

Rapportage VBP

Rapportage interviews en vragenlijsten voor plan van
aanpak evaluatie van de Wet op de Vaste Boekenprijs

April 2008

I. Opdracht

1. De Wet op de vaste boekenprijs (VBP), in werking getreden op 1 januari 2005, kent in artikel 30 de volgende evaluatiebepaling:
'Onze Minister zendt binnen vijf jaar na de inwerkingtreding van deze wet, en vervolgens telkens na vijf jaar, aan de Staten-Generaal een verslag over de doeltreffendheid en de effecten van deze wet in de praktijk'.
Deze bepaling gaat uit van de continuïteit van de wet. Het is niet zo dat om de vijf jaar over de voortzetting van de vaste boekenprijs moet worden besloten. Het zijn de doeltreffendheid en de effecten van de wet in de praktijk die periodiek aandacht moeten krijgen van kabinet en parlement. Het verslag van deze evaluatie van de wet vormt de basis voor de bespreking over het functioneren van de wet.
2. Met de minister van OCW is overeenstemming bereikt dat de politieke verantwoordelijkheid voor de evaluatie van de wet natuurlijk bij de overheid, in casu de minister voor onderwijs, cultuur en wetenschap ligt, en dat voor de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB) bij deze evaluatie een coördinerende rol is weggelegd namens 'het vak'. De KVB is daarvoor de aangewezen organisatie, omdat zij zowel de boekverkopers als de uitgevers vertegenwoordigt en omdat zij in staat is vanuit de marktpartijen aan de evaluatie bij te dragen met behoud van de algemene, publieke belangen die in de beoordeling moeten worden betrokken. De bijdrage van de KVB in de evaluatie betreft de coördinatie van de vakinbreng.
3. De start van de evaluatie wordt gevormd door deze rapportage, die op basis van de interviews en vragenlijsten een overzicht moet geven van de opvattingen en overwegingen van betrokken partijen over de vaste prijs en de marktontwikkelingen in het boekenvak. In gezamenlijk overleg tussen OCW en KVB zijn daartoe een lijst van te interviewen personen (bijlage 1) en een vragenlijst (bijlage 2) opgesteld. De vragenlijsten zijn vooraf opgestuurd aan en ingevuld door de aangewezen organisaties/personen. In de maanden november en december van het vorige jaar zijn interviews gehouden en/of is gesproken met ongeveer dertig 'sleutelfiguren'. Begin oktober 2007 is nog gesproken met de oud-voorzitter van de KVB en bijna geestelijk vader van de wet op de vaste boekenprijs: Aad Nuis. In januari 2008 is de interviewronde afgerond met gesprekken met de directeurs van de CPNB, de heer Kraima, en de VOB, de heer Van der Putten. De medewerking aan het invullen van de vragenlijst en het daarop gevolgde interview is groot geweest. Met Daniël Ropers heeft wel een interview plaatsgevonden; van hem is geen vragenlijst ontvangen. Mai Spijkers was te druk voor zowel vragenlijst als interview.
4. Door de gevolgde werkwijze van het invullen van vragenlijsten en het afnemen van interviews is het gewenste overzicht verkregen. Uit de vragenlijsten is een schat aan informatie verkregen. In de interviews zijn naast de specifieke op de VBP betrokken onderwerpen ook andere zaken van het boekenvak aan de orde gekomen. Over die onderwerpen wordt ook gerapporteerd, omdat ze als een vorm van 'bijvangst' bijdragen aan het inzicht in het huidige reilen en zeilen van het boekenvak. Daarmee wordt bijgedragen aan de breedte van de beoordeling van het functioneren van de vaste prijs.

De rapportage is opgebouwd uit drie onderdelen:

II. Beoordeling van de bevindingen: het algemene beeld en de beleidskeuze

In dit onderdeel geef ik mijn eigen beleidsmatige beoordeling van de positie van de vaste boekenprijs binnen het boekenvak. Ik schets daartoe het algemene beeld en geef de beleidskeuze aan die, naar mijn oordeel, in dit kader voorligt.

III. Rapport van de bevindingen

Dit deel bevat een op onderwerp geordende weergave van de interviews, de vragenlijsten en de aanvullende gesprekken. Dat betekent dat in deze rapportage meer en uitgebreidere opvattingen en informatie aan de orde komen dan in de vragenlijsten alleen. In de formuleringen is aansluiting gezocht bij het persoonlijke woordgebruik of is dat in de meer algemene uitspraken verwerkt. Hierdoor is een gekleurd palet van meningen en uitspraken ontstaan dat in principe voor rekening van de geïnterviewden is. Hierop heb ik mijn beoordeling in deel II gebaseerd. Dit deel van de rapportage is dus niet één op één tot de vragenlijsten te herleiden. Dat gebeurt in deel IV.

IV. Samenvatting van de vragenlijsten

Dit is een rechtstreekse samenvatting van de ingevulde vragenlijsten.

II. Beoordeling van de bevindingen: het algemene beeld en de beleidskeuze

Algemene beeld

5. Er bestaat een redelijk onverdroten steun voor de vaste boekenprijs in alle geledingen van het boekenvak. Ook van degenen die met een retailachtergrond in het boekenvak zijn gestapt. De sfeer is aanmerkelijk beter dan vijf jaar geleden. De

discussie over de vaste prijs is zakelijker geworden en minder ideologisch geladen. De steun is aanwezig in alle geledingen. In de afgelopen jaren lijkt het wantrouwen tussen boekverkopers, uitgevers, Bol.com en ECI te zijn weggesleten. De gezamenlijke belangen lijken zich te verplaatsen van alleen het verkopen van boeken naar de doelstellingen van het verkopen van boeken en het bevorderen van lezen. Deze ontwikkeling wordt ook gezien en benadrukt door de CPNB en de VOB. Beide organisaties betonen zich grote voorstanders van de vaste boekenprijs. Over het algemeen genomen, kan geconstateerd worden dat de wet rust en acceptatie heeft gebracht en dat er geen echte tegenstanders van de vaste boekenprijs meer zijn. De bestaande kritiek op de wet is dat deze te rigide is, dat wil zeggen: te weinig marketing- en actiemogelijkheden kent.

6. De nieuwe technologie van digitalisering en internet is bezig zijn weg in het boekenvak te vinden en inmiddels zijn alle partijen daarmee bezig. De onontkoombaarheid van deze ontwikkelingen wordt onderkend, terwijl daar al zoveel als mogelijk op wordt ingespeeld. Algemeen wordt het internet als aanvulling op en ten dele als vervanging van de bestaande distributiekkanalen gezien. De snelheid van ontwikkeling van 'printing on demand' (POD) en het e-boek wordt verschillend ingeschat op basis van het moeilijk te voorspellen gedrag van de consument. Verwacht wordt dat de digitalisering voor non-fictie en informatie een veel snellere en diepgaander ontwikkeling zal meebrengen dan voor fictie en het literaire lezen.
7. De toekomst wordt niet onbezorgd tegemoet gezien. De professionalisering en verzakelijking heeft de sector niet onberoerd gelaten en in combinatie met de digitalisering en het internet wordt de dynamiek op de markt groter. De zorgen over de marges en de rendementen zijn als altijd aanwezig. En zoals verschillende respondenten opmerkten, vormen de vaste boekenprijs en het Centraal Boekhuis belangrijke voorwaarden voor het succes van het boekenvak, maar zij zijn geen garantie voor de toekomst.
8. Het is te voorzien dat in de komende jaren de digitalisering verder in de sector oprukt en dat er meer zicht komt op de effecten daarvan. Over de vraag of de VBP ook voor digitale producten moet gaan gelden, zijn de meningen verdeeld. Tevens wordt geconstateerd dat het inzicht nog niet groot genoeg is om deze vraag al te kunnen beantwoorden.
9. Kortom, het algemene beeld is dat het redelijk goed gaat in het boekenvak (zie ook de omzetcijfers 2007) en dat men de VBP wil handhaven met, als het kan, enige verruiming van de mogelijkheden door de wet geboden aan ondernemingszin en handelsvrijheid.

Beleidskeuze

10. Want natuurlijk worden er kanttekeningen bij het functioneren van de wet geplaatst en wetswijzigingen voorgesteld. Deze voorstellen zijn verschillend van aard en in te delen in drie categorieën. De eerste categorie betreft min of meer technische aanpassingen van de wet, zoals: verduidelijking van de begripsbepalingen, het schrappen van de bepaling inzake verschillende importprijzen, het afstemmen van artikel 12 op de diensten van het

Centraal Boekhuis (CB), eventuele uitbreiding van de bevoegdheid van het Commissariaat voor de Media (CvdM) om op te treden. Tot deze categorie is ook het door iedereen onderschreven voorstel om de personeelskorting en de auteurskorting (weer) mogelijk te maken te rekenen.

De tweede categorie van wijzigingsvoorstellen betreft de voorstellen voor de verruiming van de mogelijkheden voor actie/marketing, en voor de reikwijdte en de termijnen van de wet. Deze onderwerpen raken inhoudelijk aan de opzet van de wet en het functioneren van de markt. Het debat zal erover moeten gaan welke van deze voorstellen op een gezamenlijk draagvlak in de sector kunnen rekenen op zo'n manier dat uitvoering daarvan mogelijk is zonder verstoring van het bouwwerk van de wet. Want het wijzigen van de wet op deze punten brengt het risico van het openbreken van de bestaande wetgeving met zich mee en daarmee de bezwaren van een discussie ten principale die eerder divergeert dan convergeert, met alle politieke onzekerheden van dien.

De derde categorie gaat over de reikwijdte van de wet in het digitale domein. Overheersend is de opvatting dat het verstandig is de ontwikkelingen in de komende jaren af te wachten, omdat dan beter zichtbaar zal zijn welke betekenis aan de VBP alsdan moet en kan worden toegekend.

11. Mede op basis van die overweging spreken verschillende partijen de voorkeur uit de huidige status quo te handhaven en de wet op de VBP nu in zijn geheel ongewijzigd voort te zetten, vanuit de conclusies dat de gesignaleerde problemen wel reëel, maar onvoldoende zijn om een discussie over de huidige wet te beginnen. De voorkeur voor dit standpunt wordt als volgt verwoord door Maarten Asscher: 'De problemen over de VBP zijn onvoldoende om inbreuk op het principe te maken. Ik zou het prima vinden als alles ongewijzigd voor nog eens vijf jaar verlengd zou worden. Immers, als de politiek een wekker uit elkaar haalt, valt nooit met zekerheid te voorspellen of ze alle onderdelen ook weer in elkaar weten te krijgen en of je dan nog steeds kunt zien hoe laat het is'.

III. Rapportage van de bevindingen

Opvattingen over de VBP

Brede steun

12. Op basis van de bekende doelen: breed geschakeerd aanbod, brede verspreiding, continuïteit van boekhandels en uitgevers, bestaat er brede steun voor het

instandhouden van de VBP. Daarbij wordt van verschillende kanten opgemerkt dat de Wet op de VBP rust heeft gebracht.

Het 'heartland' van de VBP wordt gevormd door de KoninklijkeNBb en zijn leden. De VvL voegt daar dezelfde opvatting van de auteurs aan toe. De GAU ondersteunt de VBP op basis van het brede assortiment, het belang van kleine uitgevers bij gespreide boekhandels als afzetkanaal en de belangen van de auteurs die niet gebaat zijn bij neerwaartse prijsdruk.

Ook vanuit de invalshoek van typische 'retailers' zoals Bruna en BGN worden de waarde en betekenis van de VBP gezien. BGN/Van der Lely merkt op dat men juist dankzij de VBP durft te investeren in nieuwe winkels. Daarbij passen de opmerkingen dat de VBP alleen de boekensector niet zal redden. Dat zal het boekenvak zelf moeten doen.

Maarten Asscher noemt de VBP één van de drie pijlers van het boekenvak naast de vrijheid van expressie en het auteursrecht.

13. Ter adstructie wordt dikwijls verwezen naar Engelse en Belgische/Vlaamse 'toestanden'. Interessant in dit verband is de opmerking van Boezeman/PCM, dat het introduceren van een VBP in Vlaanderen nu zou leiden tot een slagveld in het boekenvak, omdat de supermarkten dan met de verkoop van boeken zouden stoppen en er geen fijnmazig net van boekhandels meer aanwezig is om dat op te vangen.
14. Van verschillende zijden wordt het verband tussen de VBP en het CB benadrukt. Het CB werkt regulerend en de prijs kan niet 'afgeknepen' worden, wat een garantie betekent voor kleine boekhandels en uitgevers, die de basis vormen voor de culturele ontwikkeling in het boekenvak.
15. De kritiek op het functioneren van de wet komt vooral van de organisaties die een zekere belemmering van de wet ervaren voor marketing- en actiemogelijkheden. In dit verband wordt ook naar voren gebracht dat de VBP voor fictie wel een basis vormt voor behoud en spreiding van het assortiment en de continuïteit van de boekhandel, maar dat dat voor non-fictie, waaronder wetenschappelijke uitgaven, veel minder het geval is en dat in de toekomst de betekenis van de vaste prijs op dit terrein op bijna natuurlijke wijze snel zal afnemen.
NDC/De Groot bepleit een beter evenwicht tussen het positieve element van de VBP, dat prijs en distributiemogelijkheden gelijk zijn, en het negatieve element, dat de ondernemingszin en handelsvrijheid worden beperkt.
De ECI ondersteunt de VBP op basis van de doelstelling: het bevorderen van het verkopen van boeken en van het lezen. Wel bepleit zij verruiming van de mogelijkheden en verkorting van de termijnen van de wet, zowel die voor de vaste prijs als voor de ECI.
Bol.com/Ropers ondersteunt de cultuurpolitieke doelstellingen waarop de VBP is gebaseerd en constateert dat naast een vaste prijs met name de feitelijke (logistische) verkrijgbaarheid (via het CB) en de volledige en goede documentatie van het aanbod (in de vorm van een centrale, complete en gestandaardiseerde boekendatabase) essentieel zijn voor het bereiken van die doelstellingen. Hij wijst erop dat deze twee factoren nu niet voldoende zijn geborgd. Daarnaast bepleit Bol.com het omzetten van de VBP van vaste- naar minimumprijs, aangezien dat boekverkopers in staat stelt om hun toegevoegde waarde ook te vertalen naar de bijpassende marktprijzen.

Markt

16. Het boek is in Nederland (nog steeds) goed gepositioneerd in de concurrentie om de vrijetijdsbesteding. De boekenbranche is redelijk gezond met een behoorlijke omzet. De uitgeverwereld bestaat uit culturele ondernemers en is een onderdeel van de creatieve industrie. Dat is tegelijk de sterkte en de zwakte van het vak. De uitgeverwereld denkt nog steeds in termen van kosten + winstopslag = verkoopprijs. De VBP heeft geen (sterke) prijsverhogingen gebracht. Zeker niet als je kijkt naar de afgelopen periode van transitie van gulden naar euro. Het boekenvak heeft zich terughoudend in de prijs opgesteld. De gemiddelde prijs van het verkochte boek ligt rondom € 12,50 met een toegenomen kwaliteitsaspect. Bij een hardcover ligt de prijs rond de € 20,-.
17. Enerzijds wordt gesteld dat de omzet aan boeken in deze vier jaar niet substantieel gestegen is. De markt is niet groter geworden door de afschaffing van het exclusieve verkeer in 2005. Dat zou dan in deze periode aangetoond moeten zijn. De demografische ontwikkeling vormt een plus voor het lezen. Er wordt nog steeds veel gelezen, in verhouding veel door vrouwen boven de veertig jaar. Anderzijds wordt gewezen op de substitutie die heeft plaatsgevonden via het internet. Het gevoel is dat de komst van Internet tot een substitutie van tussen de 10% en 25% van de markt omzet heeft geleid. Ook de grote bestsellers rekken de markt niet sterk op, maar substitueren, terwijl de markt maar een beetje groter wordt. PCM/Boezeman meent dat er tegelijk krimp is in de markt, die niet zichtbaar is door de groter wordende dominantie van bestsellers van 80-20% naar 95-5%. Er zijn 10 à 15 uitgever dominant in de bestsellerslijst op een totaal van 400 uitgever. PCM biedt al minder titels aan. Naar het oordeel van de ECI kannibaliseert hun verkoop niet op de verkoop door de boekhandel.
18. Het algemene beeld gaat in de richting dat de totale omvang van de boekenmarkt in de afgelopen jaren in geringe mate is vergroot. Er is sprake van een stabiele tot lichtgroeiende markt, in elk geval over de laatste twee jaar. De omvang en ontwikkeling daarvan zouden onderzocht kunnen worden.

Internet

19. Algemeen is de opvatting dat de opkomst van de internetboekhandel de keuze heeft verruimd en de informatie verbreed. Het internet wordt door de meeste boekverkopers en uitgever als een aanvulling op het aanbod aan de consument gezien. De basis blijft de content met variaties in nieuwe verschijningsvormen en distributiemogelijkheden.

Het internet trekt ook een ander soort klanten en het wordt gebruikt voor informatie over een aankoop in de fysieke boekwinkel. Dat vraagt om kwaliteit van de informatie in de boekhandel.

Athenaeum/Asscher ziet de opkomst van Bol.com gerelateerd aan de neergang van de boekenclubs/ECI. De laatsten bereiken nog steeds een conventioneel publiek. Bol.com lijkt geen bedreiging voor de kwaliteitsboekhandel.

20. De grotere boekhandels en de boekhandelconcerns zijn inmiddels op het internet aanwezig, maar dan primair voor de eigen klantengroep, die rekenen op het

winkelconcept dat moet worden doorvertaald naar het internet. Gespecialiseerde boekhandels gaan goed via hun internetverkoop. Jongbloed/Bohlken wijst erop dat de kassaverkoop relatief onbelangrijk is geworden met 3% tegenover de verkoop via internet met 97%. Dit komt omdat hij verkoopt aan alle grotere juridische organisaties in Den Haag en omstreken. Ook het W-boek gaat steeds meer via internet.

21. Een probleem blijft de kleinere onafhankelijke boekhandel met een algemeen, literair assortiment. De mogelijkheid om zelfstandig de internetmarkt te betreden, wordt benut, maar kent zijn eigen problemen. De vraag is welk potentieel zit in een gezamenlijk platform dat boekverkopers zelf zouden gaan operationaliseren. Dat is eerder geprobeerd (Boekbalie.nl) en voorsnog geen succes geworden. In relatie tot Bol.com is de vraag welke partij over de grootste organisatiekracht zal beschikken.

Overproductie

22. Er worden verschillende vormen van overproductie gesignaleerd. BGN/vdLely: er is sprake van een relatief gigantische overproductie in aantallen boeken, niet zozeer in titels. Dit komt voort uit de 'eigenheid' van uitgevers en het technische gemak waarmee iemand uitgever kan worden, maar door lichte sanering is overleven in de sector mogelijk. NDC/VBK: er is sprake van overproductie. Het gaat in de richting dat 1% van de verkrijgbare titels zorgt voor 80 à 90% van de omzet en dat 1000 toptitels praktisch alle omzet genereren. CB/Cortenraad: er is sprake van overproductie en veel te grote voorraden in het Centraal Boekhuis.
23. Maar de beoordeling hiervan in de sector is vrij unaniem en wel als volgt. WPG/De Jong: overproductie in deze sector is een natuurwet. De uitgevers bepalen wat zij willen uitgeven en de consument c.q. de lezer bepaalt wat hij aankoopt. Dat werkt goed. PCM/Boezeman: de overproductie is cultureel en economisch een zaak van de markt. GAU/Derks en Timmermans: je kunt niet stellen dat er sprake is van overproductie door uitgevers. Dat is een zaak van de markt. Uitgevers zien blijkbaar kansen voor hun producten en de boekhandels met hun brede aanbod en de consumenten beslissen uiteindelijk. Vanuit het principe van de VBP gezien, kan het feit dat er zoveel titels worden uitgebracht als positief worden gezien.

Concernvorming

24. Belangrijke scheidslijnen in het boekenvak lopen tussen kleine en grote boekhandels en tussen kleine en grote uitgevers (concerns). Met name het concerndenken is sterk economisch en financieel gericht. De kritiek op de concernvorming luidt: het leidt tot versmalling van het aanbod, beperking van de brede beschikbaarheid en er wordt bezuinigd op de redactie, er ontstaat druk op de marges/kortingen en er worden minder poëzie en essays/vertalingen uitgegeven. In lijn daarmee wordt het voor het boekenvak van groot belang geacht dat er onafhankelijke uitgevers en boekhandels blijven die hoge maatstaven aanleggen.
25. De meest pregnante criticus op dit punt is De Geus/Visser. Hij meent dat er maatregelen genomen moeten worden om de concernvorming te beperken. Naar zijn mening ontstaat bij de uitgevers een Amerikaans uitgeversmodel dat primair gericht is op winst en zich minder gelegen laat liggen aan verschillende aspecten van kwaliteit, zoals het niveau van de redactie en de aandacht die aan de uit te geven boeken wordt besteed. Bij de boekhandel neemt hij het concern BGN als voorbeeld waar een 'supermarktmodel' ontstaat: de plaats in de winkel (etalage/plank/schap)

kost de uitgevers geld en als een boek binnen drie maanden niet wordt verkocht dan gaat het eruit. Door de grotere inkoopkracht, nu vaak één inkoper, ontstaat versmalling/verscherping van de verhoudingen en focus op hogere kortingen. BGN en Libris kopen niet meer alles of breed in en zijn volledig bezig met de marges, aldus Visser.

Roodveldt meent dat concernvorming de goede handels sfeer negatief beïnvloedt.

26. Anderen delen de vrees dat ketenvorming tot verschraling leidt niet of niet zo sterk. BGN/vdLely verwoordt de opvatting dat concentratie van boekhandels de breedte en kwaliteit van het aanbod aan consumenten juist ondersteunt. Hij wijst op de praktijk van uitbreiding van en in de winkels van BGN/Selexyz. Ook poëzie zal altijd in zijn winkels blijven worden aangeboden zolang de consument daarom vraagt. Tevens geeft concentratie inkoopmacht tegenover uitgevers. Zijn verwachting (en die van Jongbloed/Bohlken) is dat bij doorzettende digitalisering in de toekomst sterkere concentraties aan uitgeverszijde en aan boekhandelzijde zullen optreden.

Rendement

27. Uit onderzoek (BVO) blijkt dat het rendement van veel boekhandels te laag is en dat er veel werk nodig is om de positie van de boekhandel op peil te houden. De VBP is daar een belangrijke voorwaarde voor.
28. Het rendement van de boekhandel moet omhoog! Daarvoor is een voortdurende verbetering van de exploitatie door kostenreductie, margeverbetering en verhoging van de omzetsnelheid van het brede assortiment nodig. De lage marge van de boekhandel zorgt samen met de vergrijzing voor de bekende opvolgingsproblemen en het opheffen van boekhandels. Er is sprake van veel vernieuwingszin, maar vergroting van het rendement is niet eenvoudig. Tevens bestaat de opvatting dat de ontwikkeling aan de markt en daarin werkende boekverkopers kan worden overgelaten. De continuïteit van kleine boekhandels is ondanks de lage marge niet echt in gevaar, omdat niet alle kosten worden doorberekend. Bij bedrijfsbeëindiging komen alle kosten wel boven en soms leidt dit tot overname van kleinere winkels in een kleine keten. Sommige boekwinkels die een zeer geringe marge hebben, worden bijna uit liefhebberij gedreven en vormen vanuit dat perspectief nog een interessante living voor de boekverkoper.

Aanbod

29. In de opvattingen is een lichte trend te bespeuren dat het aanbod van de boekhandel aan het versmallen en de brede beschikbaarheid aan het afnemen is, in het bijzonder in het aanbod van kleinere uitgevers en bij de boekhandels die in ketens zijn georganiseerd. De KoninklijkeNBb heeft het initiatief genomen om dit nader te onderzoeken.
30. Bruna/Gelauff merkt in dit verband op dat de parallelle verkoop, via branchevreemde kanalen, ten koste gaat van de omzet en de marges van de branche en dat dat kan leiden tot verarming van het pluriforme aanbod. Roodveldt meent dat het aanbod kan verschrallen door de concurrentie met internetwinkels, omdat de boekhandel aan sommige uitgaven 'niet meer begint'. De Geus merkt op dat de kwaliteitsboekhandels in de breedte versmallen. Hij ziet ECI/AKO/Bruna (als aanbieders voor het grote publiek) juist in kwaliteit en breedte toenemen. De boekenclub is daarom geen concurrent meer om nieuw werk af te

zetten bij het publiek. Juist bij de boekenclubs kan het oude fonds aandacht krijgen. Zij zijn dus additioneel geworden en de viermaands clause zou kunnen worden afgeschaft.

Anderen menen dat er te weinig activiteit in de backlist ontstaat, omdat de VBP en de bestsellers tot gemakkelijke verkoop, goeie marges en lage kosten leiden. De grote boekhandel kan zich juist door de VBP versmallen, omdat die voldoende geld in het laatje brengt.

31. BGN/vdLely is daarentegen van mening dat het aanbod van de boekhandel is verbreed. Wel worden er per meer titels minder exemplaren ingekocht. Het NUV plaatst de kanttekening dat de bredere beschikbaarheid van boeken, met name van het wetenschappelijke en professionele boek, primair door technische en distributieontwikkelingen komt (internet) en niet dankzij de VBP.
32. Bol.com meent dat het in de winkel aanwezige assortiment in de boekhandel versmalt. Steeds meer rationele en economische factoren spelen een rol: boekhandels maken nauwelijks rendement, boeken moeten dus een hogere omloopsnelheid hebben. Bewustere (selectievere) inkoop kan tot een bredere verkoop van titels leiden, omdat vraag en aanbod zo beter op elkaar aansluiten. Ropers stelt dat Bol.com het meest bijdraagt aan de gestegen breedte van de verkopen. 95% van alle via het CB aangeboden titels wordt ook daadwerkelijk door consumenten bij Bol.com gekocht. Zonder het brede aanbod van Bol.com zou er sprake zijn van verschralling van de verkopen in de breedte.

Ondernemerschap

33. De markt is zichtbaar aan het verzakelijken. De boekhandels zijn bezig een omslag te maken naar een economisch te verantwoorden exploitatie. Er is sprake van een snellere professionalisering als inhaalslag. De boekhandels zouden in de afgelopen periode sterker verzakelijkt zijn dan de uitgevers, omdat zij een distributietaak uitvoeren. Volgens Bol.com blijven de uitgevers achter, ook de grote, omdat zij strategisch en organisatorisch onvoldoende sturing kennen om zich op de digitale toekomst te kunnen voorbereiden.
34. Er worden verschillende opmerkingen over het ondernemerschap van de boekverkopers gemaakt. Meer tijd en energie van de boekverkopers voor marketing zou de doelstelling van de brede beschikbaarheid bevorderen. Buitenlandse bestsellers worden wel snel in prijs verlaagd, terwijl dat niet hun belang is. Vanuit de NUV en anderen wordt gesteld dat betere advisering aan de klant en meer verkoopactiviteiten nodig zijn, ook bij studenten en het W-boek. Als dat gebeurt, zouden de uitgevers wellicht ook wel meer marge willen geven. Voor de GAU kan een actievere onderhandeling over de marge voortkomen uit een actievere opstelling van de boekhandel. De importeurs menen dat de boekhandel veel geld laat liggen door gebrek aan activiteiten, bijv. gebrek aan binding met lokale bedrijven. De inspanningen op lokaal niveau zouden het bereik bij klanten kunnen vergroten.
35. De boekverkopers onderschrijven de klacht van uitgevers niet dat de boekhandels te weinig doen aan vernieuwing en marketing in hun winkels. Zij geven aan goed geschoold personeel in huis te hebben. Alleen bestsellers verkopen, werkt op de lange termijn niet. Voor de continuïteit is een breed aanbod aan de consument nodig.

BGN/vdLely wijst op het assortiment van Albert Heijn dat over de jaren groter en breder is geworden.

36. Een terugkerende vraag is of het internet de informatie- en adviesfunctie al niet heeft overgenomen en dat de boekhandel te laat is om zelfstandig op de digitale ontwikkeling in te spelen .
37. De VvL spreekt haar vertrouwen uit in het culturele ondernemerschap van zowel boekverkopers als uitgevers.

Marge(huis)

38. Het verbaast niet dat in de boekenmarkt de margeproblematiek een opvallend punt is waarover uiteenlopende opvattingen bestaan. In dit verband wordt gewezen op de scheefgroei in het 'margehuis', waarmee wordt bedoeld op de verschillen in korting tussen verschillende categorieën verkopers (zelfstandige boekhandels, ketenboekhandels, supermarkten, boekenclubs) die voor een en dezelfde titel kunnen oplopen van 42% tot meer dan 70%. De vraag is ook of die situatie wel recht doet aan de intentie van de Wet VBP.
39. Volgens Bruna/Gelauff is er geen goed evenwicht in het margehuis. Er zijn drie grote uitgevers die tezamen een oligopolie vormen. En de uitgever - die monopolist is gezien vanuit het unieke boek - bepaalt prijs en marge. Door de VBP is er geen druk op de prijs van de uitgever. Er wordt onvoldoende verschil gemaakt tussen grote en kleine boekhandels en de kortingen zijn te weinig aan de omzet gerelateerd. Volgens Jongbloed/Bohlken is het margehuis uit de hand gelopen. Het is alleen gebaseerd op distributiekosten in het verleden. De marge van de boekhandel zou gebaseerd moeten zijn op een mix van marketinginspanning (aanhouden van een brede voorraad, marketing en vakkennis naar de klant) en verbetering in de distributie.
- Naar de mening van Intres/Damwijk is er sprake van scheefgroei in het margehuis door het verschil in korting tussen primaire en secundaire afnemers. De verschillende boekverkopers moeten meer op gelijke voet worden behandeld. Daarvoor moet de huidige margestructuur worden aangepast. De afschaffing van de korting door middel van Airmiles moet blijven.
- NDC/De Groot mist ruimte voor prijsconcurrentie en waardering voor retail-inspanningen. Zijn organisatie wil rechtstreeks 'communiceren' met consumenten. Met betrekking tot de margeproblematiek wordt ook gewezen op de onderhandelingen met het Centraal Depot. Lagere tarieven voor de kleinere boekhandels zouden de pluriformiteit bevorderen. Het verkopen van de oude voorraad is het gezamenlijke belang van uitgevers en boekverkopers, die zou je daarom beter moeten belonen.
- Het NUV 'gaat niet over het margehuis', dat is een zaak voor de uitgevers en boekverkopers. De kortingsverschillen kunnen worden verklaard uit het feit dat de andere kanalen verderop in de tijd verkopen en dus het voordeel van de eerste verkoop in de boekhandel missen of speciale verkoopmogelijkheden bieden.
40. Voor velen is de hoge korting van 70% voor boekenclubs achterhaald en is die niet meer van deze tijd. Daar plaatst de ECI/Waldmann als verklaring tegenover dat de boekenclub hoge kortingen vraagt, maar op haar beurt ook weer korting moet geven

van 20% tot 40% aan haar leden. Daarnaast promoot zij uit eigen middelen boeken via haar diverse verkoopkanalen. Jaarlijks spendeert de boekenclub 20% van haar omzet aan het werven van nieuwe leden. Het verschil in inkoop tussen boekhandel en boekenclub kan met de basiskortingstructuur als voordeel voor de lezer tegen elkaar worden weggestreept.

41. Bol.com/Ropers wijst erop dat in de praktijk veel marge op bestsellers wordt gegeven, terwijl de consument die toch wel koopt. Een hogere marge op de backlist is nodig om boekverkopers te motiveren om juist die boeken actief in te kopen en te verkopen. Als de inkomsten uit de bestsellers voor een boekverkoper zoveel hoger zijn dan die van een backlist-titel, terwijl de kosten voor het verkopen van een backlist-titel hoger zijn, staat dat de maximale realisatie van deze doelstelling van de wet VBP in de weg. Anderen, waaronder de ECI, zijn van mening dat de marges voor de backlist gehandhaafd moeten worden ten behoeve van de uitgevers die de voorraad bewaren. Zij vinden het niet gewenst voor de backlist hogere marges te geven en margedruk te veroorzaken, zoals Doeser en Ropers in 'Boekblad' bepleiten.
42. PCM/Boezeman constateert dat er in de praktijk meer korting wordt gevraagd, maar minder en smaller wordt ingekocht. Hij vraagt of het mogelijk is dit te onderzoeken en eventueel te constateren op basis van neutrale/objectieve gegevens. Zijn verzoek om onderzoek naar de rechtvaardigheid van de margeverdeling wordt breder ondersteund.

Actiemogelijkheden

43. Verschillende partijen (GAU, NDC, PCM, UVW) bepleiten ruimere actiemogelijkheden, zoals vier keer per jaar een actieprijs, ruimere mogelijkheden voor het initiëren van acties (airmiles, boekenclublicenties) en prijsacties voor geselecteerde afnemers. De wet vormt nu een te nauw keurslijf. De importeurs merken op dat er een grijs gebied is rond specials zonder ISBN-nummer, waarvoor voorheen geen vaste prijs gold en nu wel, voor bijzondere doelen.
44. Anderen menen dat de huidige regeling voor actiemogelijkheden voldoende commerciële armslag geeft en dat er vaak gebrek aan kennis bestaat over wat wel of niet mag van de wet. Intres/Damwijk vindt dat de afschaffing van de airmiles-korting moet blijven bestaan.
45. PCM/Boezeman vraagt of het NMa-technisch mogelijk is om afspraken te maken over de timing van de presentatie van nieuwe titels: "afspraken over verschillende tijdstippen van uitkomen van titels zouden namelijk een zegen voor het vak zijn."

Kortingsregelingen

46. Van bijna alle kanten is er steun voor het (weer) in de wet opnemen van de personeels- en de auteurskorting. De voorheen bestaande regeling van de auteurskorting is door een fout niet in de wet gekomen. Door het ontbreken van beide kortingen is de boekensector nu strenger geregeld dan andere branches in Nederland.

47. Athenaeum/Asscher meent dat de studentenkorting van 5% tamelijk diep ingrijpt bij de boekhandels. Uitgevers hebben hier niks voor teruggegeven. Dit politieke offer voor de wet wordt dus alleen door de boekverkopers gedragen. Jongbloed/Bohlken constateert dat aan studenten voor 50% over het internet wordt verkocht (deze krijgen bij hem alleen dan de studentenkorting van 5%). De studentenkorting heeft geleid tot een verschuiving naar boekhandels die korting geven. Het is tevens een antwoord op de korting aan studentenverenigingen met 10%. Het is in de praktijk ook een marketinginstrument om klanten te binden. De NUV zou de studentenkorting opnieuw willen toetsen aan de doelstellingen van de wet.

Auteurs (en vertalers)

48. Er is brede steun voor een stevige positie van de auteurs. PCM/Boezeman plaatst de kanttekening dat de auteurs en hun agenten steeds hogere voorschotten vragen. Ook hier is sprake van verzakelijking van de verhoudingen. Er wordt door uitgeverijen soms op de voorschotten afgeschreven.

W-boek

49. De opvattingen over het W-boek zijn dat het onder de VBP moet en kan blijven vallen. De W-uitgevers relateren hun opvatting aan de actiemogelijkheden die de wet biedt. Het onderscheid met het A-boek is verschillend voor de geesteswetenschappen en het natuurwetenschappelijke W-boek. Door het bereik te verminderen zou het assortiment van de boekhandel worden versmald en beëindiging zou een financiële dreun zijn voor de huidige verkopers. De VBP-regeling zou worden beschadigd.
50. Het NUV en anderen wijzen op de technische en distributieontwikkelingen bij de non-fictie, waardoor het W-boek als het ware op natuurlijke wijze uit de wet zal groeien, voor zover dat nu al niet het geval is, omdat een groot deel van het W-aanbod uit Engelstalige boeken bestaat waarvoor de vaste prijs niet geldt.

S-boek

51. Men is het erover eens dat voor het schoolboek de vaste prijs niet zou moeten gelden. De NBb stelt voor S-boeken wel onder de werking van de wet te brengen, maar te bepalen dat bij verkoop van een schoolboek de vaste prijs niet hoeft te worden toegepast. Dat is een kwestie van techniek, maar betekent materieel geen verandering.

CvdM

52. De NBb pleit ervoor een wettelijke voorziening te treffen die het het CvdM mogelijk maakt onmiddellijk actief op te treden op eigen titel als een overtreding van de wet wordt geconstateerd. Dit punt moet bij de zelfevaluatie van het CvdM worden betrokken.
53. Het NUV signaleert dat het titelbestand van het CvdM is 'vervuild' geraakt en de registratie niet goed geautomatiseerd is.

CB

54. In de afgelopen jaren is het gebruik van het centraal depot licht gedaald, maar weer gestegen door de werkzaamheden voor Bol.com. Het Centraal Boekhuis is veel meer gaan doen voor de uitgevers en minder voor de boekhandels. Volgens

CB/Cortenraad komt de verkoop op internet voor het overgrote deel voor rekening van Bol.com.

55. Voor het NUV is het depot een essentieel onderdeel van het systeem van de vaste prijs. Inzicht in de omvang, aard en financiën van het depot is daarom gewenst. De ECI is van mening dat het distributiesysteem van het CB te duur is en goedkoper moet kunnen. Er wordt gewezen op de discussie over de depotovereenkomst.
56. Naar het oordeel van Bol.com/Ropers ontwikkelt het CB zich in de richting van een commerciële partij en pakt het bedrijf zijn kansen om verder te ontwikkelen. Hij vindt dat er onvoldoende toezicht is op de kruissubsidiëring binnen het CB van publieke en commerciële taken. Het CB moet zich, naar zijn oordeel, richten op zijn publieke core business en de commerciële ontwikkeling afstoten.

KVB

57. Van vele kanten zou een herpositionering van de KVB als centraal platform van overleg en samenwerking in het boekenvak op prijs worden gesteld. Deze wens leeft ook sterk bij de 'belendende percelen' van CPNB/Kraima en VOB/Van der Putten. De verschuiving naar de bredere doelstelling van het verkopen van boeken en het bevorderen van lezen maakt een versterking van de samenhang binnen het vak en met partners daarbuiten gewenst. Deze ontwikkeling vindt plaats in het bredere kader van de concurrentie om de vrijetijdsbesteding van de consumenten.
58. Terzijde, uitgevers hebben anders dan de boekverkopers aarzelingen bij het opnemen van de VOB in het KVB-bestuur.
59. Herhaaldelijk wordt de wenselijkheid van een nationaal titelbestand uitgesproken: een database met alle aanbod met metadata daarin aanwezig. De overheersende mening is dat het publieke domein, 'not for profit', de aangewezen plek zou zijn voor dit nationale titelbestand, onder auspiciën van de KVB en de overheid, om te voorkomen dat er een commercieel monopolie op de data wordt gevestigd. Het bureau ISBN, dat nu bij het CB is ondergebracht, moet daarvan onderdeel gaan uitmaken.
60. Er wordt verschillend gedacht over de beschikbaarheid van data over het vak en de markt. De vraag wordt gesteld of dat nu goed geregeld is bij SMB. Onderzocht zou kunnen worden - wellicht in het verlengde van het onderzoek in het kader van deze evaluatie - of het loont een min of meer permanent bedrijfstakonderzoek te ontwikkelen als monitor van de ontwikkelingen in de sector. De KVB zou dat punt kunnen oppakken.

Toekomstscenario's

Digitaal

61. De ontwikkeling van digitalisering en internet zijn moeilijk te voorspellen evenals de termijnen waarop zij zullen plaatsvinden. Sommigen menen dat nieuwe digitale ontwikkelingen op een termijn van drie à vijf jaar te verwachten zijn. De meesten zijn terughoudender. Maar algemeen is de opvatting dat folio in de komende vijf à tien jaar zal teruglopen ten gunste van digitaal. En dat in die periode de verkoop van boeken steeds meer via andere dan de traditionele kanalen zal gaan verlopen. Als te verwachten ontwikkelingen worden

genoemd: de verdere ontwikkeling van internet, printing on demand (POD), e-boek, luisterboek, rechtstreeks uitgeven, kleinere oplages.

62. Men deelt de verwachting dat de ontwikkeling naar elektronisch gebruik en lezen via de generaties loopt. Daarom moet het boekenvak rekening houden met de demografische ontwikkeling. Het gaat dan niet alleen om de 'ouderen', die de huidige verhoudingen in het lezen en kopen van boeken als het ware verder in de tijd zullen dragen. De 'jongere' generaties hebben andere vormen van tijdsbesteding en entertainment en zullen meer on demand gaan consumeren. Die blijven wel lezen, maar gaan ook meer van andere distributiekanaalen gebruik maken. Er is dan ook geen sprake van ontleding, maar wel van andere vormen van lezen. En de grote vraag is wat de toekomstige consument wil: snelle informatie of een brede beschikbaarheid van boeken. Anders gezegd, de grote onbekende in deze ontwikkelingen is het consumentengedrag. Het uitgangspunt van PCM/Boezeman voor productie en distributie in de toekomst is daarom: volg de consument. Alle consumenten moeten alle vormen van aanbod via alle kanalen kunnen krijgen. PCM wordt daarom van productgericht meer consumentgericht.

Internet

63. De NBb voorziet dat de huidige boekhandels ook een elektronisch aanbod zullen ontwikkelen. Daarin zullen volgens de GAU ook de uitgevers mee moeten gaan. Veel boekhandels hebben al een webshop opgezet of zullen die opzetten. Over de ontwikkelingsmogelijkheden van die webshops wordt verschillend gedacht in verband met de positie die Bol.com - ook NBb-lid - inmiddels in de markt inneemt en de ingewikkelde organisatie die voor een webshop nodig is. Om de klant ook in het digitale domein te bedienen met de verkoop van aanvullende productvormen als e-boeken en andere digitale producten zijn grote investeringen (in hardware en software) nodig. Het is de vraag of dat kan worden gerealiseerd in de overlegstructuren van de NBb. In de jaren negentig is een initiatief voor een gezamenlijk Boeknet niet gerealiseerd. Het CB/Cortenraad meent dat de boekhandel, gezien de marktpositie van Bol.com, de nieuwe elektronische distributie gemist heeft en acht het de vraag of door de kleine schaal van de boekhandels de achterstand nog kan worden ingelopen. De internetactiviteiten van boekhandels lijken daarom eerder gericht te blijven op de lokale marketing. Waarschijnlijk pakt Bol.com ook een voorsprong in het digitale aanbod via het internet.
64. Athenaeum/Asscher ziet het brede assortiment in de boekwinkel als het begin van de 'long tail' die zich op internet voortzet. Daarom is het internet geen bedreiging. Het draagt juist bij aan de pluriformiteit. De assortimentsboekhandel zal in de toekomst zorgdragen voor het binden van de klanten. De exploitatie van de backlist verschuift naar de digitale exploitatie. De Geus/Visser onderschrijft de verwachting dat de internetwinkel meer een marketingmiddel dan een verkoopinstrument zal zijn. Ook de uitgever WPG/De Jong denkt dat mainstream zal blijven dat je boeken in de boekhandel koopt. De boekhandel concurreert al een beetje als cultureel centrum mee om de vrijetijdsbesteding. Het internet ontwikkelt zich tot een aankoopkanaal vanwege het gemak van bestellen (convenience) en als instrument voor kopen op grote fysieke afstand. De WPG werkt net als andere uitgeverijen en boekhandels aan een webshop per uitgever. Dat is voor de WPG-uitgevers meer een marketinginstrument dan een verkoopinstrument om de consument te bereiken over

de boekhandel heen en naast kranten en tijdschriften. In de tweede plaats fungeert de webshop als long tail instrument voor oudere uitgaven.

65. Bruna/Gelauff geeft de zakelijke vertaling hiervan: de fysieke verschijning van het boek is de kern van de boekhandel, maar als er digitale ontwikkelingen komen, moet de boekhandel een fair share daarvan kunnen verdienen.

Non-fictie

66. Alle partijen verwachten dat de ontwikkelingen tussen literaire, educatieve en wetenschappelijke uitgaven, in het bijzonder tussen fictie en non-fictie, verschillend zullen verlopen.
- Voor de literaire fictie zal folio zeker nog voor tien jaar de belangrijkste 'interface' blijven. Het gebruik van elektronische readers, zoals iLiad, zal professioneel wel toenemen, maar niet voor het algemene en literaire leesgebruik. Voor educatieve en wetenschappelijke uitgaven zal de digitale ontwikkeling veel sneller gaan. De drijvende krachten zijn hier technologie en distributie. Het W- en S-boek zullen sneller volledig digitaal worden wanneer geschikte readers beschikbaar komen.
- Bol.com/Ropers zegt hierover het volgende. Bij non-fictie/informatie zal folio snel substitueren voor digitaal. De content zal worden gedigitaliseerd door uitgeverij en ook op andere wijze digitaal worden uitgegeven. Het zal gaan in de richting van info die kan worden geüpdate. Dit zal op het gebied van non-fictie dramatische gevolgen hebben voor de boekhandel in de komende vijf jaar, omdat er andere distributiekanaalen voor aanbod komen en nieuwe uitgeefmodellen binnen de uitgeverij.

POD, e-boek en luisterboek

67. Naar verwachting zal de ontwikkeling van POD, e-boek en luisterboek in de komende jaren wel zijn weg vinden, maar zal het (nog) geen grote vlucht nemen. NDC/De Groot wijst erop dat de scheiding tussen producent en retail minder wordt. De vraag is wie straks de printer installeert en wie de community organiseert (ook op lokaal niveau). Zal dat de boekhandel zijn of de uitgever of naar verwachting beide?
68. Athenaeum/Asscher ziet POD zich ontwikkelen in combinatie met de longtail/backlist. Dit wordt ondersteund door PCM/Boezeman: door de longtail verschuift het aanbod van leverbaar naar beschikbaar. BGN/vdLely voorziet dat de ontwikkeling van POD op de kortere termijn zal doorzetten voor kleine oplages. Zijn verwachting is dat de boekhandel zelf POD gaat verzorgen: er komt een printer in de winkel en bij Bol.com. Het e-boek wordt belangrijk voor professionals en voor specifiek gebruik zoals op vakantie. De iLIAD zal speciale toepassingen vinden, bijv. als reisboek en in de wetenschap. De readers hebben nog een lange weg van ontwikkeling te gaan op de punten van techniek, downloadmogelijkheden, rechten, prijs en sociaal gebruik. Als het e-boek zich verder gaat ontwikkelen, bijv. jaarlijks een boek met on-line aanvullingen, dan zal dat ten koste gaan van de tijdschriften.
- Het aandeel van het luisterboek zal voorlopig klein blijven. De ontwikkeling hangt erg af van de kwaliteit van de elektronische readers. Het luisterboek zal pas gaan groeien als het integreert met apparaten voor muziek (voor mobiel gebruik).
69. De ontwikkelingen op dit vlak zullen door de VvL nauwkeurig worden gevolgd, omdat de positie en royalty's van de auteurs en vertalers in alle situaties veilig gesteld

moeten worden. Er moet in de elektronische omgeving bijzondere aandacht zijn voor de rechten van auteurs (en vertalers).

Rechtstreeks uitgeven

70. De opvatting overheerst dat schrijvers zelf geen digitale uitgevers zullen worden die rechtstreeks aan de lezers/consumenten leveren. Uitgeven is toch een vak apart dat eerder door een derde/uitgever zal worden uitgeoefend. Wellicht ontwikkelt de internetboekhandel, bijv. Bol.com, zich tot internetuitgever door de auteurs rechtstreeks te benaderen met omzeiling van de huidige uitgevers. Jongbloed/Bohlken en de ECI/Waldmann zien de mogelijkheden voor rechtstreekse uitgaven door auteurs, uitgevers of boekverkopers de komende vijf á tien jaar behoorlijk toenemen (voorbeeld: Sonja Bakker). Logistiek wordt het steeds gemakkelijker voor auteurs om al of niet via de boekhandel zelf uit te geven. Dat is een risico voor de uitgevers. Het risico voor de boekhandel is de uitgave door uitgevers van kleine aantallen met specialisatie on-line met websites en community's. De Geus zegt dat uitgeverijen zelf ook boeken zullen gaan verkopen, zeker uit het eigen fonds voor de opgebouwde klantengroep. Ook boekwinkels gaan dat doen. BGN/vdLely bevestigt dat Selexyz zelf op beperkte schaal regionale informatie gaat uitgeven.

De toekomst van de VBP

71. Over de toekomst van de VBP leven verschillende, elkaar niet uitsluitende, opvattingen. Er is brede steun voor de stelling dat de te verwachten wijzigingen vanuit de technologie en het internet de VBP niet overbodig zullen maken. Aan de VBP wordt ook geen remmende werking op de digitale innovatie toegeschreven. De VBP kan ook een bevorderende werking voor nieuwe ontwikkelingen hebben. Er wordt op gewezen dat de vaste prijs ook als ondersteuning van innovatie fungeert, omdat het een zekere mate van zekerheid verschaft. Daarom is er geen discussie dat de VBP vanwege de digitale ontwikkelingen zou moeten worden afgeschaft. De hoofdvraag is of de VBP in een volledig digitale omgeving noodzakelijk is en nog wel kan functioneren. Dat wordt ook gezien als een bedrijfseconomisch en distributie-technisch vraagstuk, waarop door gebrek aan voldoende ervaring nu nog geen definitief antwoord kan worden gegeven. Er bestaan wel opvattingen over.
72. Zo bestaat er bij de NBb geen aarzeling dat de VBP ook in het digitale domein moet gaan gelden. Immers, de internetboekhandel is te zien als een verlengstuk van de huidige boekhandel. De vraag is dan wanneer de VBP ook van toepassing wordt op non-folio of, anders gezegd, wanneer de VBP 'techniekonafhankelijk' wordt geregeld: nu, als wetswijziging vanuit deze evaluatie, of later, als de digitale ontwikkeling verder is voortgeschreden. Bruna/Gelauff neemt eveneens als uitgangspunt dat de internetboekhandel een voortzetting/verlengstuk van de gewone boekhandel is. Hij meent dat de VBP zo spoedig mogelijk op het digitale boek moet worden toegepast, want de ontwikkeling vindt nu plaats en het is beter en eerlijker dat vooraf te regelen dan achteraf. Aansluitend is BGN/vdLely van mening dat de VBP in de toekomst ook op het e-boek van toepassing moet worden, alleen al uit defensieve optiek, omdat een sterke prijsverlaging van het e-boek de bijl aan de wortel van de continuïteit van de boekhandel en de uitgeverij zou leggen. De manier waarop dat moet gebeuren, moet echter in de komende jaren duidelijker worden.

73. Athenaeum/Asscher meent dat de VBP in de toekomst wel voor fysieke boeken moet blijven gelden, maar het is de vraag of de VBP op gelijke voet moet worden uitgebreid naar digitale boeken (e-boek), omdat het financieringsmodel daarvan anders is, nl. geen of nauwelijks hernieuwde productiekosten. Contentbescherming, door middel van auteursrecht etc., zou voldoende kunnen zijn. Jongbloed/Bohlken verfijnt dit standpunt onder verwijzing naar de ontwikkeling van het W-boek, die deels naar een toename van databanken en deels naar de ontwikkeling van boeken, waaronder het e-boek, gaat. In de juridische sector zal het boek als afgerond product blijven bestaan in folio of als e-boek. De vraag is dan hoe het e-boek zich verhoudt tot het folioboek om te bepalen of de VBP op het e-boek van toepassing moet zijn en wat dat betekent voor de doelstelling van de wet op de VBP, of dat die wet onder druk zal komen te staan door nieuwe ontwikkelingen. Voor CB/Cortenraad is het de vraag of alleen content de basis wordt voor de toepassing van de VBP of de content plus de verschijningsvorm van het boek. Als alleen de content de basis is, is de vraag of de VBP in de elektronische omgeving wel kan functioneren. Als het gaat om content plus verschijningsvorm is de vraag of en hoe de VBP moet worden toegepast op de nieuwe verschijningsvorm: is het e-boek vergelijkbaar met een papieren boek dan zou het onder de VBP gebracht moeten worden, ondanks zijn andere productie- en distributiesfeer. Het lijkt verstandig de technische ontwikkelingen in de komende drie à vijf jaar te volgen om op basis daarvan verder beslissingen te nemen.
74. Het NUV brengt naar voren dat bij non-fictie en het W-boek het culturele element, ook door buitenlandse boeken, snel uit beeld verdwijnt. Dat heeft betekenis voor de toepassing van de VBP. Nieuwe producten gaan in de richting van informatieproducten waar de VBP geen greep op heeft. Voor de NDC/De Groot is de VBP voor een deel een achterhoedegevecht ten gunste van de fictie in folio. Hij verwacht dat het e-boek bij de non-fictie de vervanger van folio wordt.

Voorstellen voor wetswijziging

Begripsbepaling

75. De NBb pleit voor meer duidelijkheid in de begripsbepaling. Met name rondom gedeeltelijk Friese en Nederlandse uitgaven (art. 1) bevindt zich een schemerzone waardoor boeken net binnen of buiten de VBP kunnen vallen. Voorgesteld wordt het criterium te hanteren dat een werk grotendeels (fiscaal 50%) dan wel in belangrijke mate (fiscaal 30%) in het Nederlands of het Fries gesteld dient te zijn. Ook wil de NBb oneigenlijke concurrentie van het boek door middel van uitzonderingen tegengaan. Hij vindt het niet op voorhand helder wat onder een almanak, brochure of een uitgave van uitsluitend plaatselijk of regionaal belang wordt verstaan. De rechtszekerheid vraagt dat de wetgever zoveel als mogelijk vage normen verduidelijkt.
76. Van de zijde van de importeurs wordt erop gewezen dat verschillende importeurs voor hetzelfde boek verschillende vaste prijzen kunnen vaststellen. De wet schiet daarmee haar doel voorbij.

Kortingsregelingen

77. Er bestaat communis opinio over dat de personeelskorting en de auteurskorting (weer) in de wet opgenomen zouden moeten worden.
De NBb bepleit opname van korting voor de Koninklijke Bibliotheek en korting aan de Openbare Bibliotheek bij levering van minder dan vijftien exemplaren.

Actiemogelijkheden

78. Een aantal partijen vragen om ruimere mogelijkheden in de wet op te nemen tot het initiëren van acties met name die de leesbevordering en het boekenbezit in bredere lagen van de bevolking ten goede kunnen komen. Genoemd worden: vier keer per jaar een actieprij, airmiles, speciale boekenclublicenties en prijsacties voor geselecteerde afnemers; ook zou inkooptrouw moeten kunnen worden beloond en spaarformules voor boekenaankoop gestimuleerd. De wet vormt daarvoor nu een te nauw keurslijf. De importeurs merken op dat er een grijs gebied is rond specials (voorheen niet, nu wel een vaste prijs aanmelden) die geen ISBN-nummer hebben, voor bijzondere doelen.

Termijnen

79. Van verschillende zijden wordt verkorting van de termijn/looptijd van de VBP bepleit, al of niet in combinatie met de regeling dat alle kanalen op hetzelfde moment boeken moeten kunnen aanbieden. De NDC wil de looptijd beperken tot drie à zes maanden. De ECI wil de termijnen ook verkorten c.q. afschaffen. Voor afschaffing van de viermaandsclausule van de ECI pleit ook De Geus. Daartegenover meent de NBb dat goed verdedigbaar is dat de wachtperiode voor de boekenclubs wordt verdubbeld.

Reikwijdte

80. NBb en Bruna/Gelauuff bepleiten de reikwijdte van de wet zo spoedig mogelijk tot de non-folio-verschijningsvorm van het boek, het digitale/e-boek, uit te breiden, want de ontwikkeling van het gedrukte naar het e-boek vindt nu plaats en het is beter en eerlijker vooraf de wet onafhankelijk van de distributietechniek te regelen dan achteraf. Anderen menen dat dat niet goed mogelijk zal zijn, gezien de verschillende economische contouren van beide producten en dat het verstandig is de ontwikkelingen in de komende jaren af te wachten.
81. Bol.com/Ropers ziet door de omgekeerde margestructuur (betere marges op bestsellers dan op backlist-titel) in combinatie met de vaste prijs een vermindering van de effectiviteit van de vaste boekenprijs. Hij bepleit het invoeren van de VBP als minimumprijs, naast het borgen van de efficiënte, brede beschikbaarheid van de uitgegeven boeken door het CB en het opzetten van een centrale boekendatabase met steun van de overheid.

Concernvorming

82. De Geus/Visser bepleit een strenger optreden van de overheid tegen het ontstaan van te grote marktpartijen.

Artikel 12

83. Het CB/Cortenraad wil artikel 12 wijzigen waarin de dienstverlening van het CB wordt beperkt tot één of enkele exemplaren. De uitwerking is nl. anders dan bedoeld is.

CvdM

84. De NBb stelt voor voor het commissariaat een wettelijke spoedvoorziening uit te werken waardoor het CvdM zelfstandig en vroeg in de markt kan optreden.

Status quo handhaven

85. Sommige partijen zijn expliciet van oordeel dat de gesignaleerde wensen tot wijziging van de wet - alhoewel het afschaffen van de personeels- en auteurskorting ten onrechte is geweest - onvoldoende zijn om inbreuk op het principe te maken. Zij pleiten ervoor de wet op de VBP ongewijzigd te laten.

Suggesties voor het onderzoek

86. Er worden diverse suggesties voor de inrichting van het wetenschappelijke onderzoek gedaan. Voor het belangrijkste deel gaat de aandacht uit naar onderwerpen die in relatie met de VBP aan de orde komen, zoals een onderzoek naar de invoering van een BTW nultarief voor het boek, de margeverdeling, de concernvorming en de positie van onafhankelijke ondernemers, en de marktverhoudingen in de sector van het schoolboek. Meer direct gekoppeld aan het functioneren van de VBP wordt gevraagd te kijken naar de haalbaarheid en meetbaarheid van de beoogde doelstellingen en de vergelijking met de positie van het boek in de Engeland en België.
- In de hiernavolgende samenvatting van de vragenlijsten treft u op pagina 30 bij vraag 26 onder de nummers 1 – 8 alle suggesties aan.

IV. Samenvatting van de vragenlijsten

A. Persoonlijke gegevens:

- 1./ 2. Wat is uw naam en wat is de naam van uw organisatie en uw functie?

- a. Voor het overzicht van de ondervraagden en hun respectievelijke functie wordt verwezen naar de afzonderlijke bijlage 3: Overzicht vragenlijsten per persoon.

B. Opvattingen:

3. Wat is uw opvatting over de vaste boekenprijs gezien vanuit uw private belang als ondernemer en gezien vanuit de overheidsdoelstellingen?

- a. De opvattingen van de deelnemers zijn opvallend positief gestemd. De private belangen en de overheidsdoelstellingen komen grotendeels overeen. De commentaren van de positief gestemden (66%) bevestigen de onmisbaarheid van de VBP voor de “instandhouding van een breed en hoogwaardig literair titelaanbod en het netwerk van kwaliteitboekhandels in Nederland” (Visser, De Geus). Derks en Timmermans van de GAU vinden de VBP primair van belang voor de verkopers, die door het toepassen van interne subsidiëring en de inkomsten uit ‘bestsellers’ de pluriformiteit en breedte van hun assortiment kunnen waarborgen. Maar, zo stellen zij, dit geeft een indirect belang voor de (literaire) uitgever, die de gehele range in zijn aanbod daadwerkelijk in de winkel terugvindt. Als branchebeschermende constructie is de VBP cruciaal en werkt naar behoren, aldus het merendeel van de ondervraagden.
- b. Kritische noten zijn ook aanwezig. De heer Boezeman (PCM) bevestigt de gunstige werking van de VBP voor onder meer boekverkopers, maar is van mening dat een ondernemende retailer ook zonder de VBP zou overleven. Uitgeverij Coutinho zou liever blijven werken met adviesprijzen, aangezien de wet te beperkend is in het voeren van prijzenacties.
- c. In dezelfde lijn ligt de kritiek van de heer Cajot (Libridis). Hij noemt de VBP goed voor consumenten en een groot goed voor distributeurs, maar stelt daar tegenover dat de wet als instrument te rigide is in de uitvoering. Een enkeling noemt de VBP een belemmering vanuit het eigen private belang als ondernemer (Verloren van Themaat) en verwacht dat de e-distributie in toenemende mate de rol van de boekhandel zal overnemen (Van Dalen). Deze opvattingen leven met name in het educatief en wetenschappelijk uitgeversvak.

4. Wat kenmerkt volgens u de voor- en tegenstanders van de vaste prijs, als je kijkt naar hun positie in de bedrijfskolom en hun positie in de markt?

- a. De discussie tussen voor- en tegenstanders van de VBP is een indirecte voortzetting van de discussie ten tijde van de introductie, maar dan in een meer genuanceerde vorm. Nog altijd wordt de wet verdedigd vanuit de overheidsdoelstellingen van pluriformiteit en cultuurbehoud en betwist vanuit een pleidooi voor de vrije markt. De nuance is echter te vinden in een breder begrip voor elkaars argumenten, waarbij wordt erkend dat de tegenstanders (hoewel Van der Lely (BGN) stelt dat er nauwelijks echte tegenstanders zijn) best begrip hebben voor de cultureel-politieke doelstellingen en dat de voorstanders ook een economisch belang hebben bij het behoud van de VBP.
- b. De propagandisten van de vrije markt zijn zich dus bewust van het culturele belang van een breed assortiment, maar “focussen op de beperking van de creativiteit om boeken onder de aandacht van een breed publiek te brengen” (Cajot), oftewel dat “de betekenis van het boek als promotiemiddel is afgenomen” (Derks & Timmermans). De voorstanders beargumenteren de wens tot behoud van de VBP vaak vanuit de overheidsdoelstellingen en laten daarbij het belang vanuit hun eigen (economische) positie in de markt veelal achterwege, aldus enkele minder enthousiasten.

C. Opvattingen in de markt en de culturele doelstellingen van de wet

5. Hoe zou u de boekenmarkt willen kenmerken?

- a. In samenhang met de VBP wordt over het algemeen vrij evenwichtig geoordeeld over de boekenmarkt. Zowel de bedrijfseconomische als de cultureel-maatschappelijke aspecten komen aan bod, waarbij de nadruk bij de meeste ondervraagden op de laatste ligt. De laatste jaren is de commerciële kant van het boekenvak opgekomen. “Zowel tussen uitgeverijen als tussen boekhandels wordt stevig geconcurrerd, op service, op snelheid, op assortiment, op promotionele activiteiten, etc.” (Asscher, Athenaeum).
- b. Deze commerciële gedrevenheid, die volgens enkele boekverkopers, uitgevers en grossiers meer ruimte zou moeten krijgen, blijft echter ondergeschikt aan de vastgelegde structuren van de VBP. In deze zin krijgt de markt de kritiek “matig behoudend en conservatief te zijn” (Cortenraad, CB). Voornamelijk de markt voor het algemene en literaire boek is relatief rigide (Van Dalen, UVW), maar daarbij tevens een lichtgroeiende en betrekkelijk gezonde branche. Het boek heeft in de strijd om de vrijetijdsbesteding de afgelopen jaren zijn plaats behouden ten opzichte van de overige media, waardoor de markt nog altijd winstgevend is, ondanks de relatief kleine macro-economische betekenis.

6. Bent u van mening dat de verhoudingen in de markt zijn verzakelijkt en rendementsoverwegingen overheersend zijn geworden of spelen culturele overwegingen nog een rol?

- a. De overwegende meerderheid van de ondervraagden heeft bovenstaande vraag als volgt beantwoord: ja, nee, ja. Met andere woorden, de markt is volgens hen zeker verzakelijkt, met een toename aan rendementsoverwegingen als gevolg. Er is een duidelijke toename van het aantal ketens en concernvorming, waarbij een groot aantal kleine bedrijven zich heeft aangesloten. Hiermee conformeren zij zich tevens aan een bepaalde standaardisatie in de werkwijze, wat ook als een vorm van professionalisering kan worden opgevat. Verzakelijking is in Nederland echter niet overheersend of sterk belemmerend voor de culturele doelstelling van de VBP. Ook onder voorstanders wordt beseft dat het halen van een positief rendement gunstig kan zijn voor onder meer de pluriformiteit in het aanbod. Een boekverkoper kan zich in deze ook onderscheiden met een breed assortiment.
- b. Culturele overwegingen spelen bij de grote concerns een bescheidener rol. Desondanks is er nog voldoende ruimte voor culturele manifestaties, cursussen, signeersessies en leespodia bij de zelfstandige algemene en literaire boekverkopers en uitgeverijen.

7. Is het volgens u waar dat uitgevers bereid zijn hoge marges te geven aan distributeurs die grote volumes afnemen (inloopzaken, boekenclub) en dat dit ten koste gaat van de financiële positie van de kwaliteitsboekhandel?

- a. Bijna alle ondervraagden erkennen dat er verschil is in marge tussen distributeurs die kleine of grote volumes afnemen. Dit beantwoordt volgens Boezeman aan een economische realiteit: een grote klant is goedkoper vanwege distributiekosten en treedt ook meer eisend op in de onderhandelingen met de retail. Roestenberg geeft aan dat verreweg de meeste kwaliteitsboekhandels zijn aangesloten bij een inkooporganisatie om te profiteren van extra marge. “We maken dus niet het onderscheid tussen

inloopzaken en kwaliteitsboekhandels, maar wel tussen de 'gegroepeerde' boekverkopers en onafhankelijke boekhandels”.

- b. Het zou de doelstellingen van de VBP ten goede komen als er een mogelijkheid werd gevonden om een betere marge toe te kennen aan het bijdragen van boekverkopers aan de brede beschikbaarheid van boeken (Anbeek-Doeser). Het is volgens Asscher echter niet eenvoudig om de uitgevers te bewegen tot het geven van extra korting voor de factor pluriformiteit: “Dit laat zich eenvoudig verklaren door het gegeven dat de door uitgevers te verlenen korting ergens vandaan moet komen, en die ruimte kan het meest logisch worden gevonden c.q. gecreëerd in de schaalvoordelen bij grote drukorders”.
- c. Een tweede punt van discussie is de vermeende (on)rechtvaardigheid van het margeverschil tussen de brede assortimentsboekhandel en de inloopzaken c.q. boekenclubs. Volgens enkele ondervraagden heeft de ECI in de jaren '70 een korting van rond de 72,5% of meer verworven vanwege de aanspraak op het afnemen van grote volumes. Het is echter volgens hen de vraag of het voortzetten van deze regeling in de huidige tijd gerechtvaardigd is, aangezien deze clubs een afname in ledental hebben doorgemaakt. “Uitgevers zouden deze extreem hoge clubkorting kritisch tegen het licht moeten houden en zich afvragen of die financiële ruimte niet beter kan worden ingezet om de positie van (hun oude fonds in) de boekhandel te versterken” (Asscher).
- d. Volgens Waldmann (ECI) is het verschil in korting niet zo groot als op het eerste gezicht lijkt: “De boekenclub vraagt hoge kortingen, maar moet op haar beurt ook weer korting geven (20 tot 40%). Daarnaast promoot zij ongesubsidieerd uit eigen middelen boeken via haar diverse verkoopkanalen: catalogus, winkels, internet. Jaarlijks spendeert de boekenclub 20% van haar omzet aan het werven van nieuwe leden. Het verschil in inkoop tussen boekhandel en boekenclub kan met de basiskortingstructuur als voordeel van de lezer tegen elkaar weg worden gestreept”.

8. Bent u van mening dat de assortimentsboekhandel steeds minder bereid is risico te nemen bij de inkoop?

- a. Meer of minder risico, deze vraag verdeelt de partijen sterk. Opvallend (of juist niet) is daarbij de verdeling tussen de boekverkopers en het Centraal Boekhuis enerzijds, en de uitgeverijen en importeurs/ grossiers anderzijds. Beide kanten schieten in de verdediging dan wel zoeken de aanval. De uitgeverijen geven aan zelf een ruim assortiment aan te bieden, waar echter door de boekverkopers niet in de dezelfde breedte gebruik van wordt gemaakt. Volgens Derks en Timmermans zijn het daarbij vooral de inkoopketens die geen risico nemen. De assortimentsboekhandel neemt volgens de heer Boezeman nog steeds risico, maar probeert dit meer en meer met beleid te doen.
- b. De boekverkopers zelf wijzen ook op het verschil tussen weinig risico nemen en het doen van “uitgekiende aanbiedingsbestellingen” (Asscher). De assortimentsboekhandel is volgens de heren Anbeek en Doeser juist gebaat bij het nemen van risico, omdat met dit assortiment onderscheidend kan worden geadverteerd richting de eigen klantenkring. De mix tussen het aanbod van ‘bestsellers’ en meer riskante titels bepaalt het succes van zijn bedrijfsvoering.

9. Bent u van mening dat er een tendens is naar uniformering en versmalling van het aanbod in de boekhandel?

- a. Enerzijds wordt er een tendens geconstateerd naar versmalling, met name binnen de ketens en inloopzaken. De nadruk op bestsellers, waarvan het aandeel op de totale boekenmarkt tussen 2000 en 2006 is verdubbeld, zorgt bij deze bedrijven voor uniformering in het aanbod. De assortimentsboekhandel investeert anderzijds idealiter de marge uit de verkoop van bestsellers in het op peil houden van een breed assortiment.
- b. Het idee is dan dat “hoe minder zelfstandig een boekhandel is, des te meer zal het aanbod bepaald worden door centrale inkoopcommissies, concernkantoren, rayonhoofden, etc, met het risico van standaardisering en dus versmalling van het aanbod” (Asscher). Daarnaast is de verkoop via internet steeds belangrijker voor de bereikbaarheid van het boek, juist wanneer deze niet meer in de reguliere boekhandel voorhanden is.

10. Wat zijn uw opvattingen over de positie van de auteurs?

- a. Appel, Pach en Rijkers van de VvL wijzen op de afhankelijkheid van de auteur van zijn of haar uitgeverij en de boekhandel, waarvan de werkwijze zeker door beginnende of minder succesvolle auteurs nauwelijks beïnvloed kan worden. Enkele ondervraagden menen dat de moderne auteurs, al dan niet in samenspraak met een agent, steeds mondiger en steeds zelfstandiger wordt. De auteur die, met zijn potentiële bestseller in de handen, goed gebruik weet te maken van de medialisering en promotiemogelijkheden van deze tijd, heeft meer dan ooit de mogelijkheden om tot het grote publiek door te breken. De scheidslijn wordt daardoor wel sterker geduid, tussen de ‘succesvolle’ schrijvers met tienduizend verkochte boeken en de “minder met succes verwerende” auteur met nog geen duizend verkochte boeken. De VBP is daarbij wel overwegend positief voor auteurs, hoewel de vroegere auteurskorting niet in de wet is opgenomen.

11. Zouden er volgens u in het huidige beleid van uitgevers wijzigingen kunnen worden aangebracht die bijdragen aan de culturele doelstellingen van de wet en die wellicht een voordeel, maar in ieder geval geen financieel nadeel voor de uitgever opleveren?

- a. De ondervraagden komen met een aantal verschillende wijzigingsmogelijkheden, waarvan er één in het bijzonder meerdere malen wordt genoemd. Het gaat daarbij om een aanpassing in het ‘margehuis’, waarbij het idee is om – in samenspraak met de wet op de VBP – de marge vast te stellen op basis van het aanbieden en beschikbaar houden van een pluriform aanbod. Nu gebeurt dit in de meeste gevallen op basis van de afname in volume, zoals besproken in vraag 5. De assortimentsboekhandel zou hiermee gestimuleerd worden om bijvoorbeeld een grotere hoeveelheid poëzie en debuten aan te houden, en bestaande boeken langer zelf op de backlist te plaatsen. “Door het gericht verstrekken van betere voorwaarden voor met name oudere titels kan dit in het voordeel van uitgevers strekken. De verkoop(kans) van dat werk neemt toe en is niet langer alleen een kostenpost, vanwege onder meer beslag op magazijnruimte” (Anbeek-Doeser). Derks en Timmermans stellen daaromtrent voor om uitgevers hun eigen backlist aan te doen bieden via technologieën als printing on demand en het e-boek: “Wellicht kan de verkoop van boeken via andere kanalen ook bijdragen aan een onzes inziens belangrijke doelstelling van het cultuurbeleid in breedste zin: leesbevordering”.
- b. Rijkers doet daarnaast een oproep aan uitgevers om zich meer in te zetten voor auteurs die niet per se ‘de top’ van verkopende auteurs vormen, “in die zin dat het

promotiebeleid over meer auteurs gespreid kan worden". Coutinho vindt de schaalvergroting bij de uitgeverijen een slechte ontwikkeling en stelt dat ze zoveel mogelijk zelfstandig zouden moeten blijven.

12. Is voldoende pluriformiteit in het beschikbare boekenaanbod voor de consument aanwezig?

- a. Er klinkt volmondig ja in antwoord op deze vraag. Met name in de steden en de Randstad is het aanbod van "meer dan 10.000 titels per jaar" pluriform te noemen. In kleinere plaatsen, die fysiek gebonden zijn aan boekhandel(ketens), kan sprake zijn van een beperkt aanbod. Of dit 'voldoende pluriformiteit' betekent, is nog maar de vraag. Volgens Asscher is er in het boekenvak per definitie nooit voldoende pluriformiteit aanwezig. "Ieder nieuw boek draagt bij aan de pluriformiteit, iedere keer dat een klant tevergeefs naar een boek op zoek is, wordt de pluriformiteit geschonden".
- b. Voor het W-boek werkt de toename van de verkrijgbaarheid van buitenlandse werken in het nadeel van te ontwikkelen Nederlandse uitgaven. Van Dalen vraagt zich in dit opzicht af of de VBP een dam kan opwerpen tegen de globalisering.

13. Denkt u dat de afschaffing van het exclusieve handelsverkeer heeft geleid tot additionele omzet bij branchevreemde kanalen of heeft geleid tot substitutie, dat wil zeggen een groter marktaandeel van branchevreemde kanalen bij een gelijkblijvende omzet?

- a. Er volgt geen eenduidig antwoord op deze vraag. Het voorbeeld waarmee gewezen wordt op substitutie is de verkoop van de Harry Potter boeken. De verkoop van deze bestsellers in o.a. de Kruidvat-ketens of de Albert Hein leidt kortstondig tot meer omzet bij de branchevreemde kanalen, maar niet tot een grotere markt voor het boek in het algemeen. Aan de andere kant is het idee dat de branchevreemde kanalen een publiek bedienen dat niet snel in traditionele assortimentskanalen te vinden is. Mogelijk zouden zij de genoemde bestseller niet buiten het branchevreemde kanaal gekocht hebben, aangezien de boekverkoop voor ongeveer de helft uit impulsaankopen bestaat (De Jong).

14. Dezelfde vraag wil ik stellen over de internetboekhandel ten opzichte van de fysieke boekhandel. Is er sprake van een aanvullend dan wel van een substituerend kanaal (naar type boeken, type kopers)?

- a. Voor wat betreft de internetboekhandel bestaan eveneens goede argumenten om te spreken over substitutie dan wel additionele omzet. De ondervraagden beschikken niet over exacte gegevens, zo geven zij zelf aan, waardoor het lastig is objectieve uitspraken te doen.
- b. De meeste ondervraagden zijn van mening, dat er sprake is van beide, met de nadruk op de additionele aspecten. Internetverkoop dient allereerst onderscheiden te worden in winkels die alleen via het web verkoopt, met Bol.com als grootste partij, en de toegenomen omzet bij boekhandels, die naast de fysieke verkoop ook hun assortiment op internet aanbieden. Bij de eerste is vooral sprake van substitutie, waar vooral de boekenclub ECI marktaandeel aan Bol.com is kwijtgeraakt (Asscher). Kopen via internet is in algemene zin toegenomen door toegenomen betrouwbaarheid van het betalingsverkeer. Mensen die mogelijk anders hetzelfde boek in de fysieke winkel hadden gekocht, kunnen nu 24 uur per dag, 7 dagen per week vanuit huis het gewenste boek bestellen.

- c. Dit gegeven kan ook als aanvullend worden geïnterpreteerd, aangezien de behoefte aan het kopen van een boek direct kan worden vervuld. Daar komt bij dat met name oudere titels en moeilijk vindbare werken makkelijk bereikbaar worden én blijven. De internetboekhandel als Bol.com, maar ook de webpagina's van onafhankelijke boekhandels en uitgeverijen, kunnen eenvoudig de backlist blijven aanbieden. Het is goed mogelijk dat bepaalde titels uiteindelijk meer exemplaren verkopen in de 'long tail' dan tijdens hun aanwezigheid op de schappen. Dit draagt volgens de ondervraagden bij aan de pluriformiteit in het aanbod en wordt als een goede ontwikkeling beschouwd.

15. Vindt u de afschaffing van het exclusief verkeer een belangrijke ontwikkeling?

- a. De meeste ondervraagden bestempelen de afschaffing van het exclusief verkeer als een kleine maar relatief belangrijke ontwikkeling. De positieve opvatting is dat de aandacht voor het boek in zijn algemeenheid is toegenomen nu deze op minder gangbare plaatsen in de schappen ligt. Dit komt volgens enkelen de markt ten goede, aangezien een nieuwe groep lezers bereikt wordt die normaal niet naar de boekhandel gingen (Roostenberg). Bovendien wordt de impulsaankoop bevorderd.
- b. De assortimentsboekhandel is niet bevreesd voor concurrentie, aangezien het aanbod vaak zeer smal is en zich beperkt tot enkele bestsellers. Hetzelfde geldt voor de educatieve en wetenschappelijke verkopers, van wie de boeken niet zo snel bij de nieuwe toetreders te vinden zal zijn. Het smalle aanbod leidt volgens enkelen echter ook tot een afname van de pluriformiteit, vanwege de extra nadruk op bestsellers (Gelauff). Boeken ontsnappen hiermee aan het keurslijf van de traditionaliteit en gaan zich meer gedragen als consumptieproduct (Cajot). Mogelijk komen er meer partijen die zich gaan concentreren op boeken om 'traffic' te creëren voor hun eigen producten (Waldmann).

16. Vindt u de opkomst van de internetboekhandel een belangrijke ontwikkeling en ziet u nog andere effecten hiervan op de markt?

- a. De internetboekhandel en de opkomst van internet als relatief nieuw verkoopmedium is voor alle partijen een belangrijke ontwikkeling. Zoals eerder vermeld, breiden veel fysieke winkels hun verkoopmogelijkheden uit met een eigen webwinkel. De voordelen hiervan zijn duidelijk. De verwachting is dat met name specialistische boekhandels en antiquariaten profijt hebben van de internetverkoop, zoals Jongbloed van de juridische boekhandel Bohlken bevestigt: "Onze winkelvoorraad is gelijk gebleven bij een verviervoudigde omzet sinds de start van de website. (...) We bereiken nu veel meer juristen en studenten dan voorheen".
- b. De verkoop van de 'long tail', tweedehands boeken, studieboeken, de mogelijkheid om de wensen van de klant beter in kaart te kunnen brengen en de extra aandacht voor minder snel verkopende schrijvers, worden als meest kenmerkende voordelen van de verkoop via internet genoemd.

D. Wetswijzigingen

17. / 18./ 19. Zijn er bepalingen in de wet of de AMvB die volgens u niet functioneren en welke wijzigingen zijn volgens u noodzakelijk? Geeft u daarbij aan waarom de gewenste wijziging bijdraagt aan de doelstellingen van de wet.

- a. Iets meer dan de helft van de ondervraagden zien graag één of enkele kleine wijzigingen aangebracht in de wet. De wijziging die daarbij het vaakst wordt genoemd, is het herstellen van de kortingsregeling voor zowel de auteurs als het personeel. Hierdoor krijgen auteurs meer mogelijkheden voor de eigen promotie van het werk, ongeacht of men een bedeesde of brutelere instelling heeft. Het gaat om de regeling dat auteurs 20 exemplaren van hun werk gratis krijgen (de vertalers 8) en de overige exemplaren met 40% korting. Voor wat betreft het personeel zou de korting op het boekenassortiment bijdragen aan de kennisopbouw en de motivatie om als boekverkoper aan de slag te gaan.
- b. Anbeek en Doeser pleiten voor meer duidelijkheid in de begripsbepaling. Met name rondom gedeeltelijk Friese en Nederlandse uitgaven (Art. 1 def. boek) bevindt zich een schemerzone waardoor boeken net binnen of buiten de VBP kunnen vallen. Het zou te verkiezen zijn in plaats van het criterium dat een werk vrijwel uitsluitend in de Nederlandse of Friese taal dient te zijn gesteld, het criterium wordt gehanteerd dat een werk grotendeels (fiscaal 50%), dan wel in belangrijke mate (fiscaal 30%) in het Nederlands of Fries dient te zijn gesteld. Ook vinden zij het niet op voorhand helder wat onder een almanak, brochure of een uitgave van uitsluitend plaatselijk of regionaal belang wordt verstaan. De rechtszekerheid vraagt dat de wetgever zoveel als mogelijk vage normen verduidelijkt.
- c. De importeurs en grossiers zien de wet graag gewijzigd voor wat betreft de regeling rond de prijsbepaling van importboeken. Momenteel is het zo dat minimaal twee importeurs voor één importboek de vaste prijs moet vaststellen. Daarnaast betreft Roostenberg het dat er nu ook voor zogenaamde 'specials' een vaste prijs moet worden aangemeld.
- d. Een aantal ondervraagden ziet een versoepeling van de mogelijkheden rond prijsacties als een noodzakelijke wetwijziging. Zij vinden de wet op dit gebied te rigide, vier keer in plaats van één keer per jaar een prijsactie is in de praktijk logischer met het oog op de korte levenscyclus (Gelauff). Cajot vindt dat "alle initiatieven of commerciële activiteiten om het prijsbeeld van "dure boeken" te nuanceren, of om het boek laagdrempelig bij de consument te brengen door de wet te streng worden ingeperkt, eigenlijk in de kiem gesmoord".
- e. Waldmann ziet de window voor de boekenclub graag ingekort worden, waarbij de bestsellers niet aan de vier maanden clausele hoeven te voldoen. Het argument hiervoor is dat het bij de bestsellers om additionele verkoop gaat. Het beperken van de clausele geldt wat Waldmann betreft eveneens voor seizoensgebonden uitgaven voor bijvoorbeeld sinterklaas en kerstmis. Enkele anderen pleiten daarentegen juist voor uitbreiding van de viermaandsclausele naar acht maanden voor wat betreft bestsellers, aangezien "met een gemiddelde levensduur van 1,5 tot 2 jaar goed verdedigbaar is dat de te korte wachtperiode wordt verdubbeld".
- f. Naast deze tegengestelde verwachtingen ziet eveneens een aantal ondervraagden het liefst (nog) geen wijzigingen in de wet. Eén en ander wordt verwoord door Asscher: "De problemen over de VBP zijn onvoldoende om inbreuk op het principe te maken. Ik zou het prima vinden als alles ongewijzigd voor nog eens vijf jaar verlengd zou worden.

E. Toekomstscenario's

20. Hoe zal de productie en distributie van het algemene boek zich in de toekomst ontwikkelen (welke verschuivingen acht u waarschijnlijk en binnen welke termijn)?

- a. Een goede inschatting maken van toekomstige ontwikkelingen is, zelfs op basis van logische argumenten en voldoende kennis en ervaring, een lastige taak. De onvoorspelbaarheid van de technologie en de mensen die het gebruiken gooit bij veel voorspellingen roet in het eten. De verschuivingen en termijn waarbinnen de productie en distributie van het algemene boek worden verwacht, lopen in de antwoorden dan ook sterk uiteen.
- b. Allereerst de verschuivingen, waarvan de meeste zich in de sfeer van digitalisering bevinden. De meest genoemde ontwikkeling voor de nabije toekomst is die van printing on demand (POD). Bestellingen op de backlist kunnen eenvoudig door boekverkopers of uitgeverijen op papier worden gezet en aan de klant overhandigd worden, zonder de benodigde opslag aan exemplaren. POD verandert dus zowel de productie als de distributie van het algemene boek in Nederland.
- c. De verwachtingen ten opzichte van het e-boek liggen meer genuanceerd. In tegenstelling tot de POD, waarbij het boek nog altijd in gedrukte vorm bestaat, betwijfelen de ondervraagden of de consument binnen aanzienbare tijd klaar is voor de overstap op digitale lezers zoals de iLiad van Selexyz. "A-boeken zijn bij uitstek artikelen die op plekken worden geconsumeerd waar men geen pc of laptop bij de hand heeft c.q. wil hebben: in bed, in een luie stoel, aan het strand, op vakantie" (Asscher). Aan de andere kant zal de kwaliteit van digitale schermen steeds toenemen evenredig aan een afname in prijs, waardoor de overgang van zwarte inkt naar zwarte pixels steeds meer afhankelijk wordt van het voordeel in aanbod van het e-boek. De vraag is volgens Damwijk "in hoeverre de klant bereid is te betalen voor een afwijkende productie. In de praktijk blijkt tot nu toe dat klanten per definitie minder willen betalen dan voor een 'echt' boek".
- d. Niet iedereen is overigens overtuigd van de digitale ontwikkelingen. Pach verwacht dat het boek vooral in de huidige vorm zal blijven bestaan, en ook Anbeek en Doeser verwachten dat het papieren product nog zeker de komende twintig jaar kan verder groeien. Daarnaast verwachten zij wel aanvullende productvormen die zich ook relatief snel zullen ontwikkelen. Roestenberg en Van Dalen differentiëren daarbij tussen fictie en non-fictie, waarbij vooral de laatste in versnelde mate digitaal te verkrijgen zal zijn – of, om in de woorden van Van Dalen te spreken, "voor non-fictie komt de 'itunisering' eraan".

21. Wat zijn uw verwachtingen met betrekking tot de (machts-)verhoudingen tussen uitgevers en boekverkopers en tussen uitgevers en auteurs, eventueel veranderende functies van uitgevers en boekverkopers en - in samenhang daarmee - aan de ontwikkeling van de digitalisering (internetverkoop, POD en e-boek)?

- a. Voor wat betreft de uitgevers is er een duidelijke trend in de verwachting. Kernwoorden daarbij zijn schaalvergroting en concernvorming, waarbij het idee is dat de zelfstandige boekhandels zich nog vaker aansluiten bij ketens c.q. inkoopcombinaties. Dat dit gebeuren zal is, op een enkele boekhandelaar na, vooral de opvatting van de uitgevers. De toegenomen macht van grote inkoopketens baart hun zorgen, ook vanwege het versmalde inkoopbeleid (Derks en Timmermans). Boezeman beschrijft het scenario als

volgt: “We stellen een toenemende machtsconcentratie bij de retail vast, een grotere dominantie van enkele boekhandelketens en supermarkten met groeiende professionalisering in promotie, logistiek en informatievoorziening”. Met toenemende druk op de uitgeversmarges wordt er voorzichtiger ingekocht (wat de oplagebepaling voor de uitgever moeilijker maakt). De retail kiest voor een smaller assortiment van toptitels, mede onder druk van de consument, zo is de verwachting.

- b. Damwijk beziet de commercialisering van de boekhandel eerder als een inhaalslag, waarbij er meer oog is gekomen voor de verschillende facetten van het runnen van een winkel. De margediscussie met uitgevers zal daardoor zeker toenemen. Boekverkopers en uitgevers blijven echter toonaangevend waar het het papieren product betreft, daar zal weinig wijzigen in de machtsverhoudingen. Des te anders ligt het wellicht bij de distributie van digitale tekst.
- c. Het is een opgave voor alle spelers in het boekenvak om zo goed mogelijk in te spelen op de mogelijke veranderingen die de alternatieve (digitale) weergave van het boek met zich mee zal brengen. De boekhandel moet volgens Asscher een keuze gaan bieden aan de klant of het gekozen boek in papieren vorm, luisterboek, e-boek of als POD afgenomen wordt. Deze service vereist een behoorlijke bereidheid om te investeren in het digitale domein, maar lijkt nodig om de slag van het digitale boek niet te verliezen van met name internetspelers. Ook de Nederlandse Boekverkopersbond is zich hiervan bewust en geeft aan over te gaan tot de instelling van een Werkgroep Digitalisering, “teneinde de positie van boekhandel zoveel als mogelijk zeker te kunnen (blijven) stellen. Het is immers niet uitgesloten dat partijen als bijvoorbeeld Google en giganten als Microsoft en Apple zich op het gebied van de distributie van digitale producten gaan begeven. Het boekenvak moet er alles aan doen de productie en distributie zoveel als mogelijk in eigen hand te houden, wil het niet de muziekindustrie achterna gaan” (Anbeek en Doeser). Digitale muziekbestanden zijn, zoals bekend, al lange tijd illegaal te verkrijgen. Het is (technisch) goed mogelijk dat het digitale boek dezelfde weg zal afleggen.
- d. Voor wat betreft de auteurs lijkt er ook een verandering gaande, die deels te maken heeft met de digitalisering. Door de aanwezigheid van veel uitgevers die strijden om de rechten op uitgave zijn de auteurs zich volgens Damwijk bewust geworden van hun economisch belang. De relatie tussen uitgevers en auteurs wordt in de woorden van Waldmann lossen, uitgevers moeten aan veel eisen voldoen en auteurs zijn minder loyaal. De digitalisering brengt daarbij met zich mee dat auteurs in principe de mogelijkheid hebben om hun werk in eerste instantie zelf uit te brengen. De verwachting is dat hierbij eerst de meer succesvolle schrijvers zich in deze richting gaan ontplooiën, aangezien de promotiemiddelen op het internet te beperkt zijn voor debuterende schrijvers. Een tweede mogelijkheid voor de auteur is om in samenwerking met de uitgeverij - in de meeste gevallen naast het papieren boek - te mikken op de digitale exploitatie van het werk, bijvoorbeeld via de website van de uitgever, maar eventueel ook via andere kanalen (Appel). De boekhandel lijkt hiermee terrein te verliezen en zal meer dan ooit zijn toegevoegde waarde moeten tonen. Volgens Cajot blijft de boekhandel echter nog lange tijd een belangrijke speler voor auteurs en uitgevers die hun eindproduct goed promotioneel in de markt willen zetten, te weten op de winkelvloer. Dat komt het dichtst bij de consument.

22. Ziet u in dit verband ook belangrijke ontwikkelingen in de infrastructuur van het boekenvak?

- a. De infrastructuur zal voor wat betreft het papieren boek niet veranderen, aldus de overgrote meerderheid van de ondervraagden. Het Centraal Boekhuis (met zijn Centraal Depot) heeft daarin een stevige positie en fungeert als concreet anker voor de VBP.
- b. De digitaliseringstendensen, die met name voor het wetenschappelijke segment al merkbaar zijn, kunnen wel sterke gevolgen hebben voor de bestaande infrastructuur. De ontwikkeling op dit gebied heeft al gezorgd voor nieuwe initiatieven als 'Google Booksearch' (Anbeek en Doeser), waarop veel digitale content te verkrijgen is. Van der Lely noemt de website 'Lulu' als mogelijke concurrent voor bepaalde taken van het Centraal Boekhuis en uitgeverijen. Deze on-line uitgever biedt elke auteur de mogelijkheid zijn of haar boek te drukken en on-line te verkopen. De verwachting is dat dit soort webinitiatieven de komende tijd een grote vlucht zal nemen. Waldmann: "Door de opkomst van de internetboekhandel en diverse manieren waarop boeken aan de consument worden gebracht, wordt distributie steeds belangrijker. Dit moet efficiënter en goedkoper. In de toekomst zullen boeken meer en meer via auteurs direct aan de klant worden verkocht zonder tussenkomst van een uitgever of een boekhandelaar".

23. Vervult de vaste prijs nog een functie in dit toekomstscenario?

- a. Zoals bij de opvattingen over de VBP bij vraag 3 al duidelijk werd, spreken de ondervraagde kopstukken uit het boekenvak over het algemeen in positieve zin over de wet. De vaste prijs is daarbij onder meer een absolute voorwaarde voor de instandhouding van de brede beschikbaarheid van boeken en een wapen in de strijd tegen een verdergaande ontleding (Visser). Het belang van pluriformiteit voor de samenleving en de wijze waarop dit wordt gewaarborgd in de VBP zorgt voor een volmondig ja voor een toekomstscenario met de vaste prijs. Minder positieve toekomstscenario's worden verwacht door Boezeman, Van Dalen, Verloren van Themaat en Waldmann. Zij noemen de wet respectievelijk "slechts een omgevingsfactor, een hinderpaal, remmend en moeilijk vast te houden in het kader van de wet op de mededinging (NMA)".
- b. Een belangrijk vraagstuk voor de toekomst is of de VBP dient te worden uitgebreid naar non-folio. De wettelijke regeling zou volgens Anbeek en Doeser "niet afhankelijk moeten zijn van de distributietechniek die wordt gebruikt bij het beschikbaar stellen van informatie. Dit pleit ervoor in overweging te nemen het vereiste van 'papieren' bladzijden in de definitie van het boek te schrappen". Appel argumenteert voor het onderbrengen van digitale content door te wijzen op de overeenkomsten tussen beide sectoren. Hij stelt dat ook in de nieuwe sectoren werken die niet goed in de markt liggen makkelijk kunnen worden weggeconcurrerd en dat ook bij digitale exploitatie kosten worden gemaakt en een auteursvergoeding noodzakelijk is.
- c. Enkele ondervraagden zetten echter vraagtekens bij de haalbaarheid van de uitbreiding naar digitale verschijningsvormen. Bohlken: "Het zou prachtig zijn als digitale informatie een vaste prijs krijgt maar dat is echt onhaalbaar, al is het maar omdat de definitie van een elektronisch product als een e-boek bijna dagelijks verandert". Cortenraad sluit zich hierbij aan en stelt dat de prijs in eerste instantie gerelateerd is aan de content en pas in tweede instantie aan de verschijningsvorm. Dit betekent volgens hem dat de diversiteit in verschijningsvormen het belang van een vaste prijs doet vervagen.

24. Hoe beoordeelt u een eventueel remmende werking van de vaste prijs op de innovatie bij de productie en distributie van boeken?

- a. In gelijke tred met de positieve uitlatingen zien veel ondervraagden geen remmende werking van de vaste prijs op de innovatie. In tegendeel zelfs: Anbeek en Doeser beargumenteren dat juist het niet meer hebben van een vaste prijs een grote remmende werking op de innovatie zal hebben. Hetzelfde wordt gesteld door Derks en Timmermans: "De vaste prijs is in de eerste plaats een ondersteuning van innovatie." Op dit moment vindt de overheid het van belang dat er een breed aanbod en assortiment van boeken is. Binnen dat kader vinden vele innovaties plaats die mede mogelijk worden door de vaste prijs".
- b. Een aantal ondervraagden ziet echter wel degelijk een remmende werking. De kern van hun betoog is als volgt: "Innovatie wordt afgeremd door de gevestigde 'orde' in boekproductie en distributie, omdat er geen dwingende noodzaak toe bestaat. Loslaten van de vaste boekenprijs zet noodzakelijke vernieuwingen in beweging, omdat de marktevolutie iedereen daartoe zal dwingen" (Cajot). De commerciële dynamiek zou volgens hen zonder wet hoger liggen. Het branchebeschermende karakter zorgt volgens Cortenraad in bedrijfseconomisch perspectief voor een afname van het belang tot innovatie. Juist een optimale marktwerking dwingt bedrijven tot noodzakelijke innovatie.

25. Hoe ziet u in dit opzicht de toekomst van het wetenschappelijke boek en van de prijsbinding voor dit marktsegment?

- a. De uitgevers van het educatieve en wetenschappelijke boek zijn weinig optimistisch over de mogelijkheid om deze boekvorm voor de vaste prijs te behouden. Hun verwachting is dat het W-boek een geheel eigen weg gaat en binnen drie jaar buiten de VBP zal vallen (Verloren van Themaat). Volgens Waldmann is het W-boek te duur en zijn de marges te laag. "Met de opkomst van digitalisering en downloadmogelijkheden zal het steeds moeilijker worden de vaste prijs te handhaven".
- b. Het loslaten van de VBP voor W-boeken kan volgens Roostenberg alleen als het onderscheid met het A-boek duidelijk wordt gedefinieerd. Anders ontstaat er mogelijk een schemergebied, waarin het verleidelijk wordt om boeken als W-boek aan te merken terwijl het in wezen een A-boek betreft. In het verleden is dit volgens Roostenberg gebeurd rondom het computerboek, waar het etiketteren als W-boek voor een verschil in marge zorgde.
- c. De meningen over het W-boek met betrekking tot de vaste boekenprijs zijn dus verdeeld. De vraag is of het W-boek, dat vanwege de specifieke informatieve content eerder digitaal wordt dan het A-boek, voor de VBP kan en moet worden behouden. De zorg is dat de pluriformiteit in het aanbod in het gedrang raak zonder bescherming van de vaste prijs. Cajot beschrijft de situatie als volgt: "De opgang van nieuwe informatiedragers en communicatiemiddelen zal de ontwikkeling van dit soort boekproductie meer beïnvloeden, en mogelijk (gedeeltelijk) onttrekken aan een vaste prijszetting. Dat proces is ingezet en zal niet meer tegengehouden worden door gevestigde structuren".

26. Heeft u verder nog suggesties voor de inrichting van het onderzoek?

- a. De volgende concrete suggesties en onderwerpen zijn naar voren gebracht voor de inrichting van het onderzoek.
1. NBb: Onderzoek de mogelijkheid tot de invoering van het BTW nultarief voor het boek.

2. Atheneaum/Asscher: Ik beveel aan om terdege te (laten) kijken naar de oligopolistische situatie in de sector van het schoolboek, het studieboek en vak- en professionele boek. Uitgevers in die sector schroeven elk jaar hun handelskorting aan boekhandels omlaag tot een punt waarop de boekhandel simpelweg afscheid zal moeten nemen van de gedachte dat deze boeken zelfs maar voor klanten los kunnen worden besteld, laat staan dat ze in het assortiment op voorraad kunnen worden gehouden. Voortschrijding hiervan zou schadelijk zijn voor de boekencultuur. Nu reeds zijn handelskortingen van 10% of zelfs 5% aan de orde. Dit is louter het gevolg van gebrek aan concurrentie c.q. excessieve concernvorming bij bedrijven als Wolters Noordhoff, Malmberg, ThiemeMeulenhoff, etc.
3. De Geus/Visser: Besteed veel aandacht aan de positie van de onafhankelijken, zij zijn van groot belang voor de instandhouding van een goed klimaat voor de cultuur en literatuur. Over het algemeen zijn kwalitatieve overwegingen en lange termijn overwegingen belangrijker voor de onafhankelijke dan voor de beursgestuurde concerns.
4. Cajot: Aandacht voor marketingmogelijkheden ten behoeve van leesbevordering: kunnen hedendaagse communicatiemiddelen en andere marketingtechnieken, onder meer met de boekenprijs als marketinginstrument, aanzetten tot meer lezen, tot meer boekenconsumptie?
5. Bruna/Gelauff: We zouden een onderzoek naar de rechtvaardigheid van de margeverdeling in dit verband toejuichen.
6. PCM/Boezeman: De overheiddoelstellingen zouden veel meetbaarder moeten worden: aantal retail/verkooppunten; gemiddelde assortimentsbreedte; aandeel van deze diverse kanalen; breedte productaanbod; etc. Bepleit wordt: onderzoek.
7. Verloren van Themaat: Kijk mede naar het sterk groeiende 'grijze' segment (Lulu, Boek-op-Verzoek, Gopher, ...)
8. Waldmann en Coutinho: Hoe zijn de ontwikkelingen in de landen waar de vaste prijs is losgelaten? UK, België. Hoe heeft dat uitgewerkt voor de positie van het boek: brede beschikbaarheid, verkoop, relatie tussen spelers in het boekenvak, consument?

V. Bijlagen

Bijlage 1. Lijst geïnterviewde personen

KVB Koninklijke Vereniging van het Boekenvak

Aad Nuis, ex-voorzitter

NBb Nederlandse Boekverkopersbond

Ari Doeser, directeur

Dick Anbeek, voorzitter

NUV Groep Algemene Uitgevers (GAU)

Erik Timmermans, secretaris

Ria Derks, voorzitter

NUV Groep Uitgevers Vak en Wetenschap (UVW)

Nineke van Dalen, secretaris

Thijs VerLoren van Themaat, bestuurslid boekenzaken

Nienke Coutinho (uitgeverij Coutinho)

LUG Literaire Uitgeversgroep

Joost Nijsen (uitgeverij Podium)

Eric Visser (uitgeverij De Geus)

WPG

Pieter de Jong, directeur

Jongbloed Juridische Uitgeverij

Maarten Bohlken, directeur

NDC / VBK

Bert de Groot, raad van bestuur

PCM

Joop Boezeman, algemeen directeur AWBruna

Uitgeverij Prometheus/Bert Bakker

Mai Spijkers, directeur

Boekhandels Groep Nederland / Selexyz

Matthijs van der Lely, directeur

Bruna b.v.

Hans Gelauff, directeur

Boekhandel Athenaeum

Maarten Asscher, directeur

Bol.com

Daniël Ropers, directeur

ECI

Oktay Erciyaz, algemeen directeur

Geneviève Waldmann, directeur programma

Intres

Caroline Damwijk, divisiedirecteur media

Grossiers/importeurs

dhr. W. Cajot, commercieel directeur

dhr. J. Roodveldt (Roodveldt importeurs)

mw. M. Roestenberg (Hermanex)

CB Centraal Boekhuis

Hans Willem Cortenraad, directeur

Vereniging van Letterkundigen

René Appel, voorzitter

Janne Rijkers, coördinator

Hilde Pach, vertaler

VOB Vereniging van Openbare Bibliotheken

Jan Ewout van der Putten (mondelinge selectie vragen)

CPNB

Henk Kraima (mondelinge selectie vragen)

Bijlage 2. De vragenlijst

Vragenlijst evaluatie vaste boekenprijs

Toelichting vragenlijst

In de vragenlijst zijn uitsluitend open vragen opgenomen. U beantwoordt de vragen door op het vakje te klikken onder de vraag en vervolgens uw antwoord in te typen. Het invullen van de lijst zal naar verwachting dertig minuten in beslag nemen.

A. Persoonlijke gegevens

1. Wat is uw naam?
2. Wat is de naam van uw organisatie en uw functie?

B. Opvattingen

3. Wat is uw opvatting over de vaste prijs gezien vanuit uw private belang als ondernemer en gezien vanuit de overheidsdoelstellingen?
4. Wat kenmerkt volgens u de voor- en tegenstanders van de vaste prijs, als je kijkt naar hun positie in de bedrijfskolom en hun positie in de markt?

C. Ontwikkelingen in de markt en de culturele doelstellingen van de wet

5. Hoe zou u de boekenmarkt willen kenmerken?
6. Bent u van mening dat de verhoudingen in de markt zijn verzakelijk en rendementsoverwegingen overheersend zijn geworden of spelen culturele overwegingen nog een rol?
7. Is het volgens u waar dat uitgeverij bereid zijn hoge marges te geven aan distributeurs die grote volumes afnemen (inloopzaken, boekenclub) en dat dit ten koste gaat van de financiële positie van de kwaliteitsboekhandel?
8. Bent u van mening dat de assortimentsboekhandel steeds minder bereid is risico te nemen bij de inkoop?
9. Bent u van mening dat er een tendens is naar uniformering en versmalling van het aanbod in de boekhandel?

10. Wat zijn uw opvattingen over de positie van de auteurs?
11. Zouden er volgens u in het huidige beleid van uitgevers wijzigingen kunnen worden aangebracht die bijdragen aan de culturele doelstellingen van de wet en die wellicht een voordeel, maar in ieder geval geen financieel nadeel voor de uitgever opleveren?
12. Is voldoende pluriformiteit in het beschikbare boekenaanbod voor de consument aanwezig?
13. Denkt u dat de afschaffing van het exclusieve handelsverkeer heeft geleid tot additionele omzet bij branchevreemde kanalen of heeft geleid tot substitutie, dat wil zeggen een groter marktaandeel bij een gelijkblijvende omzet?
14. Dezelfde vraag wil ik stellen over de internetboekhandel ten opzichte van de fysieke boekhandel. Is er sprake van een aanvullend dan wel van een substituerend kanaal (naar type boeken, type kopers)?
15. Vindt u de afschaffing van het exclusief verkeer een belangrijke ontwikkeling en ziet u mogelijk nog andere effecten op de markt dan de reeds genoemde?
16. Vindt u de opkomst van de internetboekhandel een belangrijke ontwikkeling en ziet u nog andere effecten hiervan op de markt?

D. Wetswijzigingen

In deze paragraaf wordt gedomd op bepalingen die direct de werkingssfeer van de vaste prijs betreffen, zoals de window voor de boekenclub, kortingsregelingen, etc.

17. Zijn er bepalingen in de wet of de amvb die volgens u niet functioneren?
18. Welke wijzigingen zijn volgens u noodzakelijk?
19. Waarom draagt de gewenste wijziging bij aan de doelstellingen van de wet?

E. Toekomstscenario's

20. Hoe zal de productie en distributie van het algemene boek zich in de toekomst ontwikkelen (welke verschuivingen acht u waarschijnlijk en binnen welke termijn)?
21. Wat zijn uw verwachtingen met betrekking tot de (machts-)verhoudingen tussen uitgevers en boekverkopers en tussen uitgevers en auteurs, eventueel veranderende functies van

uitgevers en boekverkopers en - in samenhang daarmee - aan de ontwikkeling van de digitalisering (internet-verkoop, pod- en e-book)?

22. Ziet u in dit verband ook belangrijke ontwikkelingen in de infrastructuur van het boekenvak?
23. Vervult de vaste prijs nog een functie in dit toekomstscenario?
24. Hoe beoordeelt u een eventueel remmende werking van de vaste prijs op de innovatie bij de produktie en distributie van boeken?
25. Hoe ziet u in dit opzicht de toekomst van het wetenschappelijke boek en van de prijsbinding voor dit marktsegment?
26. Heeft u verder nog suggesties voor de inrichting van het onderzoek?