

# KULTURSTYRELSEN

PRÆSENTATION AF SEGMENTERINGSSTUDIE

CARAT DEEP BLUE  
FEBRUAR 2014

# AGENDA

1. Baggrund og formål
2. Metode
3. Resultater
4. Strategiske anbefalinger for segmenter



# BAGGRUND OG FORMÅL

Undersøgelser viser, at 40 % af befolkningen enten aldrig læser skønlitteratur eller gør det relativt sjældent.

Danmark Læser er et initiativ, der skal få flere danskere til at læse. Denne analyse har derfor til formål at identificere den adfærd, der kendetegner de personer, der kun meget sjældent læser skønlitteratur, herunder hvilke drivers og barrierer der gør sig gældende.



# METODE

1 Fokusgruppe



2 Segmenteringsstudie



# METODE FOKUSGRUPPE



- Grupper: 2 stk.
- Sted: København
- Tid: 2 timer pr. gruppe
- Deltagerantal: 8 personer pr. gruppe
- Dato for afholdelse: 16. januar 2014
- Målgrupper:
  - Medium-/Light users
    - 25-39 årige, 50/50 M/K
    - Læser bøger 1-5 gange halvårligt eller aldrig, men er positiv over for at læse bøger (Skønlitterært)
  - Medium-/Light users
    - 40-60 årige, 50/50 M/K
    - Læser bøger 1-5 gange halvårligt eller aldrig, men er positiv over for at læse bøger (Skønlitterært)

# METODE SEGMENTERINGSSTUDIE



- Målgruppe: Personer i alderen 18-74 år, som læser skønlitteratur 1-5 dage per halvår, sjældnere eller aldrig (men som minimum har læst en skønlitterær bog på et tidspunkt)
- Der er gennemført 1.575 interview
- Undersøgelsen er gennemført online via Norstats panel
- Data er vejet på køn, alder og geografi, så de er repræsentative for befolkningen med udgangspunkt i målgruppen

# FOKUS FOR SEGMENTERING

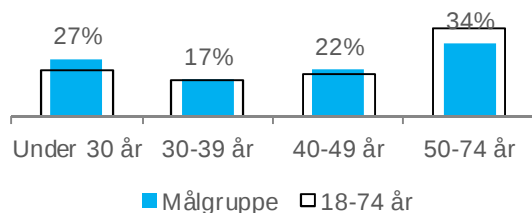


# RESULTATER

# MÅLGRUPPEN



Kvinder: 42% (84)  
Mænd: 58% (116)



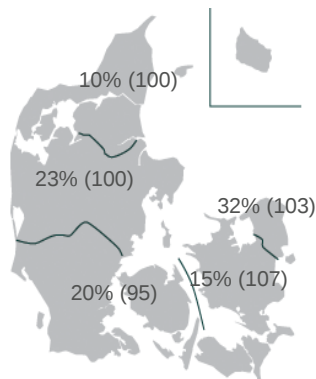
Grundskole 9% (75)  
Gymnasial uddannelse 16% (114)  
Erhvervsuddannelse 22% (63)  
Kort videregående uddannelse 12% (200)  
Mellemlang videregående udd. 27% (129)  
Lang videregående udd. 13% (100)



Husstandsindkomst  
Under 400.000 36% (118)  
400-699.999 28% (102)  
700.000+ 25% (86)

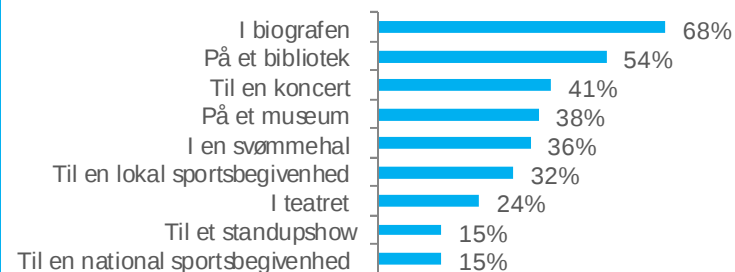


Husstandsstørrelse  
1 person 25% (126)  
2+ 75% (93)

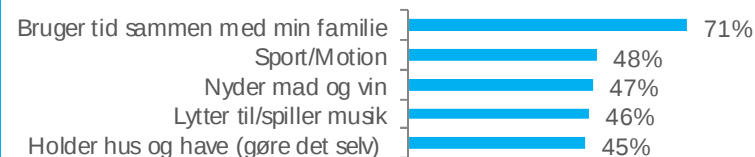


Målgruppe: Personer i alderen 18-74 år, som læser skønlitteratur 1-5 dage per halvår, sjældnere eller aldrig (men som minimum har læst en skønlitterær bog på et tidspunkt)  
(Indeks i forhold til befolkningen generelt i alderen 18-74)

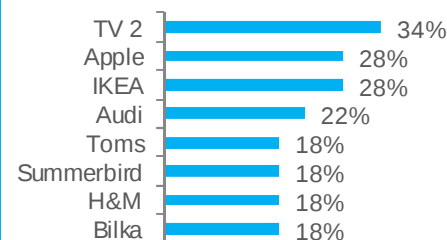
## Gør min. halvårligt

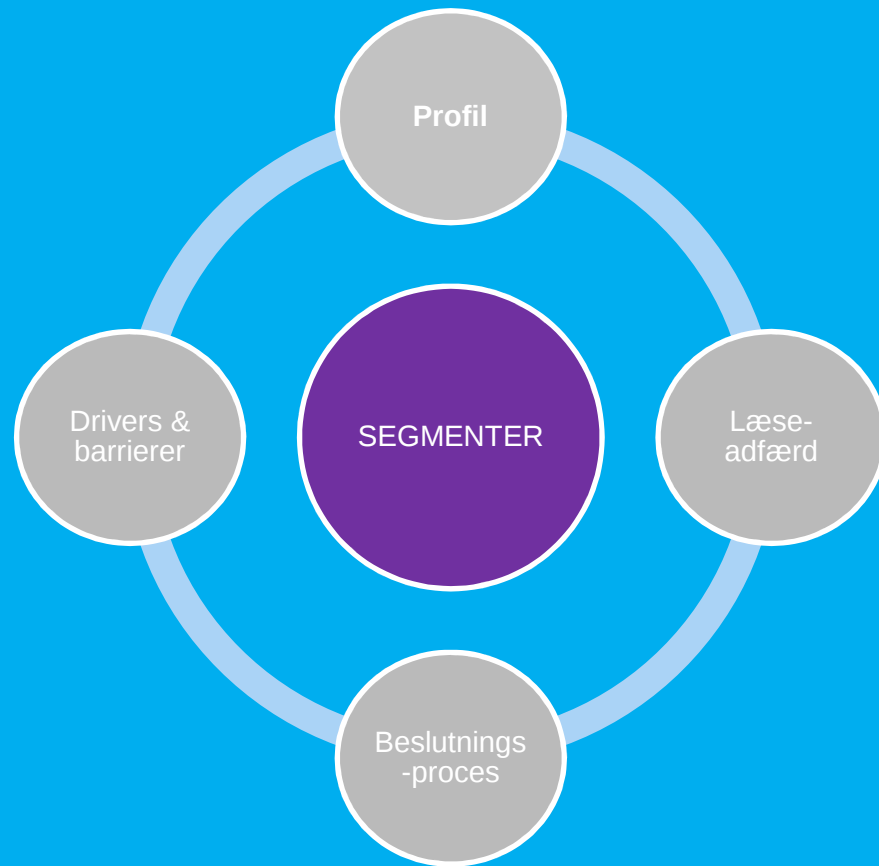


## Top5 fritidsaktiviteter



## Foretrukne mærker





# HVEM ER SEGMENTERNE?



## De uinteresserede

Læser allermindst  
Afvisende over for bøger  
Mænd (unge)  
Underrepræsenteret i Hovedstaden  
Lavt uddannede  
Få fritidsaktiviteter  
Søger mindst inspiration til bøger  
Anbefaler ikke bøger til andre



## De travle familier

Læser lidt  
Positive over for bøger  
Lidt flere mænd end kvinder  
Nære/hjemmelige fritidsaktiviteter  
Søger inspiration til bøger hos netværk  
Anbefaler bøger til andre



## De motiverede

Læser mest  
Positive over for bøger  
Kvinder  
Hovedstaden  
Højt uddannede  
Mange fritidsaktiviteter  
Positive over for bøger  
Søger mest inspiration til bøger  
Anbefaler bøger til andre

# DE UINTERESSEREDE

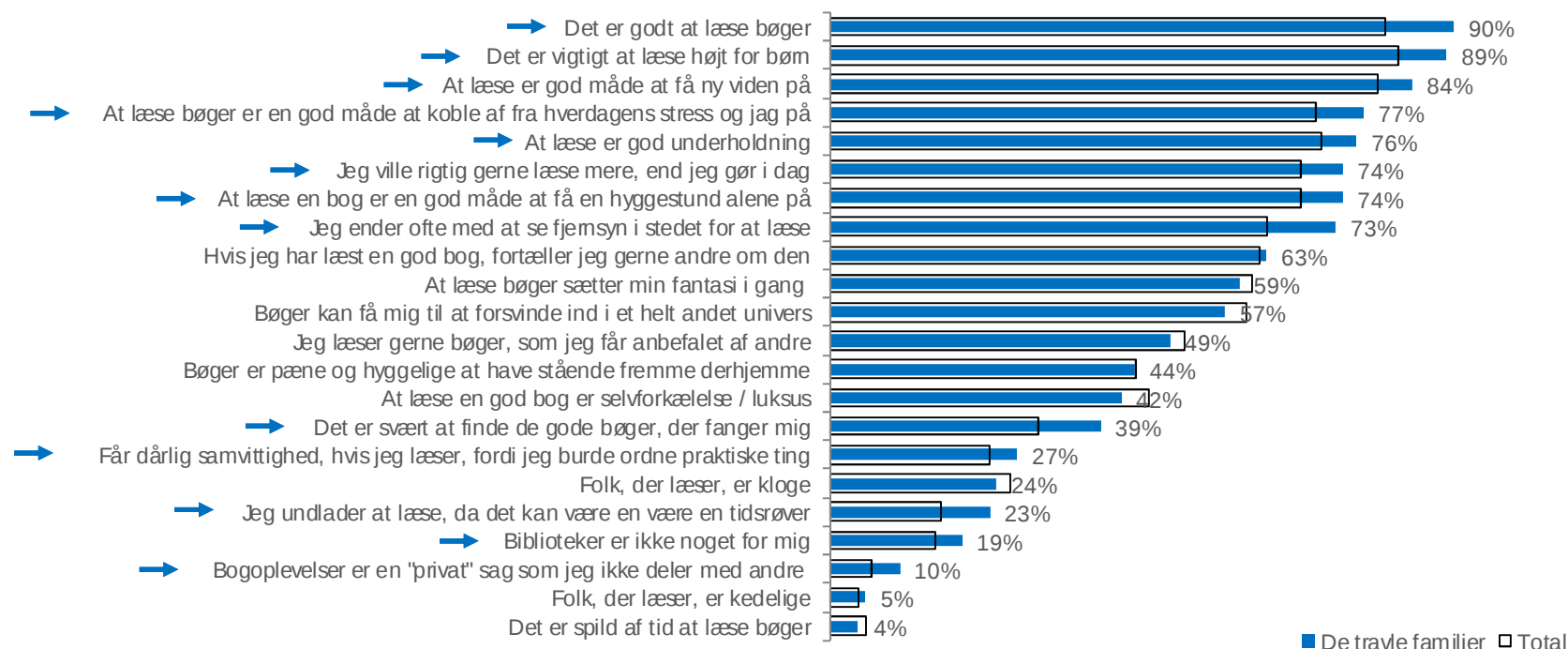
De finder det særligt svært at finde de gode bøger, der fanger dem. Biblioteker er ikke noget for dem, og de synes, at det er spild af tid at læse bøger.



q13 - Hvor enig eller uenig er du i nedenstående? (Top 2 – meget enig + enig ) (Base: 298)

# DE TRAVLE FAMILIER

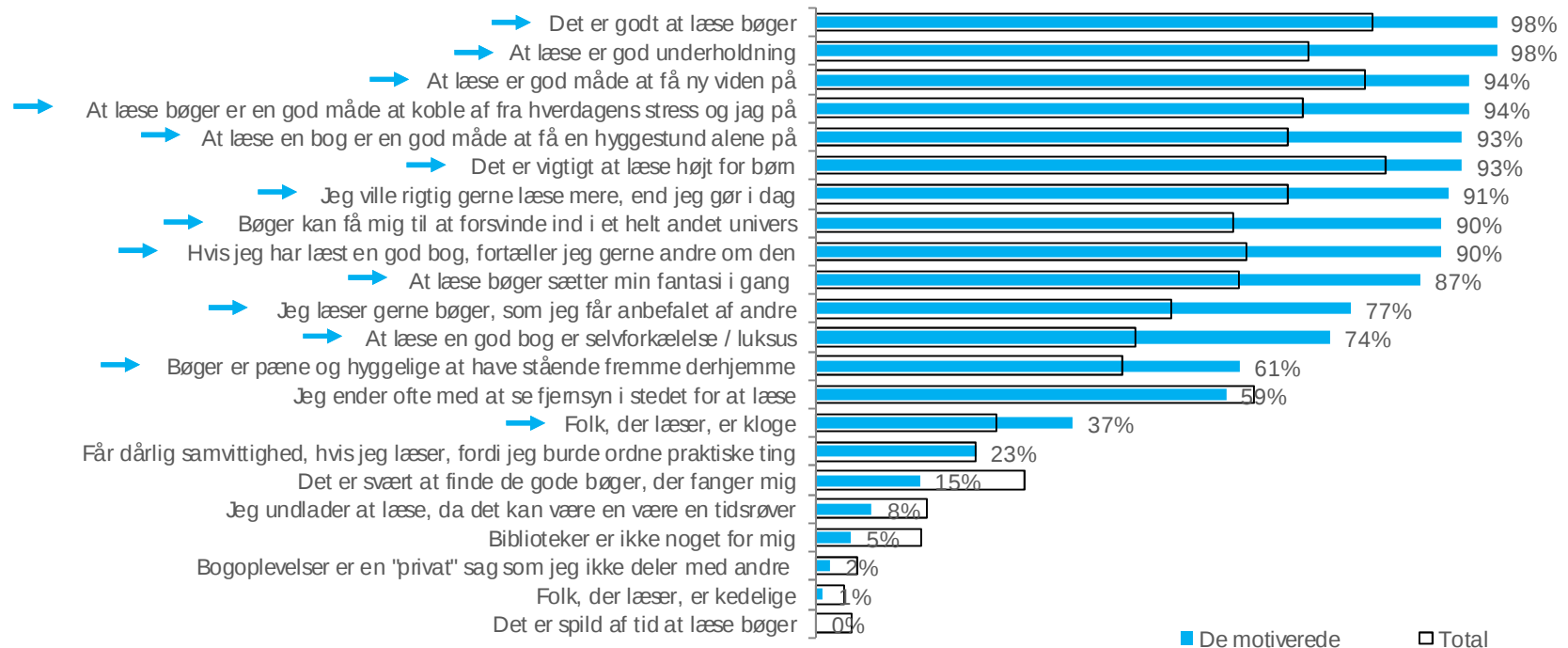
De synes, at det er godt at læse bøger, at det er vigtigt at læse højt for børn, og at det er en god måde at få ny viden på – et segment der generelt er rimelig positivt over for bøger.



q13 - Hvor enig eller uenig er du i nedenstående? (Top 2 – meget enig + enig ) (Base: 711)

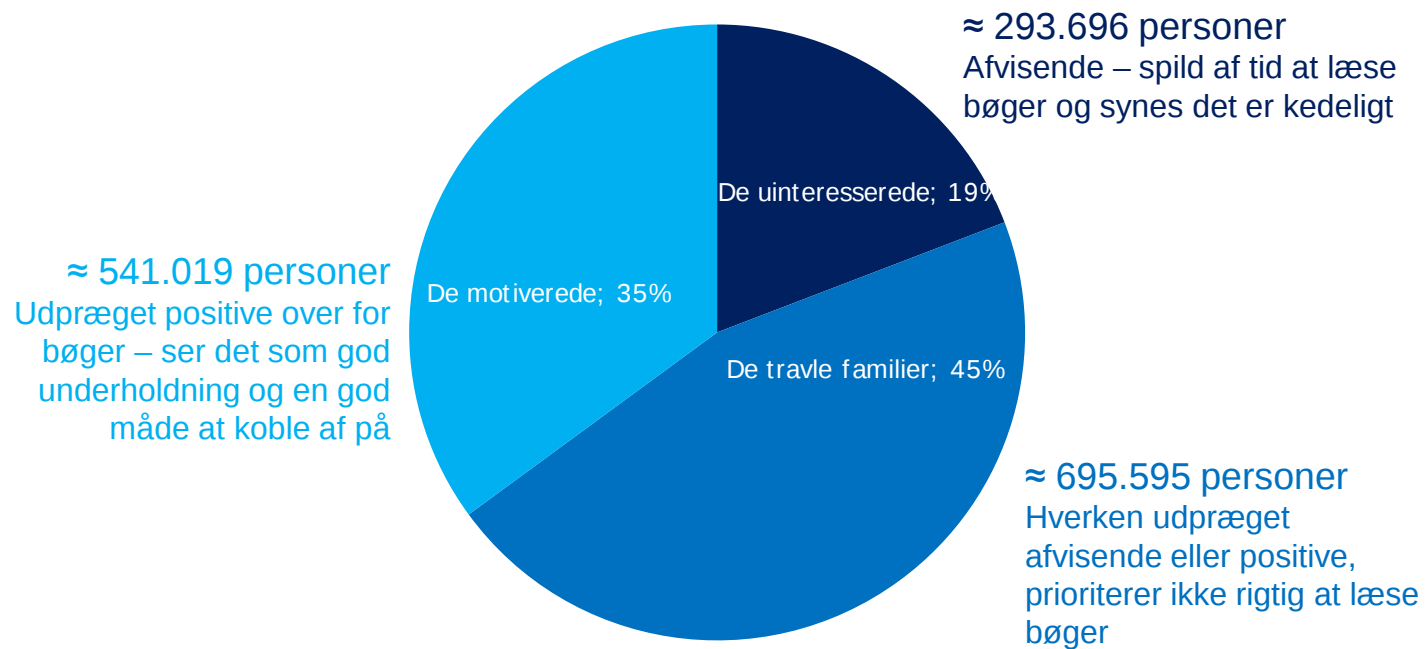
# DE MOTIVEREDE

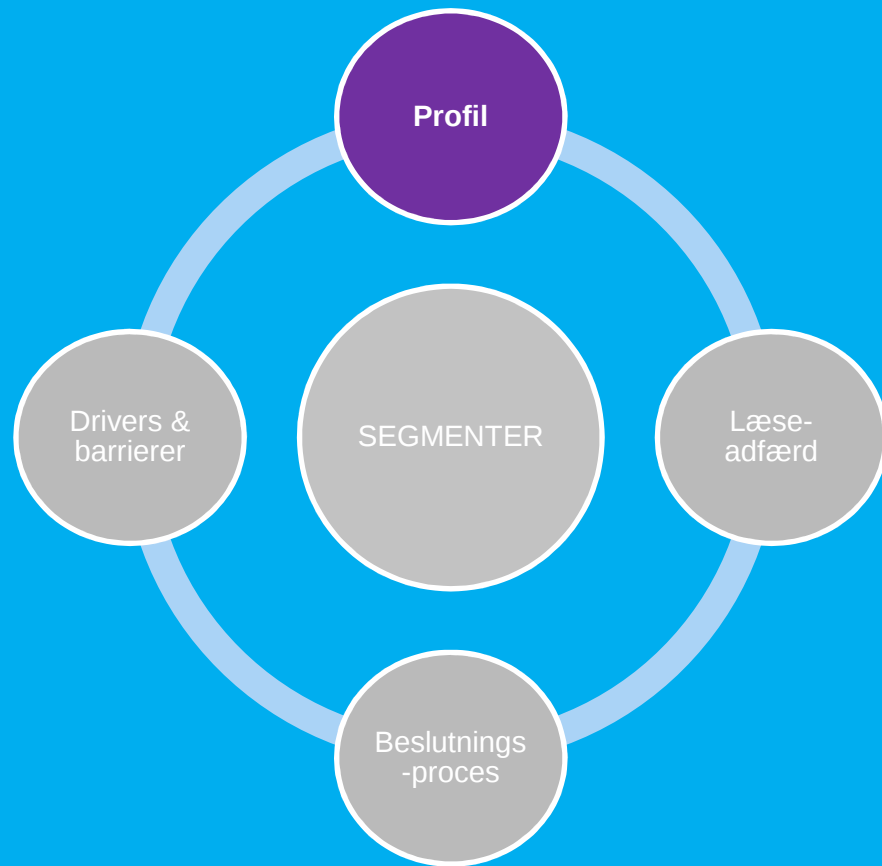
Det segment der er allermest positivt over for bøger! De oplever stor værdi af at læse bøger – både underholdning og afslapning, men også en god måde at tilegne sig ny viden på.



q13 - Hvor enig eller uenig er du i nedenstående? (Top 2 – meget enig + enig ) (Base: 545)

# FORDELING AF SEGMENTER



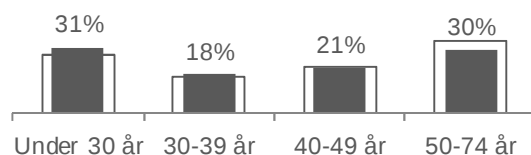


# DE UINTERESSEREDE

Segmentstørrelse: 19%



Kvinder: 26% (62)  
Mænd: 74% (128)



| Uddannelse                   | Procent   |
|------------------------------|-----------|
| Grundskole                   | 13% (144) |
| Gymnasial uddannelse         | 19% (119) |
| Erhvervsuddannelse           | 25% (114) |
| Kort videregående uddannelse | 13% (108) |
| Mellemlang videregående udd. | 19% (70)  |
| Lang videregående udd.       | 10% (77)  |

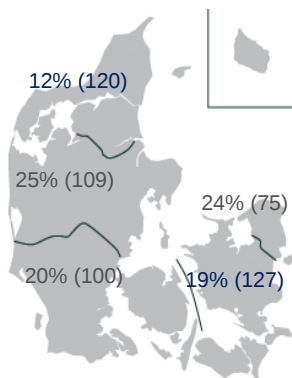


| Husstandsindkomst | Procent   |
|-------------------|-----------|
| Under 400.000     | 34% (94)  |
| 400-699.999       | 33% (118) |
| 700.000+          | 18% (86)  |



| Husstandsstørrelse | Procent   |
|--------------------|-----------|
| 1 person           | 19% (116) |
| 2+                 | 70% (93)  |

| Børn                 | Procent   |
|----------------------|-----------|
| Har hj.boende børn   | 30% (97)  |
| Ingen hj.boende børn | 69% (100) |



| Gør min. halvårligt       |           |
|---------------------------|-----------|
| National sportsbegivenhed | 21% (140) |
| Lokal sportsbegivenhed    | 37% (116) |
| Standupshow               | 17% (113) |

| Fritidsaktiviteter                    |           |
|---------------------------------------|-----------|
| Spiller spil (konsoller/computer)     | 29% (104) |
| Better på fx tips, Oddset, poker osv. | 12% (171) |
| Samler på ting (fx frimærker/mønter)  | 8% (114)  |

| Favoritmærker       |                  |
|---------------------|------------------|
| TV2                 | 28% (82)         |
| Audi                | 21% (95)         |
| Lidl                | 13% (93)         |
| <b>EkstraBladet</b> | <b>12% (133)</b> |

# DE UINTERESSEREDE



"Prisbevidst og vil have noget for pengene"

"Foretrækker at nyde livet og tage tingene, som det kommer"

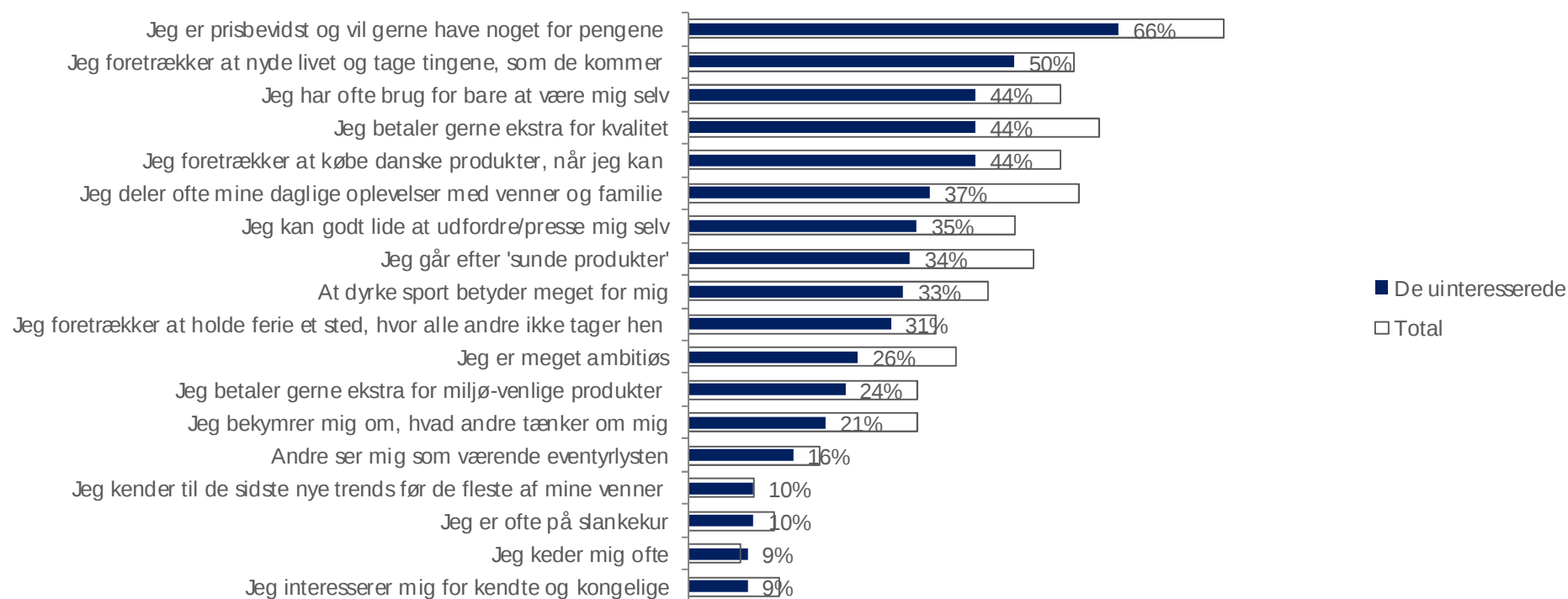
"Betaler gerne ekstra for kvalitet"

"Har ofte brug for at være sig selv"

"Foretrækker at købe danske produkter, når de kan"

# DE UINTERESSEREDE

De uinteresserede er underrepræsenteret på stort set alle holdninger



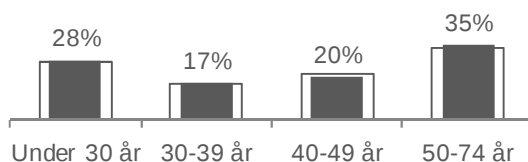
Base: 298

# DE TRAVLE FAMILIER

Segmentstørrelse: 45%



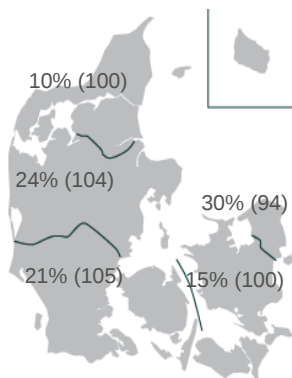
Kvinder: 39% (93)  
Mænd: 61% (105)



|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| Grundskole                   | 9% (100)  |
| Gymnasial uddannelse         | 17% (106) |
| Erhvervsuddannelse           | 23% (105) |
| Kort videregående uddannelse | 12% (100) |
| Mellemlang videregående udd. | 27% (100) |
| Lang videregående udd.       | 12% (92)  |



|                   |           |
|-------------------|-----------|
| Husstandsindkomst |           |
| Under 400.000     | 37% (103) |
| 400-699.999       | 26% (93)  |
| 700.000+          | 21% (100) |



|                      |           |
|----------------------|-----------|
| Husstandsstørrelse   |           |
| 1 person             | 25% (100) |
| 2+                   | 75% (100) |
| Har hj.boende børn   | 29% (94)  |
| Ingen hj.boende børn | 71% (103) |

Base: 711

## Gør min. halvårligt

|                        |           |
|------------------------|-----------|
| Koncert                | 43% (105) |
| Lokal sportsbegivenhed | 34% (106) |
| Standupshow            | 16% (107) |

## Fritidsaktiviteter

|                                                 |                  |
|-------------------------------------------------|------------------|
| Ser tv                                          | 82% (104)        |
| Bruger tid sammen med min familie               | 70% (99)         |
| <b>Sport/motion</b>                             | <b>52% (108)</b> |
| Nyder mad og vin                                | 49% (104)        |
| <b>Holder hus og have</b>                       | <b>48% (107)</b> |
| Bruger tid på arbejde                           | 36% (103)        |
| Shopper                                         | 23% (103)        |
| Diskuterer samfund og politik                   | 20% (105)        |
| Bruger tid på min karriere                      | 18% (106)        |
| <b>Bruger tid på privat- og ejendomsøkonomi</b> | <b>17% (113)</b> |
| <b>Bruger tid på biler, både og motorcykler</b> | <b>12% (120)</b> |

## Favoritmærker

|              |                  |                |                  |
|--------------|------------------|----------------|------------------|
| <b>TV2</b>   | <b>40% (118)</b> | Toms           | 19% (106)        |
| Apple        | 30% (107)        | Carlsberg      | 18% (106)        |
| IKEA         | 29% (104)        | <b>B&amp;O</b> | <b>17% (113)</b> |
| Audi         | 24% (109)        | Jysk           | 12% (109)        |
| <b>Bilka</b> | <b>21% (117)</b> | <b>Børsen</b>  | <b>11% (122)</b> |
| H&M          | 19% (106)        | 7 eleven       | 6% (150)         |

# DE TRAVLE FAMILIER



*"Betaler gerne  
ekstra for kvalitet"*

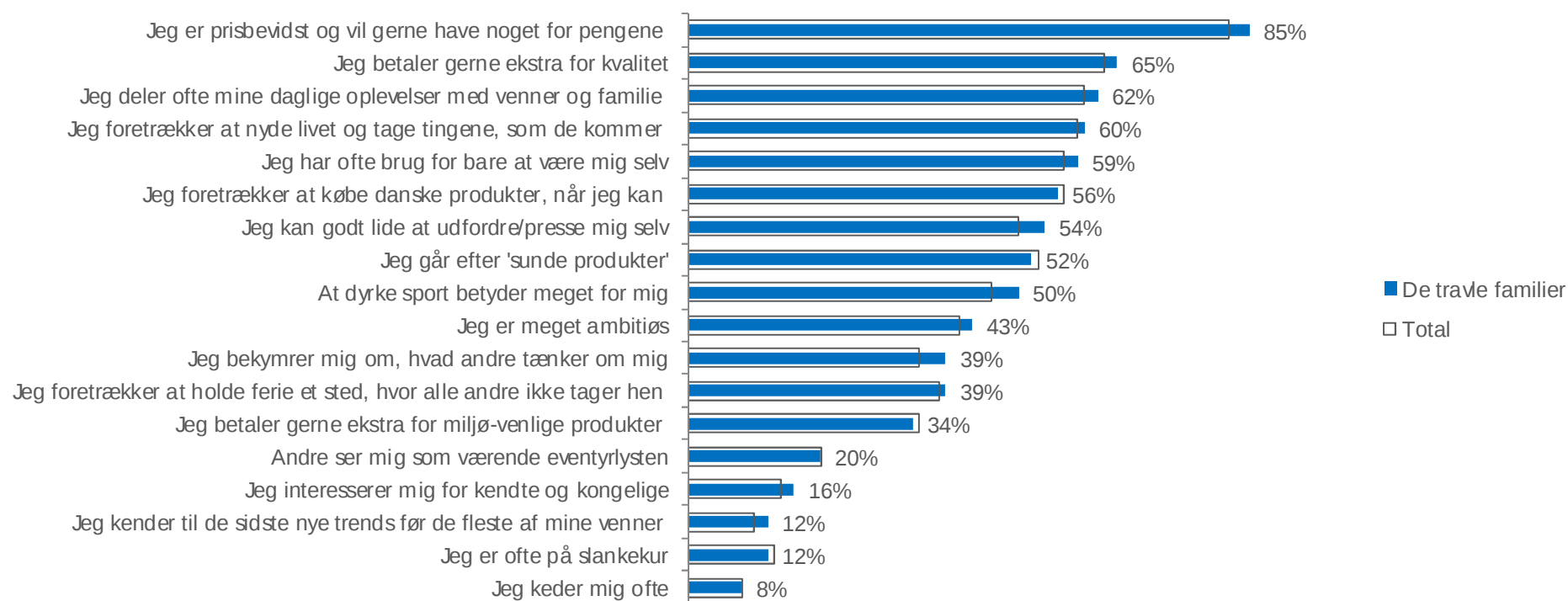
*"Prisbevidst og vil  
have noget for  
pengene"*

*"Deler ofte gode  
oplevelser med  
netværk"*

*"Har ofte brug for  
bare at være mig  
selv"*

*"Foretrækker at  
nyde livet og tage  
tingene som de  
kommer"*

# DE TRAVLE FAMILIER



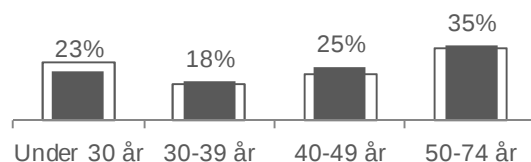
Base: 711

# DE MOTIVEREDE

Segmentstørrelse: 35%

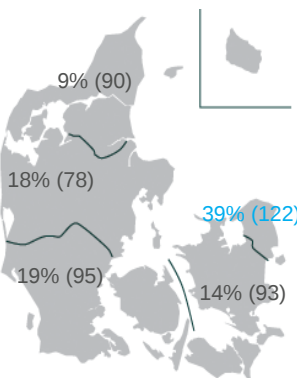


Kvinder: 56% (133)  
Mænd: 44% (76)



|                                                                                    |                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------|
|  | Grundskole                   | 5% (56)   |
|                                                                                    | Gymnasial uddannelse         | 15% (94)  |
|                                                                                    | Erhvervsuddannelse           | 20% (91)  |
|                                                                                    | Kort videregående uddannelse | 12% (100) |
|                                                                                    | Mellemlang videregående udd. | 32% (119) |
|                                                                                    | Lang videregående udd.       | 16% (123) |

|                                                                                     |                   |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-----------|
|  | Husstandsindkomst |           |
|                                                                                     | Under 400.000     | 35% (97)  |
|                                                                                     | 400-699.999       | 26% (93)  |
|                                                                                     | 700.000+          | 24% (114) |



|                      |           |
|----------------------|-----------|
| Husstandsstørrelse   |           |
| 1 person             | 23% (92)  |
| 2+                   | 78% (104) |
| Har hj.boende børn   | 33% (106) |
| Ingen hj.boende børn | 67% (97)  |

| Gør min. halvårligt |                  |
|---------------------|------------------|
| Biograf             | 74% (109)        |
| <b>Bibliotek</b>    | <b>65% (120)</b> |
| Koncert             | 46% (112)        |
| <b>Museum</b>       | <b>46% (121)</b> |
| <b>Teater</b>       | <b>30% (125)</b> |

| Fritidsaktiviteter                           |                  |
|----------------------------------------------|------------------|
| Ser tv                                       | 83% (105)        |
| Bruger tid sammen med min familie            | 78% (110)        |
| <b>Lytter til/spiller musik</b>              | <b>54% (117)</b> |
| <b>Nyder mad og vin</b>                      | <b>53% (113)</b> |
| Sport/Motion                                 | 51% (106)        |
| <b>Går i biografen</b>                       | <b>40% (133)</b> |
| Går på caféer/klubber med venner             | 29% (126)        |
| Går til koncerter (f.eks. pop- og rockmusik) | 27% (129)        |
| Leger/laver aktiviteter med mine børn        | 26% (124)        |
| Bruger tid på kreative aktiviteter           | 25% (125)        |
| Diskuterer samfund og politik                | 23% (121)        |
| <b>Støtter velgørenhed</b>                   | <b>16% (160)</b> |
| <b>Går i teatret</b>                         | <b>15% (167)</b> |

| Favoritmærker     |                  |                  |                  |
|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| IKEA              | 32% (114)        | <b>Irma</b>      | <b>17% (131)</b> |
| Apple             | 30% (107)        | <b>Politiken</b> | <b>16% (145)</b> |
| <b>Summerbird</b> | <b>23% (128)</b> | Norwegian        | 11% (122)        |
| <b>H&amp;M</b>    | <b>22% (122)</b> | Børsen           | 10% (111)        |

# DE MOTIVEREDE



**Irma** 



"Jeg er prisbevidst  
og vil have noget  
for pengene"

"Deler ofte mine  
daglige oplevelser  
med venner/familie"

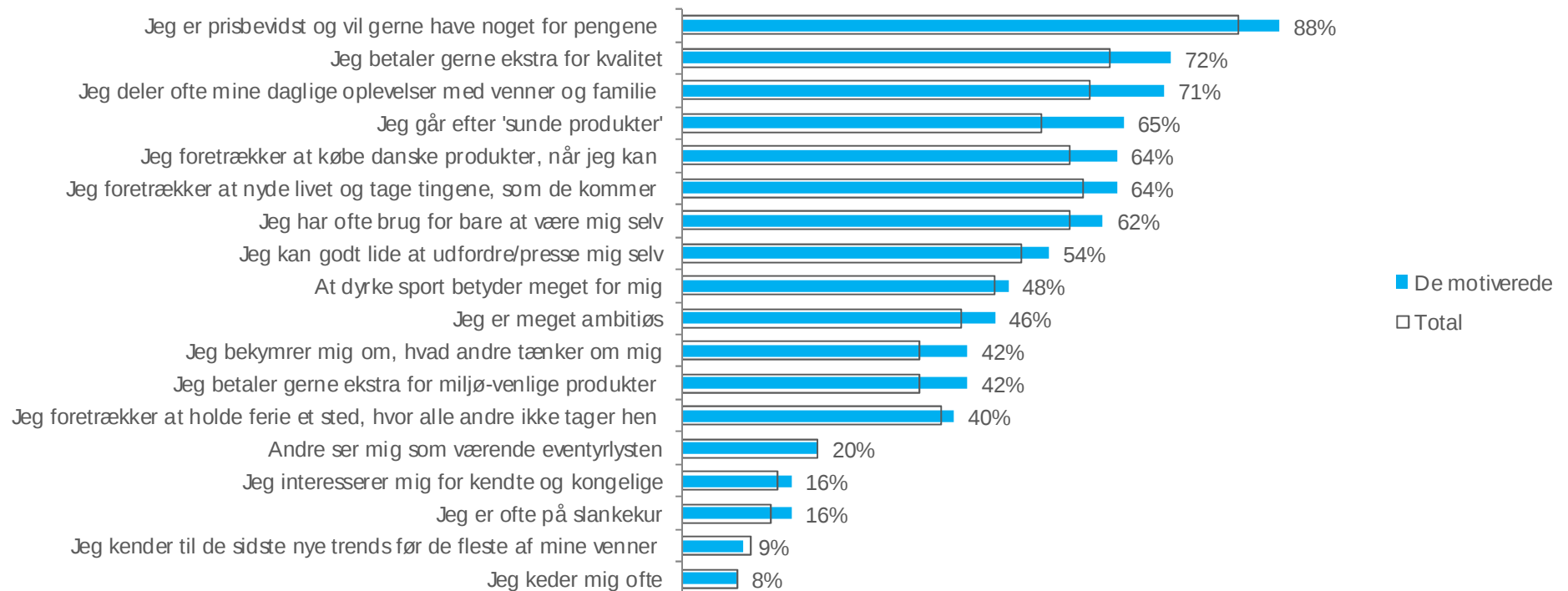
"Jeg betaler gerne  
ekstra for kvalitet"

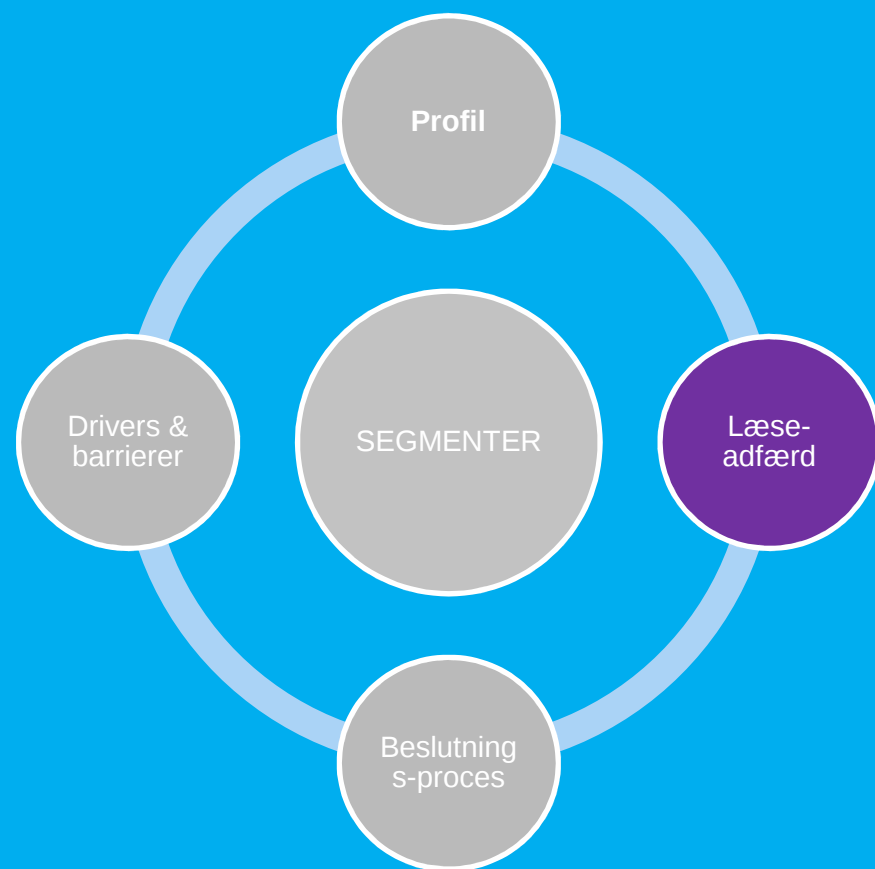
"Foretrækker at  
købe danske og  
sunde produkter"

"Jeg går efter  
sunde produkter"

# DE MOTIVEREDE

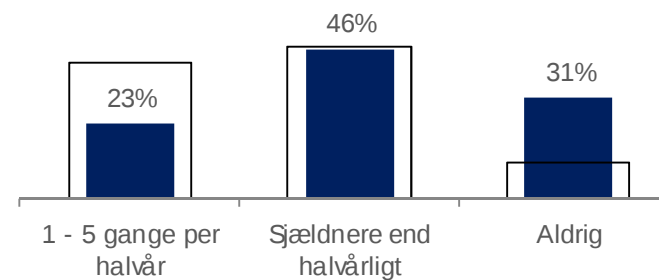
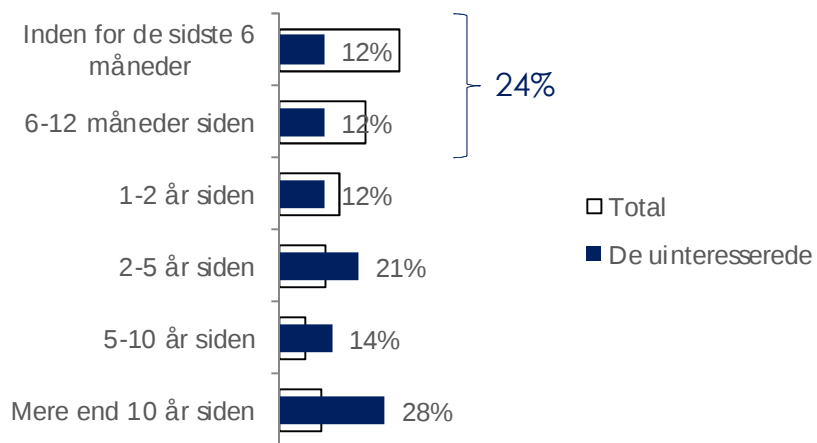
De motiverede er overrepræsenteret på stort set alle holdninger





# DE UINTERESSEREDE

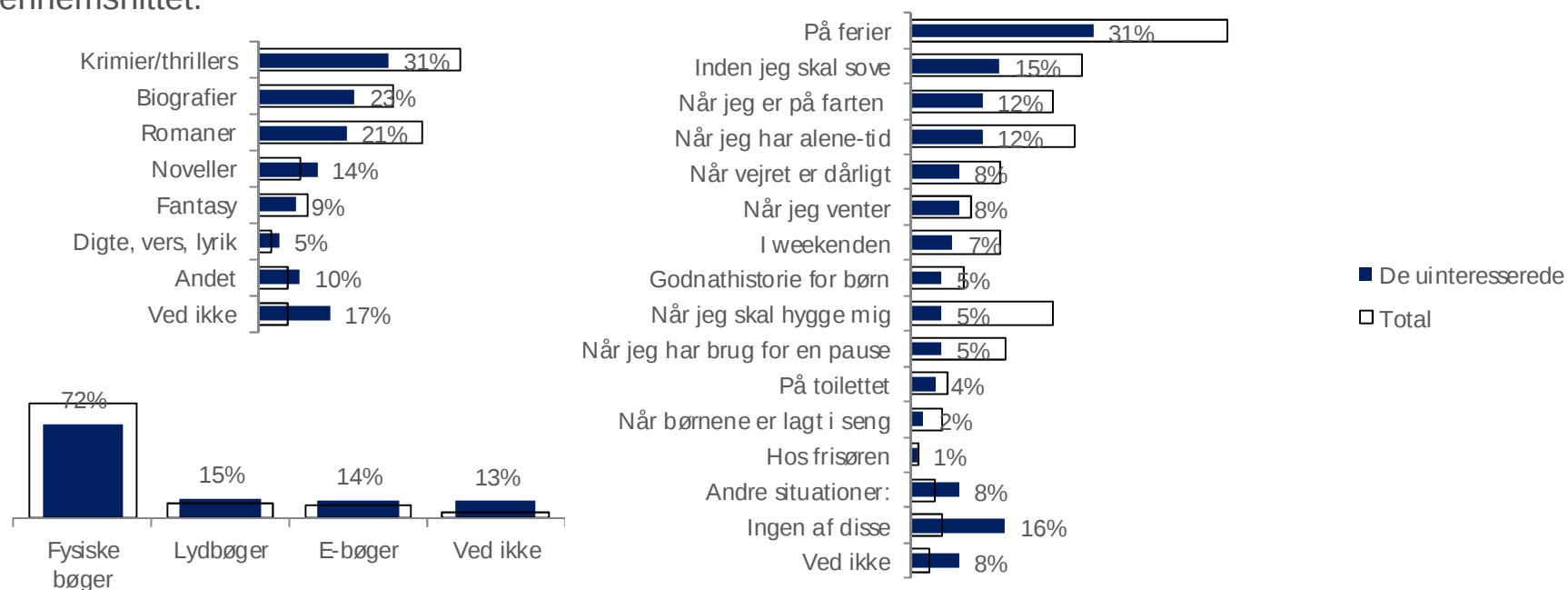
Det segment der læser mindst!



q1 - Hvornår har du sidst læst en skønlitterær bog? / q2 - Hvor ofte læser du skønlitterære bøger? (Base: 298)

# DE UINTERESSEREDE

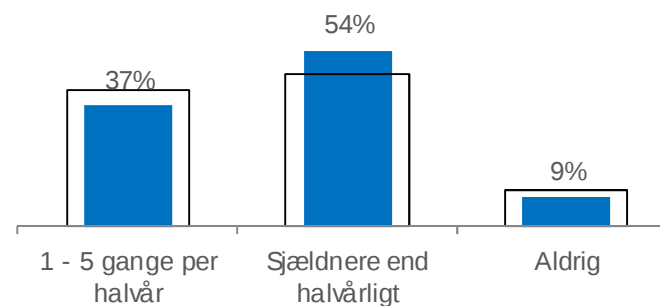
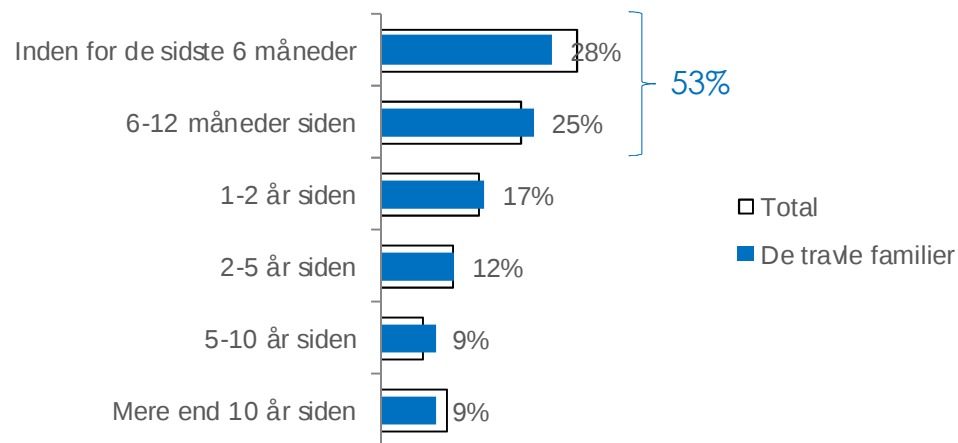
Når "de uinteresserede" læser, er det primært **krimier**, og det er primært i forbindelse med **ferier**, at der bruges tid på at læse. Tendens til at de bruger lyd- og e-bøger lidt mere end gennemsnittet.



q3 - Hvilke typer bøger læser du mest? / q4 - Hvordan kan du bedst lide at læse? / q5 - I hvilke situationer læser du bøger? (Base: 298)

# DE TRAVLE FAMILIER

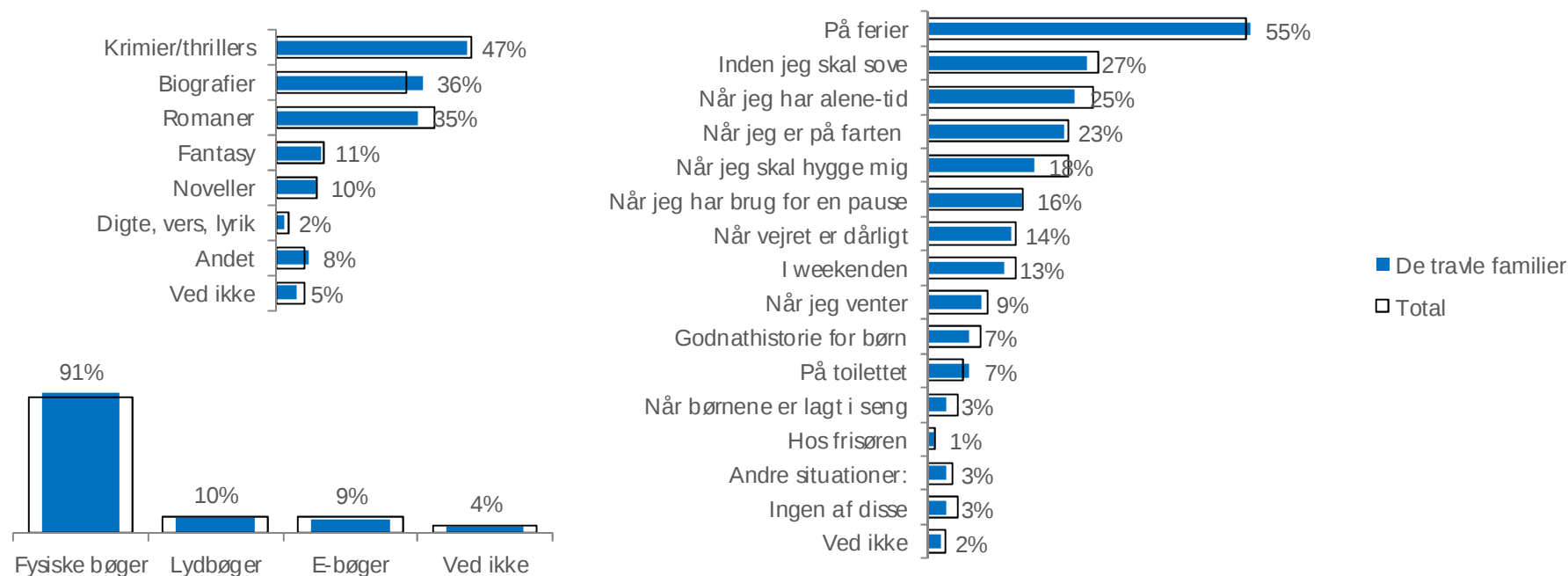
Ca. halvdelen har læst en skønlitterær bog inden for det seneste år, og klart størstedelen læser 1-5 gange per halvår eller sjældnere end halvårligt.



q1 - Hvornår har du sidst læst en skønlitterær bog? / q2 - Hvor ofte læser du skønlitterære bøger? (Base: 711)

# DE TRAVLE FAMILIER

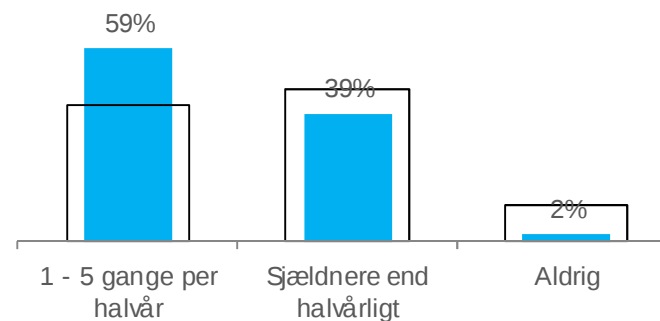
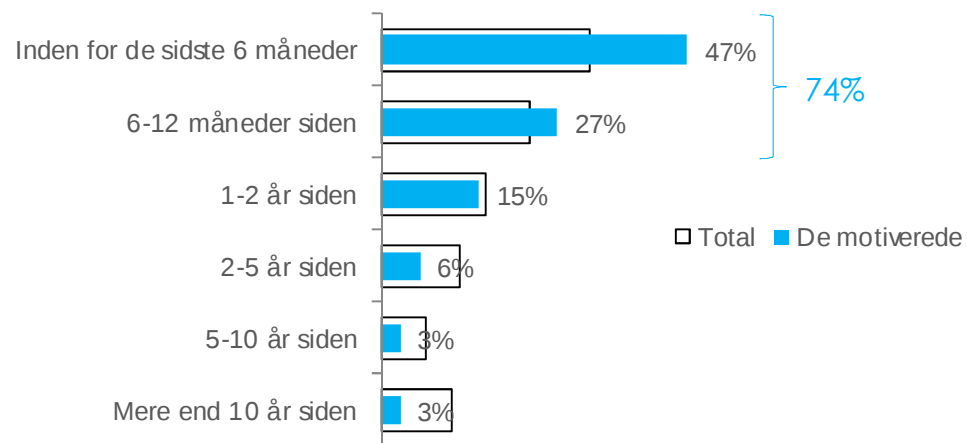
De læser primært **krimier** og er særligt glade for **biografier**. De læser primært **fysiske bøger**, og det er hovedsageligt på **ferier**.



q3 - Hvilke typer bøger læser du mest? / q4 - Hvordan kan du bedst lide at læse? / q5 - I hvilke situationer læser du bøger? (Base: 711)

# DE MOTIVEREDE

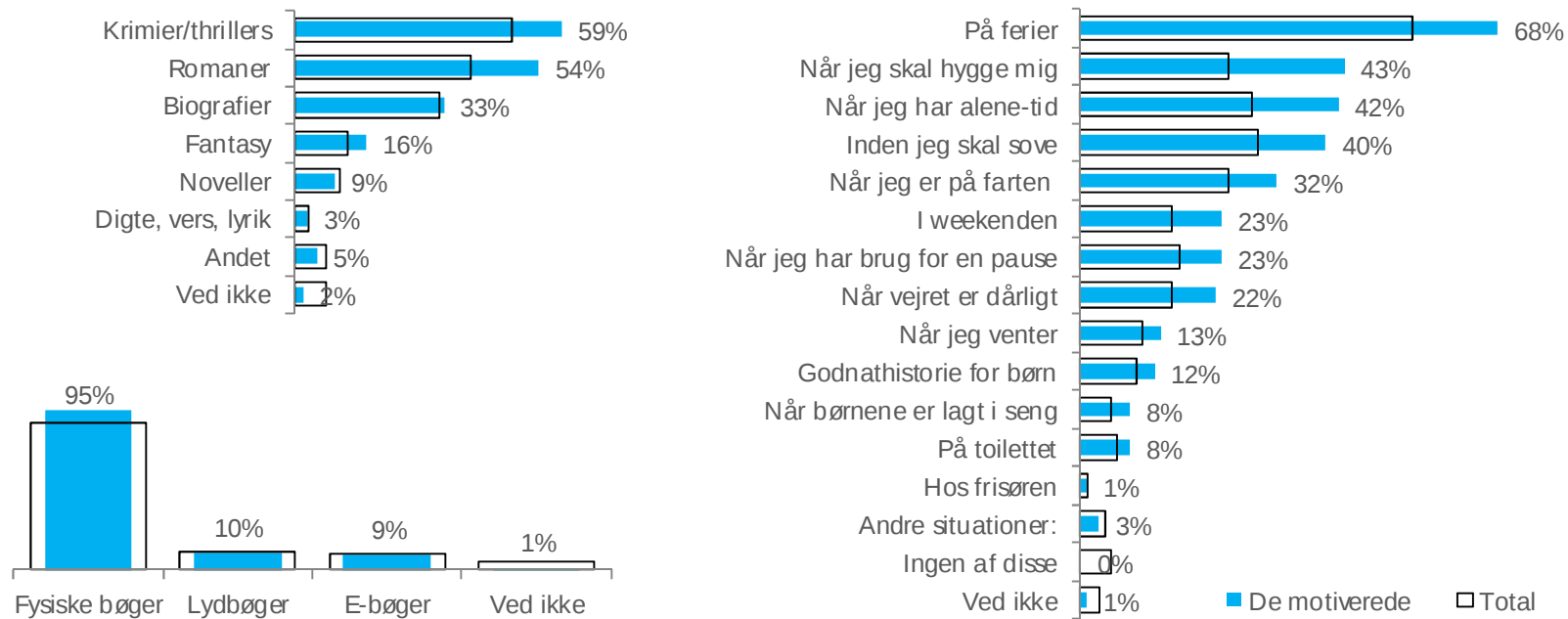
Klart det segment der **læser mest**! 74% har læst en skønlitterær bog inden for det seneste år.



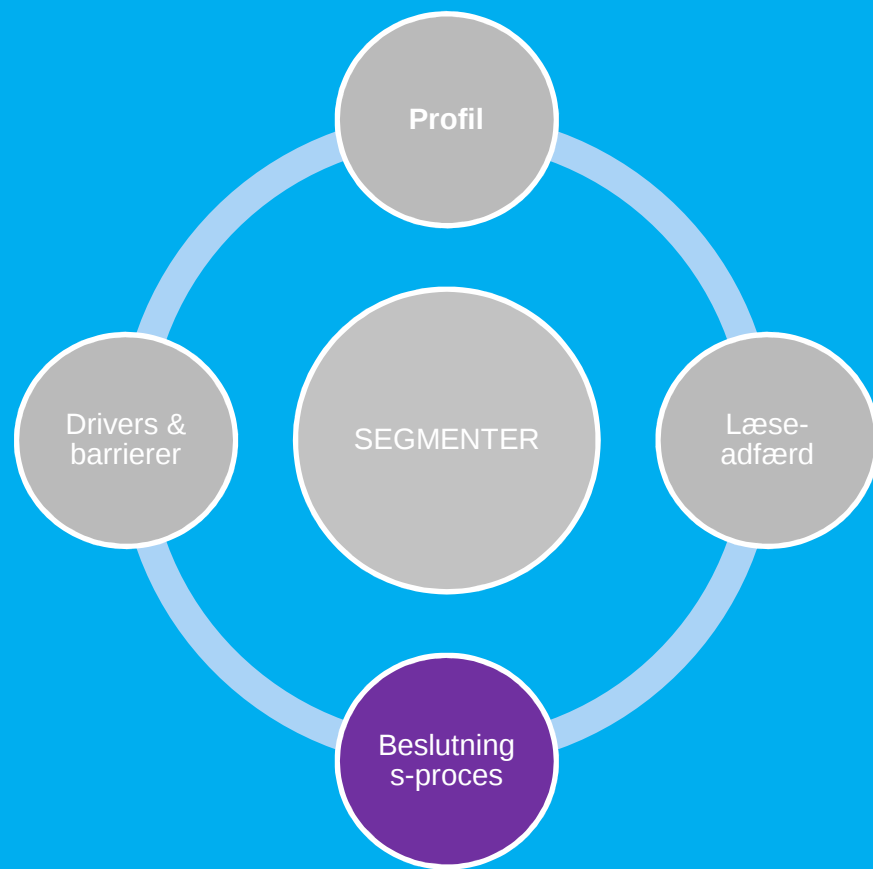
q1 - Hvornår har du sidst læst en skønlitterær bog? / q2 - Hvor ofte læser du skønlitterære bøger? (Base: 545)

# DE MOTIVEREDE

De læser i markant større udstrækning **krimier** og **romaner** end gennemsnittet. De er glade for **fysiske bøger**, og de læser i **mange forskellige situationer**.

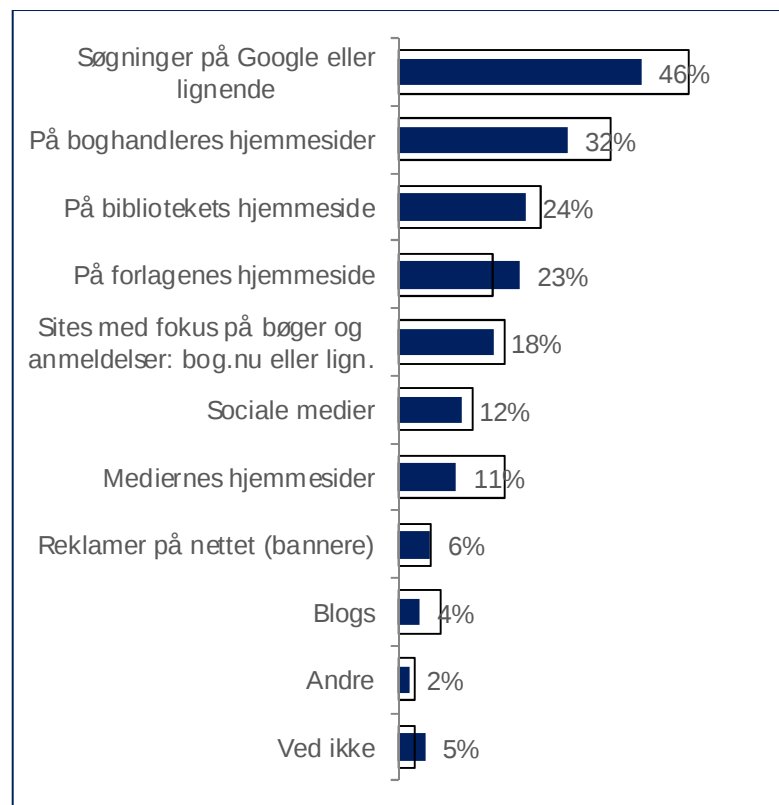
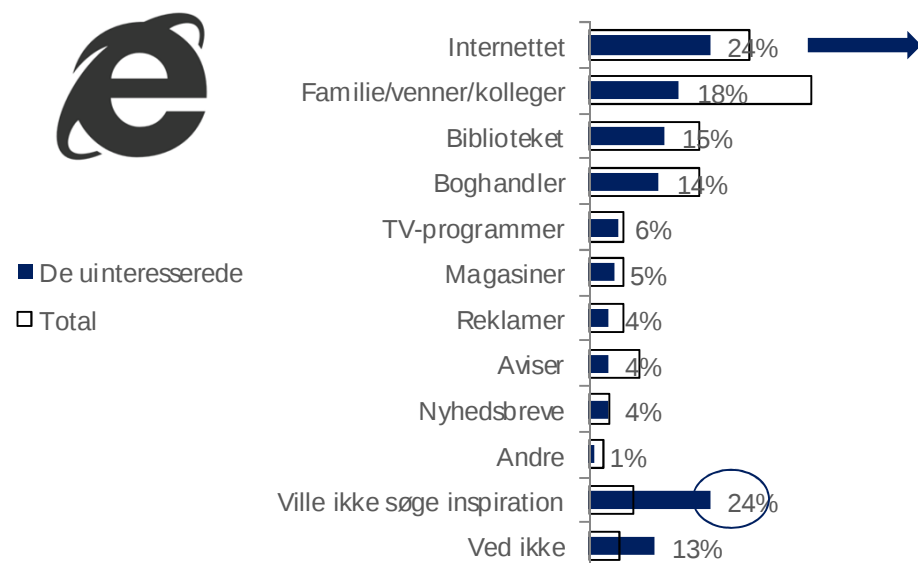


q3 - Hvilke typer bøger læser du mest? / q4 - Hvordan kan du bedst lide at læse? / q5 - I hvilke situationer læser du bøger? (Base: ...)



# INSPIRATION - DE UINTERESSEREDE

"De uinteresserede" søger **ikke særlig meget inspiration**. Når de gør det, foregår det primært på internettet via søgninger på Google el. lign.



q7 - Hvor vil du typisk søge inspiration til at finde en bog? (Base: 298) / q8 - Hvor på internettet ville du typisk søge inspiration til en bog? (Base: 70)

# TRIGGER – DE UINTERESSEREDE



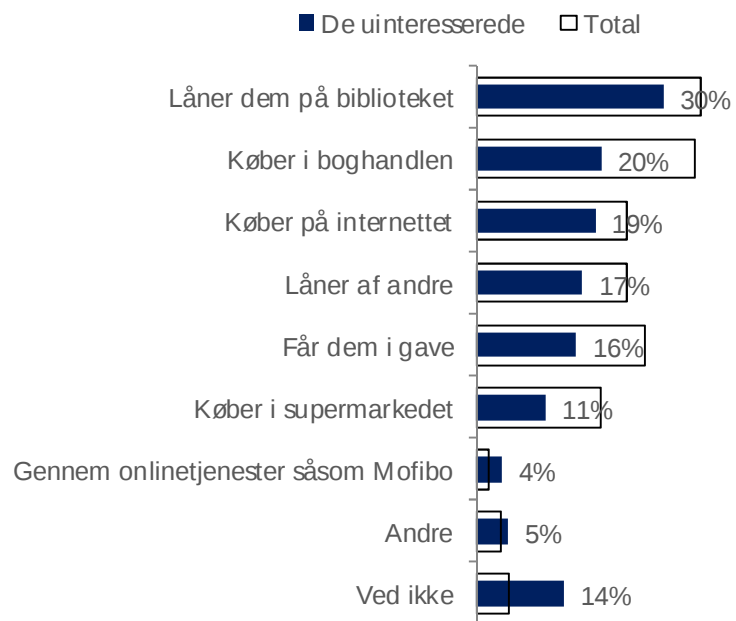
De kan ikke huske, hvordan de valgte den sidste bog, de læste. For størstedelen er det dog også over et år siden, de læste en bog...



q6 - Tænk på den sidste bog du læste. Hvordan valgte du den? (Base: 298)

# KØB – DE UINTERESSEREDE

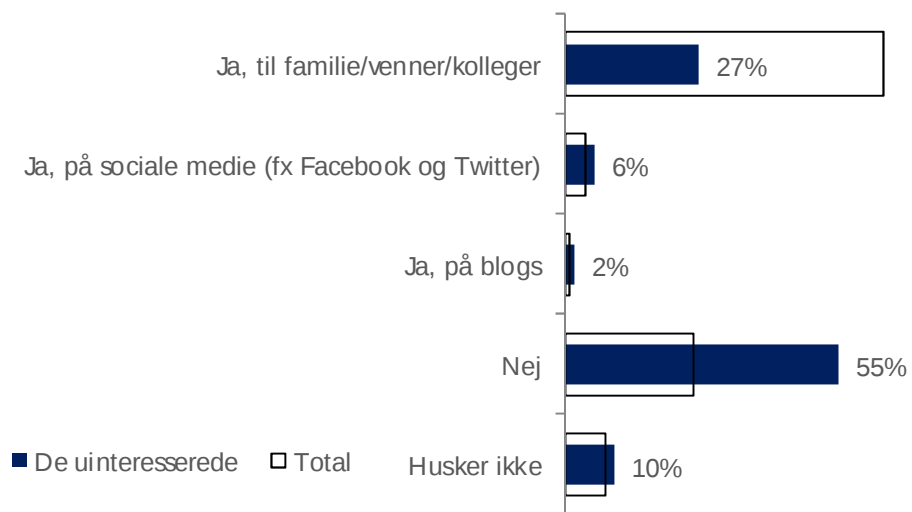
De låner primært deres bøger på [biblioteket](#) eller køber dem i en [boghandel](#)



q9 - Hvor får du typisk dine bøger fra? (Base: 298)

# ANBEFALING – DE UINTERESSEREDE

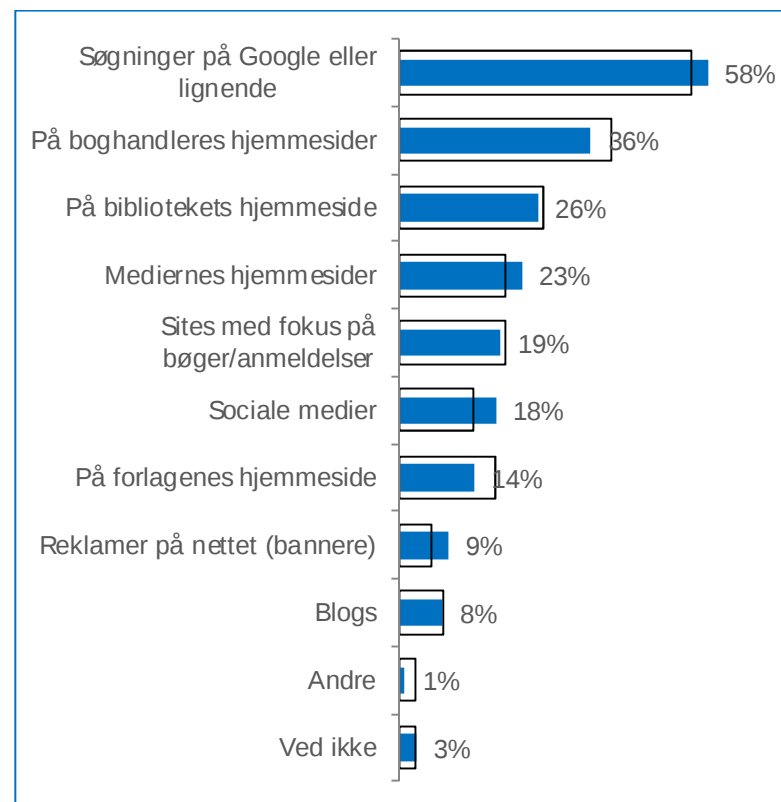
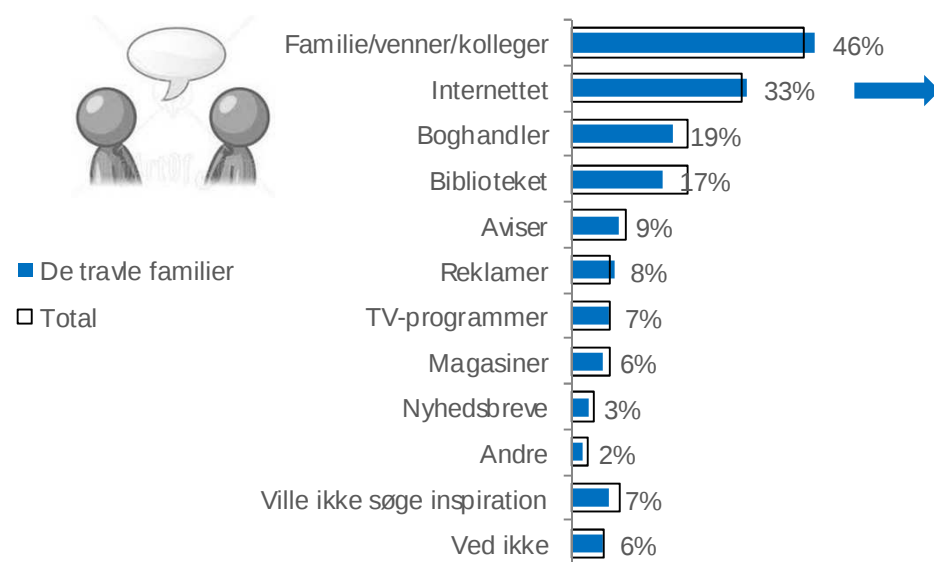
De anbefaler IKKE bøger til andre



q10 - Har du anbefalet en bog til andre? (Base: 298)

# INSPIRATION - DE TRAVLE FAMILIER

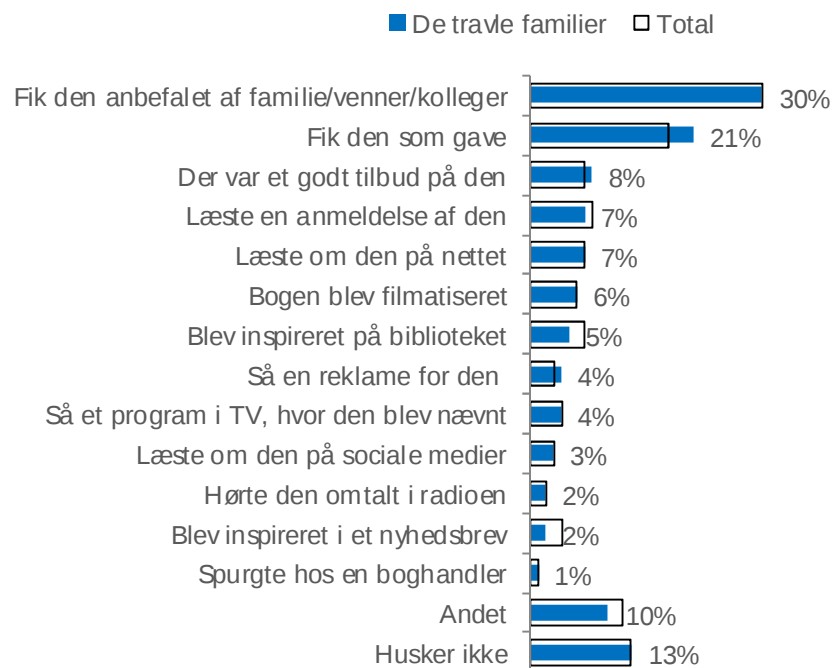
Dette segment søger primært inspiration hos **familie/venner/kolleger**, sekundært på **internettet** via søgninger på Google el. lign.



q7 - Hvor vil du typisk søge inspiration til at finde en bog? (Base: 711) / q8 - Hvor på internettet ville du typisk søge inspiration til en bog? (Base: 235)

# TRIGGER – DE TRAVLE FAMILIER

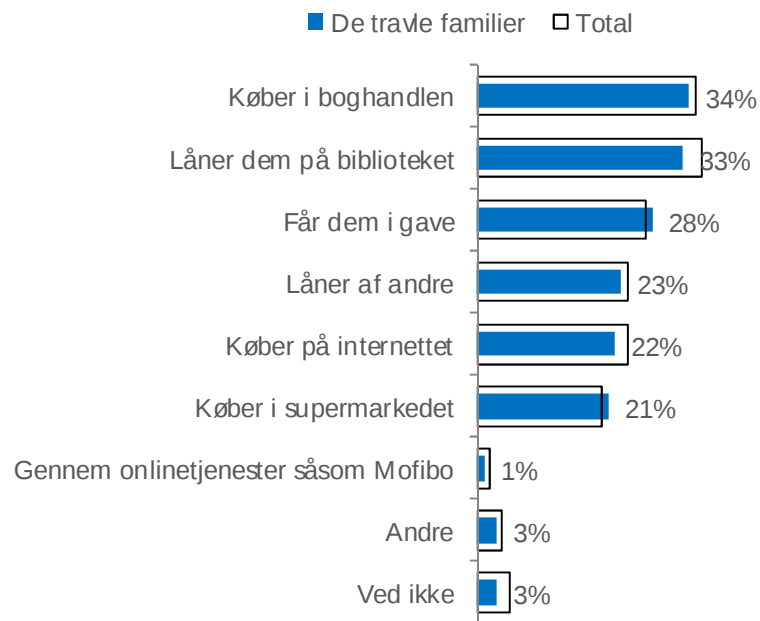
De valgte den sidste bog, de læste, fordi de fik den anbefalet af deres netværk eller, fordi de fik den som gave



q6 - Tænk på den sidste bog du læste. Hvordan valgte du den? (Base: 711)

# KØB – DE TRAVLE FAMILIER

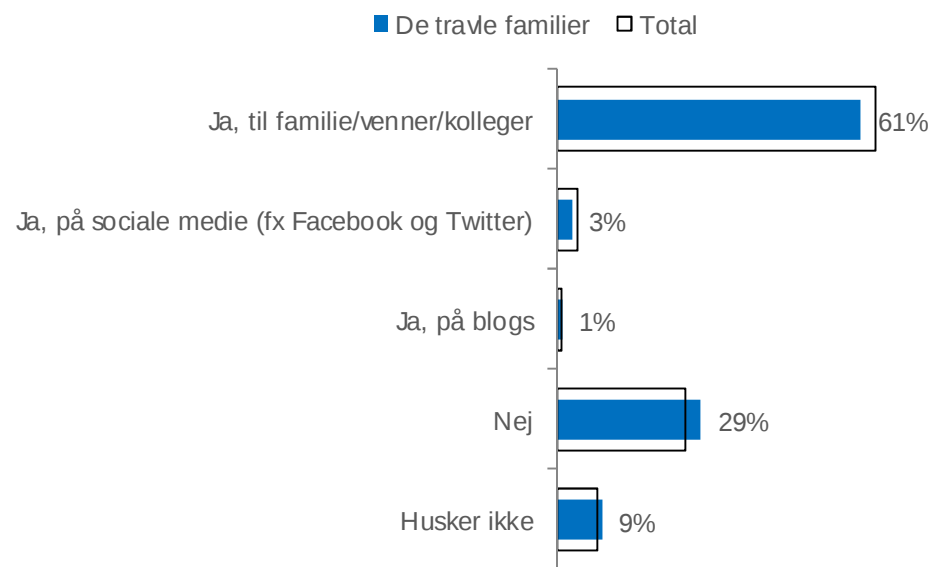
De køber deres bøger hos [boghandlen](#) eller låner dem på [biblioteket](#)



q9 - Hvor får du typisk dine bøger fra? (Base: 711)

# ANBEFALING – DE TRAVLE FAMILIER

De anbefaler gerne bøger til familie, venner eller kolleger



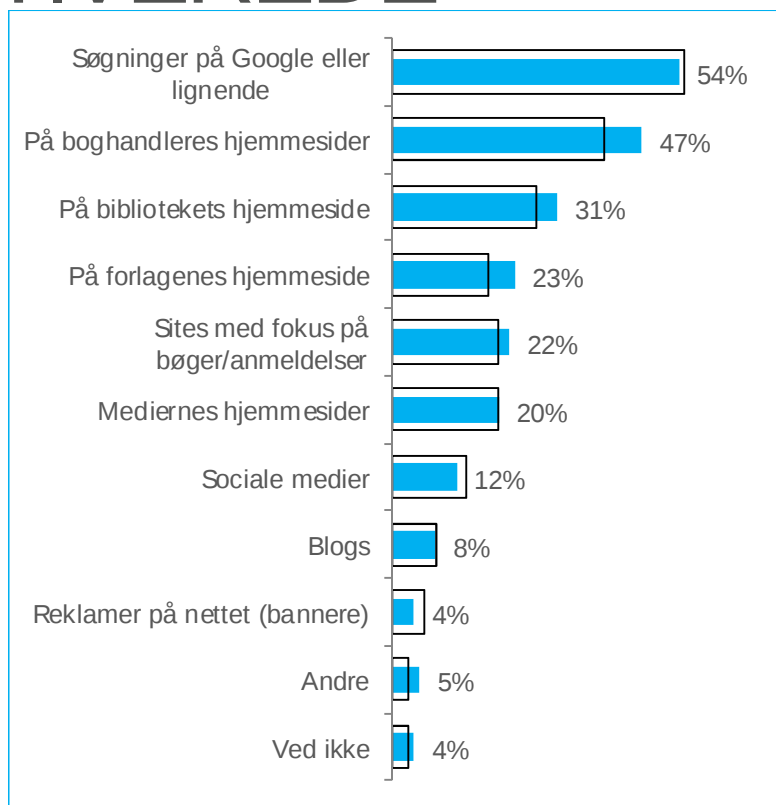
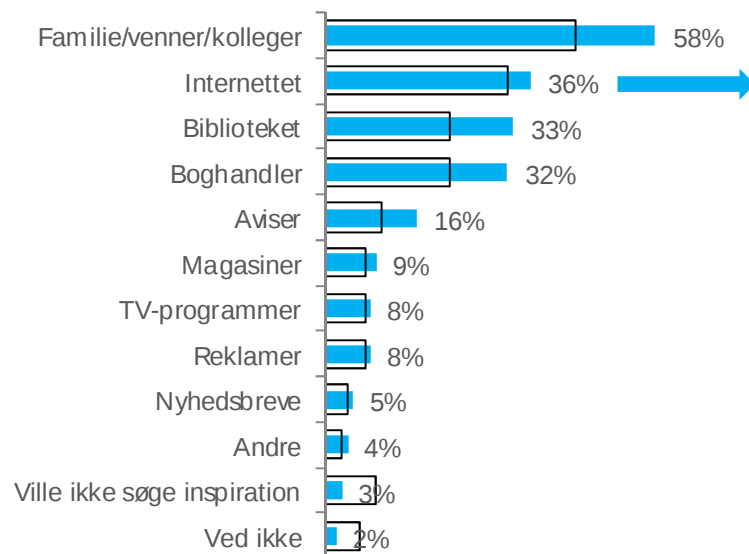
q10 - Har du anbefalet en bog til andre? (Base: 711)

# INSPIRATION - DE MOTIVEREDE

De motiverede er det segment, der **søger mest inspiration**, og de søger den **flere steder**, dog klart primært hos **familie/venner/kolleger**



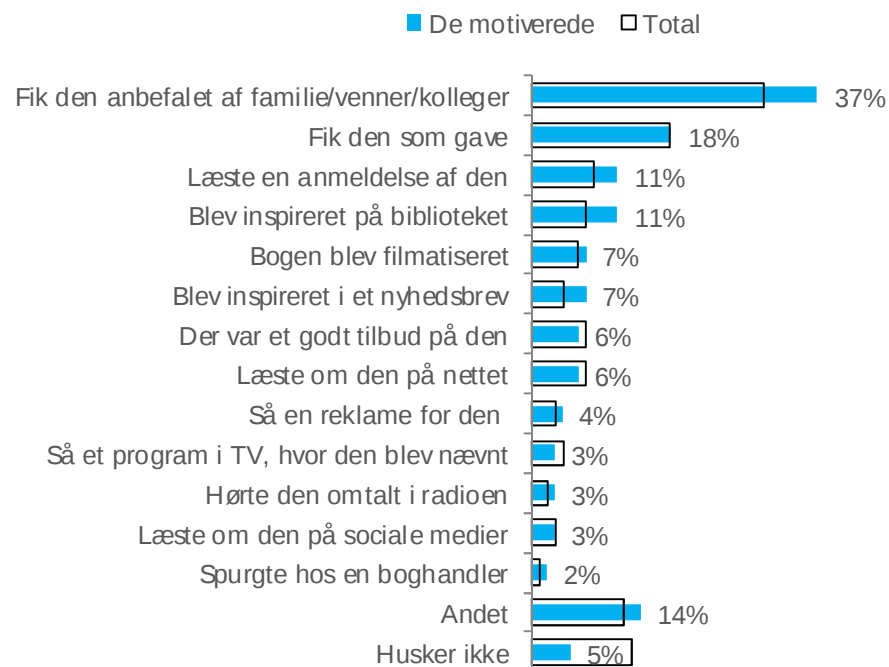
■ De motiverede  
□ Total



q7 - Hvor vil du typisk søge inspiration til at finde en bog? (Base: 545) / q8 - Hvor på internettet ville du typisk søge inspiration til en bog? (Base: 195)

# TRIGGER – DE MOTIVEREDE

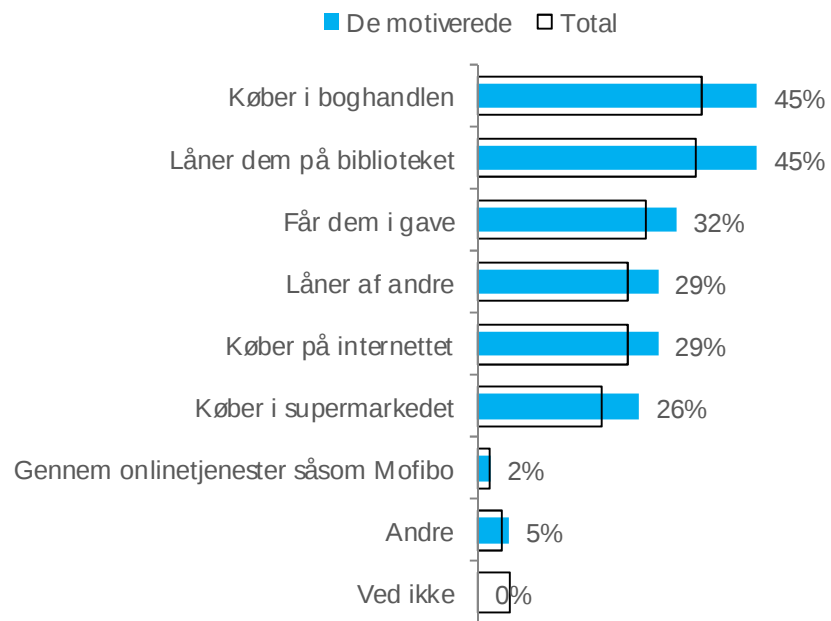
Klart størstedelen valgte den sidste bog, de læste, fordi de fik den anbefalet af deres netværk



q6 - Tænk på den sidste bog du læste. Hvordan valgte du den? (Base: 545)

# KØB – DE MOTIVEREDE

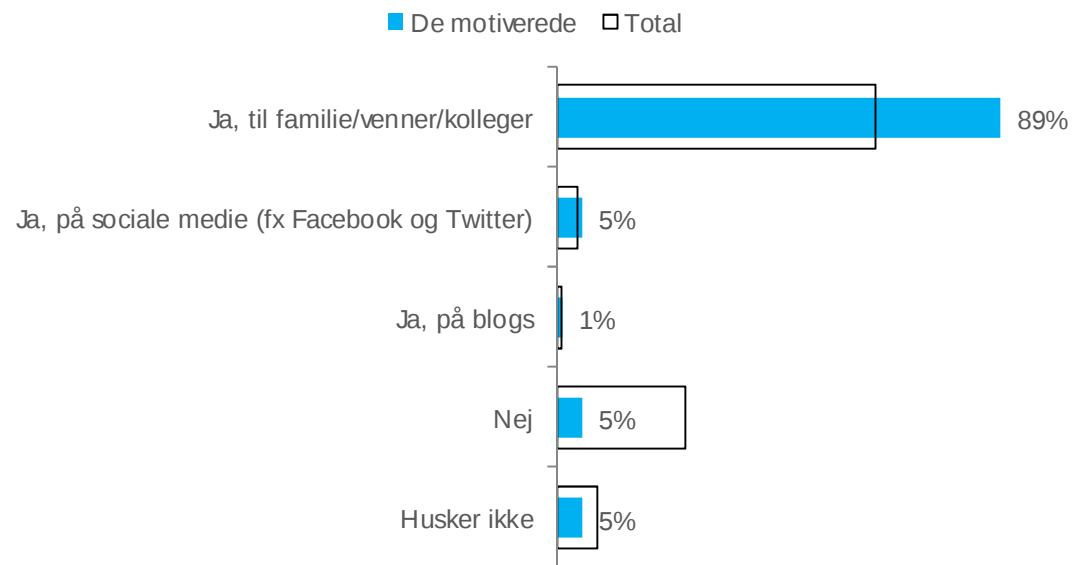
De køber primært deres bøger hos [boghandlen](#) eller låner bøgerne på [biblioteket](#)



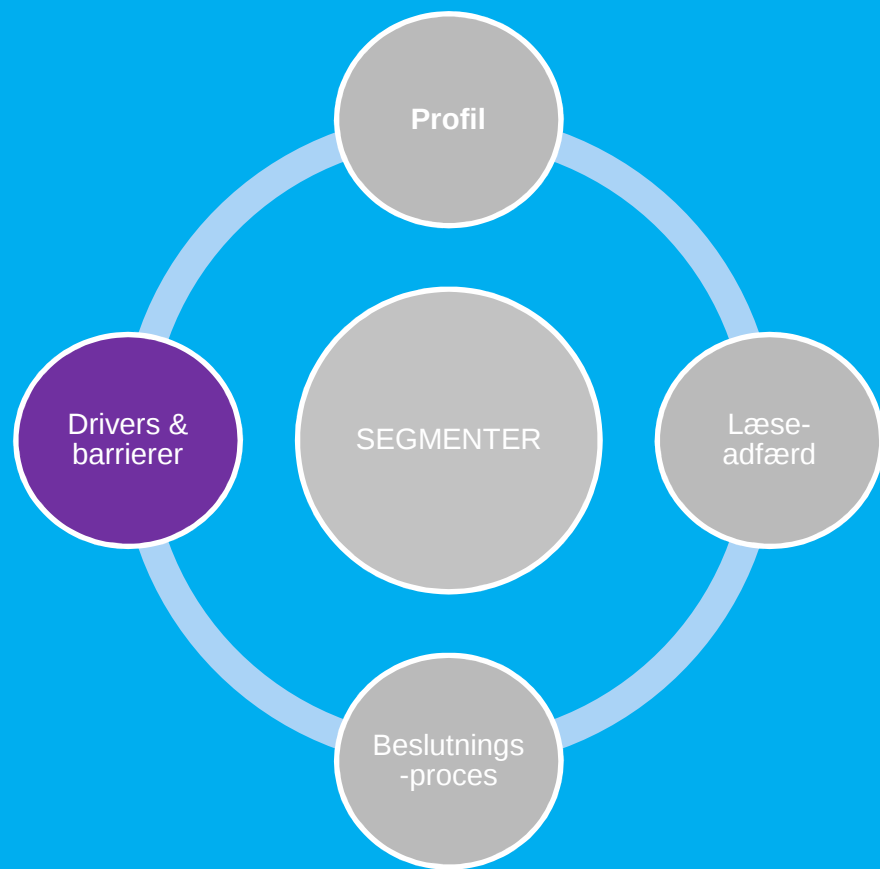
q9 - Hvor får du typisk dine bøger fra? (Base: 545)

# ANBEFALING – DE MOTIVEREDE

De anbefaler **MEGET GERNE** bøger til familie, venner eller kolleger

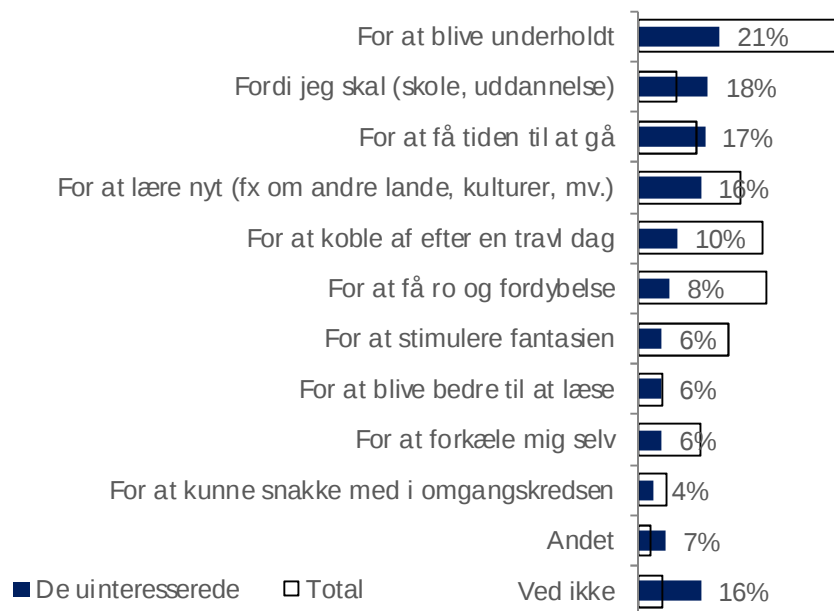


q10 - Har du anbefalet en bog til andre? (Base: 545)



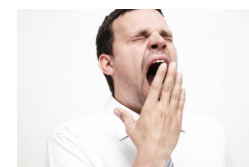
# DRIVERS – DE UINTERESSEREDE

De læser primært for at blive underholdt, men i væsentlig mindre grad end de øvrige segmenter. Kendetegnende for segment 1 er, at de i højere grad læser, **fordi de skal i forbindelse med skole/uddannelse**



# BARRIERER— DE UINTERESSEREDE

Grunden til at de ikke læser mere er, at de prioriterer andre ting. De identificerer sig ikke med det at læse bøger, da de ser det som **kedeligt** og ikke har tålmodighed til det – så hellere se fjernsyn



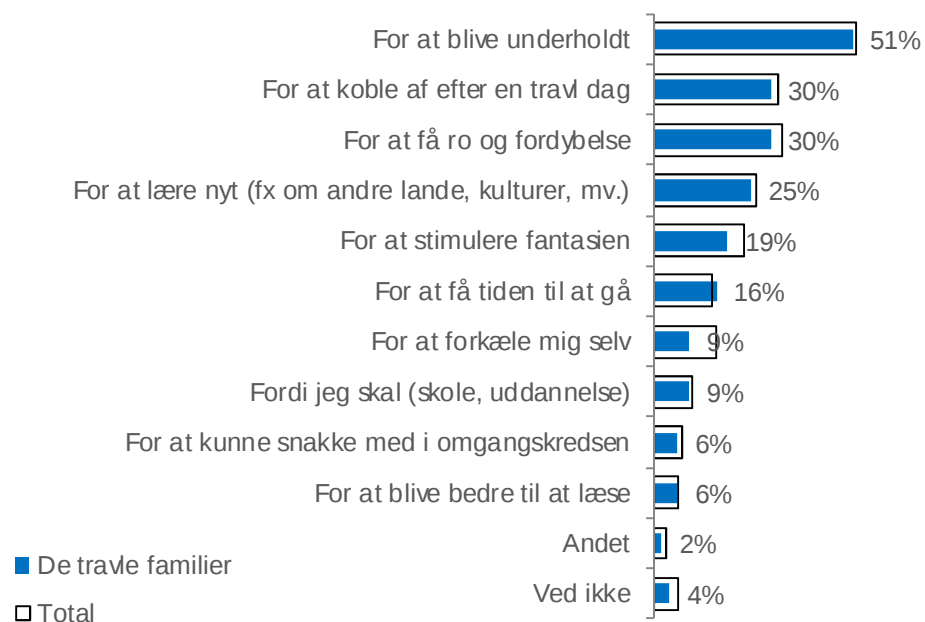
# POTENTIALE – DE UINTERESSEREDE

Halvdelen ved ikke, hvad der kunne få dem til at læse mere...



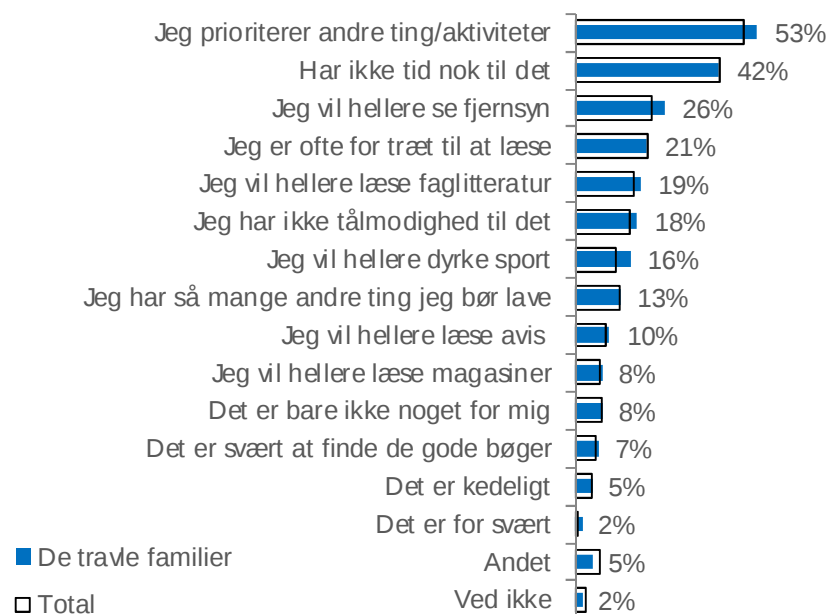
# DRIVERS – DE TRAVLE FAMILIER

”De travle familier” læser primært for at blive **underholdt** og har i det hele taget et meget **mere positivt syn** på det at læse end ”De uinteresserede”.



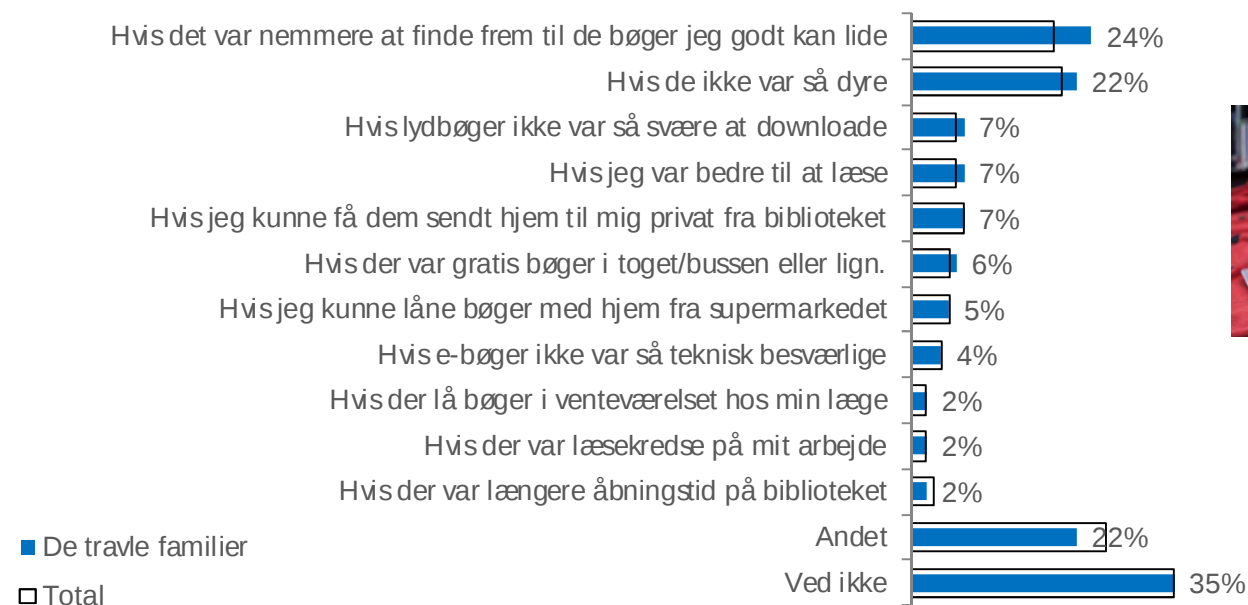
# BARRIERER— DE TRAVLE FAMILIER

De primære årsager til at de ikke læser oftere er, at de prioriterer andre ting og ikke har tid nok



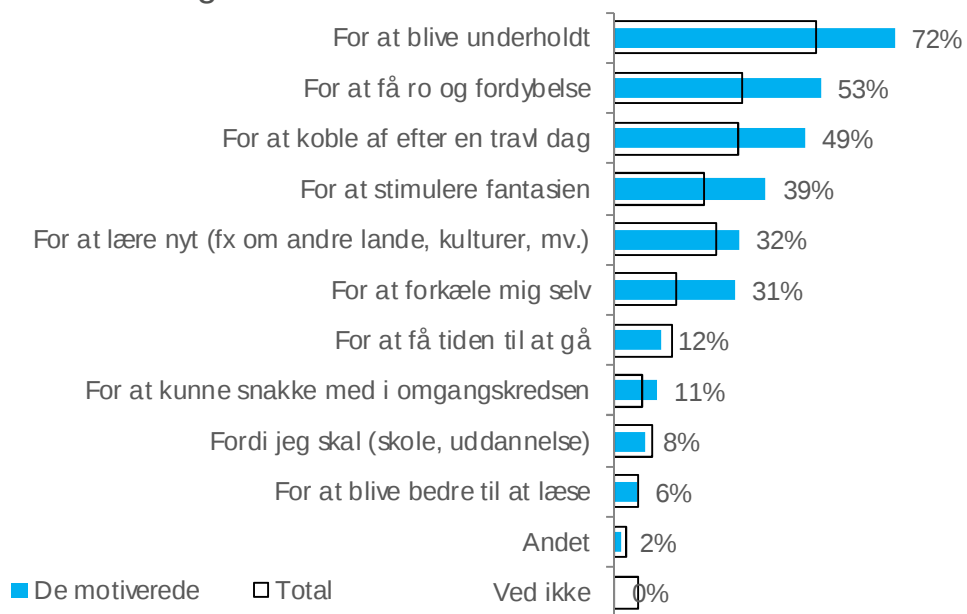
# POTENTIALE – DE TRAVLE FAMILIER

De ville læse mere, hvis det var **nemmere at finde frem til de gode bøger**, og hvis de var **billigere**.  
En stor andel er dog også uafklaret i forhold til, hvad der kunne få dem til at læse mere.



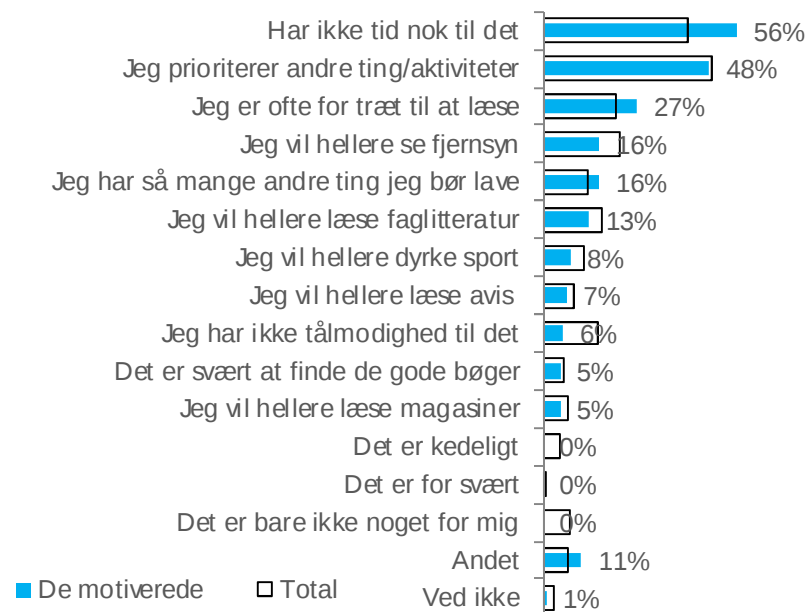
# DRIVERS – DE MOTIVEREDE

”De motiverede” får **stor værdi ud af at læse** og er det klart **mest positive segment** i forhold til at læse bøger



q11 - Hvorfor vælger du at læse bøger, når du gør det?

# BARRIERER – DE MOTIVEREDE

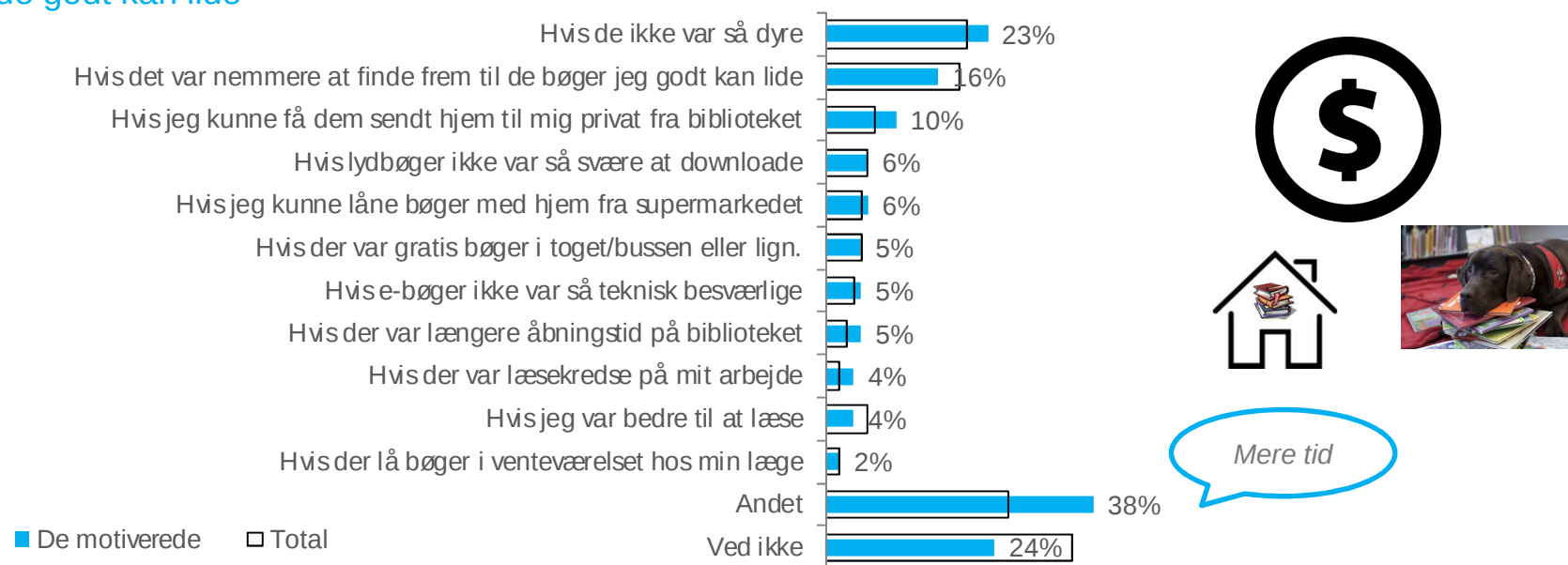


De primære årsager til at de ikke læser oftere er, at de **ikke har tid nok**, og at de **prioriterer andre ting** – og så er de ofte **for trætte** til at læse



# POTENTIALE – DE MOTIVEREDE

De ville læse mere, hvis bøger var **billigere**, og hvis det var **nemmere at finde frem til de bøger, de godt kan lide**



CARAT.  
REDEFINING MEDIA.