



FANTASTISCHE UNIE



**Verdiepende analyse:
hoe deelnemers van de lezersenquête 2022 zich
informereren over nieuwe SFFH-boeken**

Isabelle Plomteux en Sara Taverniers
Fantastische Unie
Bierbeek, december 2022

Colofon

TITEL:

Verdiepende analyse: hoe deelnemers van de lezersenquête 2022 zich informeren over nieuwe SFFH-boeken [Let op: ook in bronvermelding hieronder]

© De Fantastische Unie

Bierbeek, 2022

FAUN-publicatienummer: 02-2022

Deze publicatie is opgesteld in opdracht van de Fantastische Unie.

EINDVERANTWOORDELIJKHEID:

De Fantastische Unie

ONDERZOEKSCOÖRDINATIE:

Isabelle Plomteux, Kim Schreurs, Sigrid Lensink-Damen

CONTACT:

mail@fantastische-unie.eu

<https://www.fantastische-unie.eu/onderzoek/enquetes>

AUTEURS:

Isabelle Plomteux en Sara Taverniers

VORMGEVING:

Sigrid Lensink-Damen

EINDREDACTIE:

Sigrid Lensink-Damen

BRONVERMELDING:

Deze publicatie is vrij te downloaden. Delen uit deze publicatie mogen worden overgenomen op voorwaarde van bronvermelding: *Fantastische Unie, Verdiepende analyse: hoe deelnemers van de lezersenquête 2022 zich informeren over nieuwe SFFH-boeken.*

Inhoud

Colofon.....	2
Geografische spreiding	4
Analyse van de resultaten	5
Kennisname van nieuwe SFFH/YA-boeken	5
Uiteenzetting van de genoemde Facebookgroepen	5
Andere kanalen genoemd door de respondenten.....	8
Analyse van de antwoorden op vraag 1 van de lezersenquête naar gender, leeftijd en nationaliteit	10
Verdeling volgens gender	10
Verdeling volgens leeftijd.....	11
Verdeling volgens nationaliteit	15
Goodreads: verdeling volgens gender, leeftijd en nationaliteit.....	16
Oproep	17

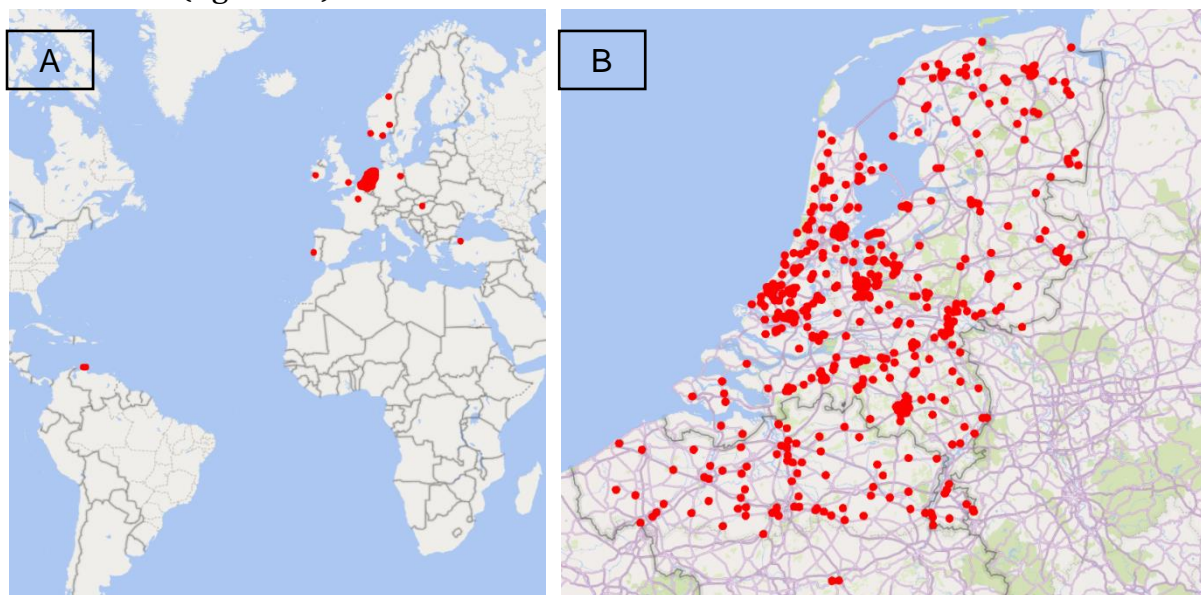


Inleiding

Dit artikel is een nadere analyse van vraag 1 van de lezersenquête van 2022. Deze vraag luidde: ‘Hoe blijf je op de hoogte van nieuwe SFFH/YA-boeken?’ De totale steekproef van de lezersenquête (n = 771) vertegenwoordigt de Nederlandse en Vlaamse populatie van SFFH-lezers. Niet elke vraag werd door alle respondenten beantwoord. Per vraag zal het aantal ‘actieve’ respondenten, zijnde het aantal respondenten dat de vraag beantwoord heeft, worden weergegeven als ‘a’. Hieronder worden allereerst de gebruikte kenmerken uiteengezet.

Geografische spreiding

Op basis van de lengte- en breedtegraden gegenereerd door Qualtrics, kon de geografische locatie van de respondenten ten tijde van het invullen van de enquête bij benadering uiteengezet worden in figuur 1. Over het algemeen bevonden de respondenten zich op het Europese continent, met Venezuela en Turkije als uitzonderingen (figuur 1A). De overgrote meerderheid situeerde zich in Nederland en Vlaanderen (figuur 1B).



Figuur 1. De geografische spreiding van de respondenten. **1A)** Respondenten verspreid over Europa, Zuid-Amerika en Azië met zwaartepunt in Nederland en Vlaanderen. **1B)** Uitvergroting van Nederland en Vlaanderen.

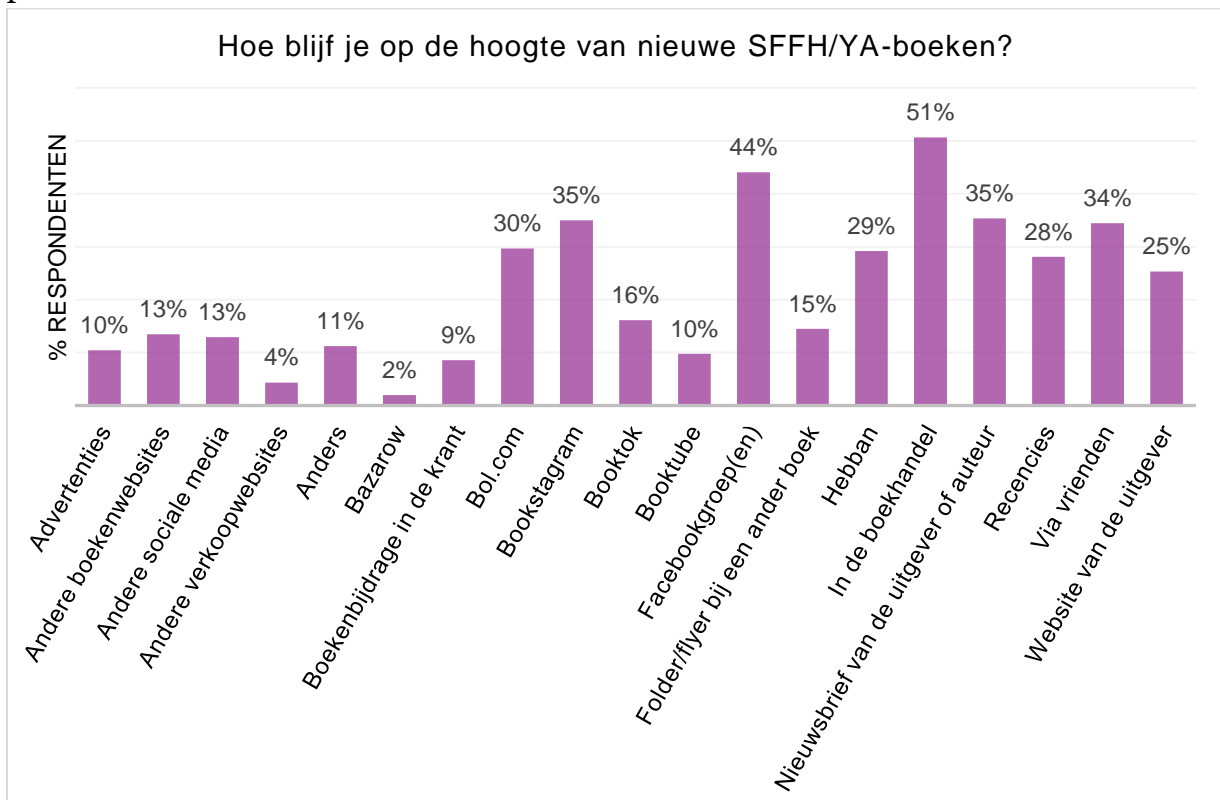


Analyse van de resultaten

Kennisname van nieuwe SFFH/YA-boeken

Hoe blijf je op de hoogte van nieuwe SFFH/YA-boeken? Deze eerste vraag werd door 758 van de 771 respondenten beantwoord (a = 758). De antwoorden werden weergegeven in grafiek 1.

Elke antwoordmogelijkheid, zoals voorgesteld in de enquête, werd door minstens een respondent aangeduid. “In de boekhandel” blijkt het populairste antwoord, aangegeven door maar liefst 51% van de actieve respondenten. Facebook doet het echter niet veel slechter en volgt met 44%. Bazarow en andere verkoopwebsites dan Bol.com sluiten de rij, dit antwoord werd gegeven door respectievelijk twee en vier procent.



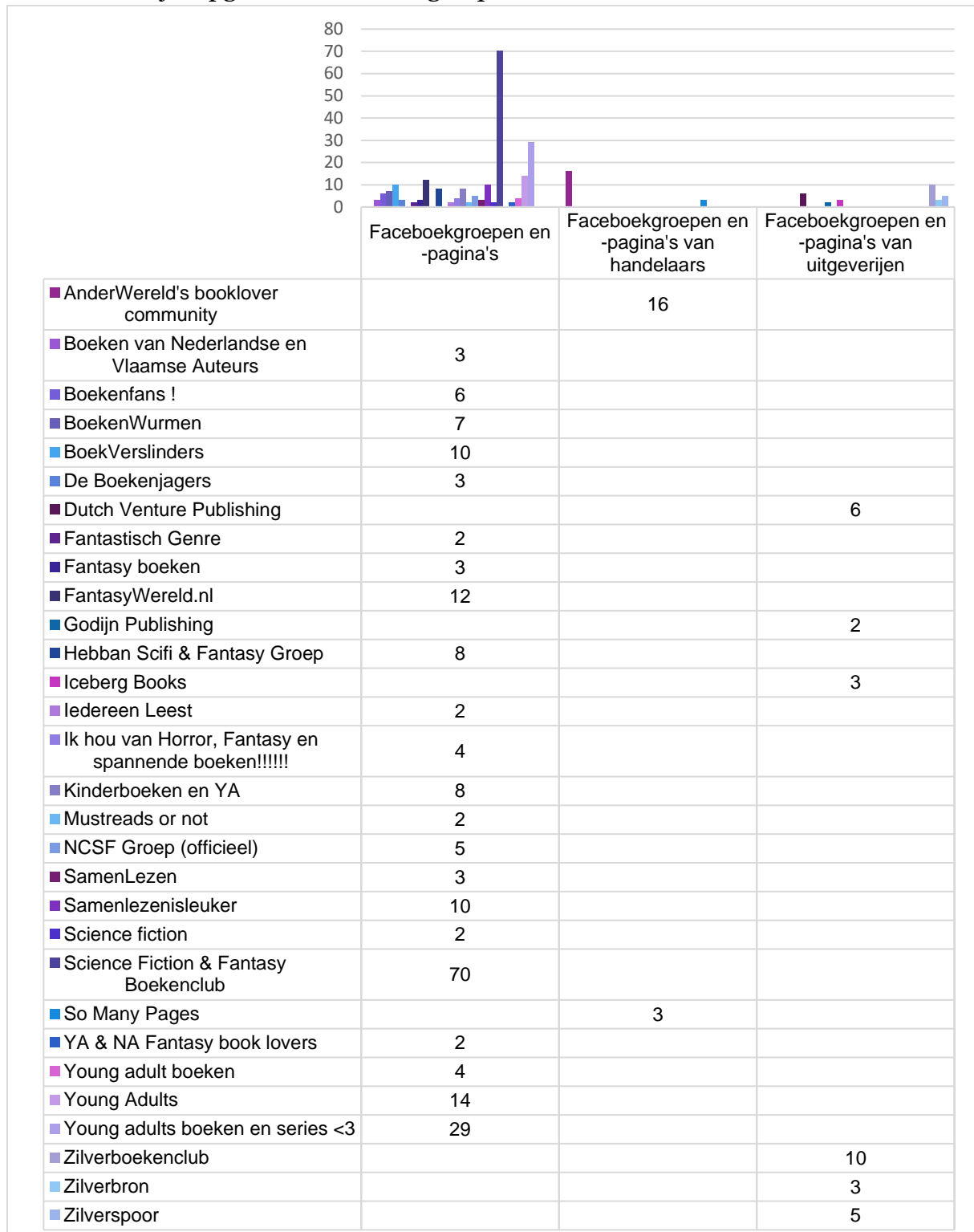
Grafiek 1. Kanalen volgens dewelke men op de hoogte blijft van nieuwe SFFH/YA-boeken. De grafiek geeft het percentage actieve respondenten weer dat het respectievelijke kanaal genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 10% van de actieve respondenten gaf aan via advertenties op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken. a = 758.

Uiteenzetting van de genoemde Facebookgroepen

334 van de 758 actieve respondenten (44%) vulden in via een of meerdere Facebookgroepen op de hoogte te blijven van nieuwe boeken in het genre. Hierbij



werd de mogelijkheid gegeven de groepen te benoemen. In figuur 2 werd een exhaustieve lijst opgenomen van alle groepen die meer dan een keer vermeld werden.



Figuur 2. Uiteenzetting van de aangehaalde Facebookgroepen. De figuur geeft het aantal respondenten weer dat de respectievelijke groep genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 16 respondenten gaven aan via “AnderWereld's booklover community” op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken. a = 758.

De Facebookgroepen werden onderverdeeld in vier categorieën: 1) Facebookgroepen en -pagina's, 2) Facebookgroepen en -pagina's van handelaars, 3) Facebookgroepen en -pagina's van uitgeverijen en 4) Facebookgroepen en -pagina's van schrijvers. Hoewel negen respondenten aanhaalden via deze laatste categorie op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken, werd geen enkele groep meer dan een keer genoemd. Categorie vier werd dan ook niet opgenomen in de figuur. Daarnaast werden de tweede en derde categorie, met betrekking tot respectievelijk handelaars en uitgeverijen, opmerkelijk minder genoemd dan de onafhankelijke groepen uit de eerste categorie.

De absolute koploper der genoemde Facebookgroepen bleek de “Science Fiction & Fantasy Boekenclub” te zijn met 70 vernoemingen. “Young adults boeken en series <3” en “AnderWereld's booklover community” vullen de top drie aan, genoemd door respectievelijk 29 en 16 respondenten.

Een belangrijke opmerking die hierbij gemaakt dient te worden, is dat in enkele van de groepen uit figuur 2 reclame werd gemaakt voor de betreffende enquête (zie tabel 1). Dit heeft naar alle waarschijnlijkheid geleid tot een oververtegenwoordiging van deze groepen ten opzichte van die groepen waarin geen reclame werd gemaakt. Men houdt hier dus best rekening met de mogelijkheid dat de data vertekend is.

Faceboekgroepen en -pagina's (alle categorieën)	Aantal respondenten
Science Fiction & Fantasy Boekenclub	70
Young adults boeken en series <3	29
AnderWereld's booklover community	16
Young Adults	14
FantasyWereld.nl	12
BoekVerslinders	10
Zilverboekenclub	10
Boekenfans !	6
NCSF Groep (officieel)	5
Ik hou van Horror, Fantasy en spannende boeken!!!!!!	4
Fantastisch Genre	2

Tabel 1. Overzicht van de Facebookgroepen en -pagina's waarin reclame werd gemaakt tot het invullen van de enquête. Gesorteerd van hoogst naar laagst aantal vernoemingen door respondenten. a = 758.

Bij vergelijking van figuur 2 met tabel 1, valt inderdaad op dat de vaakst genoemde groepen en pagina's diegenen zijn waarin reclame werd gemaakt. De best presterende groep waarin de enquête nooit werd vernoemd is "Samenlezenisleuker", met tien vernoemingen.

Andere kanalen genoemd door de respondenten

Andere sociale media

Naast Facebook, Bookstagram, Booktok en Booktube, konden de respondenten nog aanvullende sociale media platformen opnoemen onder "Andere sociale media". In totaal kruisten 98 van de 758 respondenten deze optie aan. Ook hier konden de respondenten aangeven over welke sociale media het exact gaat. De media die meer dan een keer werden genoemd, werden weergegeven in tabel 2A. Het meest opvallende resultaat betrof Goodreads, dat maar liefst 92 keer genoemd werd. Wel was er verdeeldheid onder de respondenten over waar dit platform juist thuishoort, aangezien het zowel genoemd werd bij zowel "Andere sociale media", als "Andere boekenwebsites" en zelfs "Andere" (zie tabel 2B). Om de verwerking en interpretatie van de resultaten te vergemakkelijken, werd ervoor gekozen alle vernoemingen te verzamelen onder "Andere sociale media". Er zal later in het verslag een uitgebreidere analyse van het gebruik van het medium gegeven worden.

A		B	
Andere	Aantal	Goodreads	Aantal
Goodreads	92	Andere sociale	15
Instagram	24	Andere	65
Twitter	22	Andere	9
Pinterest	4		
Tiktok	3		
Blogs	2		
Snapchat	2		
Librarything	2		
Reddit	2		

Tabel 2. Genoemde sociale media met focus op Goodreads. **2A)** Overzicht van de sociale media die meer dan een keer werden aangehaald door de respondenten. **2B)** Overzicht van Goodreads en onder welke categorieën dit medium in welke mate genoemd werd. a = 758.

Andere boekenwebsites

Naast “andere sociale media”, konden de respondenten eveneens “andere boekenwebsites” aanduiden als antwoord op de eerste vraag. Dit werd door 102 van de 758 actieve respondenten gedaan. Ook hier konden de respondenten specifieke voorbeelden van dergelijke websites geven. In de enquête zelf werden Hebban en websites van uitgevers reeds opgenomen. Daarbovenop was er maar een website die meer dan een keer ingevuld werd, zijnde Fantasywereld.nl met 10 vernoemingen. Opnieuw dient hier vermeld te worden dat er reclame gemaakt werd voor het invullen van de enquête op de betreffende website.

Andere verkoopwebsites

33 respondenten gaven aan via “andere verkoopwebsites” op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken. Na het verzamelen van alle verkoopwebsites over de categorieën heen, werd de data zoals weergegeven in tabel 3 bekomen. Amazon bleek hier de populairste optie, gevolgd door Bookspot.be.

Andere verkoopwebsites	Aantal
Amazon.be/nl	16
Bookspot.be	9
Kobo.com	4
Bruna.nl	3
Libris.nl	3
Bookchoice.com	2
Boekenwereld.com	2
Bookdepository.com	2
Anderwereld-magie.nl	2

Tabel 3. Overzicht van de verkoopwebsites zoals aangehaald door de respondenten. a = 758.

Andere kanalen

Indien de respondenten nog aanvullende kanalen wilden meegeven, konden ze dit vermelden bij “anders”. 85 respondenten maakten gebruik van deze optie. Zoals aangegeven in tabel 4, werd de bibliotheek het vaakst vernoemd en ook festivals en andere evenementen werden meermaals genoemd als manier om op de hoogte te blijven van nieuwe boeken in het genre.

Anders	Aantal
Bibliotheek	17
Festivals/evenementen/fairs/conventies/beurzen	13
Tijdschriften (SFX, Fantastische Vertellingen,	4
Blogs	4

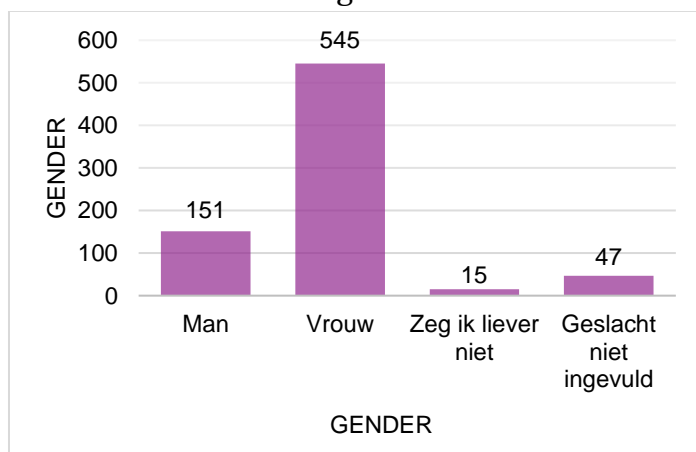
Internet, bv. "10 beste sf boeken van 2022"	3
Catalogussen van uitgevers	3
Familie	2

Tabel 4. Overzicht van de andere kanalen aangehaald door de respondenten. a = 758.

Analyse van de antwoorden op vraag 1 van de lezersenquête naar gender, leeftijd en nationaliteit

Verdeling volgens gender

Van de 758 actieve respondenten, definieerden er zich 151 als man en 545 als vrouw (zie grafiek 2). Vijftien anderen gaven aan hun gender liever niet te willen delen en 47 actieve respondenten vulden hun gender niet in. De vrouwen werden dus veruit het meest vertegenwoordigd in deze vraag en bij uitbreiding in de hele enquête. De vraag kan hier gesteld worden of vrouwen meer SFFH lezen dan mannen of dat de enquête meer vrouwen dan mannen heeft bereikt. Beide bedenkingen kunnen het onevenwicht tussen de genders verklaren.

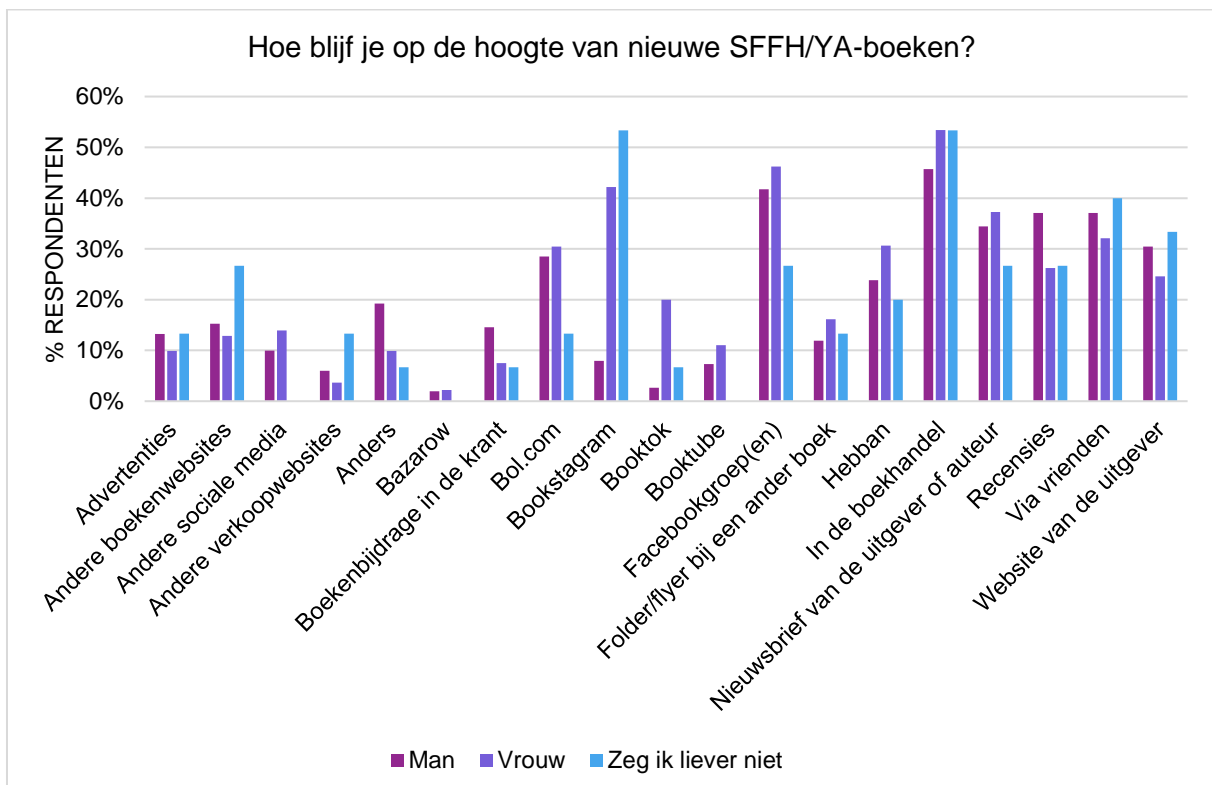


Grafiek 2. Verdeling van de actieve respondenten van de eerste vraag volgens gender. Het actieve respondentenaantal betrof 151 mannen, 545 vrouwen, 15 waarvan gender niet werd meegedeeld en 47 waarvan gender niet werd ingevuld. a = 758.

Wanneer de antwoorden op de eerste vraag werden opgesplitst per gender, werd voor enkele kanalen een quasi gelijke verdeling opgemerkt (zie grafiek 3). Dit was het geval voor de advertenties, de folders/flyers bij een ander boek, Hebban, de boekhandel, de nieuwsbrief van de uitgever of auteur, vrienden en de website van de uitgever.

Toch waren er enkele verschillen waar te nemen. De meest opvallende betrof Bookstagram, aangehaald door 8% van de mannen, 42% van de vrouwen en maar liefst 53% van de 'Zeg ik liever niet' groep. Ook Booktok bleek populairder bij de vrouwen dan bij de mannen, geantwoord door respectievelijk twintig en drie procent

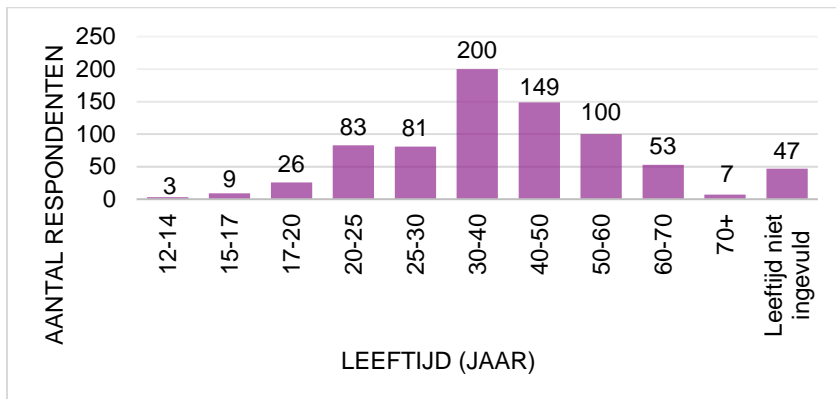
van de betreffende doelgroep. Mannen bleken dan weer vaker nieuwe boeken te ontdekken via recensies (37%) dan vrouwen (26%). Daarnaast was het percentage mannen dat de boekenbijdrage in de krant aanhaalde bijna dubbel zo groot als het percentage vrouwen (15 versus 8%).



Grafiek 3. Verdeling van de genoemde kanalen volgens gender. De antwoorden van de 47 actieve respondenten die hun gender niet invulden, werden niet opgenomen in de statistieken. De grafiek geeft het aantal actieve respondenten weer, ingedeeld volgens gender, dat het respectievelijke kanaal genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 13% van de mannen, 10% van de vrouwen en 13% van de ‘zeg ik liever niet’-groep gaf aan via advertenties op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken. $a^2 = 711$.

Verdeling volgens leeftijd

De leeftjidsverdeling werd uiteengezet in grafiek 4. Elke leeftijdscategorie werd vertegenwoordigd binnen deze enquête. De 30- tot 40-jarigen vormden de grootste groep met 200 actieve respondenten. De kleinste betrof de 12- tot 14-jarigen met slechts drie respondenten. 47 van de 758 actieve respondenten vulden hun leeftijd niet in.



Grafiek 4. Verdeling van de actieve respondenten van de eerste vraag volgens leeftijd. a = 758

Wanneer de door de respondenten opgesomde kanalen worden opgesplitst per leeftijd, bekomt men onderstaande tabel (tabel 5). Ter verduidelijking werden de cellen met de laagste percentages respondenten per leeftijdscategorie turquoise gekleurd. De paarse cellen duiden de hoogste percentages aan.

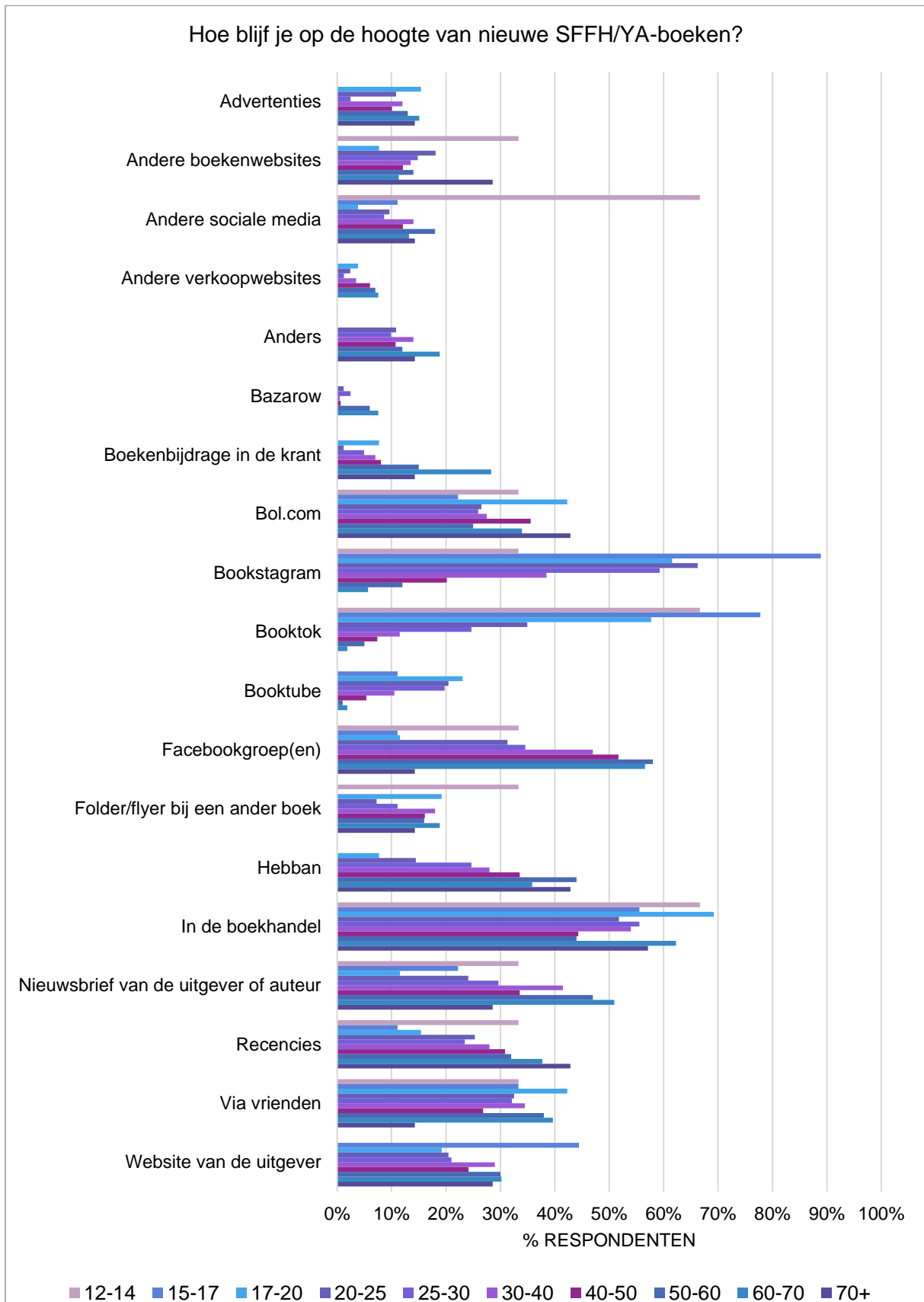
Opnieuw valt op dat Bazarow over het algemeen weinig wordt genoemd. “In de boekhandel” is dan weer bij het grootste aantal categorieën het populairste antwoord. Daarnaast werd Bookstagram vooral aangehaald door de respondenten jonger dan 30 jaar. Booktok bekoort een nog jonger doelpubliek, zijnde de min 20-jarigen. Booktube hinkt in vergelijking hiermee achterop. Tot slot blijken Facebookgroepen vooral populair bij oudere leeftijdsgroepen, met name 40-plussers. Dezelfde data werd grafisch weergegeven in grafiek 5.

	12-14	15-17	17-20	20-25	25-30	30-40	40-50	50-60	60-70	70+
Advertenties	0%	0%	15%	11%	2%	12%	10%	13%	15%	14%
Andere boekenwebsites	33%	0%	8%	18%	15%	14%	12%	14%	11%	29%
Andere sociale media	67%	11%	4%	10%	9%	14%	12%	18%	13%	14%
Andere verkoopwebsites	0%	0%	4%	2%	1%	4%	6%	7%	8%	0%
Anders	0%	0%	0%	11%	10%	14%	11%	12%	19%	14%
Bazarow	0%	0%	0%	1%	2%	1%	1%	6%	8%	0%
Boekenbijdrage in de krant	0%	0%	8%	1%	5%	7%	8%	15%	28%	14%
Bol.com	33%	22%	42%	27%	26%	28%	36%	25%	34%	43%
Bookstagram	33%	89%	62%	66%	59%	39%	20%	12%	6%	0%
Booktok	67%	78%	58%	35%	25%	12%	7%	5%	2%	0%
Booktube	0%	11%	23%	20%	20%	11%	5%	1%	2%	0%
Facebookgroep(en)	33%	11%	12%	31%	35%	47%	52%	58%	57%	14%
Folder/flyer bij een ander boek	33%	0%	19%	7%	11%	18%	16%	16%	19%	14%



Hebban	0%	0%	8%	14%	25%	28%	34%	44%	36%	43%
In de boekhandel	67%	56%	69%	52%	56%	54%	44%	44%	62%	57%
Nieuwsbrief uitgever of auteur	33%	22%	12%	24%	30%	42%	34%	47%	51%	29%
Recencies	33%	11%	15%	25%	23%	28%	31%	32%	38%	43%
Via vrienden	33%	33%	42%	33%	32%	35%	27%	38%	40%	14%
Website van de uitgever	0%	44%	19%	20%	21%	29%	24%	30%	30%	29%

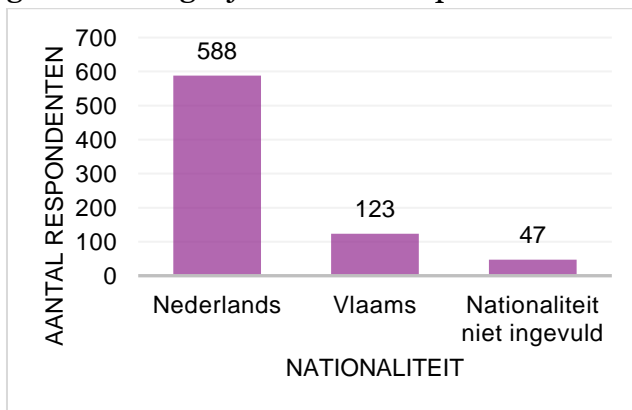
Tabel 5. Verdeling van de genoemde kanalen volgens leeftijd. De antwoorden van de 47 actieve respondenten die hun leeftijd niet invulden, werden niet opgenomen in de statistieken. De tabel geeft het aantal actieve respondenten weer, ingedeeld volgens leeftijd, dat het respectievelijke kanaal genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 0% van de 12- tot 14-jarigen, 0% van de 15- tot 17-jarigen en 15% van de 17-20-jarigen gaf aan via advertenties op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken. Blauwe cellen duiden de laagste scores per leeftijd aan. Paarse cellen duiden de hoogste scores aan. $n = 711$.



Grafiek 5. Verdeling van de genoemde kanalen volgens leeftijd. De antwoorden van de 47 actieve respondenten die hun leeftijd niet invulden, werden niet opgenomen in de statistieken. De grafiek geeft het aantal actieve respondenten weer, ingedeeld volgens leeftijd, dat het respectievelijke kanaal genoemd heeft. $a^2 = 711$.

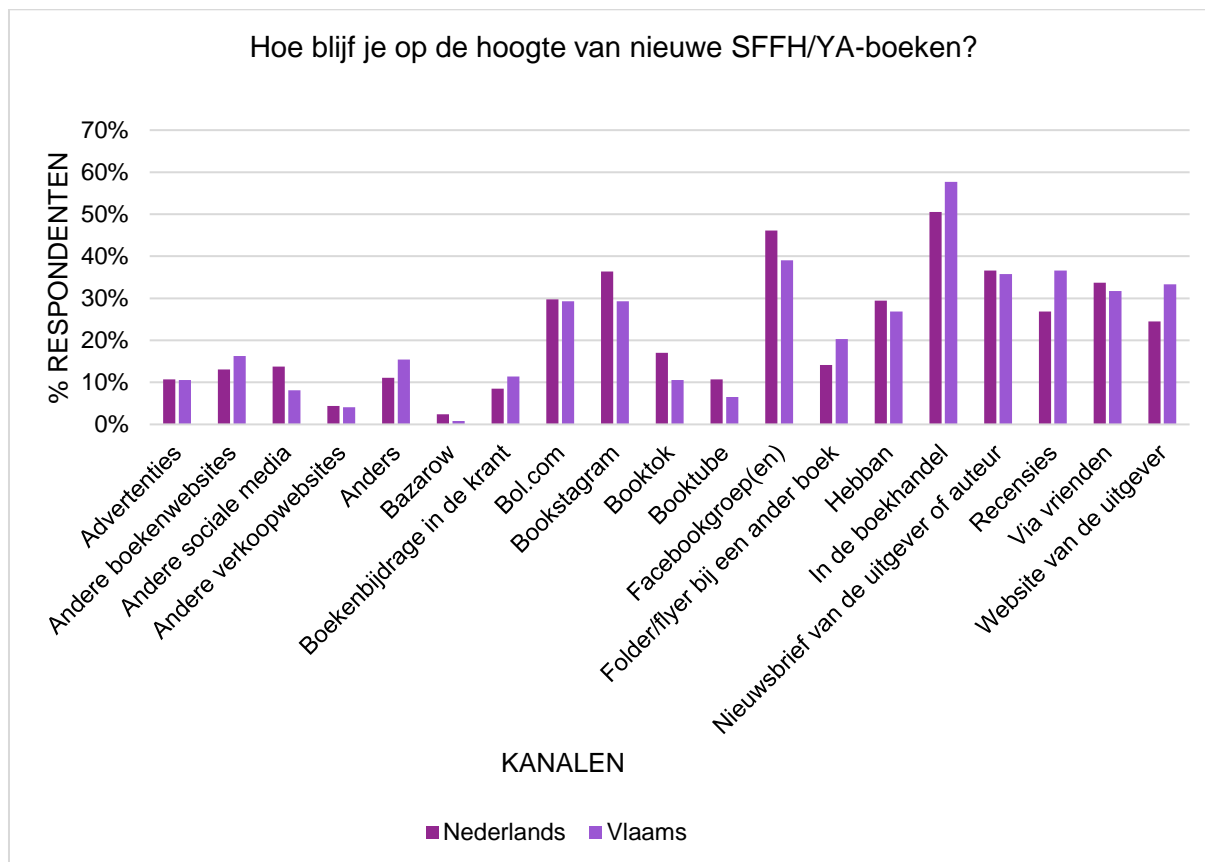
Verdeling volgens nationaliteit

Naast gender en leeftijd, werden de antwoorden verdeeld volgens nationaliteit. Er werd een onderscheid gemaakt tussen Nederlanders en Vlamingen waarbij 47 van de actieve respondenten geen nationaliteit hebben ingevuld (zie grafiek 6). Opmerkelijk is het meer dan viervoud aan Nederlanders ten opzichte van Vlamingen met respectievelijk 588 tegenover 123 respondenten. Opnieuw kan het onevenwicht verklaard worden door een groter lezerspubliek voor het genre in Nederland of een grotere draagwijdte van de enquête binnen de Nederlandse landgrenzen.



Grafiek 6. Verdeling van de actieve respondenten van de eerste vraag volgens nationaliteit. 588 respondenten gaven aan afkomstig te zijn uit Nederland. 123 anderen vulden in Vlaming te zijn. De overige 47 actieve respondenten vulden de vraag met betrekking tot de nationaliteit niet in. $a = 758$

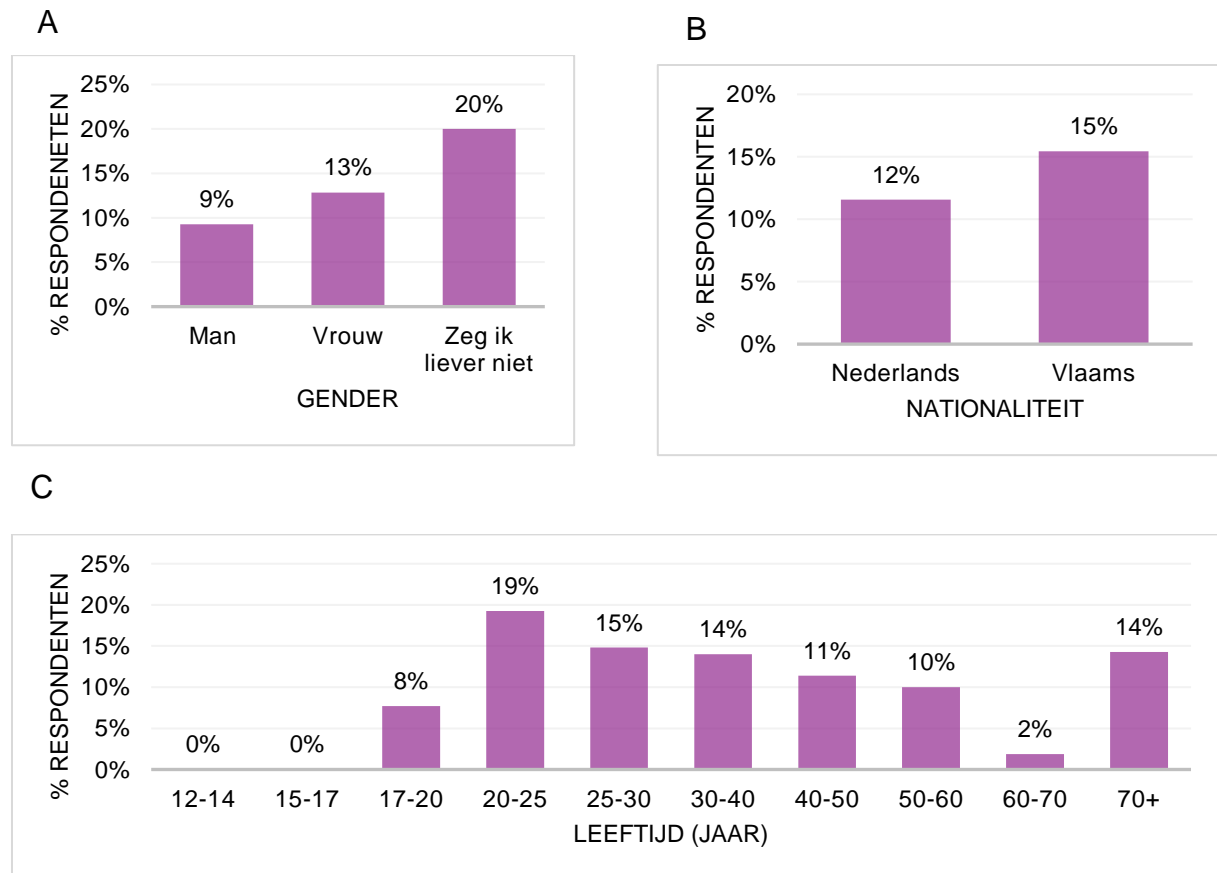
Bij vergelijking van de antwoorden naar voren gebracht door de Nederlanders versus de Vlamingen, werd een over het algemeen gelijke verdeling opgemerkt. Uit grafiek 7 kon worden afgeleid dat tussen de meeste kanalen slechts een (quasi verwaarloosbaar) verschil bestaat tussen de twee nationaliteiten. Zo bleek Bookstagram net iets populairder in Nederland, net zoals Booktok, Booktube en Facebook. De Vlamingen gaven dan weer een fractie vaker aan beroep te doen op een folder of flyer bij een ander boek en ook recensies en de website van de uitgever bleken nuttiger in Vlaanderen. Tot slot bleken ook recensies meer draagvlak te hebben in Vlaanderen dan in Nederland.



Grafiek 7. Verdeling van de genoemde kanalen volgens nationaliteit. De antwoorden van de 47 actieve respondenten die hun nationaliteit niet invulden, werden niet opgenomen in de statistieken. De grafiek geeft het aantal actieve respondenten weer, ingedeeld volgens nationaliteit dat het respectievelijke kanaal genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 36% van de Nederlanders en 29% van de Vlamingen gaf aan via Bookstagram op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken. $n = 711$.

Goodreads: verdeling volgens gender, leeftijd en nationaliteit

Omwille van het feit dat Goodreads in dergelijke hoge mate werd genoemd in de enquête, werden er aanvullende analyses verricht met betrekking tot verdeling van gender, leeftijd en nationaliteit. De resultaten werden samengevat in figuur 3. De genderverdeling suggereerde dat Goodreads het minst wordt gebruikt door mannen. Qua nationaliteit, liep de verdeling ongeveer gelijk, wat een evenredige populariteit in Nederland en Vlaanderen doet vermoeden. Tot slot werd Goodreads door geen enkele respondent onder de 17 jaar genoemd. Van de 20- tot 25-jarigen haalde dan weer 19% aan Goodreads te gebruiken. Zelfs bij de 70-plussers blijkt het medium in de smaak te vallen.



Figuur 3. Verdeling van de respondenten die Goodreads vernoemd hebben volgens gender, nationaliteit en leeftijd. De antwoorden van de 47 actieve respondenten die zowel hun nationaliteit als hun nationaliteit en leeftijd niet invulden, werden niet opgenomen in de statistieken. **3A)** De grafiek geeft het percentage respondenten weer, ingedeeld volgens gender, dat Goodreads genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 9% van de mannen gaf aan via Goodreads op de hoogte te blijven van nieuwe SFFH/YA-boeken. **3B)** De grafiek geeft het percentage respondenten weer, ingedeeld volgens nationaliteit, dat Goodreads genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 12% van de Nederlanders gaf aan via Goodreads op de hoogte te blijven. **3C)** De grafiek geeft het percentage respondenten weer, ingedeeld volgens leeftijd, dat Goodreads genoemd heeft. Bijvoorbeeld: 0% van de 12- tot 14-jarigen gaf aan via Goodreads op de hoogte te blijven. $n^2 = 711$.

Oproep

Wil jij ook aan de slag met onze data? Vraag dan de gegevens op die je voor je analyse nodig hebt. We bezorgen ze graag. Dat kan eenvoudig via [ons contactformulier](#).

Isabelle Plomteux en Sara Taverniers
namens de Fantastische Unie
Bierbeek, december 2022