INNOVATIE IN DE BOEKENKETEN

Publicatie/Dossier vervolgpagina

Digitalisering leidt tot verschuivingen in de traditionele waardeketen van auteur - uitgever - boekhandel en bibliotheek - lezer. De waardeketen is nu een flexibel netwerk met de klant als middelpunt. De rolverdeling tussen de verschillende partijen verandert en er komen nieuwe, branchevreemde toetreders op de markt. Auteurs zijn zelf uitgever, lezers gaan zelf publiceren, online platforms maken bemiddelaars ten dele overbodig. Daardoor gaan verdienmodellen en bestaande structuren op de schop en komen er nichemarkten bij. Ook groeit het aanbod van streamingdiensten, die beter aansluiten bij de manier waarop mensen hun vrije mediatijd willen besteden.



Trends en ontwikkelingen

Innovatiekracht van het netwerk

In 2019 publiceerde KVB Boekwerk de uitkomsten van een innovatiescan in het boekenvak. De constatering was dat men aan de slag moet: de boekensector moet versnellen en gebruikmaken van de kracht van het netwerk. Het landschap zal volgens de boekenondernemers in de komende vijf jaar sterk veranderen. Mogelijkheden tot vernieuwing zoeken boekverkopers in de beleving van de boekhandel, het vergroten van het winkelgemak, abonnementsdiensten, meer interactie met lezers en de inzet van technologie en AI voor *printing on demand* en personalisatie. Ook wil het boekenvak verduurzamen (Balian et al., 2018).

Online verkoop

Mensen kopen boeken steeds meer via online winkels zoals Bol.com. Vooralsnog lijken deze aankopen niet ten koste te gaan van de lokale boekhandel: een kwart van de consumenten heeft daar zijn laatste boek gekocht, een aandeel dat stabiel blijft door de jaren heen. In totaal koopt 59% van de consumenten het liefst boeken in een fysieke winkel (GfK, 2019).

Print en e-boeken

Bijna de helft van de Nederlanders leest weleens een e-boek (GfK, 2019). De verkoop van e-boeken blijft steken op circa 7% van de totale boekenomzet, maar de omzet uit e-bookabonnementen stijgt. Ook het aantal leden, uitleningen en beschikbare titels van de online Bibliotheek neemt nog steeds toe. Tegelijkertijd blijven papieren boeken een belangrijk medium, dat niet door het e-book verdrongen wordt.

Rol van intermediairs

De rolverdeling tussen professionele en amateurmakers en het publiek verschuift. Via internet heeft vrijwel iedereen toegang tot de middelen voor het zelf creëren en verspreiden van tekst, beeld en andere media. Door het directe contact tussen makers en afnemers, tussen auteurs en lezers die elkaar vinden op sociale platforms, neemt het belang van traditionele intermediairs, zoals uitgevers en boekhandels, af. Dat heeft gevolgen voor de inkomsten van makers en intermediairs, maar ook voor de inhoud van hun creaties. Hun succes én hun inkomsten worden voornamelijk bepaald door het aantal volgers. Digitalisering en andere technologische ontwikkelingen leiden ook tot herziening van het auteurs- en leenrecht (Poort, 2018).

Iedereen auteur

Meer dan een miljoen Nederlanders houden zich in de vrije tijd bezig met creatief schrijven. De markt voor *self-publishing* groeit (CB, 2018). Wie iets wil publiceren, heeft daar niet noodzakelijk bemiddeling van uitgever of boekhandelaar voor nodig. Er zijn volop mogelijkheden om een boek zelf uit te geven. Het is daarom niet verrassend dat *printing on demand* in zowel afzet als aantal titels een opwaartse trend laat zien (CB, 2019). Uitgevers passen hun dienstenmodel daarop aan en bieden bijvoorbeeld begeleiding en redactie voor wie zelf wil publiceren, of een platform waar auteurs hun e-books kunnen promoten en verkopen (Neele et al., 2017; Boekmanstichting, 2016).

Sociale platforms voor schrijven en lezen

De meeste amateurschrijvers publiceren op een plek zonder kosten voor de lezers, bijvoorbeeld via een blog: voor de lezer is dit gratis; de auteur krijgt erkenning, directe feedback van lezers en contact met het publiek, maar geen geld. Sterker nog, het kost de auteur soms zelf geld – een professionele website of blog is niet gratis. Jongeren zijn gewend aan het gratis beschikbaar stellen van hun creaties en aan direct contact met de lezers. Online platforms brengen amateurschrijvers en lezers direct met elkaar in verbinding. Er ontstaan *communities* waar lezers hun verhalen of gedichten uploaden en zo een eigen publiek kunnen vinden. Apps zoals Sweek en Wattpad zijn met name populair bij een jongere doelgroep. Jongeren zijn eraan gewend om hun creaties te delen en op die manier directe feedback te krijgen vanuit een eigen kring van volgers (GfK, z.j.)

Verdienen aan e-books

De verkoop van e-books blijft in Nederland steken op circa 7-8% van de totale boekenomzet, maar de omzet uit e-bookabonnementen stijgt (CB, 2019). Ook het aantal leden, uitleningen en beschikbare titels van de online Bibliotheek neemt nog steeds toe. De betalingsbereidheid voor e-books is lager dan die van gedrukte boeken, ook al ligt er dezelfde intellectuele arbeid aan ten grondslag. Een e-book laat zich niet in de boekenkast of op de salontafel presenteren en heeft ook als cadeauboek weinig aantrekkingskracht. Een lastige bijkomstigheid is de beschikbaarheid van illegale kopieën die – vaak met de beste bedoelingen – onderling uitgewisseld worden. Het uitblijven van een echte doorbraak van het e-book laat op zich wachten.

Digitale literatuur nog geen doorbraak

Uitgevers investeren voornamelijk in nieuwe online verkoopkanalen en in promotie via sociale media, maar nauwelijks in digitale varianten van hun product, zoals apps, games en VR-installaties. Daarvoor zijn de kosten te hoog en de kans om die terug te verdienen te onzeker. Belangstelling voor digitale literatuur is er echter wel, merkt het Letterenfonds, dat die interesse probeert aan te wakkeren (Dessing, 2019). De beste kansen voor digitale literatuur liggen momenteel bij de inzet van digitale varianten als marketinginstrument, en in de mogelijkheden van seriële fictie, in navolging van het serie kijken op streamingkanalen als Netflix (Dresscher et al., 2017).

Wat betekent dit voor bibliotheken?

Podium en werkplaats

Bibliotheken organiseren auteurslezingen, leeskringen, schrijfcursussen, dichtworkshops en andere activiteiten voor lezer-schrijvers. Ze bieden een podium voor dichters en schrijvers om hun werk voor te dragen aan een publiek en een platform om ervaringen uit te wisselen met andere auteurs. Nieuwe verschijningsvormen van literatuur en poëzie op festivals, wedstrijden en open podia bieden eveneens mogelijkheden voor bibliotheken om een ander publiek aan te spreken. Ook kunnen bibliotheken advies geven aan mensen die een boek in eigen beheer willen uitgeven.

Bronnen

- Balian, Z.Z., Bosch, M. & Nekkers, J. (2018). *Innovatie in het boekenvak. Innovatiescan en -kansen*. Amsterdam: Futureconsult, in opdracht van KVB Boekwerk.
- Boekmanstichting (2016). *Amateurschrijvers en self-publishers. Een blik op de cijfers*. Amsterdam: Boekmanstichting.
- Centraal Boekhuis (2019). *Boekenbarometer 2018*. Geraadpleegd op 22-11-2019.
- Center for the Future of Libraries (2019). *Short fiction*. Geraadpleegd op 2-10-2019
- Dessing, M. (2019). *Wachten op een verdienmodel: boekenvak is nieuwsgierig naar digitale literatuur maar aarzelend*. Geraadpleegd op 22-11-2019.
- GfK (nog niet gepubliceerd). *Bereik online leesplatformen. Verkoop, aanbeveling en sociaal lezen en schrijven*. Intern onderzoek in opdracht van Stichting Lezen en de KB.
- KVB Boekwerk (2019). *Fysieke en online verkoop vullen elkaar aan*. Geraadpleegd op 23-11-2019.
- Neele, A., Zernitz, Z. & IJdens, T. (2018). *Kunstzinnig en creatief in de vrije tijd. Monitor Amateurkunst 2017*. Utrecht: Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en Amateurkunst (LKCA).
- Peters, S. & Nagelhout, E. (2019). *Rapportage Boekenbranche Meting 49 - 2e reguliere meting van*

2019 naar het kopen, lezen en lenen van boeken. Amstelveen: GfK, in opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (Koninklijke Boekverkopersbond, de Groep Algemene Uitgevers, Stichting Lezen, CPNB, KB).

- Poort, J. (2018). *De invloed van digitalisering en andere technologische ontwikkelingen op het auteursrecht*. Boekman, 30(116), p. 38-41.