

Leserkretsundersøkelse

# BOK OG BIBLIOTEK

Juni 2016



**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



# Innhold

---

## 1

Modellert lesertall 6

---

## 2

Lesing av bladet og nettutgaven 9

---

## 3

Redaksjonellmodul 21

---

## 4

Annonsemodul 29

---

---

## 5

Beslutningstakerindeks 33

---

## 6

Word of mouth 42

---

## 7

Bakgrunnsinformasjon 52

---

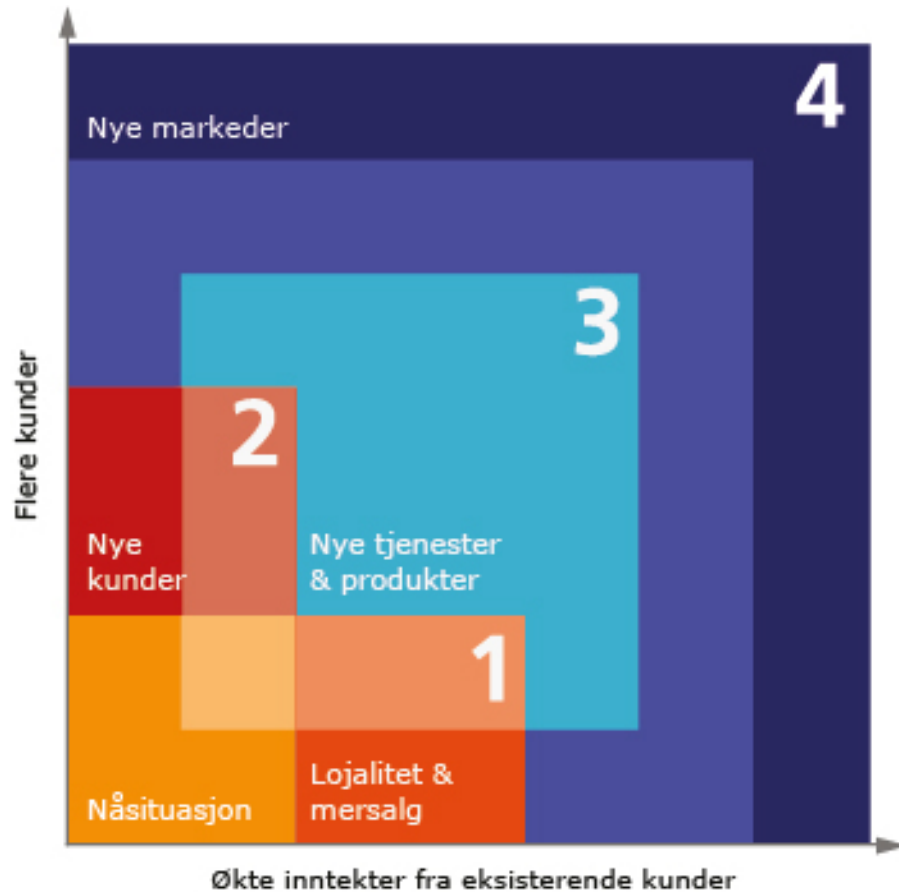
## 8

Vedlegg 57

---



# Vekstkart



64% av leserne til Bok og Bibliotek er lojale lesere og har lest samtlige av siste 6 utgaver. En utgave av Bok og Bibliotek tas opp og leses flere ganger. Bladet oppfattes som faglig relevant og troverdig.

Det er stor interesse for å lese om bibliotekfaglig stoff. Leserne er tilfreds med innholdet i bladet og er enig i at bladet har et troverdig innhold.

Bok og Bibliotek har høy troverdighet blant sine lesere og oppfattes som faglig relevant. Å ytterligere spisse innholdet på områder det er størst interesse for kan være med på å få flere til å lese mer av hver utgave.

Nettsiden bokogbibliotek.no besøkes sjelden. Dersom Bok og Bibliotek vurderer å legge om til digital plattform (digitalt blad) bør det iverksettes tiltak for å trekke flere lesere til nettsiden.

# Sammendrag



## Innsikt: Redaksjonelt

- 75% har lest Bok og Bibliotek i løpet av siste måned.
- 64% av leserne av Bok og Bibliotek er lojale lesere og har lest samtlige av siste 6 utgaver.
- 70% leser en utgave av Bok og Bibliotek opp til 2 ganger. Eldre tar opp og leser en utgave av Bok og Bibliotek oftere enn yngre.
- 41% leste  $\frac{3}{4}$  eller mer av siste utgave de tittet eller leste i
- Bok og Bibliotek leses i større grad hjemme enn på jobb.
- Kun 19% besøkte Bok og Bibliotek på nett i løpet av siste måned.
- 34% vil like en omlegging av Bok og Bibliotek til digital plattform
- 29% vil like en sammenslåing av Bok og Bibliotek med Museumsnytt.
- Det er størst interesse for å lese om bibliotekfaglig stoff og det er også ønske om at det skrives meir om temaet.
- Bok og Bibliotek oppfattes som faglig relevant og troverdig.
- Lesere av Bok og Bibliotek jobber i offentlig sektor, har høyere utdanning, en snittalder på 50 år og det er en overvekt av kvinnelige lesere.

## Innsikt: Annonser

- Det er høyest interesse for å lese annonser for bøker og andre tidsskrifter.
- 61% er helt/litt enige i at annonsene i Bok og Bibliotek er relevante.



# Om leserkretsundersøkelsen

## Informasjon om Leserkretsundersøkelsene



### Leserkretsundersøkelse for Fagpressen

Fagpressen og TNS Gallup har inngått avtale om etablering av leserdokumentasjon for fagpressens medlemsblader. Formålet er å fremskaffe leserdokumentasjon for redaksjonell utvikling og annonsesalg basert på gjennomføring av leserkretsundersøkelser.

## Fakta om Leserkretsundersøkelse for Bok og Bibliotek



### Fagbladet

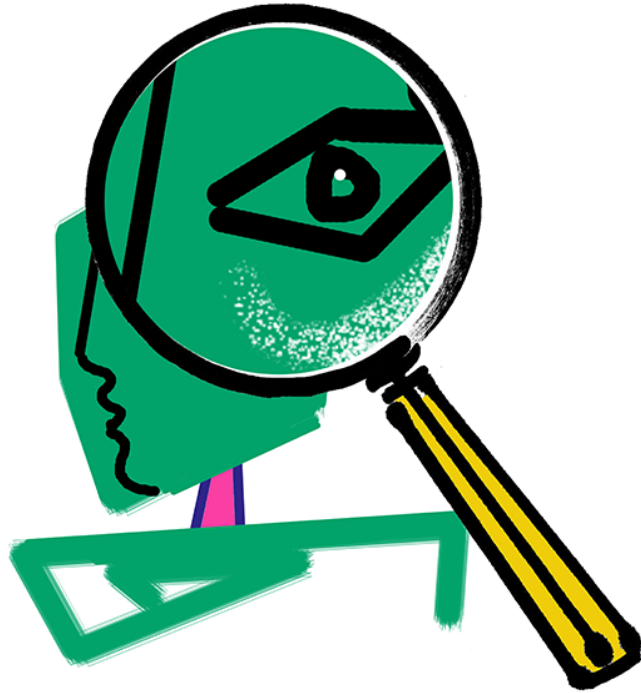
Målgruppe:	Lesere av Bok og Bibliotek
Utvalg:	Undersøkelsen ble sendt ut til 3037 e-postadresser.
Metode:	Undersøkelsen er gjennomført på web
Antall Intervju:	Totalt 352 intervju
Feltperiode:	30.05. - 07.06.2016
Intervjutid:	7 minutter

# 1

## Modellerte lesertall



# 1 Modellerte lesertall



TNS Gallup har utviklet en modell som estimerer lesertall for hvert enkelt fagblad per år. Modellen bygger på en rekke faktorer som bidrar til å forklare lesertallet for et fagblad, blant annet Fagpressenøkkelen og distribusjonsfordeling.

Det modellerte lesertallet er separat fra Leserkretsundersøkelsen som vil bli presentert i resten av denne rapporten.

# Modellerte lesertall

## BOK OG BIBLIOTEK

Bok og Bibliotek sitt modellerte lesertall for 2016 er:

Modellert lesertall for Bok og Bibliotek  
rapporteres november 2016

Basert på Fagpressens opplagskontroll av (2016)





# 2

## Lesing av bladet og nettutgaven



## 2 Lesing av bladet og nettutgaven

# BOK OG BIBLIOTEK

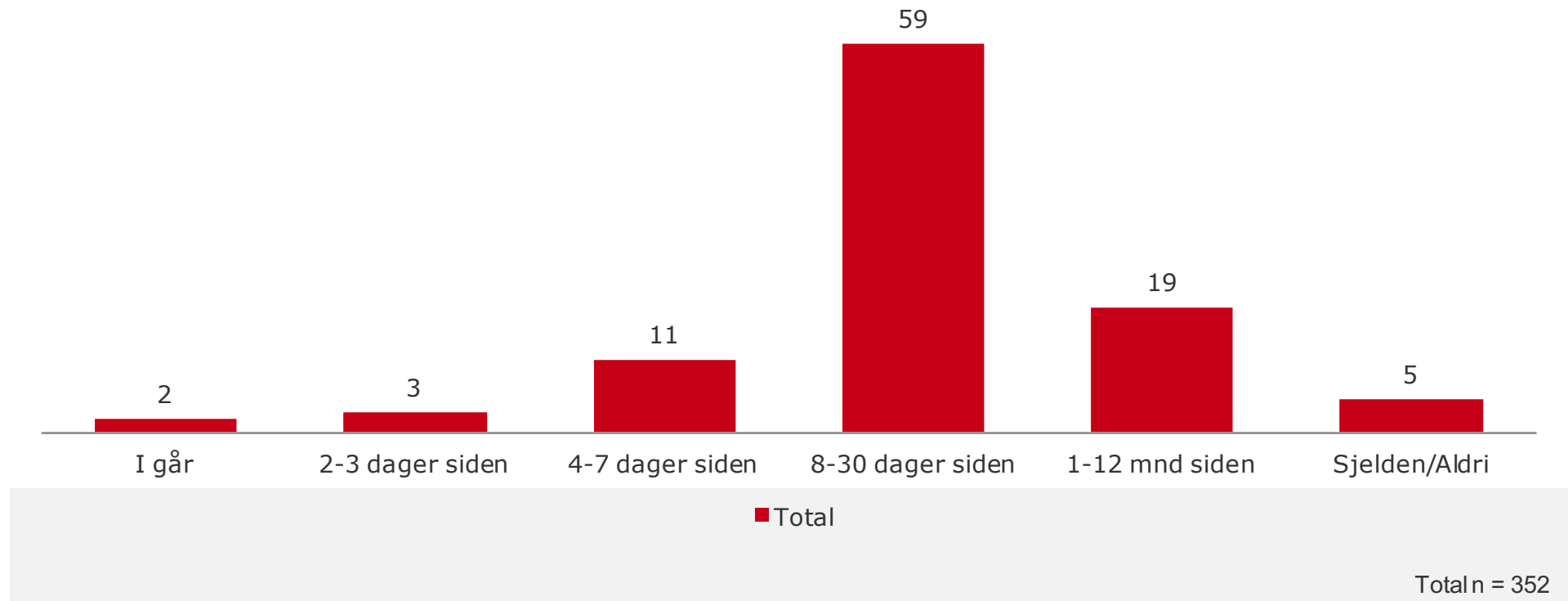
**Modul 1 *Lesing av bladet og nettutgaven*** inneholder følgende spørsmålsbatteri:

- Q1** Bortsett fra i dag, når leste eller tippet du sist gang i [...]?
- Q2** Hvor mange av de siste 6 nummer av [fyll inn tittel] har du lest eller tippet i?
- Q3** Omtrent hvor mange ganger leser eller titter du vanligvis i en utgave av [fyll inn tittel]?
- Q4** Da du leste [fyll inn tittel] sist gang, omtrent hvor stor andel av bladet leste du eller tippet du i da?
- Q5** Hvor pleier du vanligvis å lese bladet?
- Q6** Omtrent hvor mange andre personer enn deg selv tror du leser den utgaven du leste sist gang?
- Q7** Bortsett fra i dag, når besøkte du nettsiden til [fyll inn tittel]?
- Q8** Hvor mange av de siste 7 dagene har du besøkt nettsiden til [fyll inn tittel]? (ble ikke stilt)

Det ble også stilt kundespesifikke spørsmål.

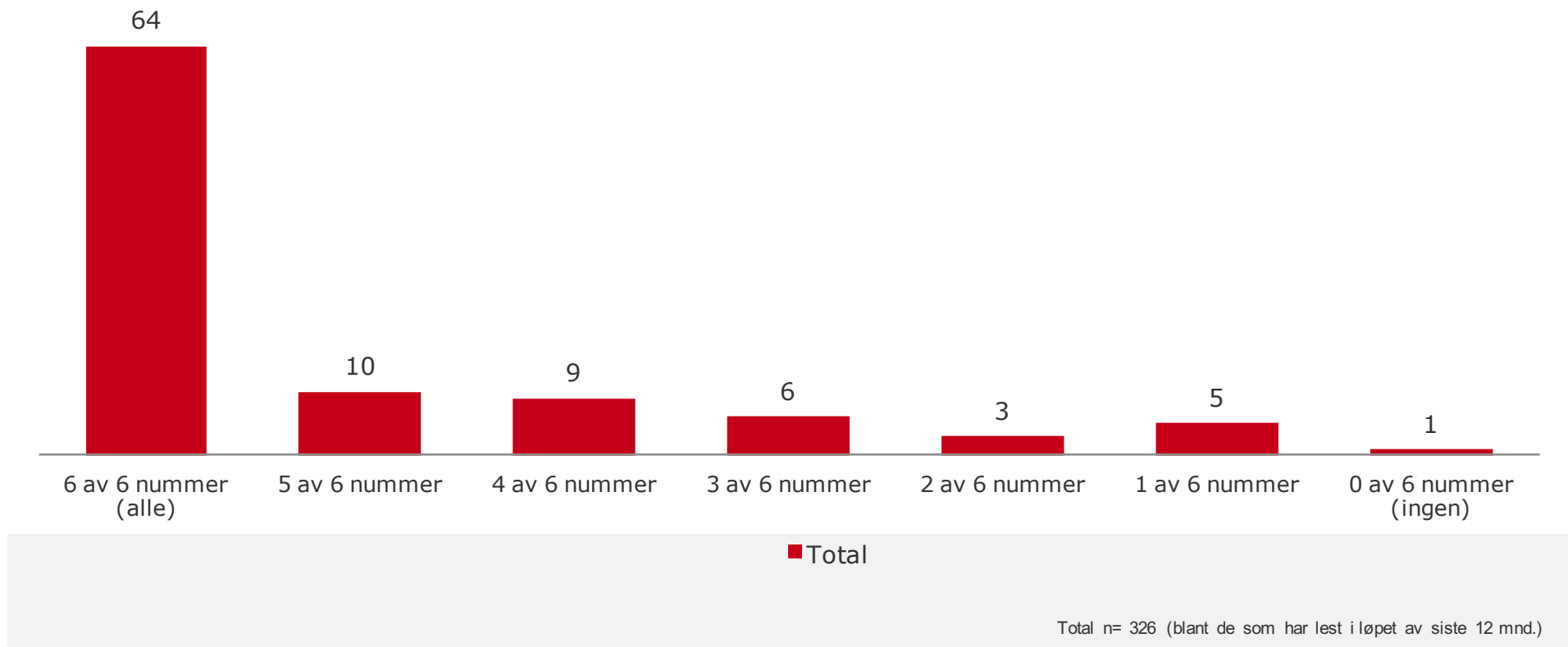
# 75% har lest Bok og Bibliotek i løpet av siste måned

*Bortsett fra i dag, når leste eller tittet du sist gang i Bok og Bibliotek?*



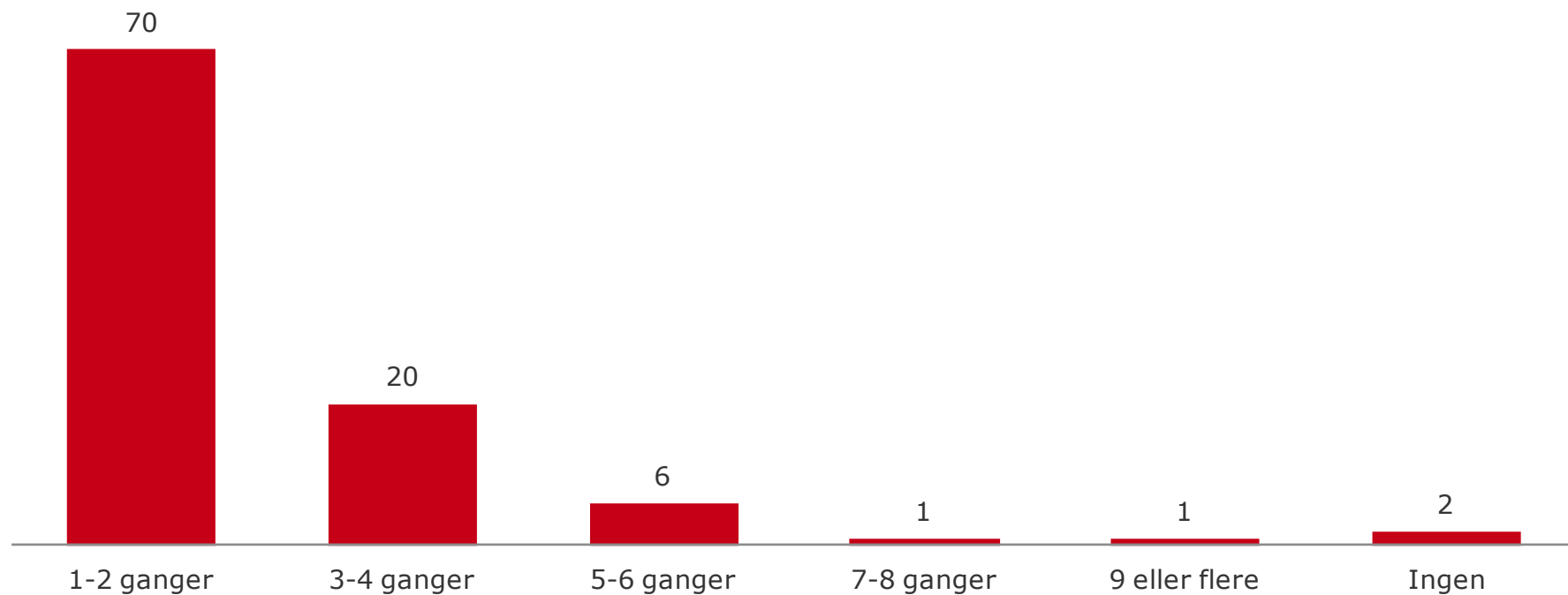
# 64% av leserne av Bok og Bibliotek er lojale lesere

*Hvormange av de siste 6 nummer av Bok og Bibliotek har du lest eller tittet i?*



# 70% leser en utgave av Bok og Bibliotek opp til 2 ganger

Omtrent hvor mange ganger leser eller titter du vanligvis i en utgave av Bok og Bibliotek?



■ Total

Total n= 326 (blant de som har lest i løpet av siste 12 mnd.)



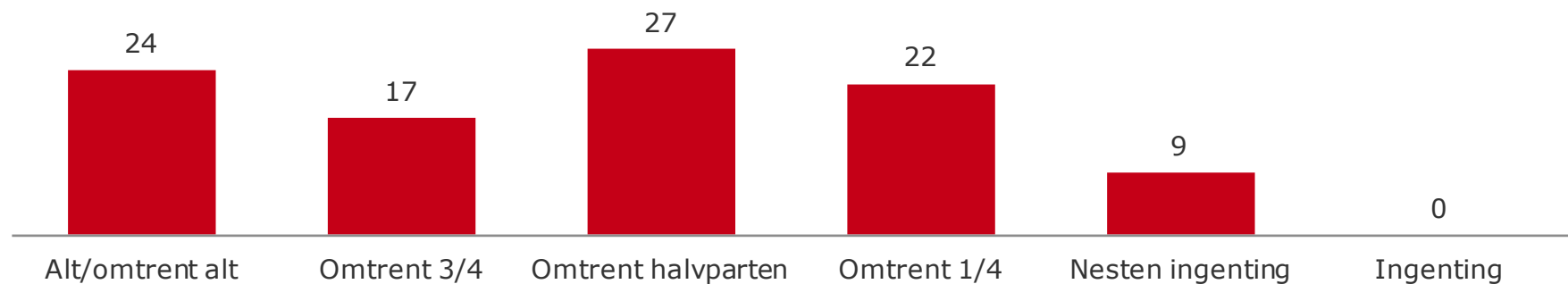
**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



# 41% leste $\frac{3}{4}$ eller mer av siste utgave de tippet eller leste i

*Da du leste eller tippet i Bok og Bibliotek sist gang, omtrent hvor stor andel av bladet leste eller tippet du i da?*



■ Total

Total n= 326 (blant de som har lest i løpet av siste 12 mnd.)



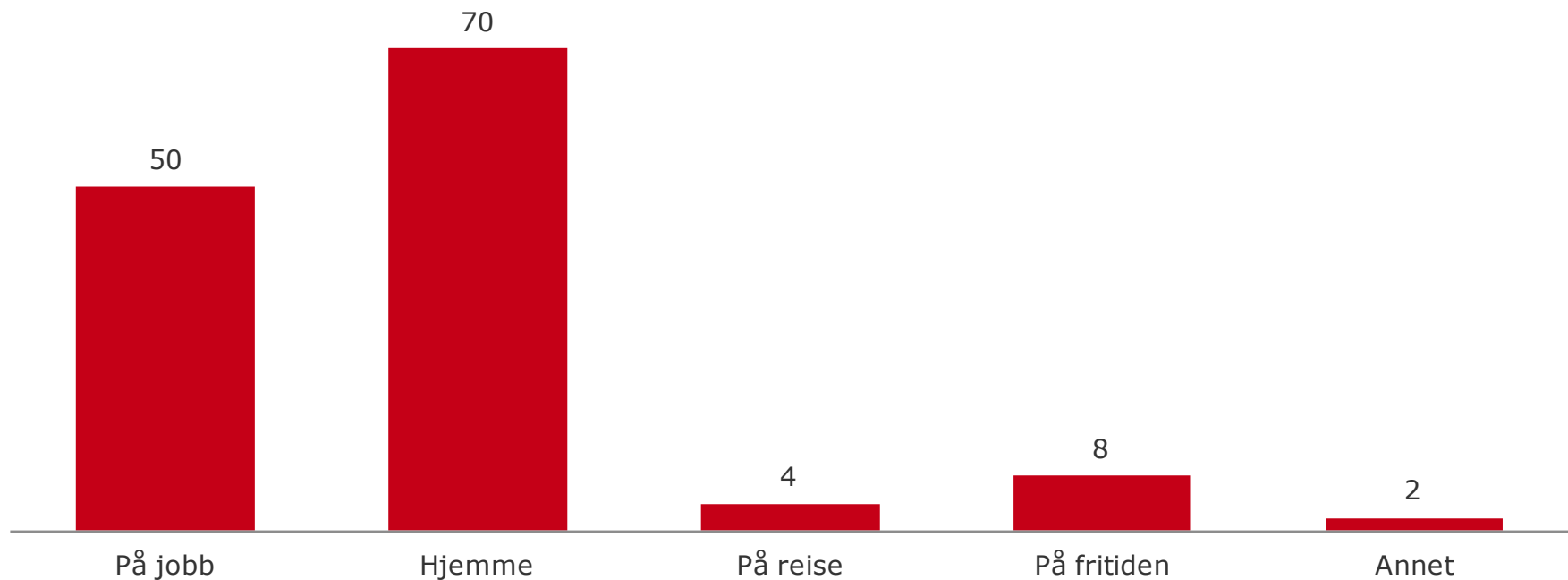
**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



# Bok og Bibliotek leses i større grad hjemme enn på jobb

*Hvor pleier du vanligvis å lese eller titte i Bok og Bibliotek?*



■ Total

Total n= 326 (blant de som har lest i løpet av siste 12 mnd.)



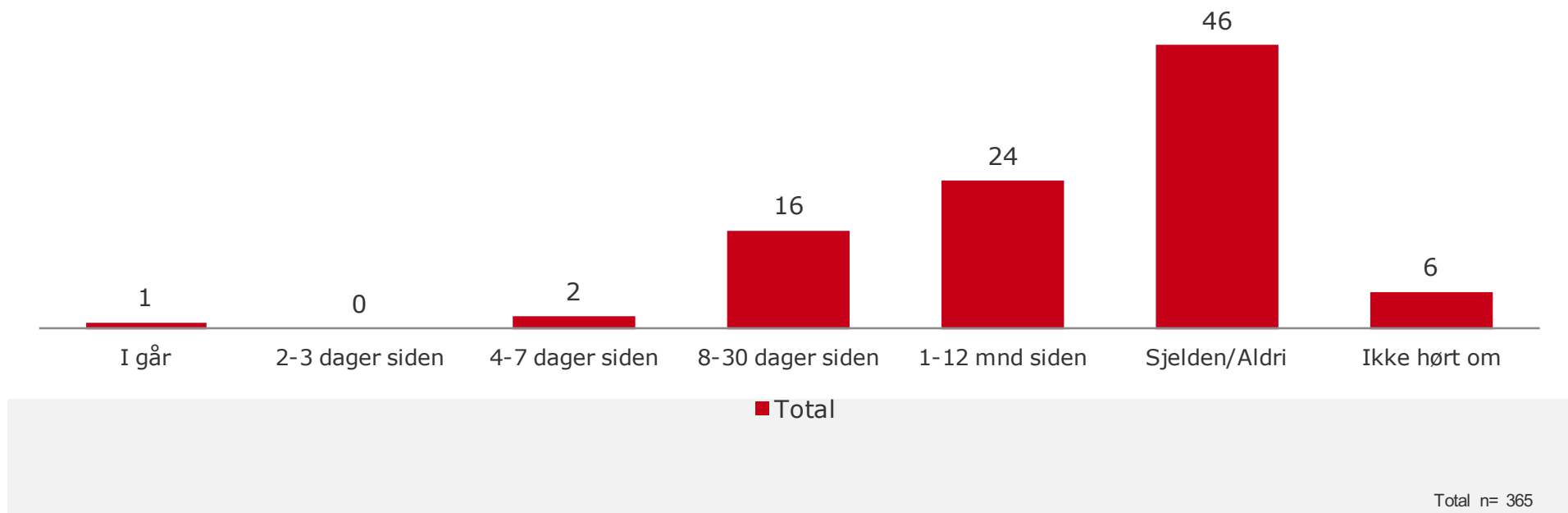
**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



# 19% besøkte Bok og Bibliotek på nett i løpet av siste måned

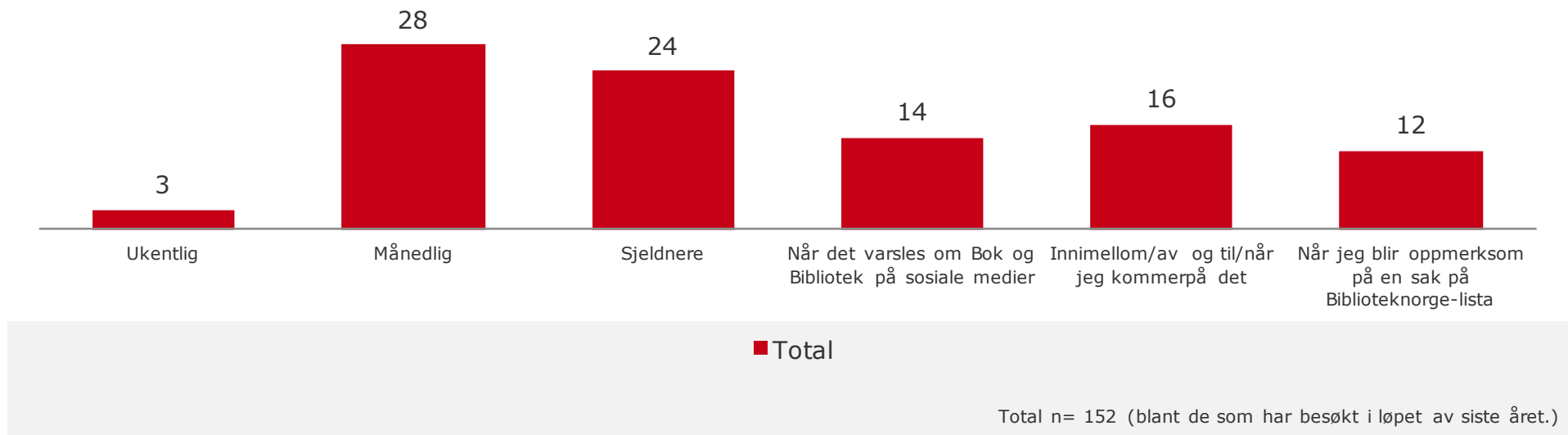
Bortsett fra i dag, når besøkte du sist gang nettsiden til Bok og Bibliotek (bokogbibliotek.no)?





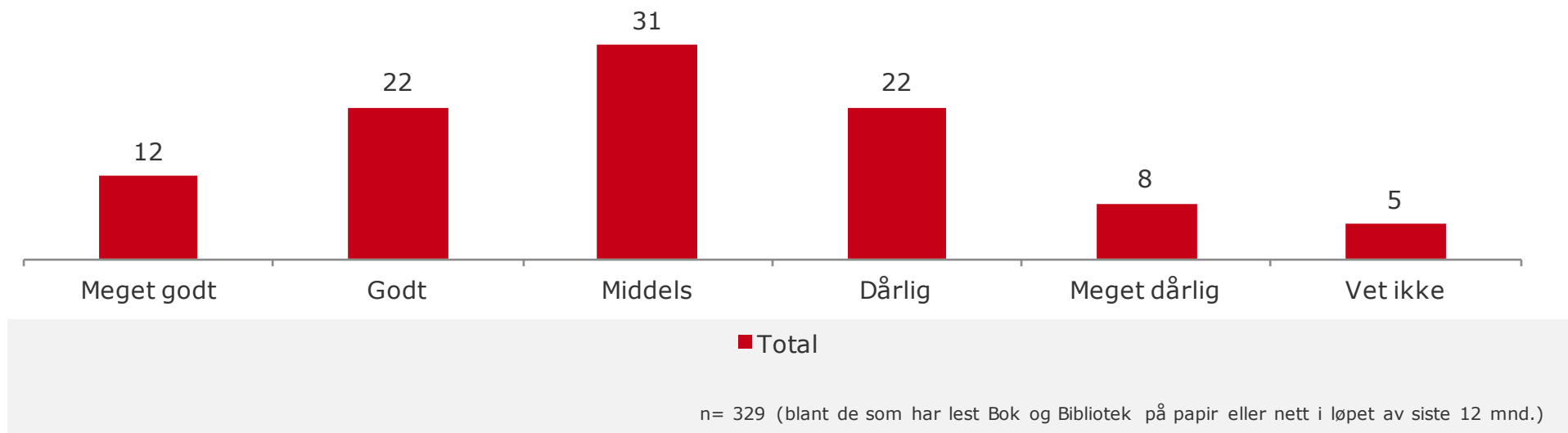
# Hvor ofte besøkt nettsiden til Bok og Bibliotek?

*Hvor ofte er du inne på/besøker nettsiden til Bok og Bibliotek (bokogbibliotek.no)?*



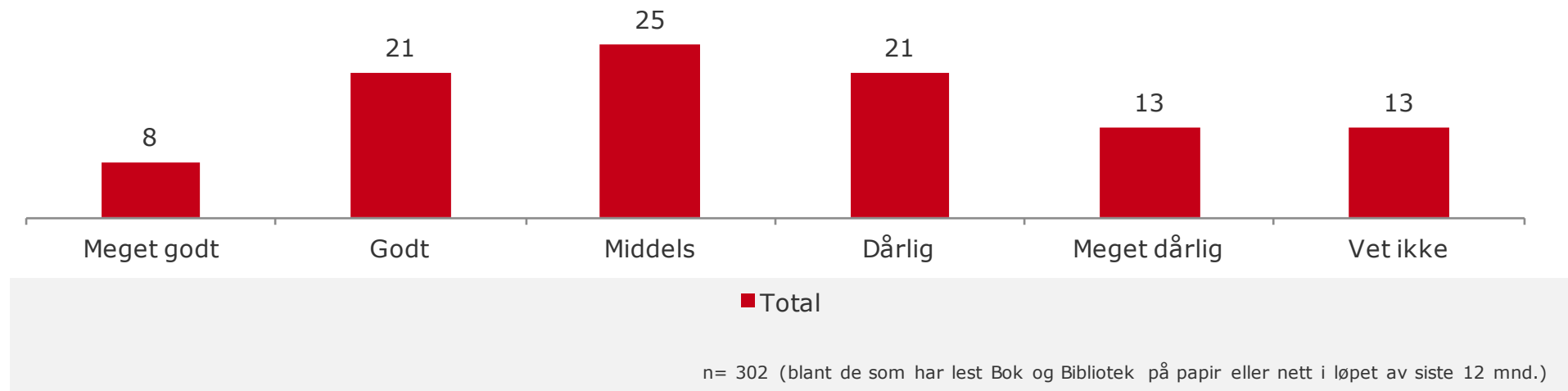
# 34% vil like en omlegging av Bok og Bibliotek til digital plattform

Hvor godt eller dårlig vil du like en omlegging av bladet Bok og Bibliotek til digital plattform?



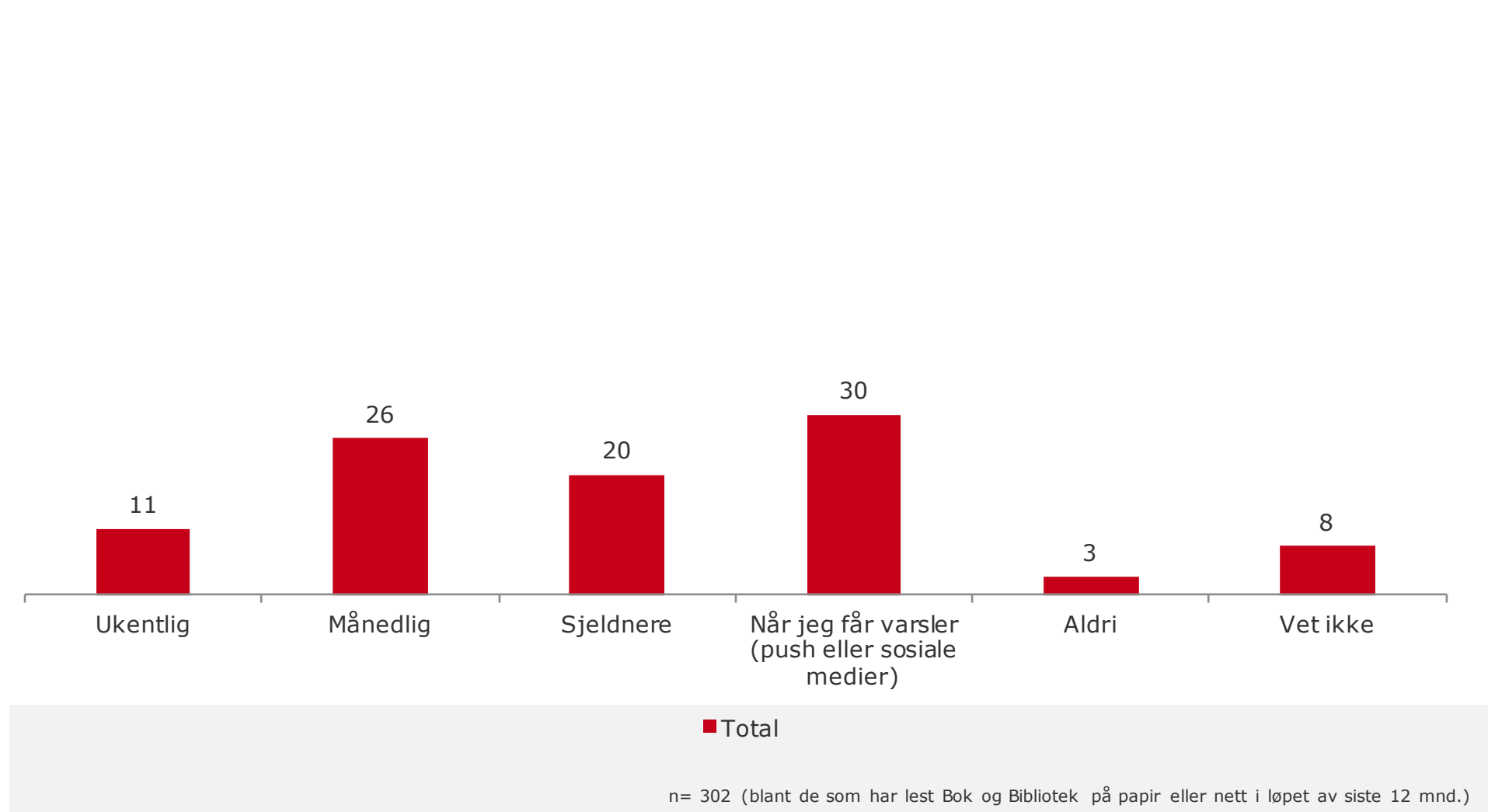
# 29% vil like en sammenslåing av Bok og Bibliotek med Museumsnytt

*Hvor godt eller dårlig vil du likt en sammenslåing av bladet Bok og Bibliotek (og Arkiv) med Museumsnytt?*



# Sammenslåing av Bok og Bibliotek med Museumsnytt

Hvor ofte tror du at du ville brukt nettstedet dersom Bok og Bibliotek og Museumsnytt ble slått sammen?



**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



# 3

## Redaksjonell modul



## 3 Redaksjonell modul

# BOK OG BIBLIOTEK

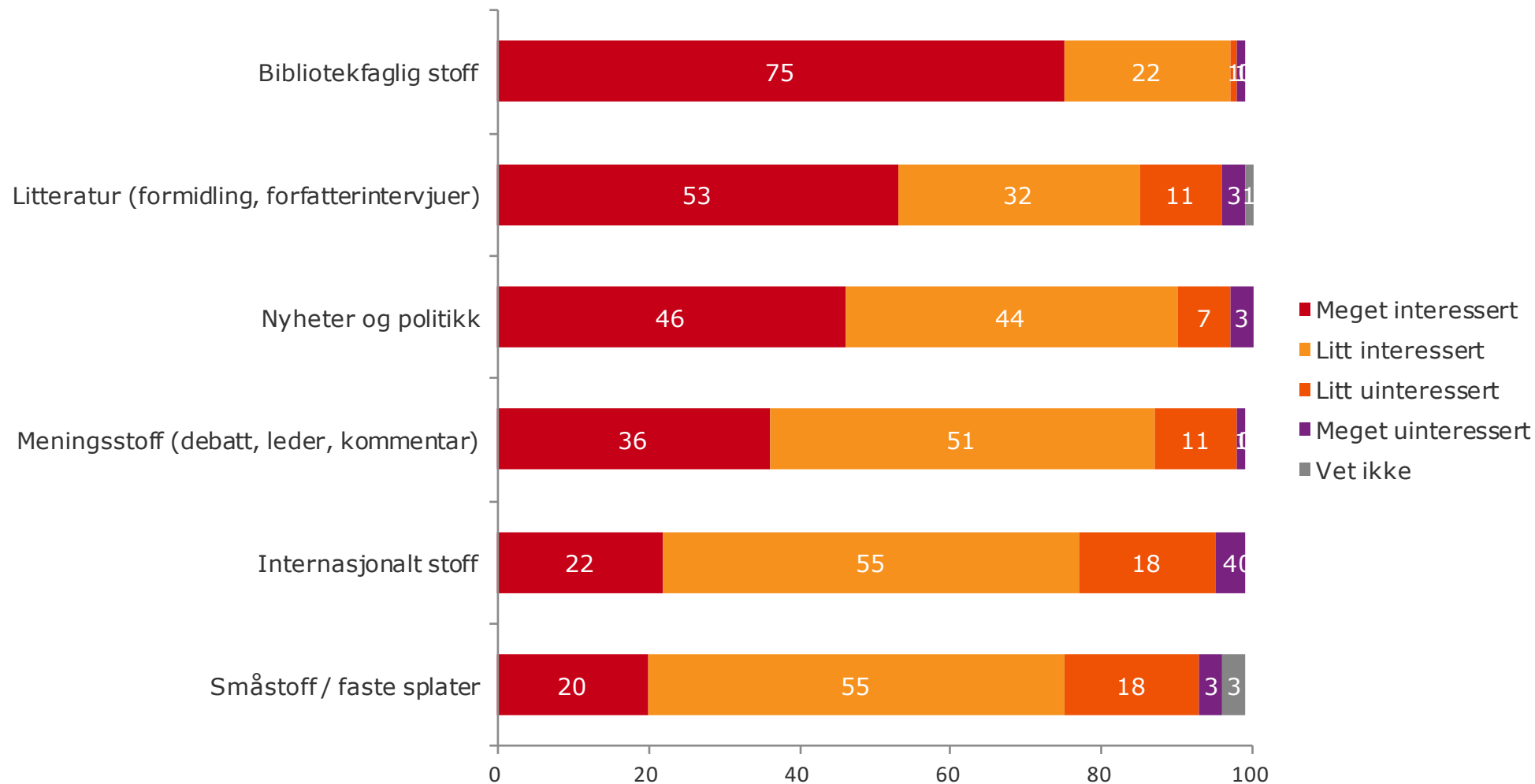
Modul 2 *Redaksjonell modul* inneholder følgende spørsmålsbatteri:

- Q9** Hvor interessert er du i å lese om følgende stoffområder i [fyll inn tittel]?
- Q10** Hvor godt eller dårlig mener du følgende ord (adjektiver) passer til [fyll inn tittel]?
- Q11** Hvor tilfreds er du samlet sett med innholdet i [fyll inn tittel]?
- Q12** *Hvor ofte leser du om følgende tema i [fyll inn tittel]?*
- Q13** *Ønsker du at [fyll inn tittel] skriver mer, mindre eller like mye om følgende områder?*
- Q14** *Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om [fyll inn tittel]?*

Det ble også stilt kundespesifikke spørsmål.

# Størst interesse for å lese om bibliotekfaglig stoff

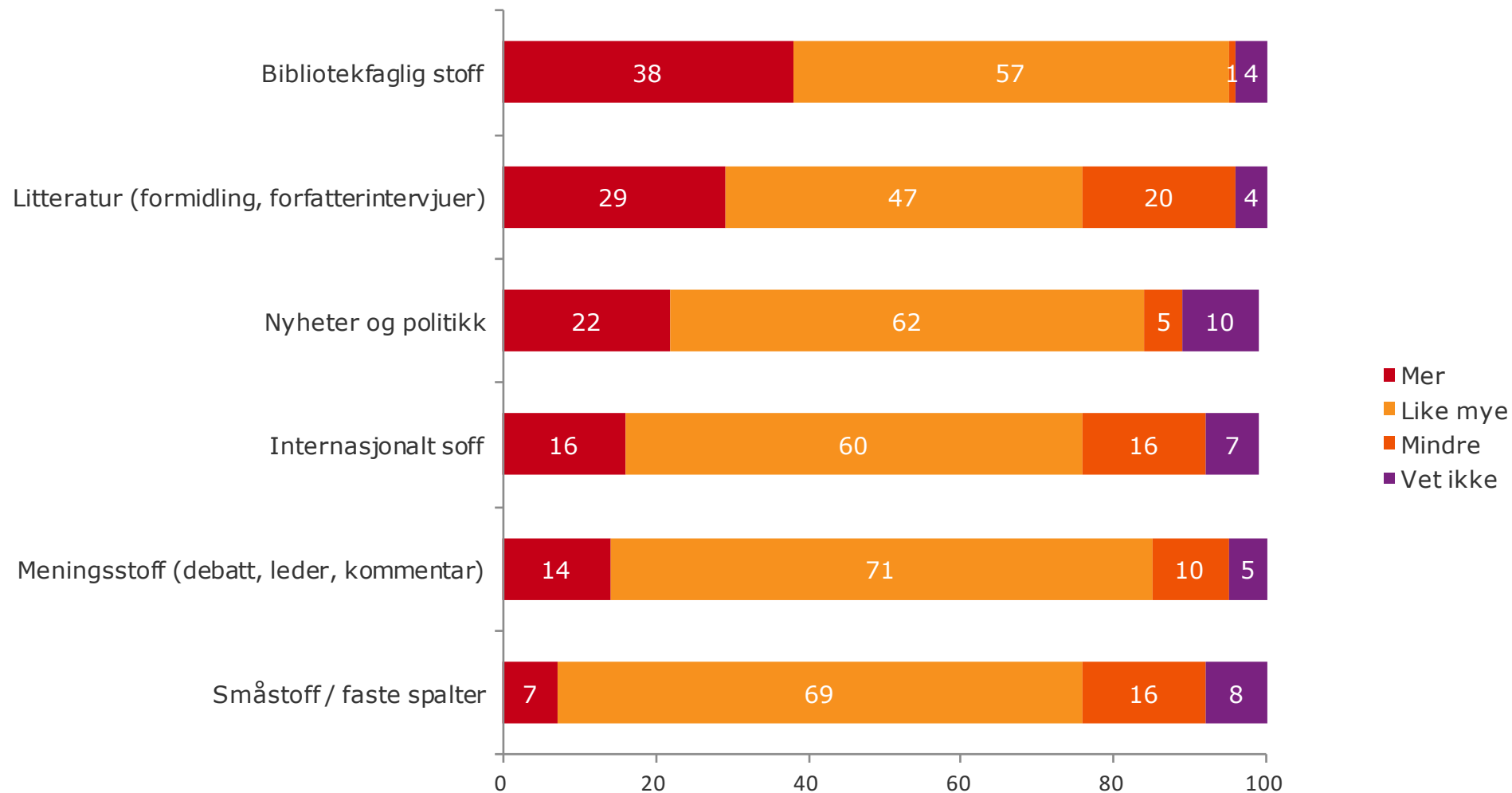
Hvor *interessert* er du i å lese om følgende stoffområder i Bok og Bibliotek?



n= 329 (blant de som har lest Bok og Bibliotek på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

# Ønsker at det skrives mer om bibliotekfaglig stoff

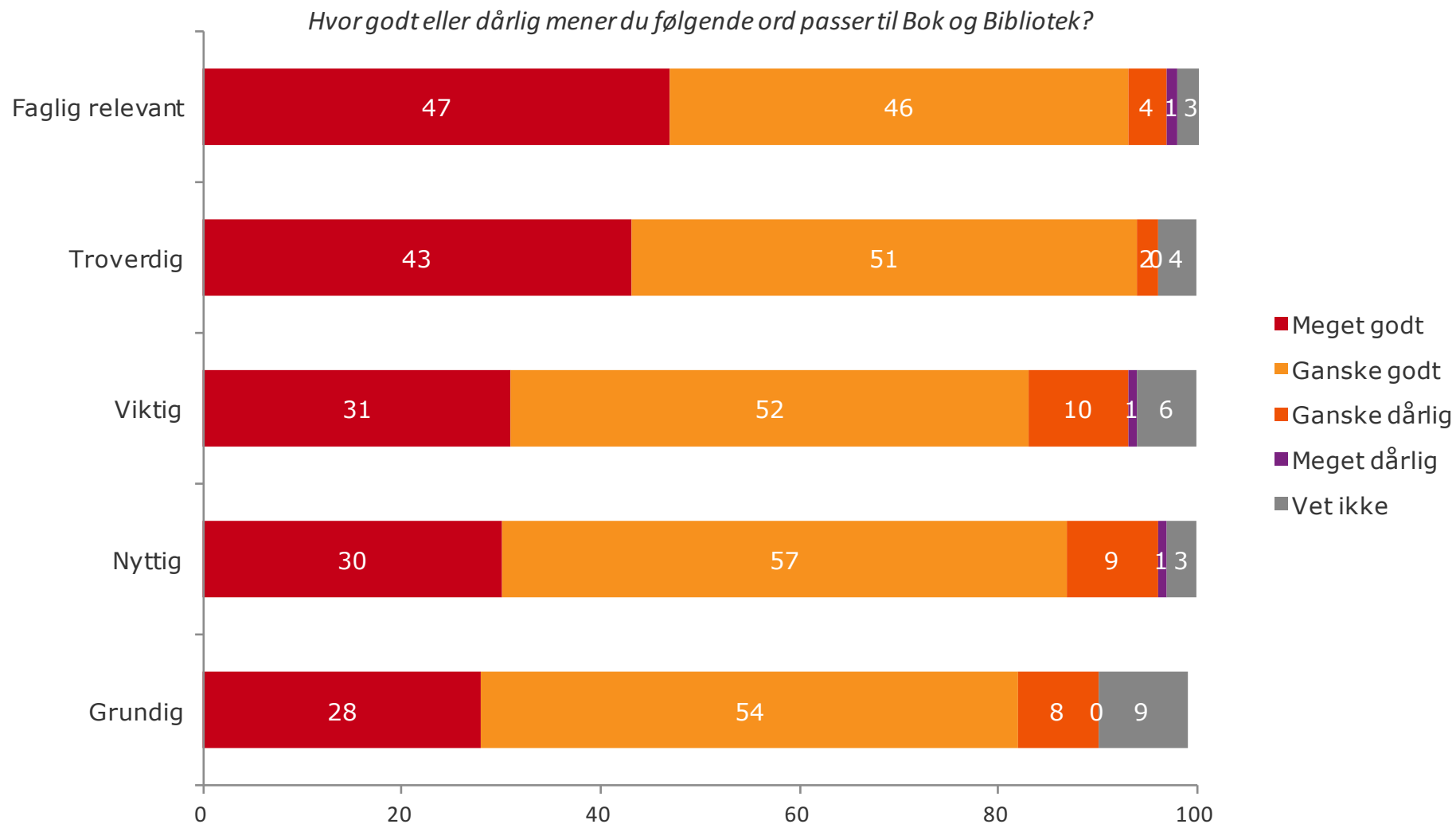
Ønsker du at Bok og Bibliotek skriver mer, mindre eller like mye om følgende områder?



n= 329 (blant de som har lest Bok og Bibliotek på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

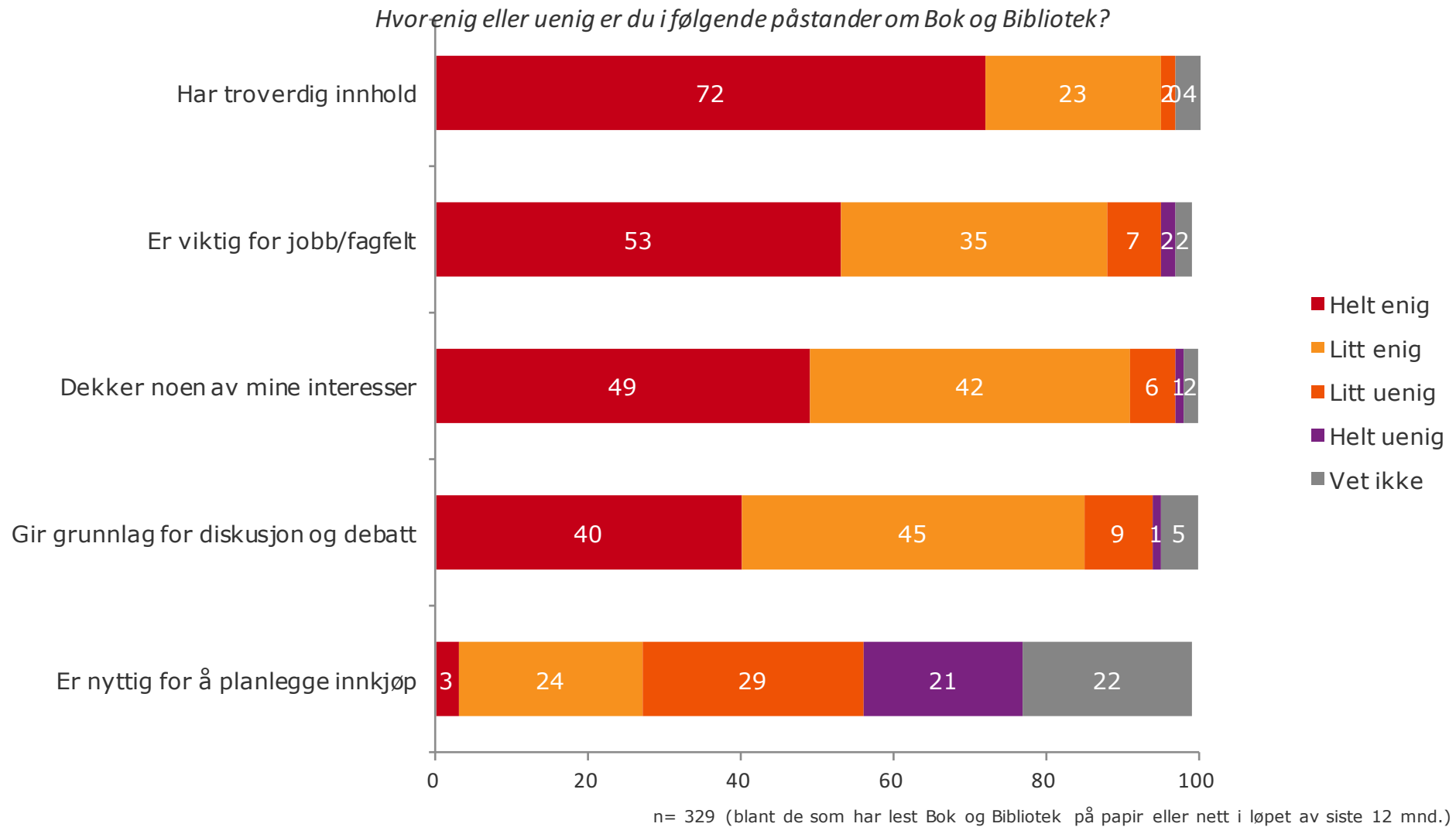


# Bok og Bibliotek oppfattes som faglig relevant og troverdig



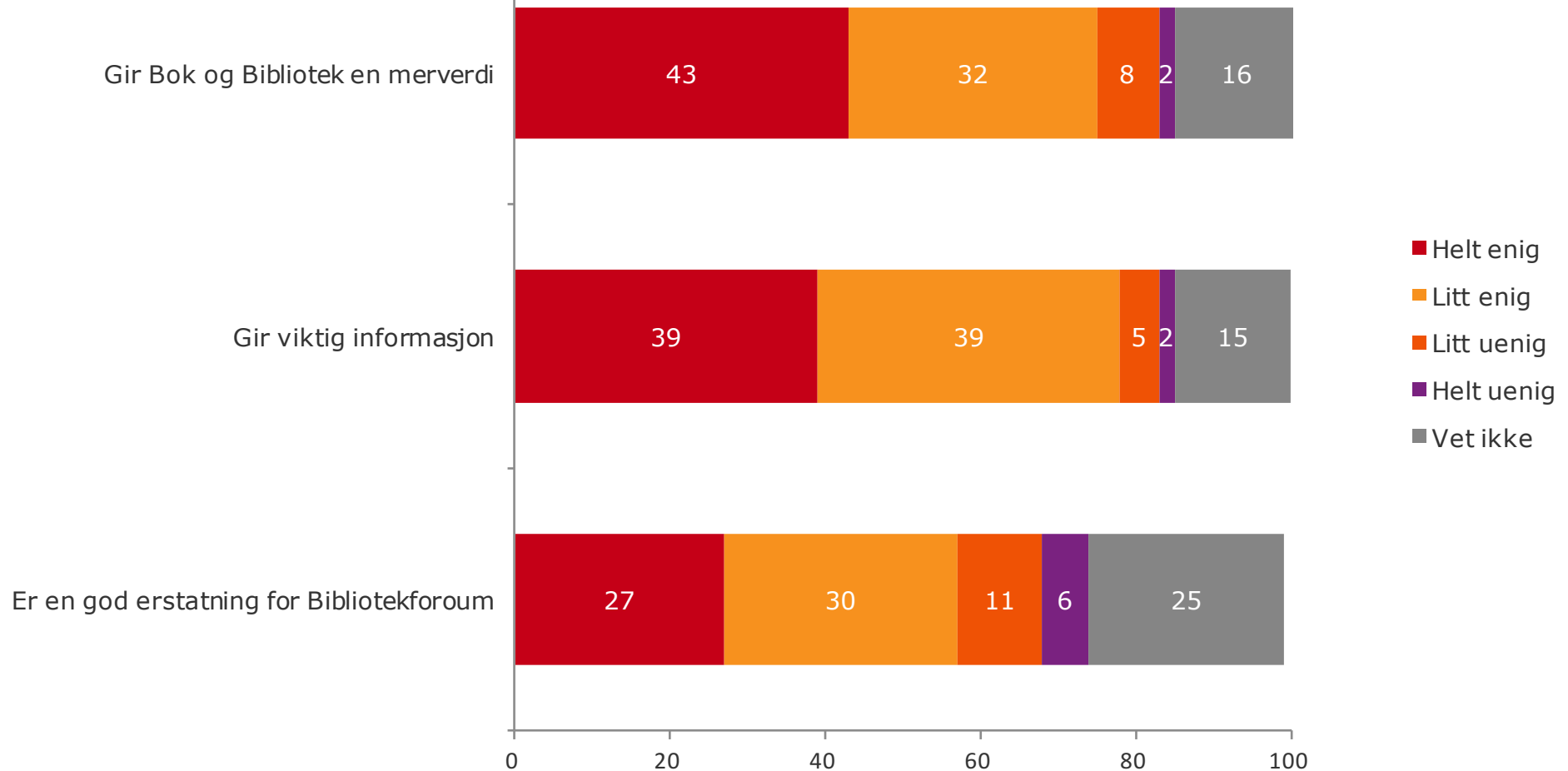
n= 329 (blant de som har lest Bok og Bibliotek på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)

# Bok og Bibliotek oppleves å ha troverdig innhold



# Norsk Bibliotekforening (NBF) sitt bilag gir merverdi og viktig informasjon til Bok og Bibliotek

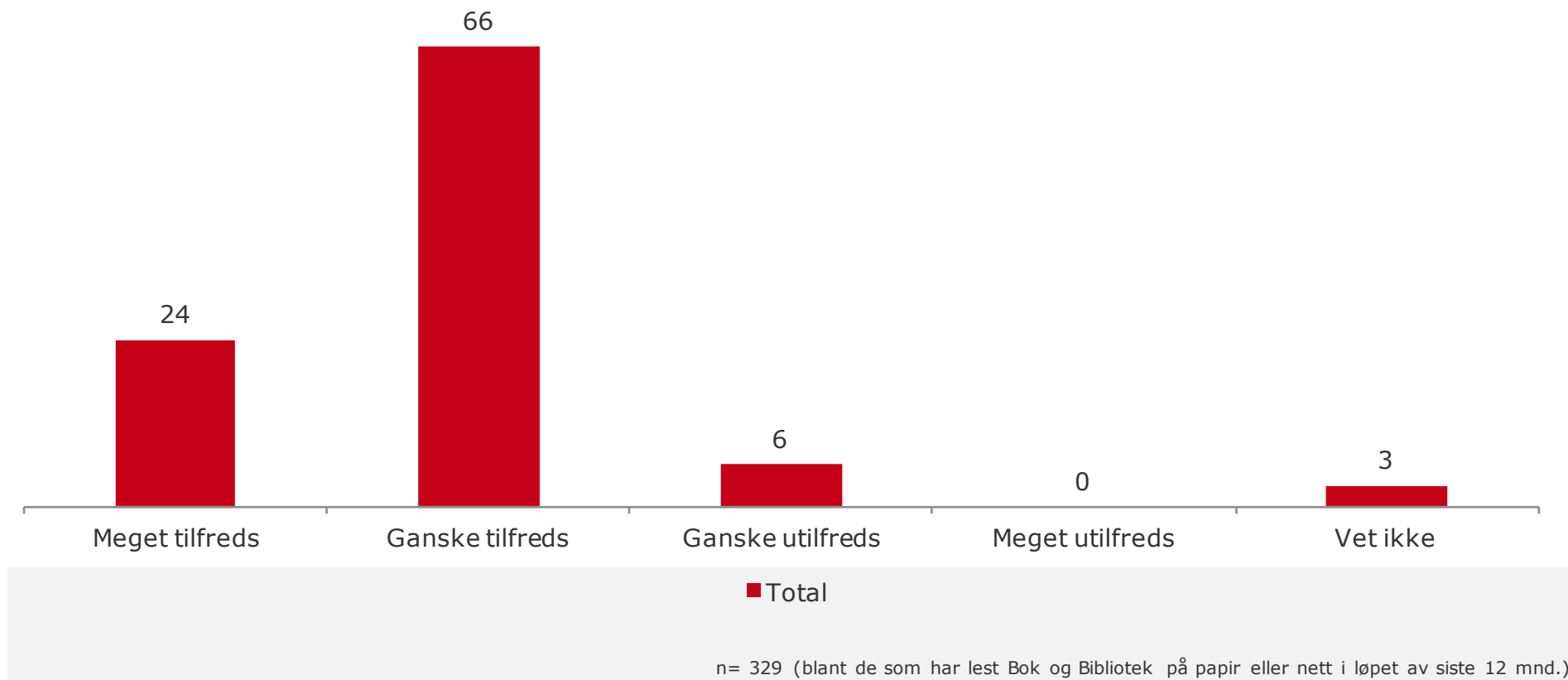
Norsk Bibliotekforening (NBF) har regelmessig et 8-siders bilag i Bok og Bibliotek.  
Hvor enig eller uenig er du i at bilaget...?



n= 326 (blant de som har lest Bok og Bibliotek på papir i løpet av siste 12 mnd.)

# Høy tilfredshet med innholdet i Bok og Bibliotek

Hvortilfreds er du samlet sett med innholdet i Bok og Bibliotek?



**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016

# 4

## Annonsemodul



## 4 Annonse modul

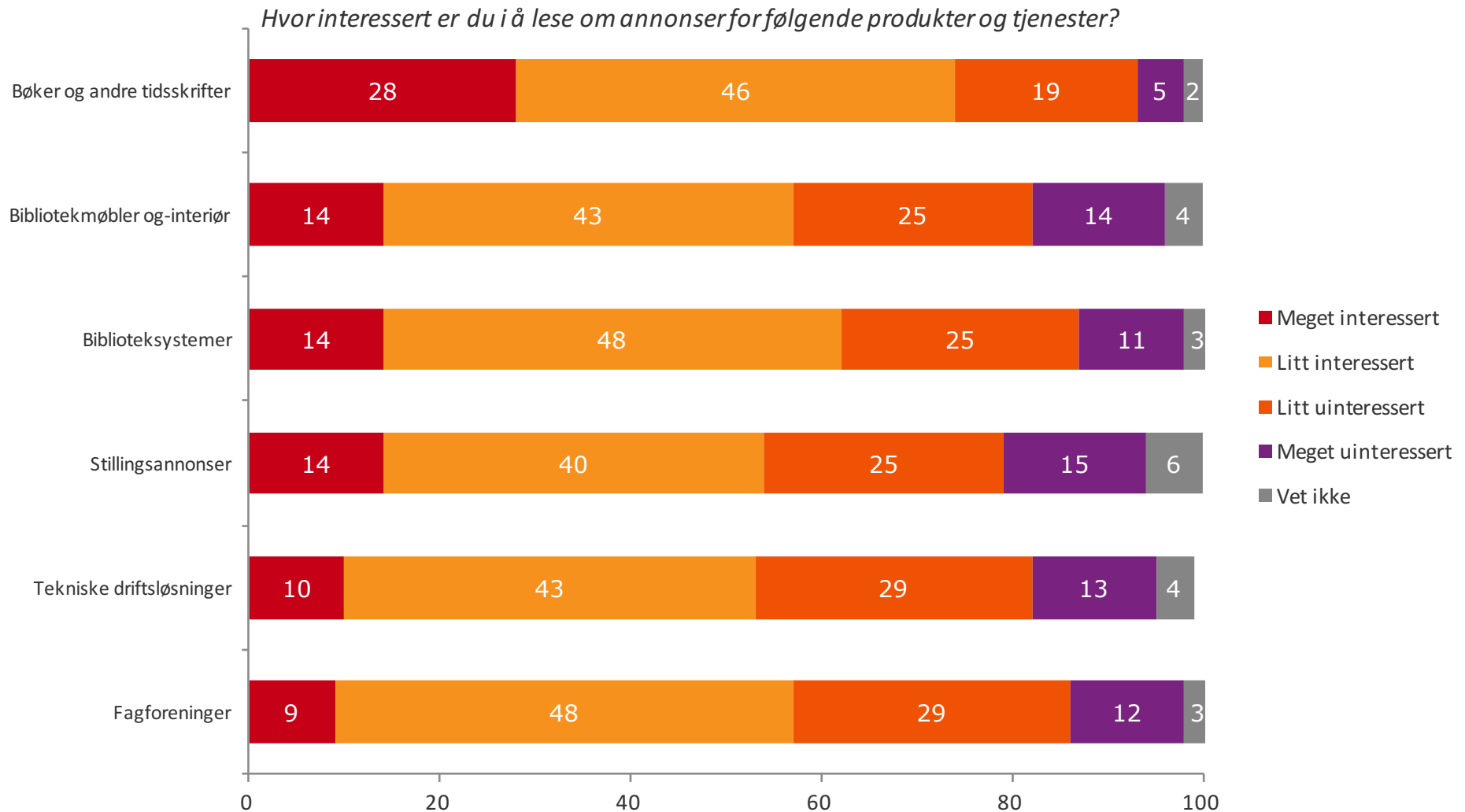
# BOK OG BIBLIOTEK

**Modul 3 *Annonse modul*** inneholder følgende spørsmålsbatteri:

**Q15** Hvor interessert er du i å lese om annonser for følgende produkter og tjenester?

**Q16** Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om annonsene i [fyll inn tittel]?

# Det er høyest interesse for å lese annonser for bøker og andre tidsskrifter



n= 329 (blant de som har lest Bok og Bibliotek på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)



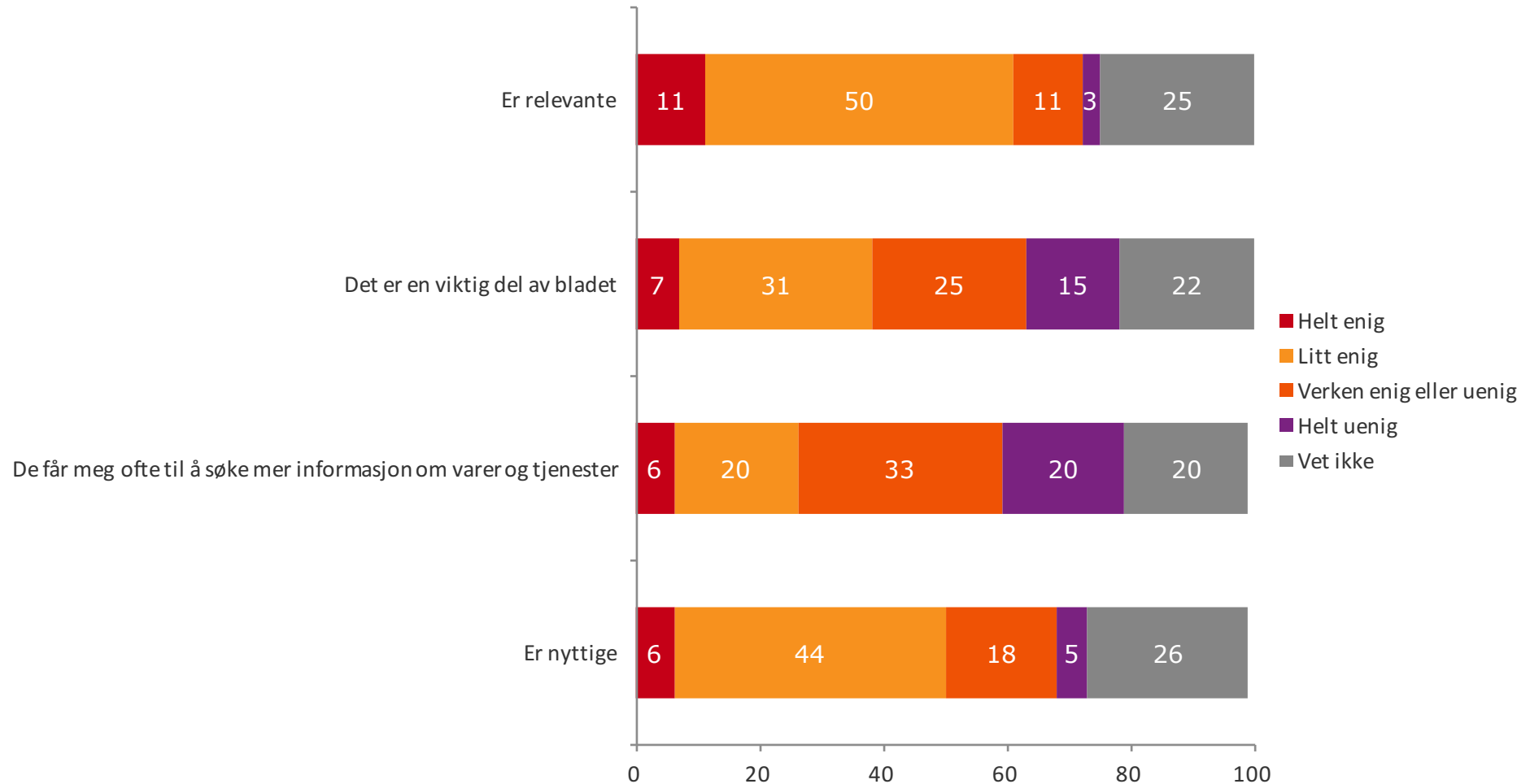
**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



# 61% er helt/litt enige i at annonsene i Bok og Bibliotek er relevante

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om annonsene i Bok og Bibliotek?



n= 329 (blant de som har lest Bok og Bibliotek på papir eller nett i løpet av siste 12 mnd.)



# 5

## Beslutningstagerindeks



# 5 Beslutningstakerindeks

## BOK OG BIBLIOTEK

**Modul 4 *Beslutningstakerindeks*** inneholder følgende spørsmålsbatteri:

**Q17** Arbeider du i privat eller offentlig sektor?

**Q18** Hvilken av følgende bransjer/sektorer jobber du i?

**Q19** Hvilken av følgende funksjoner arbeider du hovedsakelig med på din arbeidsplass?

**Q20** Har du en ledende stilling, i så fall hvilken type?

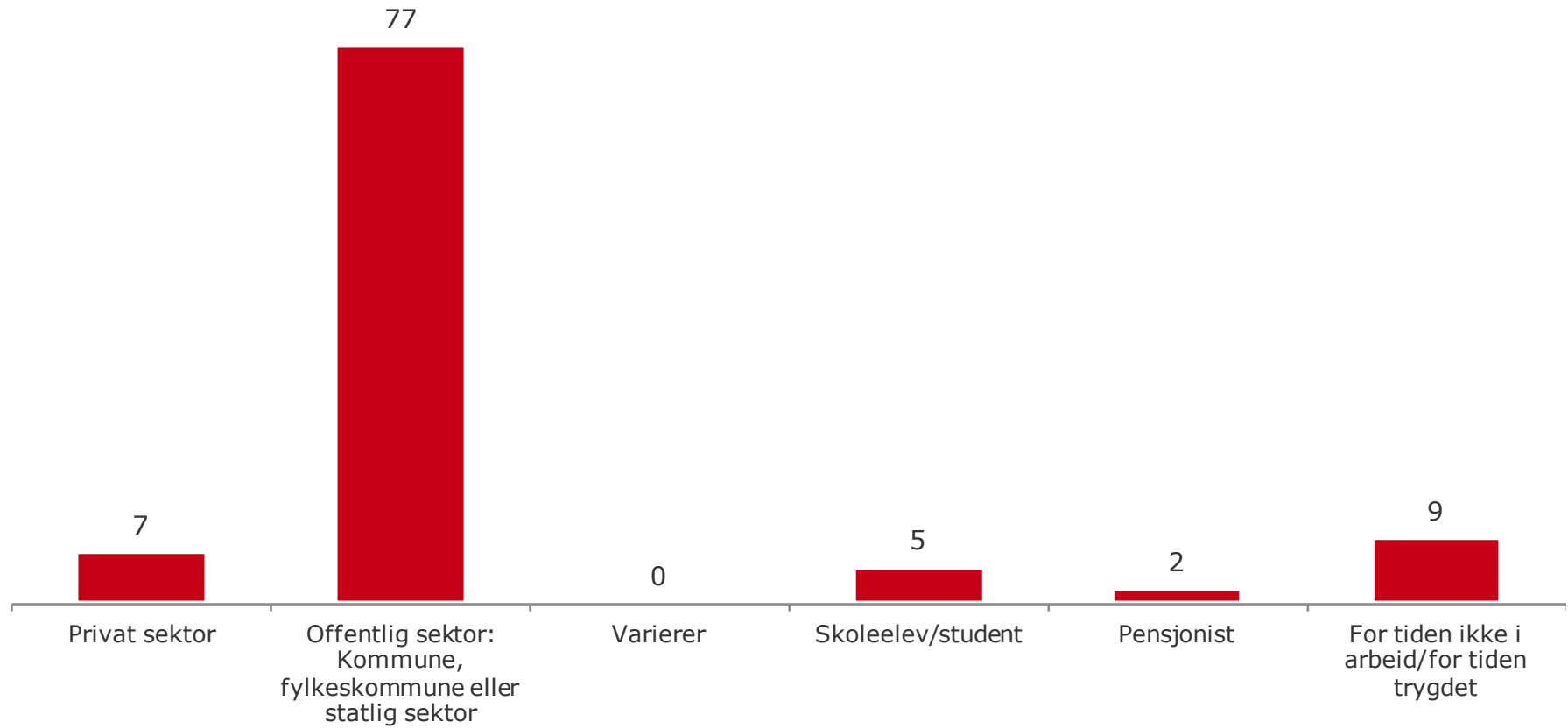
**Q21** Har du i forbindelse med jobben noe å gjøre med innkjøp i bedriften?

**Q22** Hvor stort er det årlige beløpet du har helt eller delvis innflytelse over når det gjelder innkjøp av varer og tjenester?

**Q23** Nedenfor har vi listet opp endel varer og tjenester. Hvor stor innflytelse har du ansvar for innkjøp av den aktuelle varen eller tjenesten?

# Arbeidssituasjon

Arbeider du i privat eller offentlig sektor?



Total n= 352



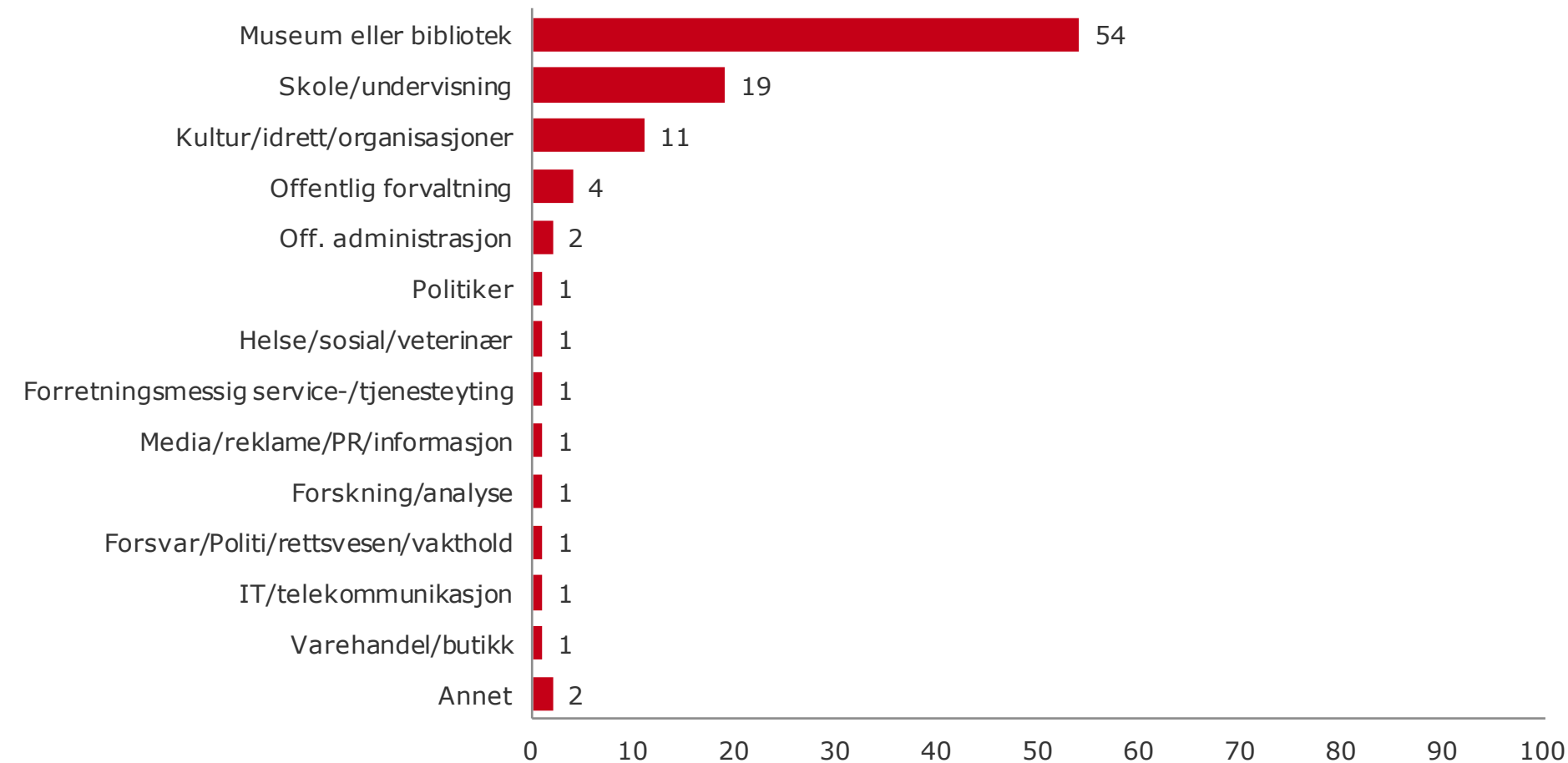
**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



# Bransje/sektortilhørighet

Hvilken av følgende bransjer/sektorer jobber du i?



■ Total

Total n = 296 Blant de som arbeider i privat sektor, offentlig sektor eller varierer

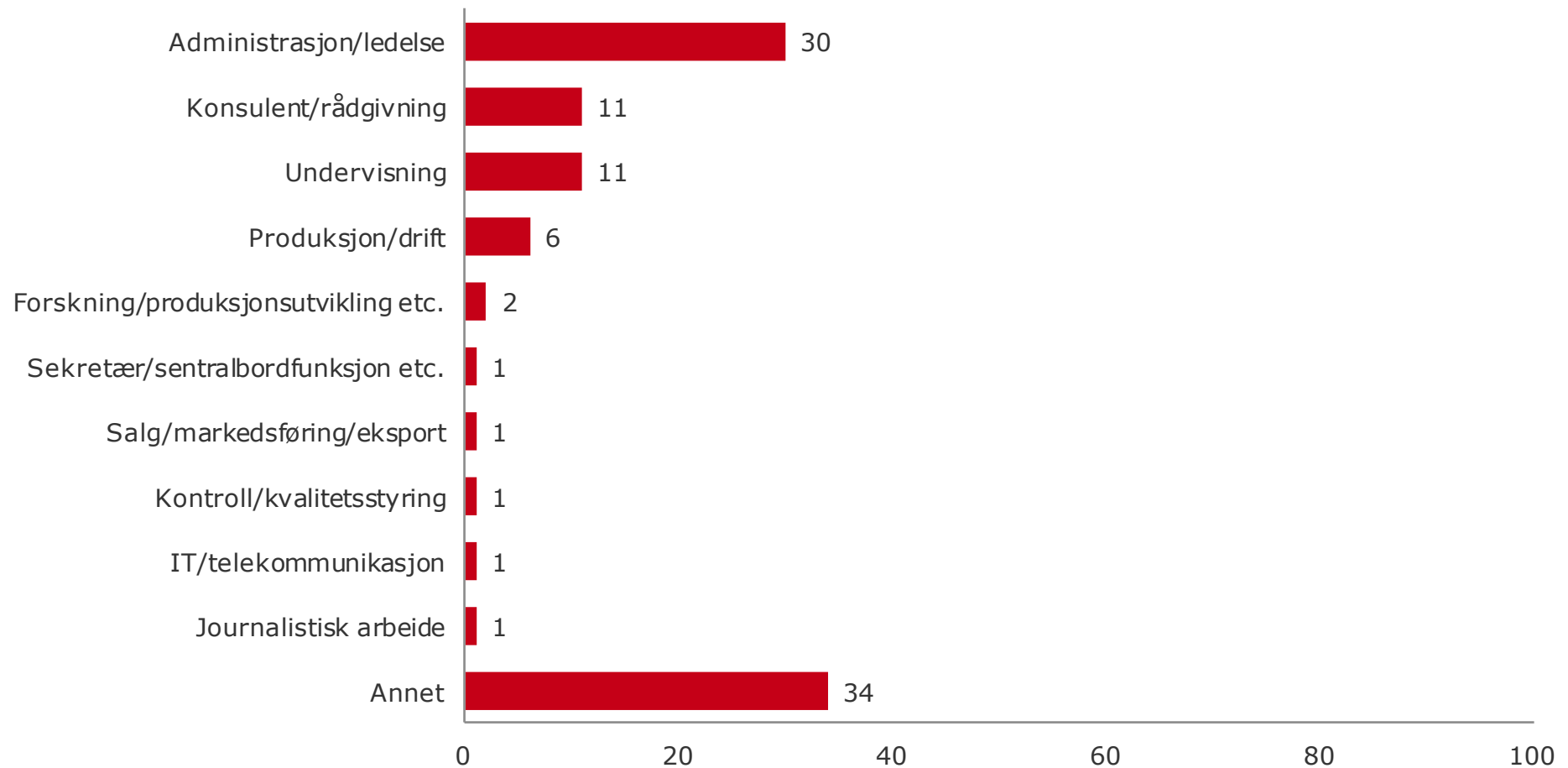


**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



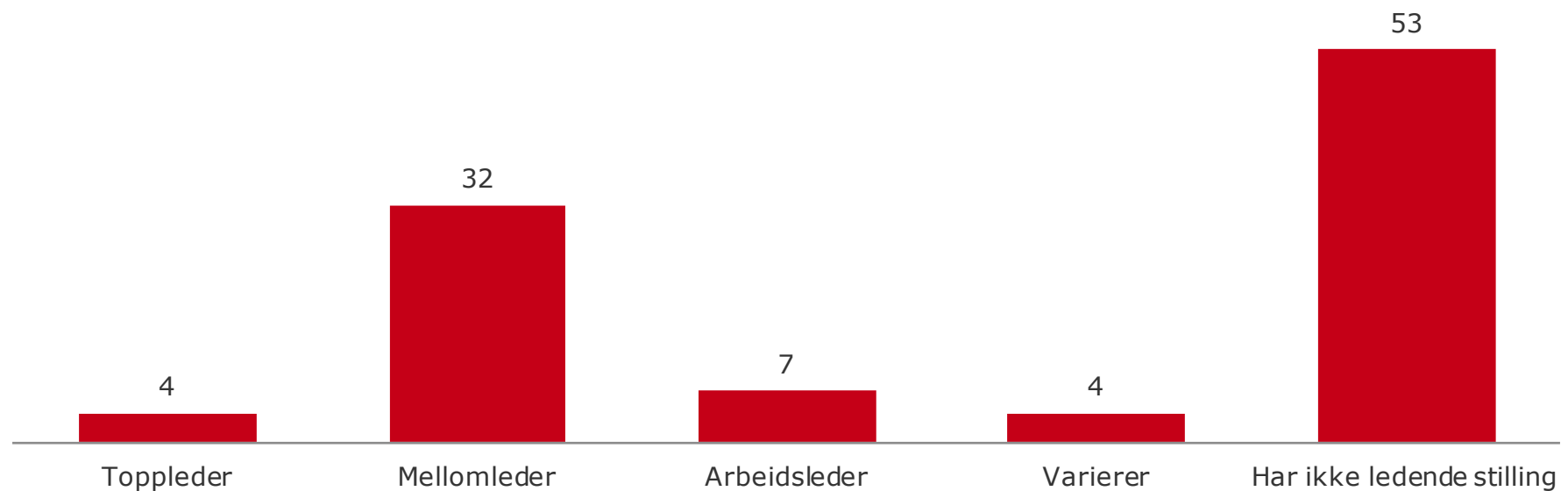
# Hvilken av følgende funksjoner arbeider du hovedsakelig med på din arbeidsplass?



■ Total

Total n = 296 Blant de som arbeider i privat sektor, offentlig sektor eller varierer

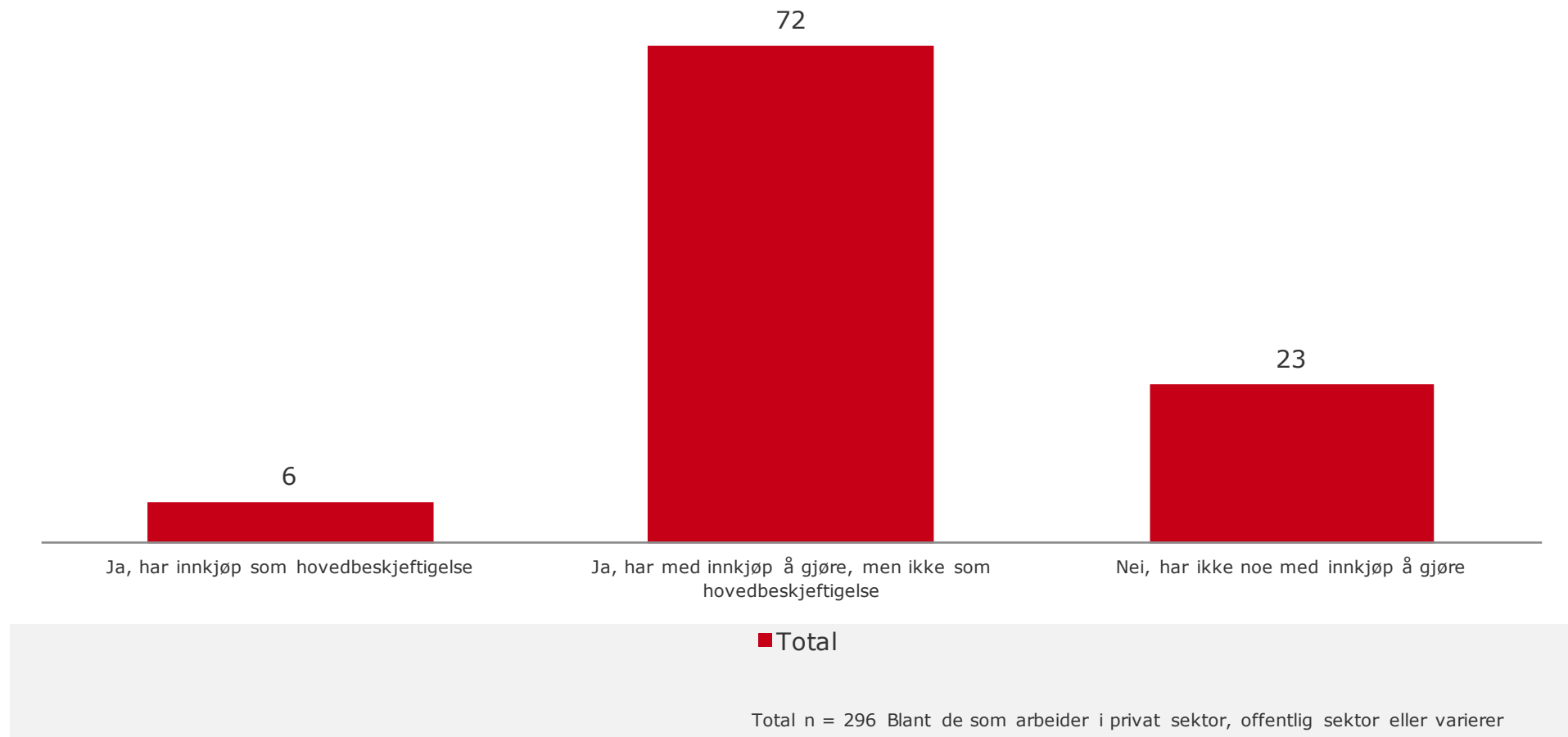
# Har du en ledende stilling, i så fall hvilken type?



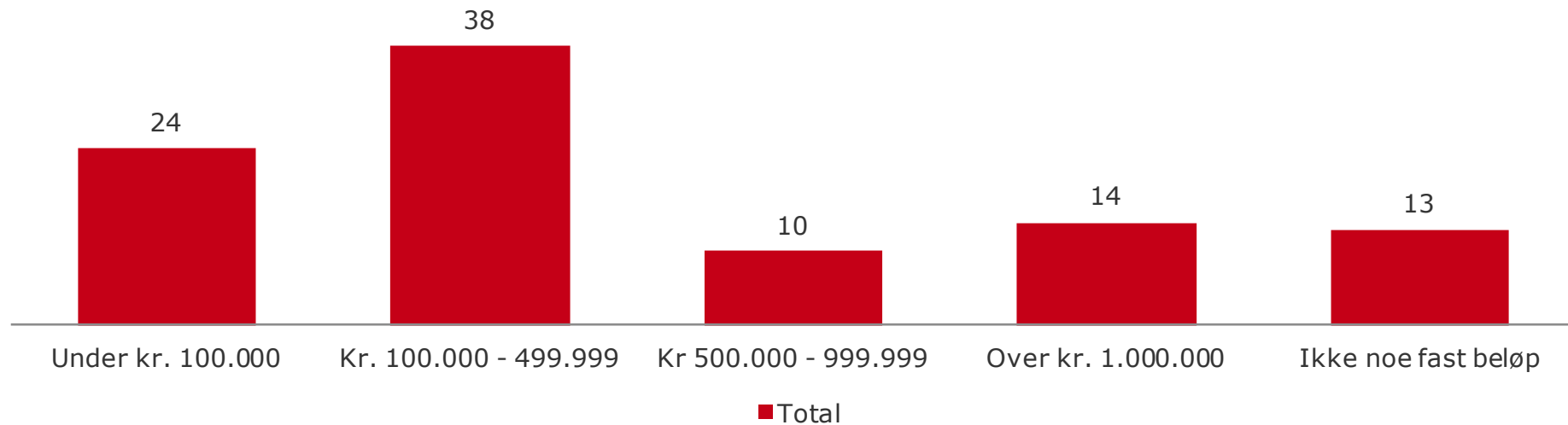
■ Total

Total n = 296 Blant de som arbeider i privat sektor, offentlig sektor eller varierer

# Har du i forbindelse med jobben noe å gjøre med innkjøp i bedriften?



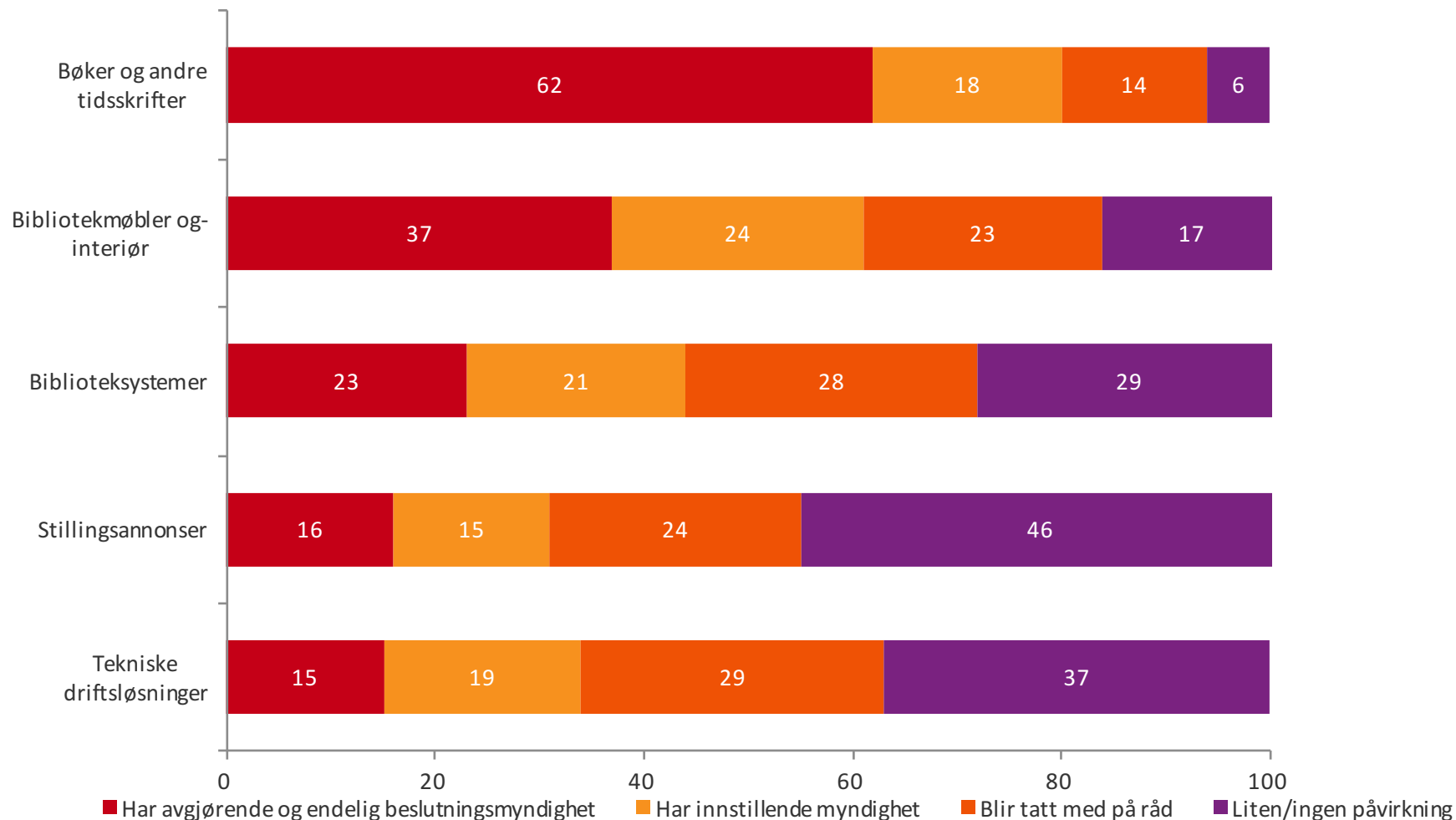
# Hvor stort er det årlige beløpet du har helt eller delvis innflytelse over når det gjelder innkjøp av varer og tjenester?



Total n = 229 Blant de som har noe med innkjøp i jobbsammenheng å gjøre



Nedenfor har vi listet opp endel varer og tjenester. Hvor stor innflytelse har du på innkjøp av den aktuelle varen eller tjenesten?



N= 229 Blant de som har noe med innkjøp i jobbsammenheng å gjøre

# 6

## Word of mouth (WOM)



# 6 WOM indeks

## BOK OG BIBLIOTEK

**Modul 5 WOM indeks** inneholder følgende spørsmålsbatteri:

- Q24 Hvor oppdatert er du på hva som skjer innenfor følgende områder?
- Q25 Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?
- Q26 Hvor interessert er du i følgende tema og aktiviteter?

# WOM-indeksen for Fagpressen

**WOM (Word Of Mouth)** er en uformell kommunikasjonsprosess der et budskap spres muntlig fra en person til en annen. **WOM-indeksen** tar sikte på å *identifisere lesere som har en evne og en vilje til å spre budskap til andre personer*. De er med på å påvirke andres holdninger eller handlinger gjennom sine synspunkter og råd.

Indeksen består nå av fem segmenter. Segmentene er laget på bakgrunn av spørsmål om *sosiale egenskaper, innovasjonsvilje og nysgjerrighet i forhold til å se på nye produkter*.

Spørsmål om innovasjonsvillighet danner grunnlaget for en **innovasjonsindeks** som deler abonnentene inn i fem **adapsjonsgrupper**.

I tillegg identifiseres de ulike WOM-segmentene innenfor en del **bransjespesifikke kategorier**. Kategoriene lages av spørsmål om hvor oppdatert eller interessert abonnenten er innenfor ulike bransjer/temaer.

# WOM-segmentene

**Connectors** : Personer som har venner i mange ulike miljø og blir betegnet som en del av det sosiale segmentet.

**Mavens** : Personer som ofte søker etter informasjon om varer og tjenester, og som liker å holde seg oppdatert. De er en del av det kunnskapsrike segmentet.

**Salesmen** : Personer som påvirker andre med deres kunnskap om ny varer og tjenester, og som fungerer som en informasjonskanal for andre. De er en del av det påvirkningsdyktige segmentet.

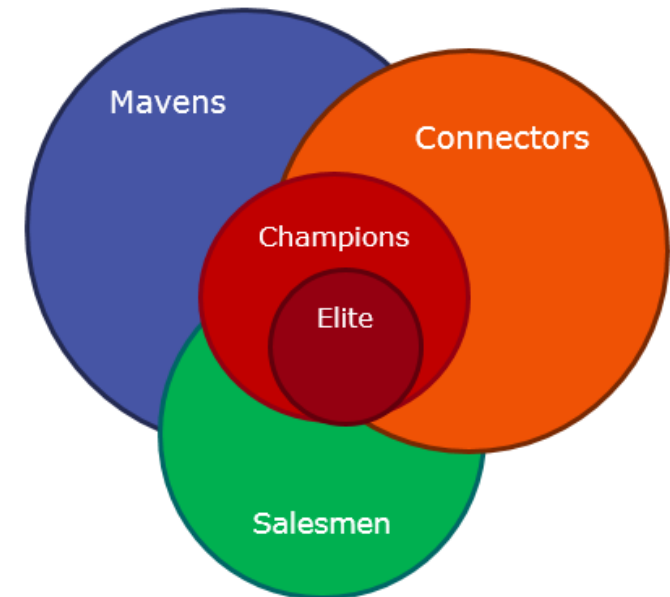
**Champions** : Personer som *både* er Connector, Maven og Salesman. Disse personene kalles for *Champions* og tilhører Opinionsleder-segmentet.

**Elite Champions** : Øvre sjiktet av *Champions*.

Ved å klassifisere abonnenter inn i disse gruppene, kan man enkelt kartlegge de som har evnen til å spre budskap til andre personer, og som kan bidra til påvirke andres holdninger og handlinger.

De ulike WOM-segmentene er også definert innenfor en del **bransjespesifikke kategorier**. På den måten kan man identifisere abonnenter med påvirkningskraft innenfor et bestemt tema/bransje.

De ulike kategoriene er: *Mat og drikke, Helse og velvære, Kosmetikk, Klær og sko, Fritid og reiser, Bil og motor, Interiør, hus og hjem, Økonomi, Elektronikk, Politikk og samfunn, TV-, radio- og musikkutstyr og Yrke/Profesjon.*

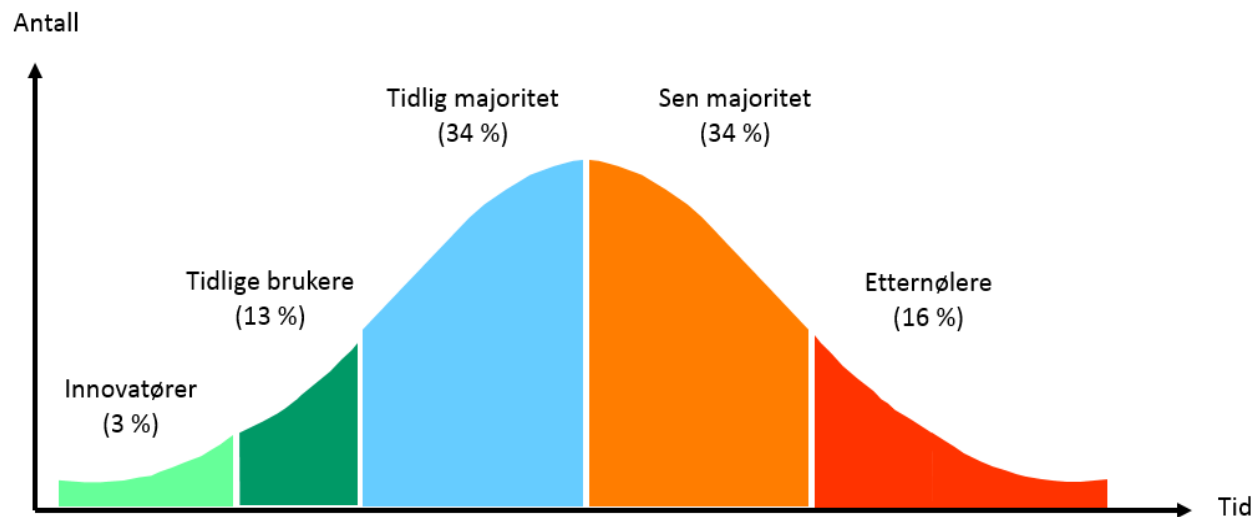


# De fem adapsjonsgruppene

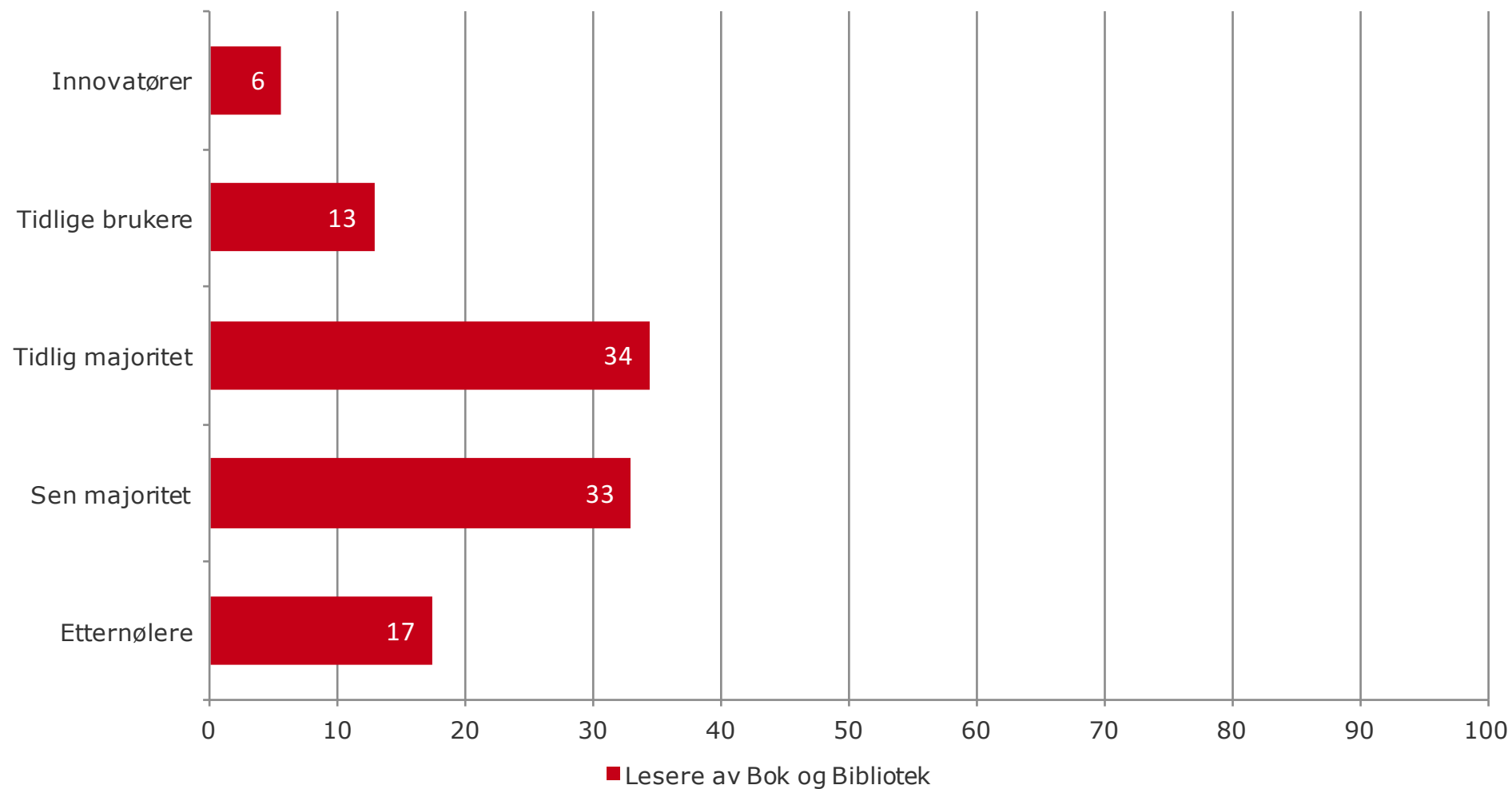
De fem **adapsjonsgruppene** definerer innovasjonsvilligheten til leserne.

For å kunne komme frem til gruppene blir det først laget en **innovasjonsindeks**. Spørsmål om hvor ofte de søker etter informasjon om nye varer og tjenester, ser etter og prøver nye ting og om de prøver ting før sine venner inngår i beregningen av innovasjonsindeksen.

Deretter blir abonnentene delt inn i fem adapsjonsgrupper: *Innovatører*, *Tidlige brukere*, *Tidlig majoritet*, *Sen majoritet* og *Etternølere*. Størrelsen på gruppene er definert etter **adapsjonskurven**:



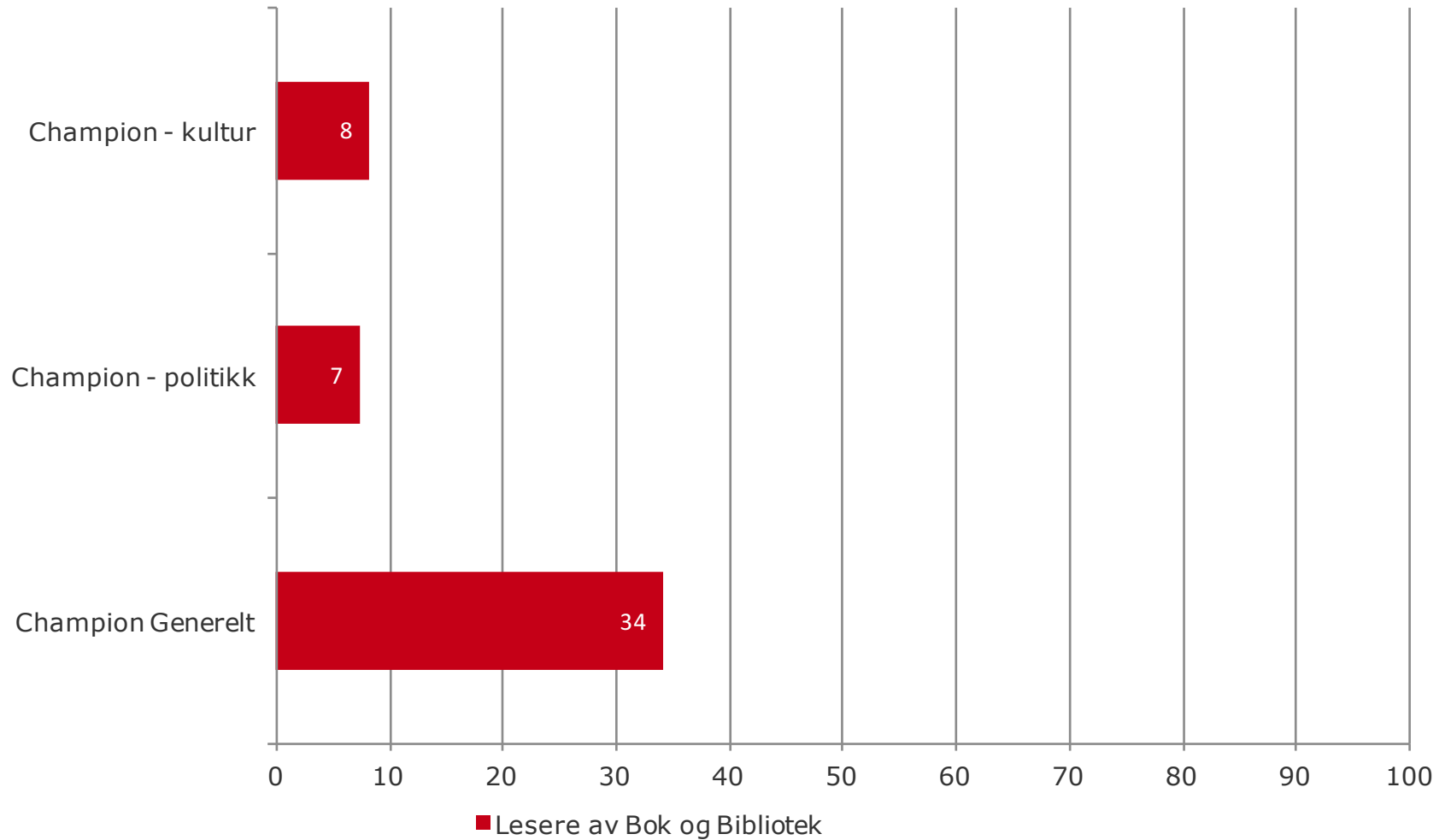
# WOM indeks: Innovasjonsvillighet



Total n= 352



# WOM indeks: Champions

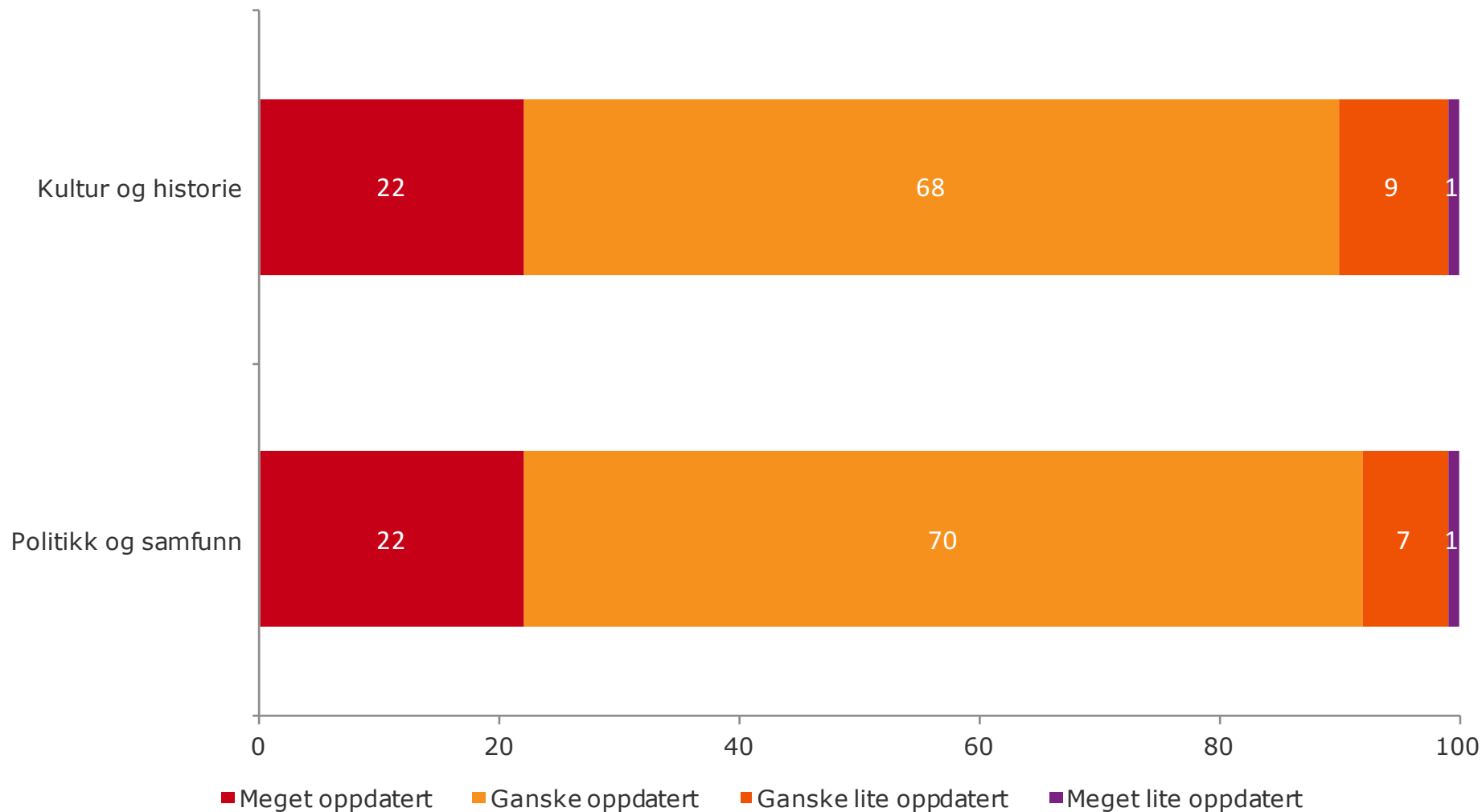


Total n= 352





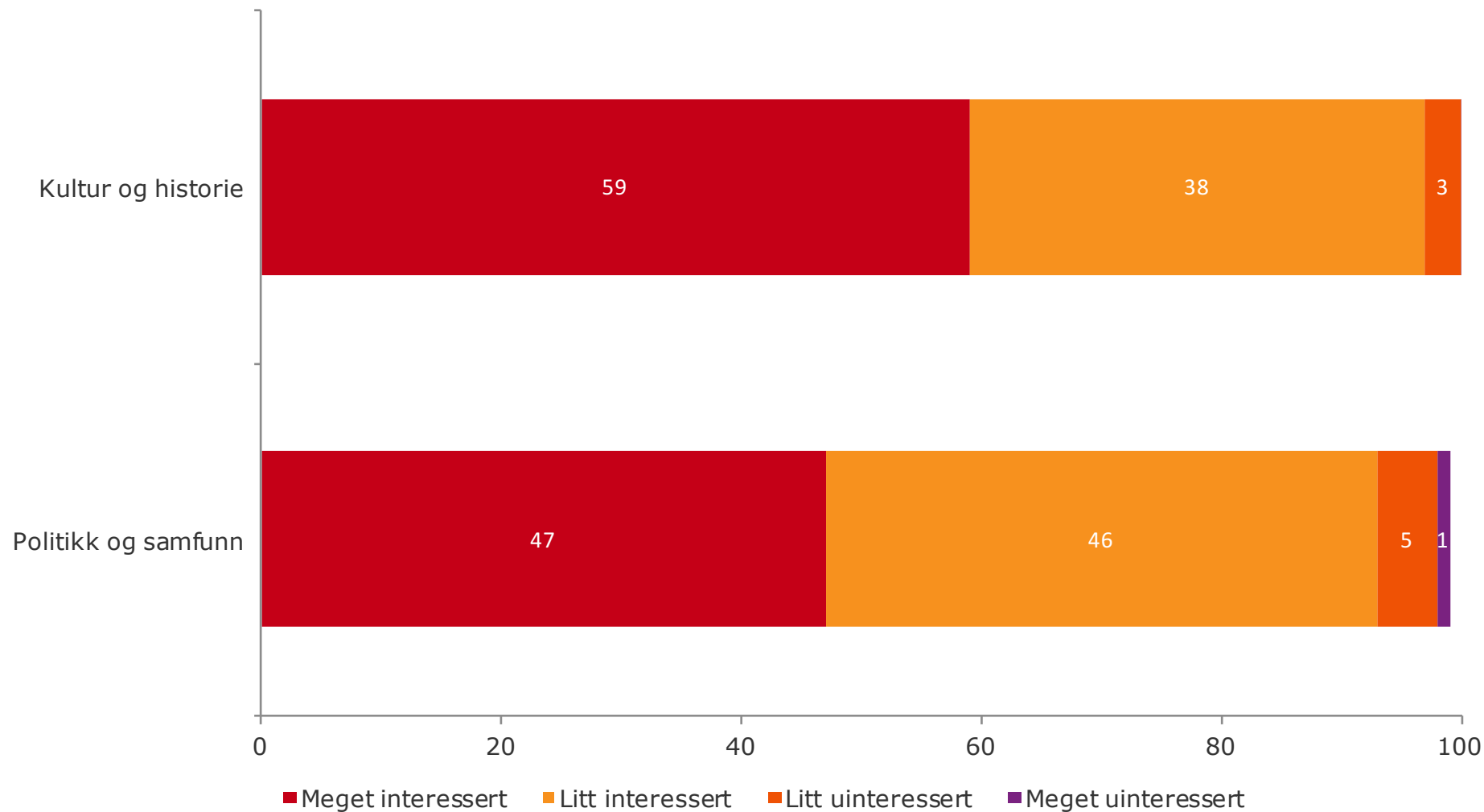
# Hvor oppdatert er du på hva som skjer innenfor følgende områder?



Total n= 352

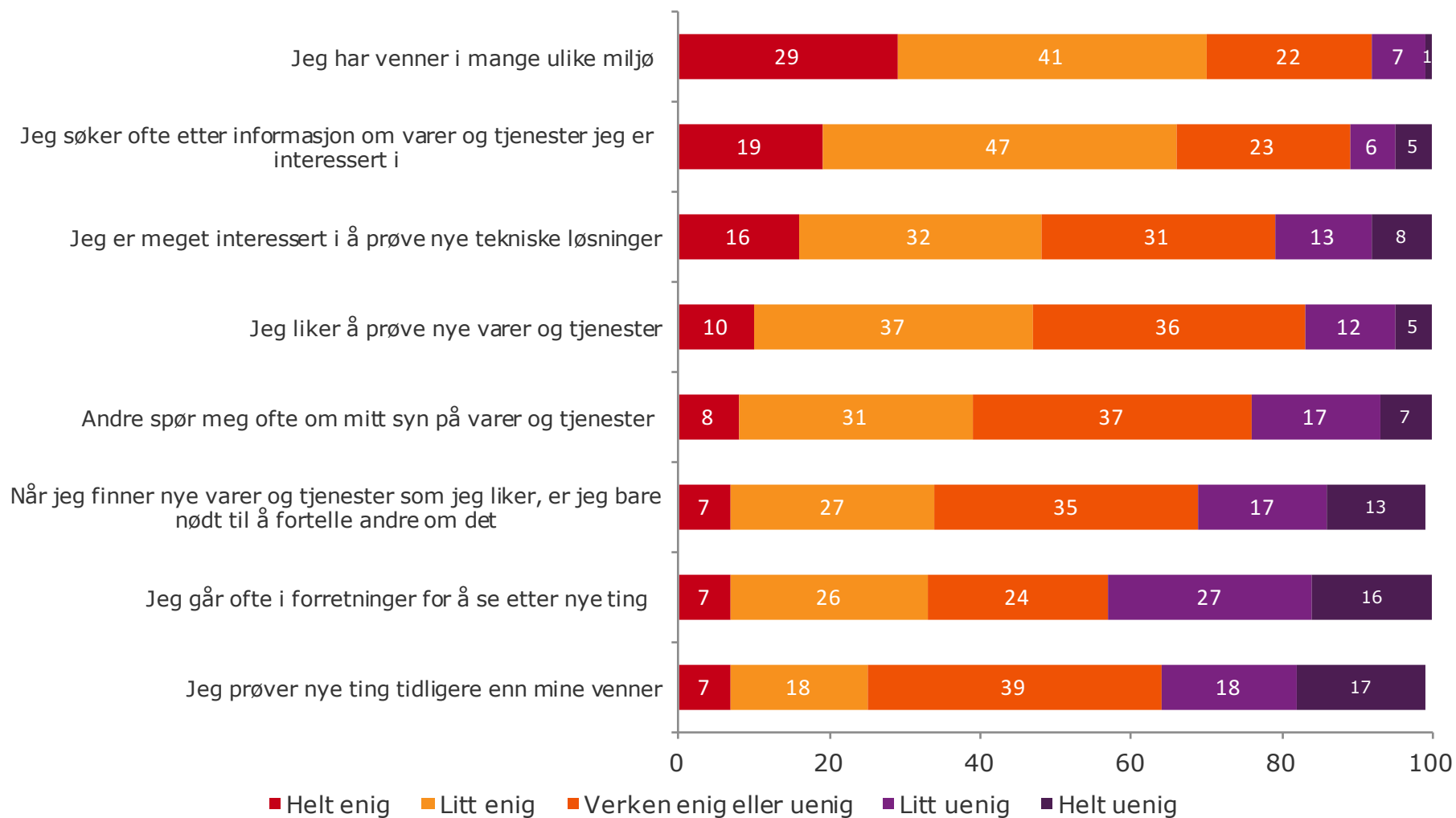


# Hvor interessert er du i følgende tema og aktiviteter?



Total n= 352

# Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?



Total n= 352



**TNS Gallup**  
Leserkretsundersøkelse

© TNS Juni 2016



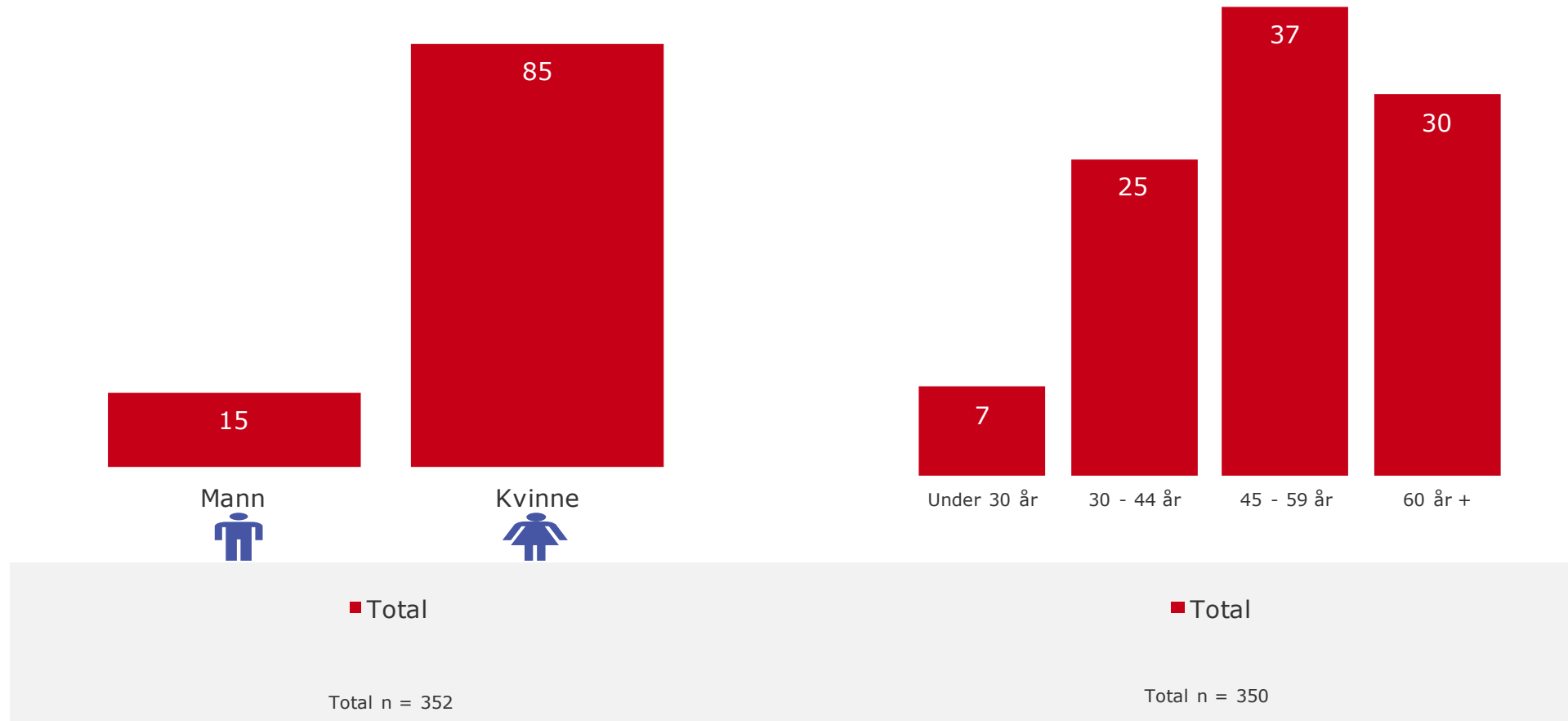
# 7

## Bakgrunnsinformasjon

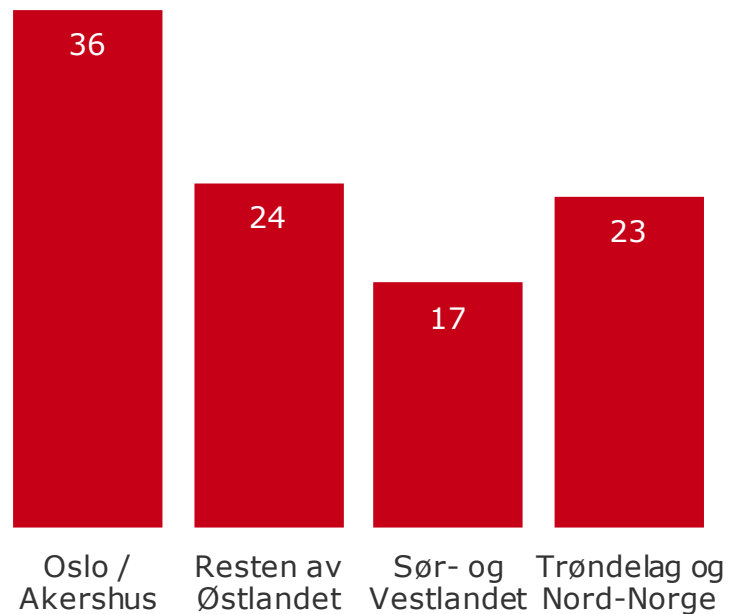


# Overvekt av kvinner som leser Bok og Bibliotek

## Snittalder ligger på 50 år



# Geografisk fordeling av leserne



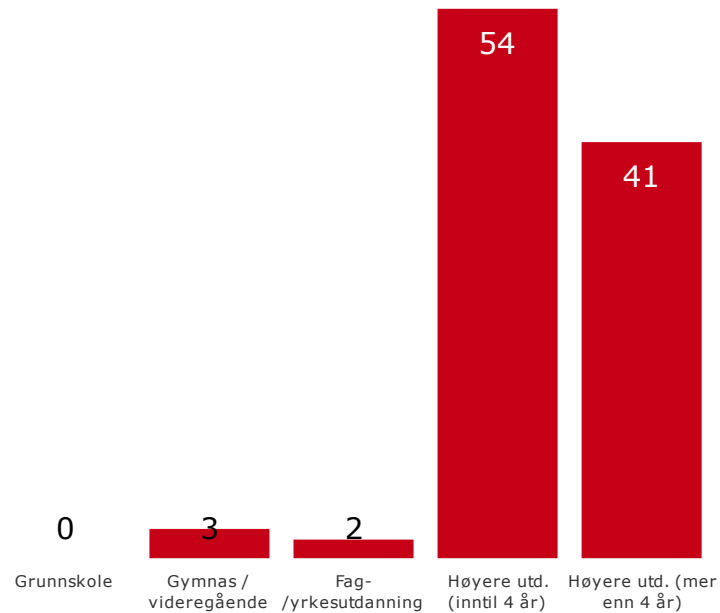
- **Oslo/Akershus:** Oslo, Akershus.
- **Resten Østlandet:** Østfold, Hedmark, Oppland, Buskerud, Vestfold og Telemark.
- **Sør- og Vestlandet:** Aust-Agder, Vest-Agder, Rogaland, Hordaland, Sogn- og Fjordane, Møre- og Romsdal.
- **Trøndelag og Nord-Norge:** Sør-Trøndelag, Nord-Trøndelag, Nordland, Troms, Finnmark.

■ Total

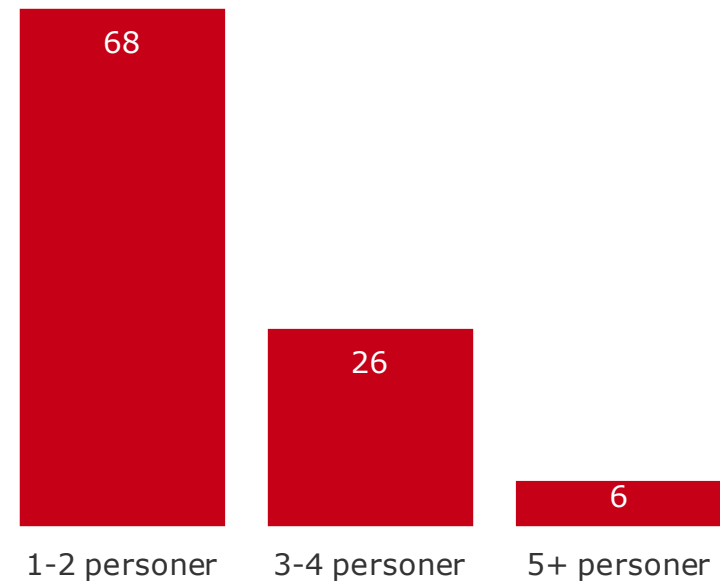
Total n = 344

# Bok og Bibliotek sine lesere har høyere utdanning

Hva er din høyeste fullførte skolegang?



Hvor mange personer bor det vanligvis i husstanden når du regner med alle voksne og barn (også deg selv)?



■ Total

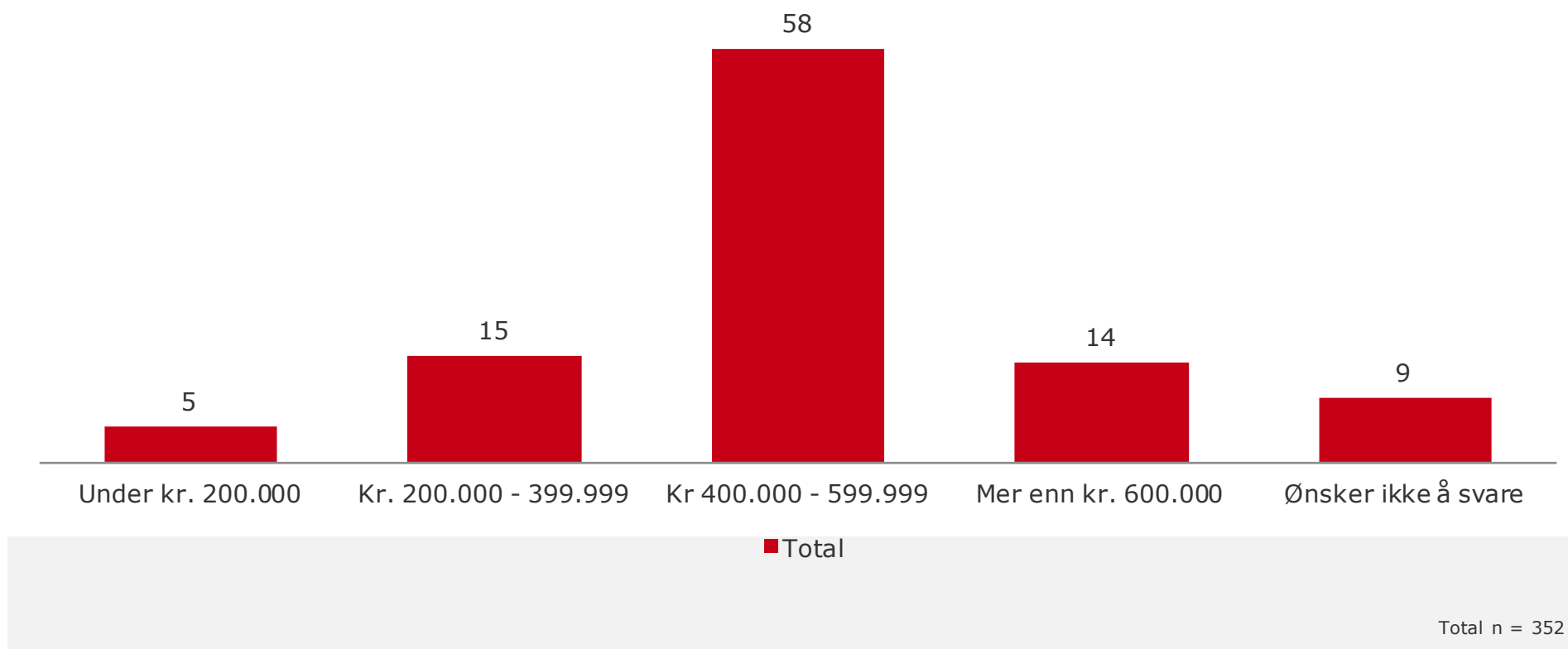
Total n = 352

■ Total

Total n = 351



# Personlig brutto årsinntekt





# 8

## Vedlegg



# Feilmarginer

Antall obs.	<u>PROSENTRESULTAT</u>									
	1%	3%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	40%	50%
50	2,4	4,7	6,2	8,5	10,1	11,3	12,2	13,0	13,9	14,1
100	2,0	3,3	4,4	6,0	7,1	8,0	8,7	9,2	9,8	10,0
200	1,2	2,4	3,1	4,2	5,0	5,7	6,1	6,5	6,9	7,1
<b>300</b>	<b>1,2</b>	<b>1,9</b>	<b>2,5</b>	<b>3,5</b>	<b>4,1</b>	<b>4,6</b>	<b>5,0</b>	<b>5,3</b>	<b>5,7</b>	<b>5,8</b>
400	1,0	1,7	2,2	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,9	5,0
500	0,8	1,5	1,9	2,7	3,2	3,6	3,9	4,1	4,4	4,5
600	0,8	1,4	1,8	2,5	2,9	3,3	3,5	3,7	4,0	4,1
700	0,7	1,3	1,6	2,3	2,7	3,0	3,3	3,5	3,7	3,8
800	0,6	1,2	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,5	3,5
900	0,6	1,1	1,4	1,9	2,3	2,5	2,7	2,9	3,1	3,2
1 000	0,6	1,1	1,4	1,9	2,3	2,5	2,7	2,9	3,1	3,2

Denne oversikten over feilmarginer angir et intervall for prosentresultater som med 95 % sannsynlighet inneholder det sanne resultat. F. eks. vil oppslutningen (den sanne verdi) for en kampanje som viser 10 % med 300 observasjoner (intervju), ligge mellom 6.5 - 13.5 %. Feilmarginen er her +/- 3.5 %. Dette finner vi ved å ta utgangspunkt i 300 under "antall obs." og i et prosentresultat på 10 %. Dersom utgangspunktet er 100 observasjoner vil den sanne verdi ligge mellom 4% og 16% (+/- 6.0%). Matrisen viser at feilmarginene øker jo mindre utvalget er (antall obs.), og jo nærmere prosentresultatet er 50 %.

Alle utvalgsundersøkelser er beheftet med feilmarginer. Dette skyldes at det ikke er mulig å intervjuer hele befolkningen (populasjonen). Derfor må man være svært forsiktig med å tolke tallene bokstavelig.

# Publisering

Ved publisering av resultater fra undersøkelser gjennomført av TNS Gallup, skal navn på oppdragsgiver og institutt alltid oppgis. For øvrig gjelder artikkel 29 i Norsk Markedsanalyse Forenings Etiske Regler som retningslinjer for offentliggjøring av resultater.

Dersom det publiseres feilaktige tall eller villedende utdrag fra resultatene, forbeholder TNS Gallup seg rett til å publisere resultater fra samme undersøkelse for å gi en korrekt og nøytral framstilling.

