7	4,4
Tilgjengelig på ønsket språk	4,5	5,4
Anbefalinger tilpasset meg	4,4	4,6
Bruke god tid på	4,4	4,0
Inspirerende oppsummering	4,2	4,3
God omtale	4,2	4,2
Forfatter jeg liker	3,6	5,2
Lettlest og fordøyelig	3,5	3,1
Lett å kjøpe	3,0	3,5
Kampanje/tilbud	2,8	3,0
Enkelt på impuls	2,4	2,7
Viktig - "må kjøpe"	2,4	2,6
Interessant forside	2,4	2,0
Må ikke leses med en gang	2,3	3,0
Ny spennende forfatter	2,2	2,7
Gå litt på "skattejakt"	2,2	2,3
Kjøpes med en gang	2,1	2,5
Verdsetter kundene	2,1	2,3
Billigst mulig - ny	1,6	2,2
Lett å finne på utstilling	1,6	1,8
Godt omdømme	1,6	1,7
God samvittighet	1,4	1,4
Raskt å lese	1,3	1,3
Leveres som jeg ønsker	1,2	1,9
Spesialist på bøker	1,2	1,7
Lett tilgjengelig digitalt	1,0	1,6
Pocket-bok	0,8	1,8
Leses kort tid etter kjøp	0,6	0,9

VIL HA MER AV		Total
Glede av med barn	6,6	2,1
Ny læring/kunnskap	5,9	5,7
Identifiserbart innhold	5,9	5,4
Gledet seg til å lese	5,8	5,8
Tilgjengelig på ønsket språk	5,3	5,4
Lett å kjøpe	4,8	4,2
Kampanje/tilbud	4,7	5,0
God verdi - ikke billigst	4,5	4,4
Anbefalinger tilpasset meg	4,2	4,5
Forfatter jeg liker	4,0	4,6
Billigst mulig - ny	3,9	3,8
God omtale	3,8	4,6
Lettlest og fordøyelig	3,4	3,0
Inspirerende oppsummering	3,4	3,4
Bruke god tid på	3,3	3,2
Ny spennende forfatter	3,2	3,3
Viktig - "må kjøpe"	3,0	2,7
Verdsetter kundene	2,7	2,6
Lett å finne på utstilling	2,3	2,4
Pocket-bok	2,3	2,3
Må ikke leses med en gang	2,2	2,4
God samvittighet	1,9	1,3
Enkelt på impuls	1,6	1,7
Leveres som jeg ønsker	1,6	1,8
Godt omdømme	1,6	1,9
Gå litt på "skattejakt"	1,5	2,4
Interessant forside	1,5	1,7
Raskt å lese	1,5	1,4
Spesialist på bøker	1,3	1,7
Kjøpes med en gang	1,0	2,2
Leses kort tid etter kjøp	0,7	1,2
Lett tilgjengelig digitalt	0,6	1,8

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement		
VISER SNITT		
		Total
Helt ny bok	272	288
Mer enn et år gammel	169	194
Tilbud i bokhandelen	183	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	204	214
Abonnement	69	87
Familieabonnement	96	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Kjøpte du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



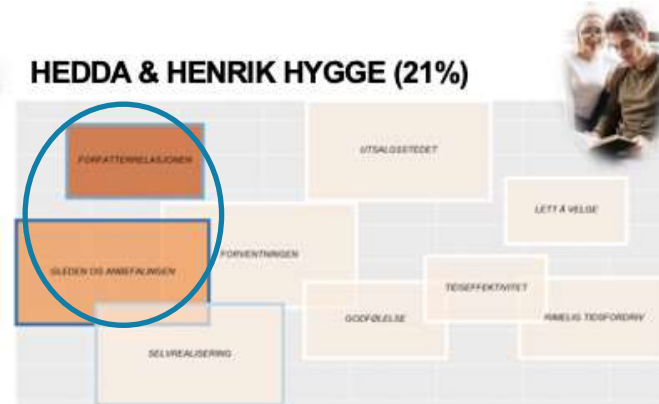
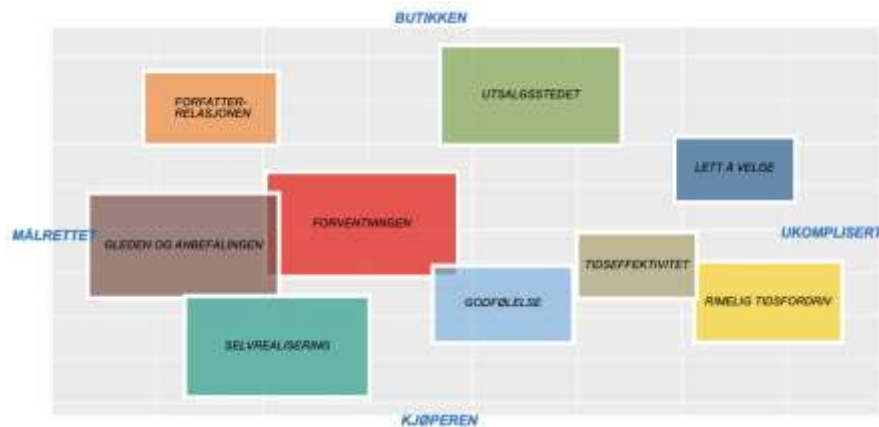
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

21%



3.4.3

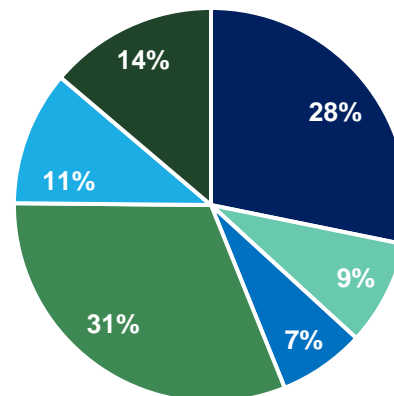
I DYBDEN PÅ KJØPSMOTIVER:
HEDDA & HENRIK HYGGE



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Hedda & Henrik Hygge» er oftere bokinteresserte – og kjøper noe flere bøker

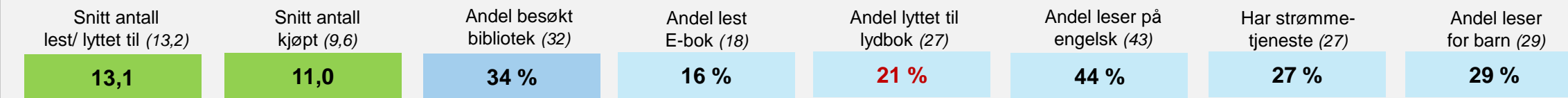
Oftere kvinner, 50+ og med høyere utdanning og inntekt



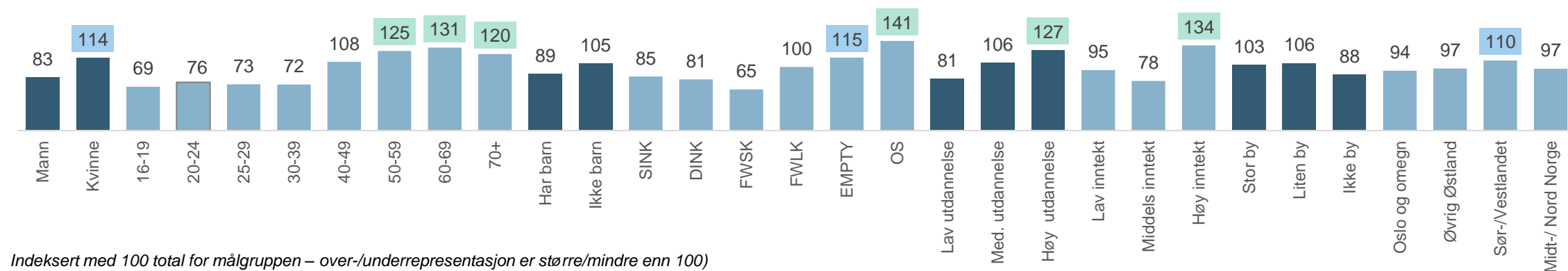
HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

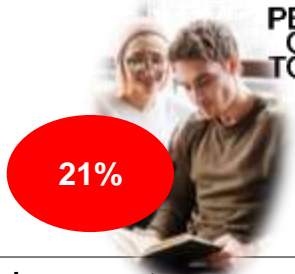
Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)



DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR *KJØP* AV BØKER:

Hedda & Henrik følger gjerne forfatter – og har høyere betalingsvilje

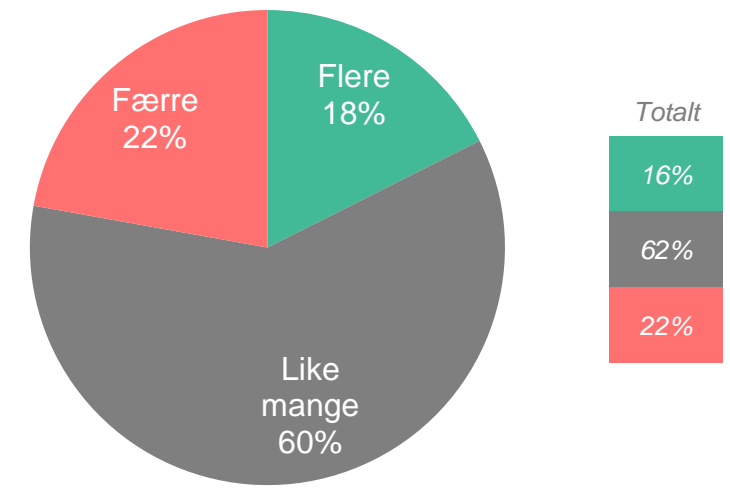
Anbefalinger, god omtale og identifiserbart innhold er viktige drivere

DRIVERE		Total
Forfatter jeg liker	8,5	5,2
Gledet seg til å lese	8,4	7,1
Anbefalinger tilpasset meg	6,7	4,6
Identifiserbart innhold	6,6	5,9
God omtale	6,0	4,2
Ny læring/kunnskap	5,8	6,3
Tilgjengelig på ønsket språk	5,7	5,4
Ny spennende forfatter	5,1	2,7
Inspirerende oppsummering	4,9	4,3
Lett å kjøpe	3,9	3,5
Bruke god tid på	3,8	4,0
God verdi - ikke billigst	3,4	4,4
Kjøpes med en gang	3,3	2,5
Må ikke leses med en gang	2,6	3,0
Viktig - "må kjøpe"	2,5	2,6
Enkelt på impuls	2,2	2,7
Lettlest og fordøyelig	2,1	3,1
Verdsetter kundene	2,0	2,3
Gå litt på "skattejakt"	1,8	2,3
Spesialist på bøker	1,8	1,7
Pocket-bok	1,5	1,8
Kampanje/tilbud	1,4	3,0
Interessant forside	1,4	2,0
Leveres som jeg ønsker	1,3	1,9
Godt omdømme	1,3	1,7
Lett tilgjengelig digitalt	1,2	1,6
Glede av med barn	1,1	2,9
Lett å finne på utstilling	1,1	1,8
God samvittighet	0,8	1,4
Leses kort tid etter kjøp	0,8	0,9
Billigst mulig - ny	0,6	2,2
Raskt å lese	0,6	1,3

VIL HA MER AV		Total
Forfatter jeg liker	7,2	4,6
God omtale	7,0	4,6
Gledet seg til å lese	6,4	5,8
Identifiserbart innhold	5,9	5,4
Anbefalinger tilpasset meg	5,7	4,5
Tilgjengelig på ønsket språk	5,6	5,4
Ny læring/kunnskap	5,4	5,7
Ny spennende forfatter	4,8	3,3
God verdi - ikke billigst	3,8	4,4
Lett å kjøpe	3,7	4,2
Inspirerende oppsummering	3,7	3,4
Kampanje/tilbud	3,4	5,0
Bruke god tid på	3,1	3,2
Verdsetter kundene	3,0	2,6
Viktig - "må kjøpe"	2,9	2,7
Kjøpes med en gang	2,9	2,2
Må ikke leses med en gang	2,5	2,4
Pocket-bok	2,4	2,3
Gå litt på "skattejakt"	2,3	2,4
Godt omdømme	2,1	1,9
Lettlest og fordøyelig	2,0	3,0
Spesialist på bøker	1,9	1,7
Billigst mulig - ny	1,9	3,8
Lett tilgjengelig digitalt	1,9	1,8
Lett å finne på utstilling	1,8	2,4
Leveres som jeg ønsker	1,6	1,8
Leses kort tid etter kjøp	1,2	1,2
God samvittighet	1,1	1,3
Interessant forside	0,9	1,7
Enkelt på impuls	0,8	1,7
Glede av med barn	0,7	2,1
Raskt å lese	0,4	1,4

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement		
VISER SNITT		
		Total
Helt ny bok	306	288
Mer enn et år gammel	237	194
Tilbud i bokhandelen	233	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	242	214
Abonnement	83	87
Familieabonnement	131	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Kjøpte du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



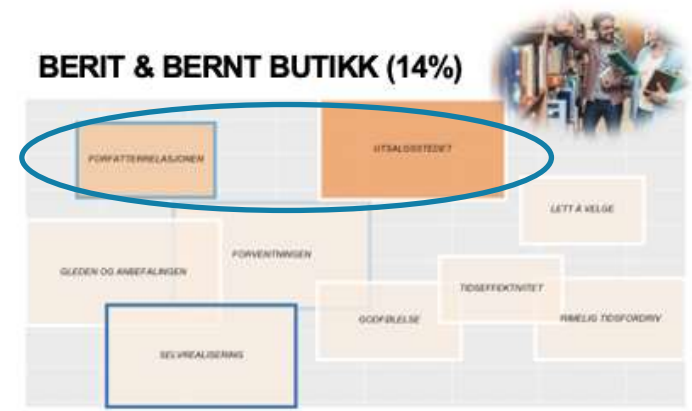
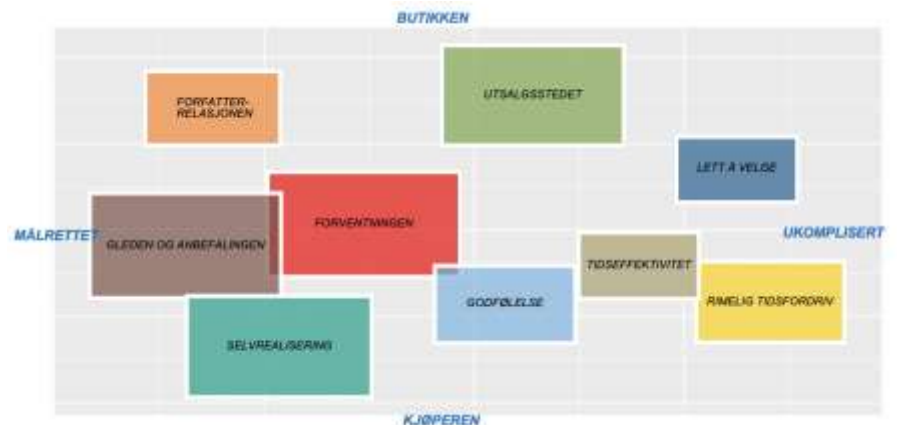
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

14%



3.4.4

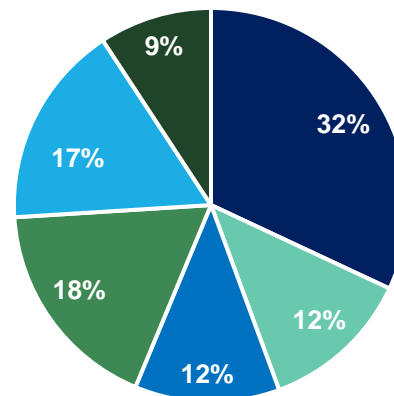
I DYBDEN PÅ KJØPSMOTIVER:
BERIT & BERNT BUTIKK (14%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Berit & Bernt Butikk» er yngre single – og kjøper relativt mer enn man leser

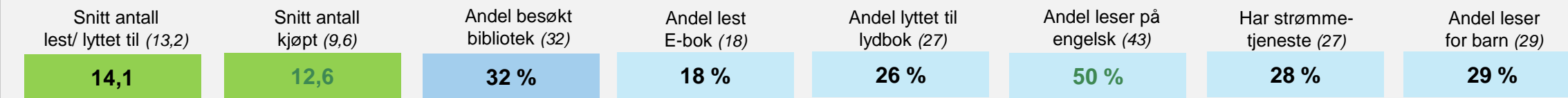
Mindre interesserte i bøker og oftere mobiltidstyver



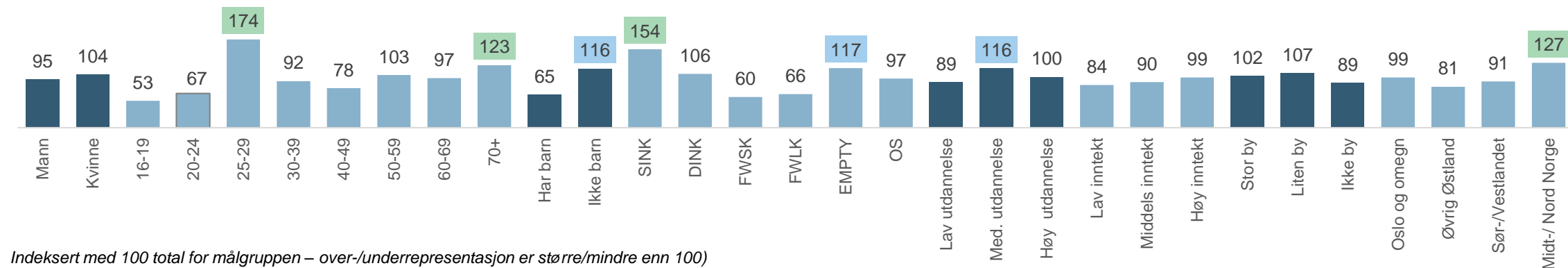
HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR *KJØP* AV BØKER:

Berit & Bernt vil kjøpe bøker de gleder seg til å lese og kjøper oftere som før

...som må være tilgjengelig på ønsket språk – og de har høyere betalingsvilje enn andre

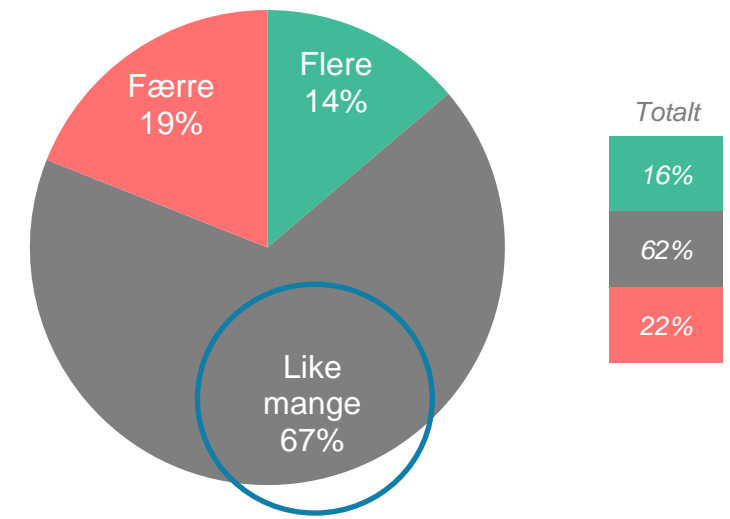


DRIVERE		Total
Gledet seg til å lese	7,9	7,1
Tilgjengelig på ønsket språk	7,0	5,4
Forfatter jeg liker	6,6	5,2
Ny læring/kunnskap	6,0	6,3
Identifiserbart innhold	5,5	5,9
Bruke god tid på	4,7	4,0
Lett å kjøpe	4,3	3,5
God verdi - ikke billigst	4,2	4,4
Inspirerende oppsummering	4,1	4,3
Må ikke leses med en gang	3,9	3,0
Verdsetter kundene	3,5	2,3
Gå litt på "skattejakt"	3,2	2,3
Enkelt på impuls	2,9	2,7
Anbefalinger tilpasset meg	2,8	4,6
Spesialist på bøker	2,7	1,7
Kampanje/tilbud	2,6	3,0
Godt omdømme	2,6	1,7
Viktig - "må kjøpe"	2,5	2,6
Ny spennende forfatter	2,4	2,7
Leveres som jeg ønsker	2,3	1,9
God omtale	2,2	4,2
Lettlest og fordøyelig	2,0	3,1
Pocket-bok	2,0	1,8
Billigst mulig - ny	1,9	2,2
Lett tilgjengelig digitalt	1,8	1,6
Glede av med barn	1,7	2,9
Lett å finne på utstilling	1,7	1,8
Kjøpes med en gang	1,6	2,5
Interessant forside	1,3	2,0
God samvittighet	1,1	1,4
Raskt å lese	0,6	1,3
Leses kort tid etter kjøp	0,6	0,9

VIL HA MER AV		Total
Gledet seg til å lese	6,9	5,8
Tilgjengelig på ønsket språk	6,6	5,4
Ny læring/kunnskap	6,5	5,7
Kampanje/tilbud	5,8	5,0
Identifiserbart innhold	5,4	5,4
Forfatter jeg liker	5,0	4,6
God verdi - ikke billigst	4,8	4,4
Bruke god tid på	4,3	3,2
Lett å kjøpe	4,2	4,2
God omtale	3,9	4,6
Billigst mulig - ny	3,8	3,8
Anbefalinger tilpasset meg	3,6	4,5
Verdsetter kundene	3,6	2,6
Gå litt på "skattejakt"	3,3	2,4
Inspirerende oppsummering	2,8	3,4
Ny spennende forfatter	2,8	3,3
Lett å finne på utstilling	2,6	2,4
Pocket-bok	2,6	2,3
Kjøpes med en gang	2,5	2,2
Godt omdømme	2,3	1,9
Må ikke leses med en gang	2,2	2,4
Interessant forside	2,2	1,7
Viktig - "må kjøpe"	1,9	2,7
Lettlest og fordøyelig	1,8	3,0
Spesialist på bøker	1,8	1,7
Leveres som jeg ønsker	1,7	1,8
Lett tilgjengelig digitalt	1,6	1,8
Enkelt på impuls	1,3	1,7
Raskt å lese	1,0	1,4
Glede av med barn	0,8	2,1
God samvittighet	0,4	1,3
Leses kort tid etter kjøp	0,0	1,2

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement		Total
VISER SNITT		
Helt ny bok	326	288
Mer enn et år gammel	246	194
Tilbud i bokhandelen	208	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	238	214
Abonnement	85	87
Familieabonnement	114	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Kjøpte du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



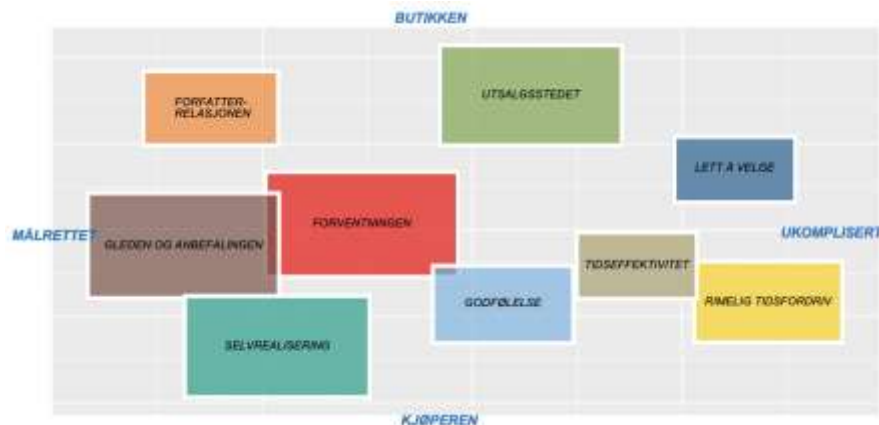
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

12%

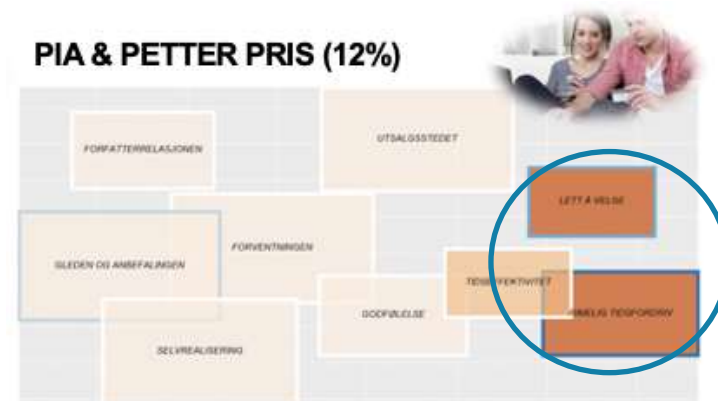


3.4.5

I DYBDEN PÅ KJØPSMOTIVER:
PIA & PETTER PRIS (12%)



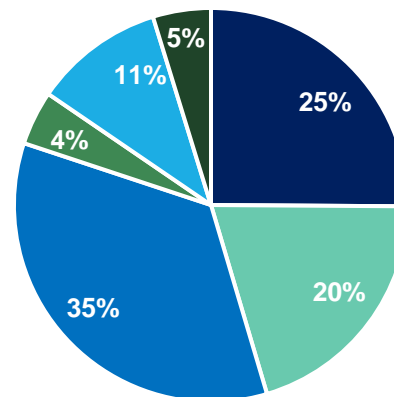
PIA & PETTER PRIS (12%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

«Pia & Petter Pris» leser oftere på engelsk og er mye oftere tilbudsbevisste

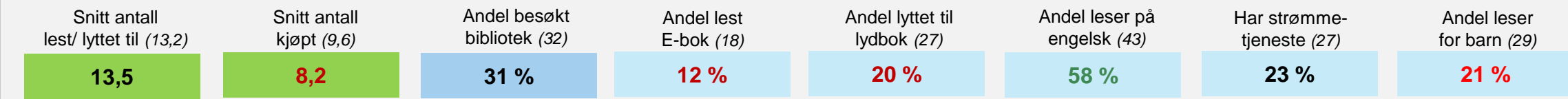
Oftere under 30 år og med middels til lav inntekt – som sjeldnere kjøper bøker



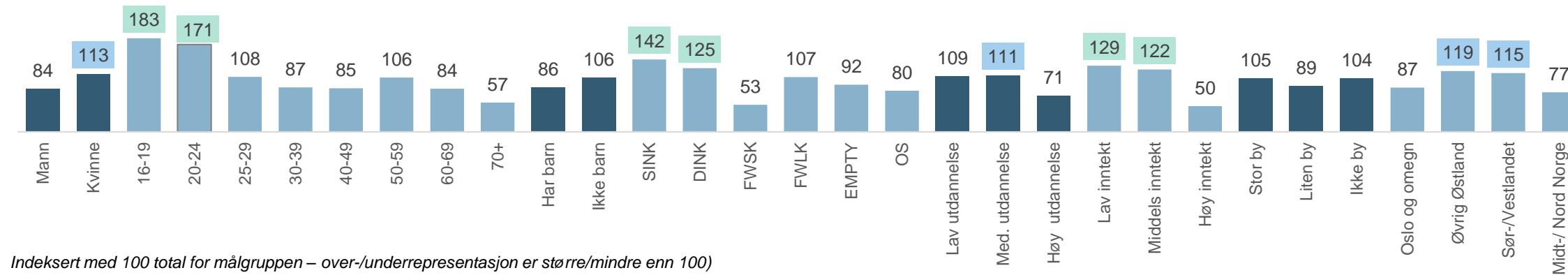
HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = totalt)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

12%



DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR *KJØP* AV BØKER:

Pia & Petter vil ha bøker på kampanje/tilbud – og flere kjøpte flere

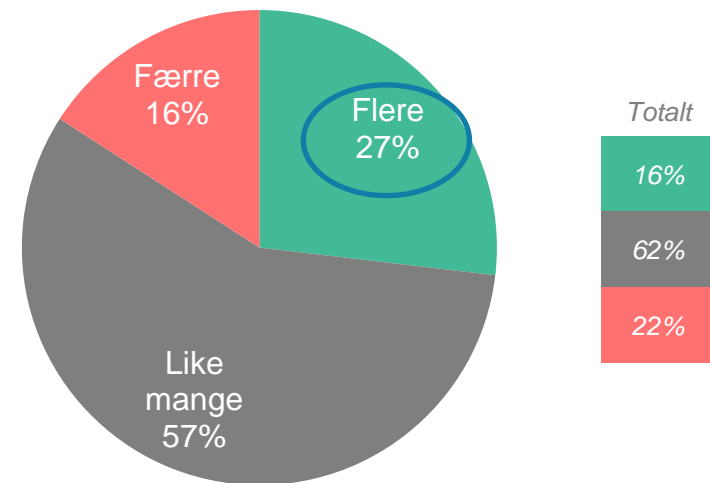
Nye bøker billigst mulig – men er mindre prisbevisste på abo og brukte bøker

DRIVERE		Total
Kampanje/tilbud	7,0	3,0
Gledet seg til å lese	6,6	7,1
Billigst mulig - ny	6,5	2,2
Tilgjengelig på ønsket språk	5,7	5,4
God verdi - ikke billigst	4,5	4,4
Pocket-bok	4,5	1,8
Forfatter jeg liker	4,4	5,2
Ny læring/kunnskap	4,3	6,3
Enkelt på impuls	4,3	2,7
Identifiserbart innhold	4,2	5,9
Lettlest og fordøyelig	3,4	3,1
Inspirerende oppsummering	3,3	4,3
Bruke god tid på	3,3	4,0
Lett å finne på utstilling	3,3	1,8
Lett å kjøpe	3,2	3,5
Må ikke leses med en gang	3,1	3,0
Gå litt på "skattejakt"	2,7	2,3
Leveres som jeg ønsker	2,7	1,9
Anbefalinger tilpasset meg	2,2	4,6
God omtale	2,2	4,2
Verdsetter kundene	2,0	2,3
Lett tilgjengelig digitalt	2,0	1,6
Viktig - "må kjøpe"	1,9	2,6
Interessant forside	1,8	2,0
Raskt å lese	1,7	1,3
Kjøpes med en gang	1,6	2,5
Ny spennende forfatter	1,5	2,7
Godt omdømme	1,5	1,7
Glede av med barn	1,3	2,9
God samvittighet	1,3	1,4
Spesialist på bøker	1,2	1,7
Leses kort tid etter kjøp	0,9	0,9

VIL HA MER AV		Total
Billigst mulig - ny	9,0	3,8
Kampanje/tilbud	8,8	5,0
Gledet seg til å lese	5,6	5,8
Tilgjengelig på ønsket språk	5,0	5,4
Lett å kjøpe	4,7	4,2
Ny læring/kunnskap	4,4	5,7
Pocket-bok	4,3	2,3
God verdi - ikke billigst	4,1	4,4
Identifiserbart innhold	3,7	5,4
Forfatter jeg liker	3,5	4,6
Lettlest og fordøyelig	3,3	3,0
God omtale	3,1	4,6
Lett å finne på utstilling	3,0	2,4
Enkelt på impuls	2,8	1,7
Anbefalinger tilpasset meg	2,7	4,5
Må ikke leses med en gang	2,6	2,4
Leveres som jeg ønsker	2,5	1,8
Gå litt på "skattejakt"	2,4	2,4
Bruke god tid på	2,4	3,2
Ny spennende forfatter	2,3	3,3
Viktig - "må kjøpe"	2,1	2,7
Leses kort tid etter kjøp	2,0	1,2
Lett tilgjengelig digitalt	2,0	1,8
Raskt å lese	2,0	1,4
Inspirerende oppsummering	2,0	3,4
Interessant forside	2,0	1,7
Kjøpes med en gang	1,8	2,2
Verdsetter kundene	1,8	2,6
Godt omdømme	1,4	1,9
Spesialist på bøker	1,0	1,7
Glede av med barn	0,9	2,1
God samvittighet	0,8	1,3

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement		
VISER SNITT		
		Total
Helt ny bok	236	288
Mer enn et år gammel	181	194
Tilbud i bokhandelen	170	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	205	214
Abonnement	83	87
Familieabonnement	107	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Kjøpte du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



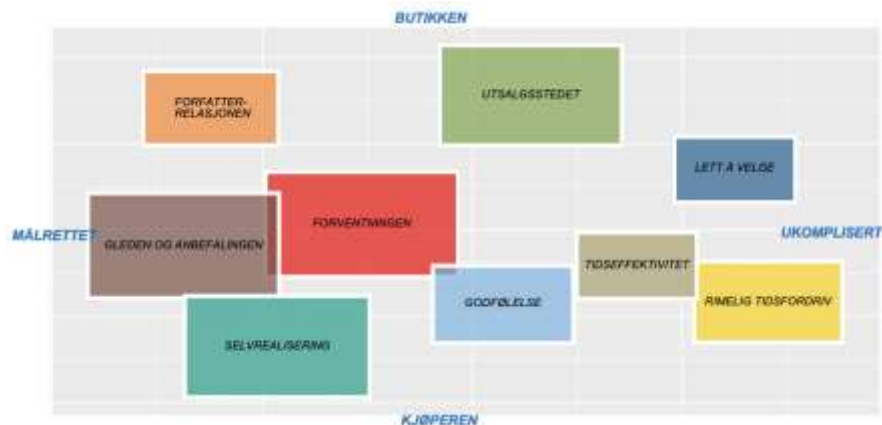
Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

10%



3.4.6

I DYBDEN PÅ KJØPSMOTIVER:
ERIK & EMMA ENGASJERT

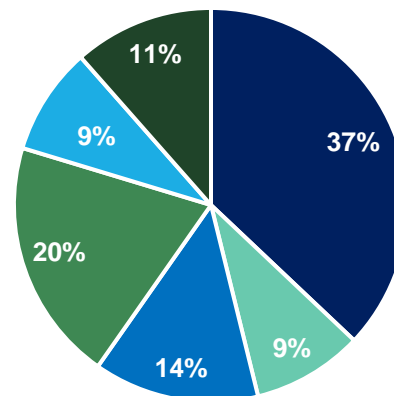


ERIK & EMMA ENGASJERT (10%)



DEMOGRAFI OG BAKGRUNNSDATA:

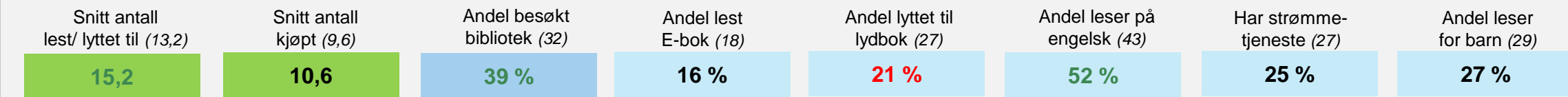
«Erik & Emma Engasjert» er oftere menn og uten barn – og leser gjerne på engelsk



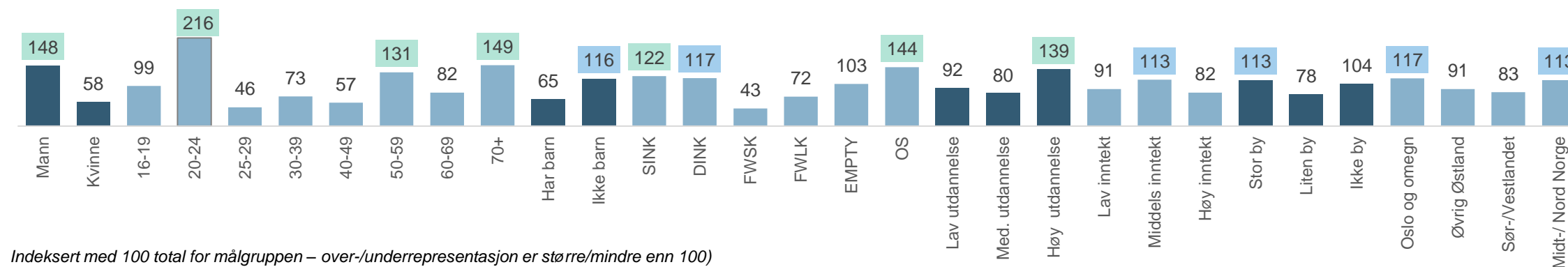
HOLDNINGSGRUPPER
(Tall i parentes = total . Sjeldnere enn i total = rødt – oftere enn i total er grønt)

- De moderne (31)
- Mobiltidstyvene (15)
- De tilbudsbevisste (14)
- De bokinteresserte (14)
- Opplever barrierer (14)
- De barneorienterte (13)

Lesing/lytting og kjøp av bøker (tall i parentes = total)



Demografisk profil



Indeksert med 100 total for målgruppen – over-/underrepresentasjon er større/mindre enn 100)

DRIVERE OG FREKVENSENDRING FOR *KJØP* AV BØKER:

Erik & Emma er mer opptatt av ny læring/kunnskap

...identifiserbart innhold samt noe man gleder seg til og «må» kjøpe. Høyere betalingsvilje – spesielt nye bøker

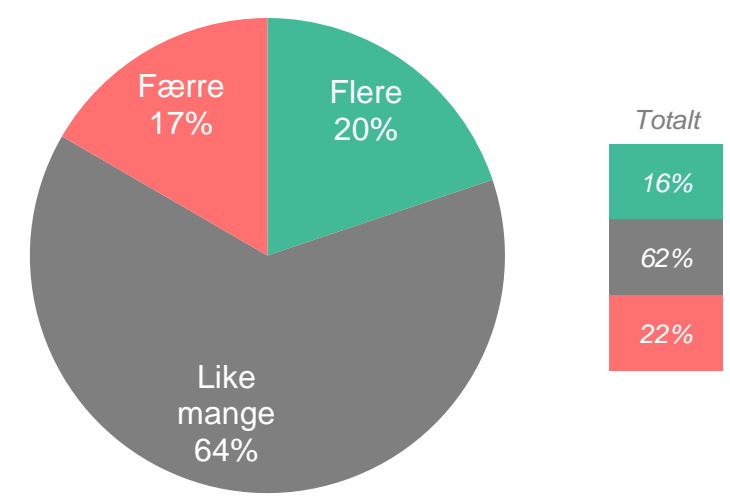


DRIVERE		Total
Ny læring/kunnskap	8,6	6,3
Gledet seg til å lese	7,9	7,1
Identifiserbart innhold	7,8	5,9
Viktig - "må kjøpe"	5,7	2,6
Anbefalinger tilpasset meg	5,5	4,6
God verdi - ikke billigst	5,5	4,4
Tilgjengelig på ønsket språk	5,4	5,4
Bruke god tid på	5,2	4,0
Forfatter jeg liker	5,0	5,2
God omtale	4,9	4,2
Inspirerende oppsummering	3,8	4,3
Må ikke leses med en gang	3,1	3,0
Lett å kjøpe	2,9	3,5
Kampanje/tilbud	2,6	3,0
Kjøpes med en gang	2,6	2,5
Gå litt på "skattejakt"	2,5	2,3
Ny spennende forfatter	2,0	2,7
Verdsetter kundene	1,7	2,3
Spesialist på bøker	1,7	1,7
God samvittighet	1,7	1,4
Enkelt på impuls	1,6	2,7
Billigst mulig - ny	1,6	2,2
Lett tilgjengelig digitalt	1,5	1,6
Leveres som jeg ønsker	1,4	1,9
Godt omdømme	1,3	1,7
Lettlest og fordøyelig	1,1	3,1
Lett å finne på utstilling	1,1	1,8
Interessant forside	0,9	2,0
Pocket-bok	0,9	1,8
Leses kort tid etter kjøp	0,9	0,9
Glede av med barn	0,7	2,9
Raskt å lese	0,7	1,3

VIL HA MER AV		Total
Ny læring/kunnskap	7,9	5,7
Identifiserbart innhold	5,9	5,4
Tilgjengelig på ønsket språk	5,3	5,4
Viktig - "må kjøpe"	5,2	2,7
Gledet seg til å lese	5,2	5,8
Anbefalinger tilpasset meg	5,2	4,5
God verdi - ikke billigst	4,5	4,4
God omtale	4,5	4,6
Forfatter jeg liker	4,3	4,6
Kampanje/tilbud	4,0	5,0
Lett å kjøpe	3,9	4,2
Gå litt på "skattejakt"	3,9	2,4
Bruke god tid på	3,7	3,2
Inspirerende oppsummering	3,5	3,4
Ny spennende forfatter	3,2	3,3
Må ikke leses med en gang	3,2	2,4
Lett å finne på utstilling	3,0	2,4
Godt omdømme	2,9	1,9
Spesialist på bøker	2,9	1,7
Billigst mulig - ny	2,9	3,8
Lett tilgjengelig digitalt	2,5	1,8
Kjøpes med en gang	2,4	2,2
God samvittighet	2,0	1,3
Verdsetter kundene	1,9	2,6
Leses kort tid etter kjøp	1,3	1,2
Leveres som jeg ønsker	1,1	1,8
Enkelt på impuls	1,1	1,7
Lettlest og fordøyelig	1,1	3,0
Pocket-bok	0,6	2,3
Raskt å lese	0,5	1,4
Glede av med barn	0,3	2,1
Interessant forside	0,0	1,7

Betalingsvilje for kjøp av bøker / strømmeabonnement		Total
VISER SNITT		
Helt ny bok	340	288
Mer enn et år gammel	230	194
Tilbud i bokhandelen	190	189
Kjøpt i en kiosk, DVH el.	212	214
Abonnement	96	87
Familieabonnement	146	113

Sammenlignet med et vanlig år.
Kjøpte du til flere eller færre bøker i 2021
MÅLGRUPPEN:



Differanse på +/- 0,4 poeng mot total er markert med grønt for høyere og rødt for lavere.

OPPSUMMERING:

Ulike kjøpsmotiver – one size does not fit all!

Forstå ulike motiver og gi folk mer av det de ønsker



MOTIVER FOR KJØP:

