

Ruimte voor onder nemer schap

WWW.BOEK2020.ORG

*de
Staat
van
het
Boek*

Actieprogramma voor de
Nederlandstalige boekensector

APRIL 2013



Doel:

beleidsvoorstellen
formuleren over
actuele problemen
in vijf concrete
domeinen in het
boekenvak.

Voortgang:

prioritaire
en urgente
besluitvorming
& actie.

*Je verandert de dingen niet
door in de clinch te gaan met de
bestaande realiteit.*

*Echte verandering bereik je alleen
door een nieuw model te bouwen
dat het oude overbodig maakt.*

RICHARD BUCKMINSTER FULLER

APRIL 2013

{ 2 }





Demografisch

- **vergrijzing**: terugval lees- en koopgedrag bij 55 + & lagere mobiliteit remt bezoek aan boekhandel in stedelijke centra af
- **multiculturaliteit** - taaldrempel voor cultuurparticipatie
- verhoogde **tijdsdruk** op leeftijdsgroepen die boeken kopen
- gestegen **opleidingsniveau** biedt groeikansen

Cultureel

- **vrijtijdsaanbod** vergroot en diversifieert
- 'boek' vergt drie **schaarse** goederen: tijd, geld & intelligentie: hoogdrempelig
- spanning tussen 'hoge' en 'lage' cultuur (*bestsellers vs niet mainstream*) & hybride consumentengedrag: veeleisend maar prijsgevoelig; impulsief maar kwaliteitsgericht
- mening van **niet-specialisten** & peer-to-peer informatie wint aan impact
- spanning 'industrie' (*grootschalig niet per definitie cultuurarm*) en 'ambacht' (*niet altijd cultureel waardevol*)

Economisch

- **rendement** sterk onder druk (*gestegen kosten, kortingenstrijd, afzet stijgt in niet-klassieke kanalen, duurder personeel*)
- **kapitaalbehoefte**: stockinvestering, ICT, e-commerce, A-ligging voor boekhandel, winkelinrichting, meer pr vereist
- weinig risicodragende **kapitaalparticipatie**



De wereld

de Staat van het Boek

{ 3 }



Politiek-maatschappelijk

- bescherming van **copyright** en auteursrechten conflicteert met de roep om open & gratis content (*creative commons*)
- **synergie** van cultuur met economie, buitenlandse handel, onderwijs, innovatie en welzijn onderbenut
- specifiek Vlaanderen: federale vs gewestelijke **bevoegdheden**

Technologisch

- onvoorspelbaar effect van **digitalisering**
- van **brick**-boekhandel naar **click**-e-commerce: technologiegedreven multinationals vs contentgedreven locals
- graduele uitschakeling **tussenhandel**
- **hardware** (*e-readers*) en **software** (*content*) grotendeels volledig gescheiden werelden

Ecologisch

- **logistiek**: onuitwisselbaarheid van boektitels, individuele wensen, stijgende retouren, kortere levenscyclus
- **e-boek**: lagere ecologische voetafdruk (bomen sneuvelen niet meer)
- **rams**j, tweedehands, actieprijs/gratis: beeldvorming overbodige *me too* productie in plaats van recyclage

APRIL 2013

{ 4 }



Veranderende media-omgeving

- fragmentatie en **polarisering** van het publiek
- portfoliobundeling, risicobeperking
- auteurs hebben veelal de status van BV/BN - BV/BN worden almaar meer 'auteur'
- risico op **piraterij** en vervalsingen door digitalisering
- moeilijk voorspelbaar (*marktstudie ontbreekt*): op 10 nieuwe titels 1 winst - 3 breakeven - 6 verlies
- **overaanbod**: succesfactor in handen van de consument

De boekensector

- **Bestuurscultuur** voor collectieve thema's, gemeenschappelijke diensten en actiepunten.
- Energie en tijd bestuurders-als-bijambt **beperkt**.
- De eigenheid van de sector benadrukken leidt tot inteelt & **drempels** om buitenstaanders te betrekken
- Nood aan sterke **ondersteuning** vanuit organisatiesecretariaten en sectorinstellingen vergroot.
- Risico op **vervreemding** tussen management en bestuur & minder sectorgedragen keuzes vergroot.
- Individuele **veerkracht** van ondernemers moet antwoorden formuleren op collectieve & bedrijfsgebonden uitdagingen.
- De toename van de markt van het **e-boek** dwingt tot nieuwe verhoudingen en afspraken.
- Beroepsorganisaties & collectieve instituten zijn toe aan actualisering en herdefiniëring van hun functies, instrumenten en werkvormen.
- **Masterplan Boekhandel** (VL) & Boekhandel als **local hero** (NL) belangrijke aanzetten tot innovatie in samenwerking met de overheid.



2

De consument

- deloyaal, zapper, mobieler, gemakzuchtiger, trendgevoeliger
- veeleisender, prijsgericht, mondiger, **machtiger**, asociale
- jongeren: multimedialer en minder boekgericht
 - de boekenkoper vergrijs

Directe concurrentie

- totale markt **krimpt**
- **solidariteit** onder druk, met name door de marktleiders
- **gelijke** toegang tot collectieve diensten en instituten maakt voor nieuwkomers toegang tot de markt & directe concurrentie gemakkelijker + vergroot het risico op amateurisme
- nieuwe ontwikkelingen zorgen voor **onzekerheid** en onrust

Leveranciers

- auteurs publiceren op internet & bieden rechtstreeks aan
- uitgeverijen verkopen rechtstreeks
- boekhandels worden uitgever van plaatselijke auteurs en thema's
- mediabedrijven maken boeken over eigen producties en verkopen rechtstreeks
- publicaties in eigen beheer haalbaarder via printing-on-demand
- Centraal Boekhuis breidt logistieke dienstverlening uit naar branchevreemde producten
- Google, Apple, Amazon verruimen hun (*diensten*)aanbod

De concurrentie

APRIL 2013

{ 6 }



Substituten of diensten

- vrijetijdsproducten, **cadeaumarkt**
- (**gratis**) content voor tablets, verrijkt met beeld, geluid, 3D en links
- ontmoeting & **uitwisseling** als antwoord op het a-sociale lezen

Nieuwe toetreders

- digitale verkopers, link met hardware: Apple, Amazon (*Kindle*), Google, Kobo
- **selfpublishing** & directe verkoop door auteurs
- piraten met gratis aanbiedingen
- bibliotheek als ontleners / verhuurders van digitale bestanden
- **samenaankoop** en collectieve (prijs)acties met boeken



3

Sectorinstellingen met hun collectieve functies

- kiezen voor synergie
- **onderzoeksmateriaal ontsluiten**, operationaliseren en gericht verspreiden
- samenwerking met andere sectoren
- meer ruimte voor **ondernemen** i.p.v. besturen/beheren/bewaken
- synergie Vlaanderen - Nederland meer benutten
- complementariteit collectieve promotie vs. product- en boekhandelspromotie
- **good governance** regels vastleggen

Nieuwe businessmodellen

- titelselectie en oplagebepaling baseren op **marktindicatoren** en aangepaste calculatiemodellen
- **retoursysteem** = duur, vergroot overstocks & levert geen bredere beschikbaarheid op
- boekhandel = etalage & essentieel instrument om de lezer te bereiken
- hoge (*volume*)korting voor risicoloze titels & lage (*beschikbaarheids*)korting voor risicovolle titels herzien
- 360° model

Personeelsprofiel

- ondernemerschap
- **nieuwe competenties** & meer in- en uitstroom van en naar andere (*creatieve*) industrieën
- **consumentgericht** & innovatief denken versterken

Uitdagingen

APRIL 2013

{ 8 }



Ontwikkeling & onderzoek

Onderzoek

- relevante **data** uit Nederland en Vlaanderen centraliseren, inventariseren & ontsluiten + uitwisselen vanuit universiteiten, hogescholen, sectorinstituten, bedrijven, buitenland, parallelle sectoren
- implementatie **actief** ondersteunen via individuele coaching, advies, directe begeleiding, tools

Op korte termijn

- **prijselasticiteit**, calculatiemodellen (*p-boek & e-boek*), boek als cadeau, kostensimulaties
- **logistieke modellen** (*retourrecht, 24 u service, activering lopend fonds, aanbiedingsystematiek...*), waar haalt de consument zijn boekinformatie & waarom?
- **mobiele helpdesk** *shop makeover* & sectorvraagbaak + tip van de dag voor de boekensector

Opleiding & vorming

- **basisopleiding** binnen regulier onderwijsaanbod
- **bijscholing**
- **afstandsopleidingen**, e-learning, internetfora
- **reflectiemomenten** & open fora met captains of industry
- ruilstages, jobrotatie, peterschap, zomerseminaries

Op korte termijn

- leren werken met data
- leerstoel boekeconomie
- e-learning

4

Einddoel:
meer
tevreden
lezers die
meer
boeken
kopen

Acties

de Staat van het Boek



Ondernemerschap

Sturen op cijfers

- **analyse** van de resultatenrekeningen van boekhandels & uitgeverijen brengt de omzetcomponenten (productgroepen, activiteiten, groeifactoren), kostenontwikkelingen en hun parameters & winstdrijvers gedetailleerd in beeld
- budgetteren als ondernemerstool valoriseren en **implementeren** & aansluitend actiemodellen voor overlevingsmodel, rendementsverbetering of strategische heroriëntering
- **break-even** punt bepalen, kritische grenzen berekenen voor omzet, marge & kosten + corrigerende acties
- **gezondheidsbulletin** met meetpunten(omzet, bruto marge, vernieuwing, productiviteit, cashflow, investeringsratio, 20/80 analyse...), sterkte-zwakke factoren & eindcijfer – *dashboard - Boekendokters*

Zelfevaluatie

- succesfactoren definiëren & jaarlijks **toetsen** + benchmarken met sectorontwikkelingen
- **expertise** delen

Innovatie

- successen bij concurrenten & in andere sectoren **observeren** & vertalen naar de eigen positie
- vernieuwingstools aangereikt door de overheid **planmatig** gebruiken

Consument

- bereik via **sociale media** - passie uitdragen – loyaliteit opbouwen
- **productkennis** verbeteren
- **ideële** aspecten: milieuvriendelijk, goed doel, debutanten, maatschappelijke thema's...

APRIL 2013

{ IO }



Beloningsmodel

Auteur

- auteur betrekken in ontwikkeling en uitvoering marketingacties
- **crowdfunding** als vorm van co-investering, dus ook winstdeler
- leren omgaan met agenten
- auteur **ondersteunen** als creatief ondernemer: inhoudelijk, administratief & promotioneel coachen
- exploitatie van schrijfvaardigheden **bevorderen** & anders inzetten

Boekhandel

- elk boek heeft specifieke **kanalenmix**
- boekhandel heeft geen monopolie:
- shop-in-shop formules voor specialistische genres en deelpakketten, branding, plaatselijke acties
- **aanbiedingsrisico's** koppelen aan promotionele ondersteuning (*auteurslezing, advertentie, app, leesexemplaren, exclusieve editie...*)
- **pop-up** boekenaanbod: restpartijen in samenwerking met plaatselijke boekhandel
- **e-verkoop** via boekhandel (*luisterboek, e-boek, groteletter*)

Lezer/koper

- **loyaliteit** belonen met andere voordelen dan korting
- **combinatie-aanbiedingen** / freemiums / exclusieve premiums
- **huren** als nieuw model - combi boekhandel & bib
- **versterking klantenbinding** door personalisering (*verjaardag, nieuwe titel lievelingsauteur, exclusieve lunch met lievelingsauteur voor lezing...*)
- aanbod **transparant** maken: mini-leesrapporten, koppeling aan recensies & klantenadviezen



Logistiek

- monopolistische logistieke dienstverlener met eigen agenda en marktbepalende keuzes
- **passieve** voorraden, commerciële grossiersrol ontbreekt, commercieel instrumentarium voor lopend fonds onvoldoende motiverend - *van retour naar verkoop, van push naar pull*
- **bevoorradingssystematiek** grondig herdenken: onderscheid tussen aanbieding en lopend fonds; tussen types sectorklanten, institutionele kopers en particulieren; tussen volume en eentjes (*inclusief transportmodaliteiten*); tussen p-boek, POD en e-boek
- sneller **signalement** van onverkochte exemplaren vermijdt overbodige herdrukken, te verwachten retourstromen aankondigen, uitwisseling van voorraden tussen boekhandels mogelijk maken
- **kortingensysteem** & leveringsvoorwaarden herdenken: aankopen in de breedte bevorderen & belonen - participatie promotiekosten, opleiding, exclusiviteiten, auteurslezingen, websitefaciliteiten, permanent depot...
- collectief ontwikkelde en gefaciliteerde **leveringsmethodes** voor boeken aan particulieren (*cf. Fleurop, stationskluis, apotheek, benzinstation, Kiala,...*)

Op korte termijn

- printing-on-demand stimuleren
- backlist activeren
- thematische suggestielijsten uitgeverij-overstijgend
- onderzoek naar impulsaankopen & hoe die bevorderen

A P R I L 2 0 1 3

{ 1 2 }



Publiekswisselwerking

Ambitie en branie

- elke Vlaming & Nederlander koopt in 2015 **één boek meer** dan in 2012
- **33 %** meer informatie over boeken & auteurs in pers, op radio & tv
- boek is **vrijkaartje** | kortingsbon voor culturele- & vrijetijds-aanbiedingen
- **centraal** campagne-overleg in samenwerking met alle actoren in plaats van eigen-titel-eerst campagnes
- boek-imago **herpositioneren** als eigentijds, vernieuwend, verrassend, modieus

Beloon klantentrouw

- boekenkastmeubel als **showroom** (spaarprogramma's, productontwikkeling, randassortiment...)
- **aansluiting** zoeken bij bibliotheekpubliek
- exclusieve voordelen: voorinschrijving, VIP op boekevents, gratis koffie, gesigneerde exemplaren, eigen publicatie, e-boeken gratis
- *hip & happening – vip & buying*
- **boekhandel** is bevoorrechte afnemer van uitgeverijen
- auteur is **preferente** leverancier, brandstof voor de uitgeverij
- offline én online

Zichtbaarheid vergroten

- boekhandel = **place2B**: aantrekkelijke & vernieuwende etalage voor het boek
- aanbod transparanter & herkenbaarder voor nieuwe & **jongere** doelgroepen
- met vaste regelmaat **paginagrote** thematische boekenadvertenties
- boekenautomaat & dwarsliggerautomaat naast gratis krant in stations





- auteur = mediagenieke **ambassadeur** voor een eigentijds medium, in contact met fans
- informatie & media in boekhandel & vice versa: RTV, recensies, blogs, bestsellerlijsten, quotes & testimonials van BV's/BN's & lezers, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Ted, iWish, Boeking.com,...
- **out of the boek**: zichtbaar op sportmanifestaties, toerisme- of interieurbeurzen, natuur- & milieu-events, handelsmissies,
- jobbeurzen, festivals, musea,...

APRIL 2013

{ 14 }





Stap 1

- **Vlaams-Nederlandse stuurgroep** voor coördinatie, procesbewaking & -stimulering, tegen juni 2013

Stap 2

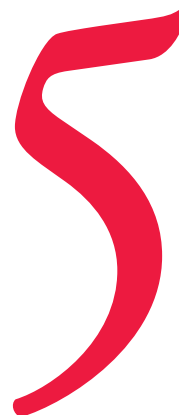
- actiedomeinen prioriteren & vertalen naar **besluitvorming**, tegen september 2013

Stap 3

- **Vier taskforces**: multidisciplinair, met inbreng vanuit alle partners, externe (ook buitenlandse) specialisten & academici en met steun van de sectororganisaties.
- Elke taskforce stelt gedetailleerd plan op: acties, timing, uitvoerders, budget:
- **Onderzoek & Kennis**, opleiding & permanente vorming (*SMB*)
- **Logistiek**, kortingsysteem & leveringsvoorwaarden (*Boek.be*)
- **Ondernemerschap** en nieuwe businessmodellen (*KBB*)
- **De consument centraal**: belonen & loyaliteit (*CPNB*)

Stap 4

- Deelplannen **gefaseerd** aanbieden, met maximale communicatie, regionale spreiding en diversiteit aan instrumenten.
- **Permanente** evaluatie, (financiële) stimulansen & projectmatige overheidssteun (economie, tewerkstelling, innovatie) zorgen voor resultaatgerichte oplossingen.



Operationaliseren

de Staat van het Boek

{ 15 }





Dit is een schetsmatige weergave van de beleidsvoorstellen van de Denktank Vlaanderen-Nederland voor de boekensector.

Dick Anbeek

Nederlandse Boekverkopersbond

Anna Bakker

Koninklijke vereniging voor het boekenvak

Geert Joris

boek.be

Nederlandse Taalunie,

Geert Noorman

Nederlandse Uitgevers Vereniging

Carlo Van Baelen

Vlaams Fonds voor de Letteren,

Eppo Van Nispen

CPNB

Rudy Vanschoonbeek

Vlaamse Uitgevers Vereniging

René Hartman

projectbegeleider

Nancy Reynders

secretariaat

nancy.reynders@boek.be

contact

met de steun van

de Nederlandse Taalunie

Grafisch
ontwerp
Mulder
van Meurs

de Staat van het Boek

{ 16 }

