

Digitaal gebonden



seo economisch onderzoek



Amsterdam, oktober 2011  
In opdracht van Ministerie van OC&W

## Digitaal gebonden

Onderzoek naar de functionaliteit van een vaste prijs voor het e-boek

Joost Poort & Ilan Akker (SEO Economisch Onderzoek)  
Nico van Eijk & Bart van der Sloot (Instituut voor Informatierecht)  
Paul Rutten (Paul Rutten Onderzoek/Universiteit van Antwerpen)

seo economisch onderzoek



“De wetenschap dat het goed is”

*SEO Economisch Onderzoek doet onafhankelijk toegepast onderzoek in opdracht van overheid en bedrijfsleven. Ons onderzoek helpt onze opdrachtgevers bij het nemen van beslissingen. SEO Economisch Onderzoek is gelieerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dat geeft ons zicht op de nieuwste wetenschappelijke methoden. We hebben geen winstoogmerk en investeren continu in het intellectueel kapitaal van de medewerkers via promotietrajecten, het uitbrengen van wetenschappelijke publicaties, kennisnetwerken en congresbezoek.*

SEO-rapport nr. 2011-55

ISBN 978-90-6733-619-2

Copyright © 2011 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen en dergelijke, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld.

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b> .....	<b>i</b>
<b>1 Inleiding en onderzoeksvragen</b> .....	<b>5</b>
<b>2 Uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid</b> .....	<b>7</b>
2.1 Nederlandse context .....	7
2.1.1 Wet op de vaste boekenprijs .....	8
2.1.2 Evaluatie Wet op de vaste boekenprijs .....	9
2.1.3 Verenigbaarheid met het Europese recht .....	9
2.2 Europeesrechtelijk kader.....	11
2.2.1 Franse wet op de vaste e-boek prijs.....	11
2.2.2 Vrijheid van Vestiging en Dienst.....	12
2.2.3 Mededinging .....	16
2.2.4 E-Commercerichtlijn.....	19
2.2.5 Dienstenrichtlijn.....	21
2.2.6 Artikel 10 EVRM.....	23
2.3 Definities.....	25
2.4 <i>File sharing</i> .....	28
2.5 Analyse en conclusies .....	28
2.5.1 Onderbouwing vaste boekenprijs.....	28
2.5.2 Europese context .....	29
2.5.3 Definitie e-boek.....	30
2.5.4 <i>File Sharing</i> .....	30
<b>3 Marktontwikkelingen</b> .....	<b>31</b>
3.1 Ontwikkelingen Nederland.....	31
3.2 Internationale ontwikkelingen e-boekenmarkt.....	41
3.3 Conclusies.....	53
<b>4 Bouwstenen voor toekomstscenario's</b> .....	<b>55</b>
4.1 Vraag en gedrag consument.....	55
4.2 Strategie aanbieders .....	66
4.3 Wetenschappelijke boek.....	71
4.4 Vaste boekenprijs .....	75
4.4.1 Een vaste prijs voor het e-boek.....	75
4.4.2 Werking van een vaste verkoopprijs.....	77
4.5 Conclusie.....	81
<b>5 Scenario's en analyse</b> .....	<b>83</b>
5.1 Vier toekomstbeelden voor het A-boek .....	83
Scenario 1: ruim baan voor het e-boek; geen vbp-e .....	83
Scenario 2: ruim baan voor het e-boek; met vbp-e.....	85
Scenario 3: terughoudend aanbod; geen vbp-e.....	86

	Scenario 4: terughoudend aanbod; met vbp-e .....	88
5.2	Analyse scenario's en synthese .....	88
5.3	Wetenschappelijke boek .....	92
5.4	Conclusies .....	94
<b>Literatuur...</b>	<b>.....</b>	<b>97</b>

## Samenvatting

Sinds 2005 kent Nederland een wettelijke vaste prijs voor gedrukte boeken in de Nederlandse en Friese taal. Uitgevers zijn verplicht om voor nieuwe boeken een verkoopprijs vast te stellen waar alle verkopers zich aan moeten houden. De vaste prijs geldt voor onbepaalde duur, maar na een half jaar mag de uitgever de vaste prijs aanpassen en na een jaar mag hij besluiten de vaste prijs op te heffen. De Wet op de vaste boekenprijs (Wvbp) beoogt op deze wijze bij te dragen aan een pluriform titelaanbod, de brede beschikbaarheid van het boek en publieksparticipatie (koop- en leesgedrag).

Met de opkomst van het e-boek dient zich de vraag aan of het mogelijk en wenselijk is om ook voor het e-boek een wettelijke vaste prijs te introduceren. Dit rapport onderzoekt de haalbaarheid en handhaafbaarheid van een vaste prijs voor het e-boek (vbp-e). Ook is de functionaliteit geanalyseerd ten aanzien van de pluriformiteit en brede beschikbaarheid van het aanbod, de marktstructuur van het boekenvak en de diversiteit en beschikbaarheid van gedrukte boeken.

Uit de analyses blijkt dat het hier complexe en onzekere materie betreft. De juridische inkadering roept diverse fundamentele vragen op en is onderwerp van onderzoek op Europees niveau. Ontwikkelingen in de markt zijn turbulent. Een zorgvuldige benadering en het volgen van ontwikkelingen is daarom te verkiezen boven te snelle interventie.

### Haalbaarheid en alternatief onzeker

Uit de juridische analyse volgt dat het Europese recht een vaste prijs voor e-boeken als zodanig niet uitsluit. In Duitsland wordt een vaste prijs voor e-boeken gehanteerd en in Frankrijk is eerder dit jaar een wetgevingstraject afgerond om een vaste prijs voor e-boeken te introduceren. Toch kan niet met zekerheid worden gesteld dat een vaste prijs voor e-boeken Europeesrechtelijk haalbaar is. De bewijslast voor lidstaten om een dergelijke maatregel te introduceren is hoger dan voor gedrukte boeken: niet alleen omdat het nieuwe regelgeving betreft, maar ook omdat e-boeken een dienst en geen goed zijn, en juist in het digitale domein het interstatelijk effect van een vaste verkoopprijs groter is. Een vaste prijs zal aantoonbaar noodzakelijk, proportioneel en subsidiair moeten zijn. Frankrijk vervult op dit moment een pioniersrol in Europa. De Franse wet is onderwerp van onderzoek door de Europese Commissie.

Als alternatief voor wettelijke prijsbinding doet het agentuurmodel momenteel opgeld. In dit model stelt de uitgever de prijs vast die de verkoper als zijn *agent* moet rekenen, en de vergoeding die hij daarvoor ontvangt. De agent is tussenpersoon, de overeenkomst komt in principe tot stand tussen de uitgever en de consument. Enerzijds kan dit model de rol van een wettelijke vaste prijs vrijwel overnemen, omdat prijsconcurrentie tussen boekverkopers ook hiermee wordt uitgesloten. Voor de uitgever is er het bijkomende voordeel dat hij de vaste prijs tussen verkopers kan differentiëren en kan aanpassen wanneer de marktomstandigheden daarom vragen. Aan de andere kant gaat van het agentuurmodel de bedreiging uit dat juist de verkopers met veel marktmacht de condities zullen bepalen ten koste van de uitgeverijen. Het agentuurmodel wordt momenteel door de Europese Commissie en het Verenigd Koninkrijk getoetst op zijn

mededingingsrechtelijke implicaties en ook in de VS loopt een procedure. Het is op geen van beide continenten een uitgemaakte zaak of, en zo ja onder welke condities, het wordt toegestaan.

### **Definitie e-boek en reikwijdte vaste prijs**

Uit de juridische analyse komt tevens naar voren dat de meest handhaafbare grondslag voor een vaste prijs voor het e-boek dicht bij het gedrukte boek ligt: het zogenoemde facsimile e-boek. Het juridisch houdbaar afbakenen van e-boeken die door externe links of multimediale verrijking verder af staan van gedrukte boeken, wordt met het vorderen van de nieuwe ontwikkelingen en uitgeefmodellen steeds problematischer. Het onderscheid met andere vormen van digitale dienstverlening wordt met de introductie van almaar meer multimediale toepassingen steeds moeilijker te maken. Daarmee is het op den duur ondoenbaar om het ‘verrijkte’ e-boek af te zonderen van andere elektronische diensten.

Anders dan voor gedrukte boeken kan voor e-boeken verhuur een uitvoerbaar en aantrekkelijk exploitatiemodel zijn, dat voor consumenten functioneel vrijwel gelijkwaardig kan zijn aan koop. Daarmee heeft iedere uitgever van e-boeken twee opties om zich te onttrekken aan de werkingssfeer van een eventuele vaste prijs: door verrijking van boeken met externe links of multimediale toepassingen, of door zich te bedienen van een op verhuur of abonnementen geënt exploitatiemodel. De keuze om al dan niet van deze opties gebruik te maken is een commerciële afweging. Verhuur en verrijking zijn bovendien innovatieve toepassingen in de uitgeverijwereld die bijvoorbeeld in de wetenschappelijke en professionele uitgeverij al op grote schaal worden toegepast. Een wettelijke beperking van dergelijke exploitatievormen om de effectiviteit van de vaste prijs te vergroten, verdient om die reden geen aanbeveling. Ze zouden deze praktijk onnodig frustreren. Dit argument is gehanteerd bij de totstandkoming van de Franse wetgeving, waarbij – los van de Europeesrechtelijke bezwaren – is afgezien van wettelijke beperkingen ten aanzien van verhuur of abonnementsmodellen.

### **Marktontwikkelingen e-boek tot nu toe**

In Nederland is de e-boekenmarkt nog klein: in 2010 bedroeg zij minder dan één procent van de afzet. Het aandeel groeit echter snel en wanneer het beperkte aanbod van e-titels in ogenschouw wordt genomen, is de conclusie gerechtvaardigd dat het e-boek wel degelijk gewild is bij de Nederlandse lezer. Echter, uitgevers en auteurs staan uit angst voor omzetverlies vaak huiverig tegenover het uitgeven van e-boeken: minder dan 1,5 procent van de in druk beschikbare boeken was eind 2010 als e-boek beschikbaar. Cijfers uit de VS laten echter zien dat digitalisering van het boekenaanbod niet ten koste hoeft te gaan van de winstgevendheid van uitgevers. Inmiddels liggen de prijzen van veel e-boeken daar zelfs hoger dan van paperbacks en is het omzetaandeel van e-boeken meer dan 15 procent van de boekenmarkt. Voor uitgevers en verkopers betekent de introductie van e-boeken in eerste instantie weliswaar een investering in het opzetten van een digitale infrastructuur. Maar op lange termijn zullen de variabele kosten drastisch afnemen, waardoor een dergelijke investering lonend wordt.

Naar verwachting zal de markt van e-boeken en printboeken zeker de komende jaren maar vermoedelijk ook op lange termijn hybride zijn. Nu vormt de aanschaf van een apparaat om e-boeken te lezen (een e-reader of tablet) nog een drempel, die naar verwachting op termijn zal verdwijnen als deze apparaten steeds meer ingeburgerd raken. Momenteel is het aandeel van fictie



op de Nederlandse e-boekenmarkt het grootst. Dat komt doordat de voordelen van fictie als e-boek, zoals draagbaarheid, opslagcapaciteit en directe levering, zich nu al manifesteren. De *potentiële* voordelen van e-boeken zijn bij non-fictie groter: denk naast doorzoekbaarheid, die ook nu al bestaat, aan externe links, multimediale verrijking, updates en de verkoop van losse hoofdstukken. De ontwikkeling van het verrijkte e-boek staat echter nog in de kinderschoenen.

Naast kannibalisatie van het gedrukte boek biedt het e-boek ook nieuwe verkoopmogelijkheden, bijvoorbeeld doordat digitaal lezen de tijd besteed aan lezen een impuls kan geven. Een belangrijke factor in de gebruiksvriendelijkheid is *digital rights management* (DRM). Zowel de sector als gebruikers wijzen op de gebruiksonvriendelijkheid van de huidige DRM-systemen. Het gevaar bestaat dat DRM een rem zet op de ontwikkeling van de e-boekenmarkt en bevordert wat het beoogt te bestrijden: *file sharing*. Wanneer lezers beperkt worden in de gebruiksmogelijkheden van hun aangekochte e-boeken, wordt de stap naar kopieën van boeken verkregen uit ongeautoriseerde bron, die deze beperkingen niet kennen, onbedoeld aangemoedigd.

### **Werking vaste prijs e-boek**

De werking van een vaste prijs voor e-boeken is op hoofdlijnen gelijk aan de werking van een vaste prijs voor gedrukte boeken: prijsconcurrentie tussen verkopers wordt uitgeschakeld, waardoor een vaste prijs (of eigenlijk een vaste bruto marge) het aantal levensvatbare verkopers vergroot. Voor gedrukte boeken kan een vaste prijs boekhandels tevens stimuleren te investeren in een breed assortiment van titels waarvan de commerciële waarde op voorhand minder zeker is. Uitgevers profiteren van een vaste prijs, wanneer het grotere aantal verkooppunten leidt tot meer verkoop dan prijsconcurrentie in een meer geconcentreerde markt zou doen. Voor gedrukte boeken kan dat het geval zijn, doordat een groter aantal verkooppunten de nabijheid van het aanbod vergroot en zoekkosten verlaagt, en doordat fysieke boekhandels advertentiewaarde hebben voor een titel en zo de vraag aanwakkeren. Ook komt een gedifferentieerd verkoopkanaal de onderhandelingspositie van uitgevers ten goede.

Voor e-boeken speelt de nabijheid van het aanbod geen rol meer: consumenten kopen e-boeken het liefste via de computer thuis, of draadloos direct via hun e-reader of tablet. Anders dan bij gedrukte boeken speelt een vbp-e ook geen rol ten aanzien van het breedte van het assortiment dat verkopers aanhouden: in een online omgeving zal iedere aanbieder de volle breedte opzoeken omdat daar aanzienlijk minder kosten aan verbonden zijn. Een vaste prijs voor het e-boek vervult dus geen functie voor het realiseren van de brede beschikbaarheid van het e-boek zelf. Wel kan de vbp-e een rol spelen bij de brede beschikbaarheid van het gedrukte boek, via het in stand houden van de fysieke boekhandels. Een vaste prijs vergroot de kansen voor deze boekhandels om in het digitale domein te concurreren met grote online aanbieders uit binnen- en buitenland waardoor zij hun marktaandeel in de totale boekenmarkt minder snel terug zien lopen. Bovendien remt een vaste e-boekprijs de prijserosie van het e-boek als gevolg van concurrentie, waardoor de opmars van het e-boek wordt afgeremd. Ook dat is in het voordeel van de fysieke boekhandels.

### **Functionaliteit vaste prijs e-boek**

Uit een viertal scenario's voor de toekomstige marktontwikkeling komt naar voren dat vooral de strategie van uitgevers en auteurs bepalend is voor de mate waarin het e-boek marktaandeel verwerft en het tempo waarin dat gebeurt. De rol van een vaste e-boekprijs is daaraan

ondergeschikt. Die strategie heeft bijvoorbeeld betrekking op de snelheid waarmee oude en nieuwe titels als e-boek worden uitgebracht, de mate van gebruiksvriendelijkheid en de prijsstelling. Wanneer uitgevers zich terughoudend blijven opstellen, kunnen zij de opmars van het e-boek aanzienlijk vertragen en is de kans groot dat grote buitenlandse online retailers zich vooralsnog niet actief zullen richten op de Nederlandse markt. Daarmee wordt tegelijk het verlies van marktaandeel van de boekhandels beperkt.

In alle scenario's verliest de fysieke boekhandel de komende jaren marktaandeel aan online retailers. Wanneer uitgevers volop inzetten op het e-boek zal het marktaandeel ervan rap toenemen en zullen de fysieke boekhandels snel marktaandeel inleveren aan grote binnenlandse en buitenlandse online aanbieders. Een vaste prijs biedt ze daarbij enige bescherming en is daarmee gunstig voor de positie van de fysieke boekhandel en tevens voor de beschikbaarheid en pluriformiteit van het gedrukte boek. Het vertraagt echter ook het tempo waarin het e-boek marktaandeel verwerft en is daarmee een rem op innovatie. Niet alleen leidt het uitschakelen van prijsconcurrentie tot hogere prijzen, ook beperkt de vaste prijs de slagvaardigheid waarmee uitgevers de prijzen kunnen aanpassen aan veranderende marktomstandigheden.

Het beperkte effect van een vaste prijs op de toekomstige marktontwikkeling wordt verder verkleind doordat uitgevers zich aan een vaste prijs kunnen onttrekken. Dat kan door verrijkte e-boeken uit te brengen, die niet binnen de werkingssfeer van de vaste prijs vallen, en door boeken in abonnementen of verhuurmodellen te exploiteren die zich eveneens onttrekken aan een vaste prijs. Met deze acties zetten individuele uitgevers het collectieve belang onder druk dat ze ook in het digitale tijdperk hebben bij een breed en pluriform distributienetwerk voor het fysieke boek. Uitgevers vergroten dit netwerk echter nauwelijks door hun eigen bijdrage eraan en iedere uitgever heeft er in sommige gevallen, bijvoorbeeld bij bestsellers, commercieel belang bij om deze buiten de vaste prijs om in de markt te zetten.

Het effect van die strategie op ongeautoriseerde *file sharing* is ambigu: enerzijds maakt een groter aanbod van e-boeken een groter deel van de markt kwetsbaar voor *file sharing*, anderzijds kan juist gebruiksbeperkende DRM aanzetten tot het downloaden van DRM-vrije gekraakte versies. Een vaste prijs voor e-boeken zal een ongunstig effect hebben op ongeautoriseerde verspreiding, omdat het een snelle reactie van uitgevers en verkopers op veranderende marktomstandigheden in de weg staat.

## **W-boek**

W-boeken kennen juist in digitale vorm een dynamiek die afwijkt van A-boeken, maar zijn juridisch noch inhoudelijk noch functioneel scherp af te bakenen. De thans bestaande exploitatievormen zijn ongevoelig voor een eventuele vaste prijs van het e-boek, daar ze eerder zijn te typeren als verhuurmodellen (licentiemodellen) dan als verkoop. Ook is het verrijkte e-boek in de wetenschappelijke wereld reeds gangbaarder dan in het A-segment. De verwachting is dan ook dat gegeven de reikwijdte van een eventuele vaste e-boekenprijs, de exploitatiemodellen die gangbaar zijn in de wetenschappelijke wereld nauwelijks hinder maar ook geen voordeel zouden ondervinden van een vaste prijs.

# 1 Inleiding en onderzoeksvragen

In zijn brief aan de Tweede Kamer van 28 januari 2010 gaf de toenmalige minister van OCW op grond van de eerste evaluatie van de Wet op de vaste boekenprijs (Wvbp) aan dat deze goed functioneert.<sup>1</sup> Criteria voor deze beoordeling zijn de pluriformiteit van het titelaanbod, de brede beschikbaarheid van het boek en publieksparticipatie (het koop- en leesgedrag). Uit de kwantitatieve evaluatie van de Wvbp tussen 2005 en 2008 door APE<sup>2</sup> blijkt dat het totale titelaanbod licht is gestegen en het aantal fysieke boekhandels ongeveer gelijk is gebleven. Wel bleek dat het assortiment van veel boekhandels in minder verstedelijkte gebieden was versmald, terwijl het titelaanbod bij een klein aantal boekhandels in de grote steden juist was toegenomen. Tot slot bleek de wettelijke verankering van de Wvbp niet van invloed op de publieksparticipatie.

Verder vermeldt de brief dat de wet bijdraagt aan de bescherming van de fysieke distributie van het boek en daarmee de brede beschikbaarheid van het boek bevordert. De brief stelt voorts dat digitalisering – toenemend marktaandeel van de internetboekhandel en de opkomst van e-boeken – de positie van de boekhandel aantast en daarmee de effectiviteit van de vaste boekenprijs vermindert. Bij het beoordelen van de toekomstige functionaliteit van prijsbinding moet rekening worden gehouden met verschillende scenario's omdat het tempo en de mate van e-boekpenetratie onzekere factoren zijn.

Een mogelijke reactie op de opkomst van het e-boek is om ook hiervoor een vaste boekenprijs in te stellen. Daarom kondigt de brief een studie aan “naar de consequenties van de opkomst van het e-boek voor de functionaliteit van de Wvbp en naar de wenselijkheid en handhaafbaarheid van een vaste boekenprijs voor het e-boek. De studie moet resulteren in een aantal toekomstscenario's voor (het tempo van) de ontwikkeling van het e-boek per marktsegment en voor wijzigingen in de posities van spelers in de bedrijfskolom. In de tweede plaats moet de studie antwoord geven op de vraag of een vaste prijs voor het e-boek een functie kan vervullen bij de instandhouding van de brede beschikbaarheid van boeken en of die vaste prijs handhaafbaar is.”

In vervolg hierop heeft het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap aan een consortium van SEO Economisch Onderzoek, het Instituut voor Informatierecht (IViR) en Paul Rutten opdracht verleend onderzoek uit te voeren naar de functionaliteit en haalbaarheid van een vaste prijs voor het e-boek. Ten aanzien van de *functionaliteit* is de onderzoeksvraag als volgt:

*Wat zijn de brede gevolgen van een vaste boekenprijs voor e-boeken, met name op:*

- *de diversiteit van het e-boekaanbod,*
- *de beschikbaarheid van e-boektitels, gezien vanuit de diverse aanbodkanalen,*
- *de organisatie en de marktstructuur van het boekenvak, zowel voor gedrukte boeken als e-boeken,*
- *de diversiteit en beschikbaarheid van gedrukte boeken?*

---

<sup>1</sup> Kamerstukken II, 2009/10, 32.300, nr. 1, p. 8.

<sup>2</sup> Notenboom et al (2009)

Voorts dient aparte aandacht te worden besteed aan het wetenschappelijke boek, het W-boek. Voor- en nadelen van prijsbinding van het e-boek en eventuele alternatieve instrumenten dienen te worden besproken. Bovendien dienen toekomstscenario's te worden ontwikkeld, waarbij onderscheid wordt gemaakt naar het marktaandeel van het e-boek in de totale boekenmarkt en het aandeel van de assortimentsboekhandel op de e-boekenmarkt. Kernvraag is daarbij welke rol een vaste prijs voor e-boeken daarbij zou kunnen spelen. De vaste prijs voor gedrukte boeken geldt daarbij als een gegeven.

De onderzoeksvragen naar de *uitvoerbaarheid* en *haalbaarheid* van een vaste prijs voor het e-boek zijn juridisch van aard en luiden als volgt:

- *Is het mogelijk het e-boek op een eenduidige manier te definiëren?*<sup>3</sup>
- *Is het mogelijk het wetenschappelijke e-boek dat (mede) bestemd is voor de algemene markt begripsmatig af te bakenen van het e-boek dat uitsluitend bestemd is voor de professionele markt?*
- *Is een vaste prijs voor het e-boek verenigbaar met het Europese recht en is prijsbinding voor buitenlandse aanbieders handhaafbaar?*
- *Wat is de te verwachten ontwikkeling van piraterij en de mogelijke relatie met een vbp?*
- *Is een vbp voor e-boeken handhaafbaar?*

De opbouw van dit rapport is als volgt: Hoofdstuk 2 onderzoekt de uitvoerbaarheid en de handhaafbaarheid van een vaste prijs voor het e-boek, in het bijzonder in relatie tot het Europese recht. Vervolgens schetst Hoofdstuk 3 de cijfermatige ontwikkelingen in de Nederlandse boekenmarkt, vooral in relatie tot de doelstellingen van de vaste boekenprijs. Speciale aandacht gaat daarbij vanzelfsprekend uit naar het e-boek, dat zich momenteel in een prille maar ontluikende fase bevindt. Ook de belangrijkste internationale ontwikkelingen van de e-boekenmarkt komen daarin aan bod.

Hoofdstuk 4 analyseert een aantal factoren en ontwikkelingen die relevant zijn voor de toekomst van de Nederlandse e-boekenmarkt. Ze zijn tevens de grondslag voor de scenario's die in deze studie zijn ontwikkeld. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen de vraagzijde van de markt, de aanbodzijde en wordt de eventuele invulling en werking van een vaste prijs voor het e-boek concreet uitgewerkt. De bijzondere positie van het W-boek komt hier ook aan bod. Daarna worden op basis hiervan in Hoofdstuk 5 concrete scenario's geschetst. Daarna worden de implicaties van deze scenario's voor de onderzoeksvragen geanalyseerd.

Ten behoeve van dit onderzoek is een aantal gesprekken gevoerd met partijen in de Nederlandse markt alsook met kenners van de internationale marktontwikkelingen. Tevens is in het kader van dit onderzoek een workshop georganiseerd, waarin een aantal stellingen en voorlopige bevindingen met betrekking tot e-boeken in een divers gezelschap zijn bediscussieerd. De onderzoekers hebben in dit onderzoeksrapport dankbaar gebruikgemaakt van de lessen en inzichten die uit deze gesprekken zijn verkregen. Tevens is in het kader van dit onderzoek een viertal landen uitvoeriger bestudeerd, te weten de Verenigde Staten, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Daarbij is vooral gekeken naar de marktontwikkelingen en de beleidsafwegingen rondom het al dan niet introduceren van een vaste prijs voor het e-boek. De inzichten uit deze landenstudies zijn terug te vinden in de hoofdstukken 2, 3 en 4.

<sup>3</sup> Daarbij wordt uitsluitend gekeken naar e-boeken die elektronisch en dus niet op een specifieke drager – usb-stick, dvd – worden aangeboden.

## 2 Uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid

In dit onderdeel wordt een analyse gegeven van de belangrijkste juridische aspecten inzake de vaste boekenprijs.<sup>4</sup> In de eerste plaats wordt de totstandkoming geschetst van de vaste boekenprijs in Nederland. Daarbij ligt het accent op de onderwerpen die van belang zijn in het kader van dit onderzoek, zoals de achterliggende motieven voor een vaste boekenprijs en gehanteerde definities van het begrip (e-)boek. Ook wordt stilgestaan bij de vraag of het e-boek een rol heeft gespeeld bij de tot op heden gekozen regulatoire context. Waar er expliciet op het e-boek wordt ingegaan, is dat vermeld. Dit blijkt overigens maar in zeer beperkte mate het geval.

Vervolgens komt de Europeesrechtelijke context aan de orde. Europese ontwikkelingen worden vooral bepaald door algemene Europeesrechtelijke uitgangspunten; sector specifieke regulering of jurisprudentie is er maar in zeer beperkte mate. Recente Europese activiteit is ingegeven door Franse voorstellen tot de invoering van een vaste boekenprijs voor het e-boek. De standpunten die de Europese Commissie hierover heeft ingenomen reflecteren de verschillende juridische vragen die in het geding zijn en komen uitvoerig aan de orde in paragraaf 2.2. Ook relevante aspecten omtrent de Duitse vbp-regulering in relatie tot het e-boek, en de met name in Angelsaksische landen actuele (en eveneens betwiste) agentuurovereenkomsten (*agency pricing*) worden besproken. Tot slot worden in een korte analyse en conclusies de belangrijkste bevindingen ten aanzien van de juridische aspecten weergegeven.

### 2.1 Nederlandse context

Nederland kent een lange traditie voor wat betreft de vaste boekenprijs. Tot 2005 was er sprake van een ontheffing – verleend aan de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB) – van het verbod op verticale prijsbinding op grond van de *Wet Economische Mededinging (WEM)*.

Continuering van de ontheffing in de bestaande vorm werd niet meer mogelijk geacht in het licht van de (nationale en Europese) mededingingswetgeving, waarop een wetsvoorstel betreffende de vaste boekenprijs werd ingediend.<sup>5</sup> Het betrof een initiatiefwetsvoorstel dat sterk ontleend is aan de Franse regulering inzake de vaste boekenprijs, de fameuze *Loi Lang* uit 1981.<sup>6</sup> In het Verenigd Koninkrijk werd er niet voor gekozen om het zogenaamde Net Book Agreement (NBA) te vervangen door specifieke wetgeving. Nadat de Restrictive Practice Court het Net Book Agreement in maart 1997 als illegaal kwalificeerde verdween de vaste boekenprijs in het Verenigd Koninkrijk. In Duitsland is evenals in Nederland – en veel andere landen die een regulering hebben van de vaste boekenprijs – gekozen voor wetgeving die geïnspireerd is door de Franse wetgeving. In het *Gesetz über die Preisbindung für Bücher (Buchpreisbindungsgesetz)* is overigens gekozen voor een definitie van het begrip boek die – wellicht toentertijd niet expliciet beoogd – ook geacht wordt het e-boek te omvatten (zie par. 2.3).

<sup>4</sup> Dit hoofdstuk is tot stand gekomen met medewerking van mr. C. Jasserand, V.E. Breemen en J.M. Breemen.

<sup>5</sup> *Kamerstukken II*, 2002/03, 28 652.

<sup>6</sup> Genoemd naar de toenmalige minister van cultuur Jacques Lang (*loi n°81-766 du 10 août 1981 relative au prix du livre*).

### 2.1.1 Wet op de vaste boekenprijs

In de Memorie van Toelichting bij het wetsvoorstel wordt allereerst aangegeven dat met het reguleren van de boekenprijs cultuurpolitieke doelen worden nagestreefd. Deze worden vervolgens nader gedefinieerd. In de kern gaat het om de beschikbaarheid, ook op de langere termijn, van een breed en divers aanbod van Nederlands- en Friestalige boeken, via een geografisch ruim gespreid netwerk van boekhandels met een groot en gevarieerd assortiment oftewel “diversiteit en pluriformiteit van de in het boek vervatte informatie en toegankelijkheid ervan in aanbod, in keuze en in afname”.<sup>7</sup>

De Memorie van Toelichting stelt dat de vbp in combinatie met een redelijke handelsmarge voorkomt dat de assortimentsboekhandel wordt weggeconcentreerd door discounters die zich uitsluitend richten op het snelverkopende boek. De economische zekerheid van winst op het goedlopende boek maakt volgens de Memorie van Toelichting dat *boekverkoopers* ook minder courante boeken in hun assortiment kunnen opnemen en draagt zo bij aan de beschikbaarheid van een geografisch gespreid netwerk van ruimgesorteerde boekhandels. Dit netwerk is voor *uitgevers* eveneens van belang omdat daarmee hun producten gemakkelijk de consument kunnen bereiken en zij in staat zijn ook risicovolle titels uit te geven.

Concurrentie in het boekenvak zal wel blijven bestaan, met betrekking tot titels, auteurs, assortiment, deskundigheid en dergelijke. De vbp beoogt niet de toegang tot het boekenvak als zodanig te belemmeren of concurrentiemogelijkheden binnen het boekenvak weg te nemen.<sup>8</sup>

Nadere uitwerking van hetgeen in de Memorie van Toelichting is verwoord, is onder meer terug te vinden in de nota naar aanleiding van het verslag.<sup>9</sup> Opnieuw wordt benadrukt dat aan de instelling van een vbp cultuurpolitieke doelstellingen ten grondslag liggen, hetgeen rechtvaardigt dat het instrument van vaste prijzen wordt gehanteerd en de verkoop van boeken en muziekluitjes aldus “uit de sfeer van het algemene mededingingsrecht wordt gehaald en wordt gereguleerd door middel van sector specifieke wetgeving.” Zonder deze maatregel zouden dergelijke doelstellingen (pluriformiteit, spreiding en toegankelijkheid) onder druk komen te staan, zo is de redenering. De vbp wordt geacht een belangrijk middel te zijn “om boeken, geschreven in de Nederlandse taal, te beschermen en daarmee de cultuuridentiteit te behouden.”

Wat e-boeken betreft, stelt de nota: “Behalve met de vaste prijs kan de pluriformiteit ook gediend zijn met de toepassing van nieuwe technieken als (...) elektronische boeken.”<sup>10</sup> In dat opzicht is het e-boek dus gunstig voor de door het instrument van de vbp beoogde cultuurpolitieke doelstellingen. Wel wordt in de nota nog beweerd dat het e-boek langzamer dan verwacht “in enige mate van betekenis aan het worden is” en vooral professionele werken zal betreffen en “in dat opzicht minder bijdragen aan de pluriformiteit voor het brede publiek.”

De behandeling in de Eerste Kamer geeft voornamelijk weer wat al in de Tweede Kamer aan de orde kwam.<sup>11</sup> Waar de doelstelling “pluriformiteit, kwaliteit en een breed aanbod van boeken en

<sup>7</sup> *Kamerstukken II* 2002/03, 28 652, nr. 3.

<sup>8</sup> *Kamerstukken II*, 2002/03, 28 652, nr. 3, p. 5.

<sup>9</sup> *Kamerstukken II*, 2003/04, 28 652, nr. 11.

<sup>10</sup> *Kamerstukken II*, 2003/04, 28 652, nr. 11, p. 9.

<sup>11</sup> *Kamerstukken I*, 2004/05, 28 652, nr. E, p. 1, 5, 6.

muziekuitgaven” is en het boek behalve als economisch product ook beschermingswaardig wordt geacht omdat het een cultuurgoed betreft, helpt de vbp volgens de Eerste Kamer om een grote mate van diversiteit op de boekenmarkt in stand te houden.<sup>12</sup> Door middel van de vbp zou verder het aanboren, begeleiden en coachen van talent uitvoerbaar blijven, wat ook weer bijdraagt aan pluriformiteit en ervoor zorgt dat boeken van de vele “nog onbekende gezichten” die “kwalitatief de moeite waard zijn, blijvend uitgegeven kunnen worden (...)”.

De nota merkt verder nog op als argument voor een vbp dat “bedreigingen van de vrijheid van informatie, voortkomend uit voor een markteconomie kenmerkende monopolietendenzen, wellicht vragen om een actief informatiebeleid van de overheid, waarbij deze zorgt voor behoud en bevordering van pluriformiteit, beschikbaarheid en toegankelijkheid van informatie” en dat “de opkomst van de informatietechnologie de noodzaak van deze vraag [zou] versterken.”<sup>13</sup>

### 2.1.2 Evaluatie Wet op de vaste boekenprijs

Zoals gezegd, concludeert de minister in de eerste Evaluatie van de Wvbp op grond van de overgelegde studies en commentaren dat de wet goed functioneert.<sup>14</sup> De invoering van de wet heeft volgens de Minister niet geleid tot noemenswaardige veranderingen in de Nederlandse boekvoorziening. Gesignaleerde ontwikkelingen zijn terug te voeren op autonome factoren, die los staan van de wet of de vaste prijs als zodanig, en deels een continuering zijn van trends die zich al vóór 2005 aftekenden.

Ook wijst de Minister op een inventarisatie van de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB) waaruit blijkt dat alle geledingen in het boekenvak de Wvbp ondersteunen en menen dat er geen grote wijzigingen nodig zijn. Wat betreft de vraag naar de vaste prijs voor digitale producten verschillen de meningen. De KBb (Koninklijke Boekverkopersbond) is voorstander. De Minister onderkent dat de wet geen oplossing is voor alle problemen, zo kan de Wvbp niet voorkomen dat het assortiment van de gemiddelde boekhandel smaller lijkt te worden. Nieuw is hier de concurrentie van de internetboekhandel.

De voortschrijdende digitalisering (toenemend marktaandeel van de internethandel en verdere doordringing van het e-boek) zal de positie van de fysieke boekhandel mogelijk aantasten, en in het verlengde daarvan de effectiviteit van de vaste prijs doen verminderen. Ook op het gebied van het W-boek speelt digitalisering een rol. Door de toename hiervan en de opkomst van internetwinkels worden minder W-boeken door fysieke winkels afgenomen. De minister kondigt aan dat de consequenties van de opkomst van het e-boek en de mogelijkheid van een vbp hiervoor nader zullen worden onderzocht.

### 2.1.3 Verenigbaarheid met het Europese recht

In deze paragraaf wordt weergegeven wat in het kader van de wet op de vaste boekenprijs over de Europeesrechtelijke aspecten is opgemerkt. In paragraaf 2.2 wordt meer systematisch ingegaan op de relevantie van het Europese recht voor een vaste prijs voor het e-boek.

---

<sup>12</sup> *Kamerstukken I*, 2004/05, 28 652, nr. E, p. 5.

<sup>13</sup> *Kamerstukken I*, 2004/05, 28 652, nr. E, p. 7.

<sup>14</sup> *Kamerstukken II*, 2009/10, 32 300, nr. 1.

In de Memorie van Toelichting bij het oorspronkelijke wetsvoorstel wordt aangegeven dat de Europese Commissie nationale prijsbindingen voor boeken in beginsel aanvaardbaar acht. Hieraan is de voorwaarde verbonden dat deze geen strijd mogen opleveren met het Gemeenschapsrecht. Als prijsbindingen slechts territoriale werking hebben, zal het interstatelijke handelsverkeer in beginsel niet worden belemmerd.<sup>15</sup> De Minister heeft de Europese Commissie om advies over eerste versie van het wetsvoorstel betreffende de vbp gevraagd. De kritiek van Europese Commissie is door de indieners ter harte genomen en verwerkt.<sup>16</sup> Voor geïmporteerde boeken stelt de importeur een vaste prijs vast. Bij geëxporteerde en weer geïmporteerde boeken mag deze niet lager zijn dan de door de Nederlandse uitgever vastgesteld boekenprijs. Echter, in het derde lid van artikel 3 wordt deze laatste verplichting niet van toepassing verklaard op Europese Unie-lidstaten en landen uit de Europese Economische Ruimte (EU/ERR-landen), behoudens wanneer het oogmerk aanwezig is om de wet te ontduiken. Daarmee werd beoogd om aan bezwaren van de Commissie tegemoet te komen. Het finale wetsvoorstel is eveneens aan de Europese Commissie voorgelegd, die de aangepaste tekst (met de EU/ERR-bepanking) als minder kwetsbaar bestempelde. De minister stelt in lijn met de indieners dat daarmee het risico op strijdigheid met het Europese recht in overwegende mate is weggenomen.<sup>17</sup>

Het recente wetsvoorstel tot wijziging van de Wvbp<sup>18</sup> bevat een voorstel over de toevoeging van een vierde lid aan artikel 6 Wvbp. De voorgestelde toevoeging verplicht ook in het buitenland gevestigde verkopers van geïmporteerde boeken om de vaste prijs bij eindafnemers in rekening te brengen. Echter, ook hier is naar analogie met artikel 3 een uitzondering opgenomen voor EU/ERR-landen behoudens ontduiking van de wet.<sup>19</sup>

Aan de hand van objectieve omstandigheden zal moeten worden bepaald of sprake is van omzeiling bij import c.q. verkoop vanuit EU/ERR-landen. De bewijslast ligt bij het Commissariaat voor de Media, dat toeziet op de handhaving van de vbp. De toelichting bij het wetsvoorstel geeft aan dat daarbij een restrictieve benadering uitgangspunt is. Er is alleen sprake van “het oogmerk de wet te ontduiken” als de verkoper met de verkoop vanuit het buitenland als enige intentie heeft de wet te omzeilen.<sup>20</sup> De voorgestelde bepaling wordt geacht in overeenstemming te zijn met vaste jurisprudentie van het Hof van Justitie van de Europese Unie.<sup>21</sup> De MvT bij het voorstel tot wijziging stelt dat de Europese Commissie een formele adviesaanvraag daarom niet nodig vond.

De voorgestelde wijziging grijpt terug op de evaluatie van de vbp, waarin wordt opgemerkt dat de wet alleen van toepassing is op in Nederland gevestigde uitgevers, importeurs en verkopers en dat in het buitenland gevestigde internetboekhandels buiten de werkingssfeer van de wet vallen. Naar de mening van de indieners van het oorspronkelijke wetsvoorstel vormde dit type internetverkopers wel een potentiële, maar nog geen directe bedreiging voor het gesloten systeem. Volgens het Commissariaat voor de Media, dat toezicht houdt op de naleving van de

<sup>15</sup> *Kamerstukken II*, 2002/03, 28 652, nr. 3, p. 6.

<sup>16</sup> *Kamerstukken II*, 2003/04, 28652, nr. 21 en 22.

<sup>17</sup> *Kamerstukken II*, 2003/04, 28652, nr. 28 en 29.

<sup>18</sup> *Kamerstukken II*, 2010/11, 32641.

<sup>19</sup> *Kamerstukken II* 2010/11, 32641, nr. 3. Vergelijk op dit punt ook de Edumedia bv/Boekenconcurrent-zaak (Rechtbank Amsterdam d.d. 3/12/2009, LJN: BK6182 en de last onder dwangsom die door het Commissariaat voor de Media werd opgelegd (besluit d.d. 22/12/2009, kenmerk 20183/2009019029).

<sup>20</sup> *Kamerstukken II* 2010/11, 32 641, nr. 3, p. 7.

<sup>21</sup> Vergelijk in dit verband: *Kamerstukken I* 2004/05, 28 652, nr. E, p. 2.



vbv is deze dreiging nu echter wél actueel, gelet op bestaande en te verwachten initiatieven van buitenlandse internetverkopers. Inmiddels blijkt uit een uitspraak van de rechtbank Amsterdam inzake een statutair op de Antillen gevestigd internetbedrijf dat de loutere vestiging in het buitenland niet voldoende is om als buitenlands verkoper te kunnen worden aangemerkt. In het geval dat de feitelijke verkoop en levering in Nederland plaatsvindt, moet de buitenlandse verkoper zich houden aan de vastgestelde prijs.<sup>22</sup>

## 2.2 Europeesrechtelijk kader

In deze paragraaf wordt eerst gezien of een vaste prijs voor het e-boek strijdigheid oplevert met de rechten op vrijheid van vestiging en dienst en de mededingingsregels, zoals die in het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie zijn opgenomen.<sup>23</sup> Vervolgens wordt onderzocht of een vaste prijs voor e-boeken in overeenstemming is met de E-Commercerichtlijn<sup>24</sup> en de Dienstenrichtlijn.<sup>25</sup> Tot slot wordt nog kort ingegaan op de relevantie van artikel 10 van het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens.<sup>26</sup>

### 2.2.1 Franse wet op de vaste e-boek prijs

Recentelijk is in Frankrijk een wet aangenomen die een vaste prijs voor het e-boek regelt.<sup>27</sup> De wet is onderwerp van discussie met de Europese Commissie geweest, die een tweetal notificaties zond aan de Franse regering.<sup>28</sup> Het antwoord van de Franse regering is nog niet officieel bekend gemaakt, maar er kon in het kader van dit onderzoek wel kennis van worden genomen. Bij de analyse van de EU-context, is mede gebruikgemaakt van deze documenten.

Bij de behandeling van de wet ging de discussie vooral over de regels inzake verkoop aan eindafnemers. Iedere partij die gevestigd is in Frankrijk en e-boeken (livres numériques) uitgeeft is gehouden de vaste prijs te hanteren (artikel 2). Artikel 3 kent aan de vaste prijs extraterritoriale werking toe door te bepalen dat eenieder de vaste prijs moet hanteren die e-boeken aanbiedt aan kopers in Frankrijk: "*Le prix de vente, fixé dans les conditions déterminé à l'article 2, s'impose aux personnes proposant des offres de livres numériques aux acheteurs situés en France*". Dit betekent dat ook aanbieders uit het buitenland gehouden zijn om de vaste prijs in rekening te brengen bij in Frankrijk woonachtige kopers. Overigens dient te worden opgemerkt dat de extraterritoriale werking geen

---

<sup>22</sup> *Kamerstukken II* 2009/10, 32 300, nr. 1, p. 7 en Rb. Amsterdam (vzr) 3 december 2009, nr. 443481 / KG ZA 09-2503 SR/TF, r.o. 5.5-5.9 (Edumedia).

<sup>23</sup> Verdrag betreffende de Europese Unie (VEU) - geconsolideerde versie 2009.

<sup>24</sup> Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad van 8 juni 2000 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij, met name de elektronische handel, in de interne markt ("Richtlijn inzake elektronische handel").

<sup>25</sup> Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt.

<sup>26</sup> Verdrag tot Bescherming van de Rechten van de Mens en de Fundamentele Vrijheden zoals gewijzigd door Protocol Nrs. 11 en 14 met de aanvullende Protocollen Nrs. 1, 4, 6, 7, 12 en 13.

<sup>27</sup> Loi no 2011-590 du 26 mai 2011 relative au prix du livre numérique (J.O. d.d. 28 mai 2011).

<sup>28</sup> De tekst van de notificaties (2010/616/F en 2010/710/F) door de Europese Commissie zijn terug te vinden in: Sénat, *Rapport au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de de la communication sur la proposition de loi, modifiée par l'assemblée nationale, relative au prix du livre numérique*, no 339, d.d. 9 maart 2011. De reactie van de Franse overheid in '*Proposition de loi relative au prix du livre numérique Réponse des autorités françaises aux avis circonstanciés de la Commission européenne faisant suite aux notifications 2010/616/F et 2010/710/F*' (nog niet gepubliceerd).

onderdeel was van eerdere versies van het wetsvoorstel<sup>29</sup> maar gaande de behandeling is ingevoegd. In deze eerdere versies was de werking beperkt tot in Frankrijk gevestigde verkopers. Ook zat in het oorspronkelijke wetsontwerp nog een beperking met betrekking tot de verhuur: *Les offres groupées de livres numérique, en location ou par abonnement, peuvent être autorisées par l'éditeur, tel que défini à l'article 2, au terme d'un délai suivant la première mise en vente sous forme numérique. Ce délai est fixe par décret.* Deze regel die de uitgever de bevoegdheid gaf om voor verhuur een window in te stellen, is al in een vroeg stadium gesneuveld omdat dit onvoldoende ruimte bood voor flexibiliteit (d.w.z. onderscheid te maken naar individuele boeken of categorieën van boeken).<sup>30</sup> Een en ander is ook in lijn met het advies van de Franse mededingingsautoriteit, die verhuur ziet als een vorm van nieuwe/innovatieve businessmodellen.<sup>31</sup>

### 2.2.2 Vrijheid van Vestiging en Dienst

Het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VwEU) komt voort uit het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap (EG). Samen met het Verdrag betreffende de Europese Unie geldt het als de basistekst van de Europese Unie. Voor de context van dit onderzoek zijn met name de beginselen van de interne, vrije markt relevant.

Het in het verdrag geregelde recht van vestiging en dienstverlening laat behoudens in het verdrag geregelde uitzonderingen, beperkingen op deze vrijheden niet toe (artikelen 49 en 56 VwEU). Dit verbod richt zich niet alleen op natuurlijke personen maar tevens op rechtspersonen.

Zowel de vrijheid van vestiging als de vrijheid van dienst kunnen gemoeid zijn bij het uitoefenen van een bedrijfsactiviteit met betrekking tot e-boeken. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn als een vaste prijs voor e-boeken in Nederland buitenlandse bedrijven belemmert om volwaardig te concurreren met in Nederland gevestigde bedrijven.

Bij de beoordeling of dat het geval is, zal bijvoorbeeld in ogenschouw moeten worden genomen dat de boekenmarkt vanwege het taalaspect voor zowel boek als e-boek veelal nationaal georiënteerd is (ongeacht de vraag of in de regulering het taalcriterium is opgenomen). Het kan in zo'n situatie belangrijk zijn voor niet gevestigde partijen om op prijs te concurreren om zich zodoende een volwaardige plaats in de markt te verschaffen. Met een lagere prijs kunnen zij voordelen compenseren die nationale partijen mogelijk hebben, zoals een bestaande klantenrelatie en lokale aanwezigheid. Daar komt bij dat in de digitale omgeving het betrekkelijk eenvoudig is om prijsvergelijkingen te doen en daarmee prijs een belangrijker concurrentiemiddel te laten zijn. Juist e-boeken bieden de mogelijkheid voor buitenlandse partijen om toe te treden tot een nationale markt die voordien grotendeels gesloten was. Een vbp voor e-boeken beperkt deze mogelijkheden om op prijs te concurreren.

Prijsregulering door de overheid kan worden gezien als een beperking op de vrijheid van vestiging en van dienst, ook als discriminatie op nationaliteit geen doel is.<sup>32</sup> Dergelijke regulering

<sup>29</sup> Proposition de loi relative au prix du livre numérique présentée par Mme Catherine Dumas et M. Jacques Legendre, Sénateurs, no 695, 2009/2010, d.d. 8 september 2010.

<sup>30</sup> Rapport fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communications sur la proposition de loi relative au prix du livre numérique.

<sup>31</sup> Autorité de la concurrence, *Avis no 09-A-56 du 18 décembre 2009 relatif à une demande d'avis du ministre de la culture et de la communication portant sur le livre numérique*, p. 24.

<sup>32</sup> HvJ EG, 5 oktober 2004, zaak C-442/02 en HvJ EG 5 december 2006, zaken C-94/04 en C-2002/04.

belet immers de in een andere lidstaat gevestigde marktdeelnemer om, door lagere tarieven te bieden dan waartoe de opgelegde tarieven in een mogelijke vaste prijs voor e-boeken verplichten, doeltreffender te concurreren met de marktdeelnemers die reeds duurzaam in die lidstaat zijn gevestigd en bijgevolg vergeleken met in het buitenland gevestigde ondernemers over meer mogelijkheden beschikken om klanten aan zich te binden.<sup>33</sup> Juist met een lagere prijs kan de buitenlandse aanbieder zich onderscheiden ten opzichte van nationale aanbieders die bijvoorbeeld al een klantrelatie hebben opgebouwd en/of over lokale aanwezigheid beschikken.

In haar gemotiveerde reactie op de vragen van de Europese Commissie relateert de Franse overheid het belang van prijsconcurrentie als enige of belangrijkste middel om te concurreren op de e-boekenmarkt. Zo wordt gesteld – met als voorbeeld de bedrijfsactiviteiten van Amazon – dat eerder het belastingstelsel bepalend is voor vestigingen en activiteiten op een buitenlandse boekenmarkt (Amazon's Europese activiteiten zijn juridisch gevestigd in Luxemburg). De Franse overheid wijst er verder onder meer op dat de Duitse uitgever Bertelsmann zo'n 16 procent van de handel in boeken in Frankrijk bezit. Niet alleen is zij actief op de fysieke boekenmarkt maar ook op de markt voor digitale boeken, onder meer middels Chapitre.com. Derhalve zou de vaste boekenprijs in Frankrijk voor gedrukte boeken niet hebben geleid tot concurrentievervalsing, en is het onwaarschijnlijk dat dit voor de e-boeken anders ligt. Ook wordt opgemerkt dat de markt voor e-boeken als gevolg van het taalelement sowieso nationaal bepaald is. Betreffende de beperking op de dienstenvrijheid stelt de Franse overheid dat de vaste boekenprijs voor fysieke boeken ook geen belemmerend effect zou hebben. Zo heeft Amazon – met inachtneming van de vaste boekenprijs – een groot marktaandeel verworven op de Franse boekenmarkt zonder te zijn gevestigd in Frankrijk. Hetzelfde zou gelden voor bijvoorbeeld de online muziekverkoop door Apple.<sup>34</sup>

In haar reactie op de vragen van de Europese Commissie stelt de Franse overheid dat het wetsvoorstel niet discriminerend zou zijn. Het heeft buitenlandse partijen er niet van weerhouden ook de Franse markt te betreden. Bovendien merken de Fransen op dat in de Europese Unie ook Oostenrijk, Spanje, Griekenland, Italië, Nederland en Portugal een vaste boekenprijs kennen en dat er in Bulgarije, Hongarije en Slovenië intersectorale afspraken zijn, zo ook in Noorwegen dat binnen de Europese Economische Ruimte valt.

### Rechtvaardigingsgronden

Op de vrijheid van vestiging en op de vrijheid van dienstenverkeer kunnen door lidstaten uitzonderingen worden gemaakt, namelijk als het gaat om wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen waarbij een bijzondere regeling is vastgesteld voor niet-onderdanen welke bepalingen uit hoofde van de openbare orde, de openbare veiligheid of de volksgezondheid gerechtvaardigd zijn.<sup>35</sup> Deze uitzonderingen gelden zowel voor discriminatoire als non-discriminatoire beperkingen, zij het dat als het non-discriminatoire maatregelen betreft er ook beperkingen

---

<sup>33</sup> HvJ EG, 18 juli 2007, zaak C-134/05

<sup>34</sup> *Proposition de loi relative au prix du livre numérique Réponse des autorités françaises aux avis circonstanciés de la Commission européenne faisant suite aux notifications 2010/616/F et 2010/0710/F*, p. 7/9.

<sup>35</sup> Artikel 52 & Artikel 62. Het Europees Parlement en de Raad stellen volgens de gewone wetgevingsprocedure richtlijnen vast voor de coördinatie van voornoemde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen.

mogen worden opgelegd als het algemene belang dit vergt en zij proportioneel zijn ten opzichte van het te bewerkstelligen doel.<sup>36</sup>

Voor wat betreft de specifieke doelen die worden nagestreefd met een vaste prijs voor e-boeken kan aansluiting worden gezocht bij de gronden zoals die ten aanzien van de vaste prijs voor papieren boeken zijn geopperd. Met de vaste prijs voor het gewone boek in Nederland werd met name een brede beschikbaarheid van het boek, diversiteit en pluriformiteit van de in het boek vervatte informatie en toegankelijkheid ervan in aanbod, in keuze en in afname beoogd.<sup>37</sup> Deze argumenten wijken niet substantieel af van wat ook in andere landen als onderbouwing is gehanteerd. Alhoewel een dergelijke verantwoording voor een vaste boekenprijs doorgaans niet direct zal discrimineren op nationaliteit, kan zij onder bepaalde omstandigheden als indirect discriminerend worden omschreven, namelijk indien zij naar de aard van de maatregel buitenlandse ondernemingen meer treft dan binnenlandse bedrijven,<sup>38</sup> wat - zoals hierboven reeds is vermeld - het geval zou kunnen zijn. Naast deze particuliere belangen dient een vaste boekenprijs echter ook een algemeen en maatschappelijk belang, namelijk de bevordering van een pluriform aanbod en een brede beschikbaarheid van boeken in stad en land ter bevordering van kennis en cultuur.<sup>39</sup>

Geen van deze genoemde belangen komt overeen met de in de artikelen genoemde belangen, namelijk die betreffende de openbare orde, de openbare veiligheid en de volksgezondheid. Deze opsomming van uitzonderingen is limitatief bedoeld, daaraan kan geen doelstelling worden toegevoegd die daarin niet uitdrukkelijk is genoemd. De bescherming van de consumenten, de bescherming van de creativiteit en de culturele diversiteit in de boekensector behoren niet tot de in het verdrag genoemde gronden, waar derhalve geen beroep op kan worden gedaan.<sup>40</sup> Toch kan culturele diversiteit in voorkomende gevallen meegewogen worden in het oordeel omtrent de rechtmatigheid van beperkingen op de in het verdrag genoemde vrijheden. Er moet dan sprake zijn van non-discriminatoire toepassing, rechtvaardiging wegens dwingende redenen van algemeen belang, geschiktheid om het nagestreefde doel te verwezenlijken en maatregelen mogen niet verder gaan dan nodig is voor het bereiken van het beoogde doel.<sup>41</sup>

In het verdrag, onder het hoofdstuk betreffende Cultuur in het Verdrag, staat in artikel 167 vermeld dat de Unie bijdraagt aan de ontplooiing van de culturen van de lidstaten onder eerbiediging van de nationale en regionale verscheidenheid van die culturen, daarbij tegelijk ook de nadruk leggend op het gemeenschappelijk cultureel erfgoed. Het optreden van de Unie dient erop te zijn gericht de samenwerking tussen de lidstaten aan te moedigen en zo nodig hun activiteiten te ondersteunen ter verbetering van de kennis en ter verbreiding van de cultuur en de geschiedenis van de Europese volkeren, de instandhouding en bescherming van het cultureel erfgoed van Europees belang, de culturele uitwisseling op niet-commerciële basis en het scheppend werk op artistiek en literair gebied, mede in de audiovisuele sector. Zowel de Unie als de lidstaten dienen daarbij de samenwerking met derde landen en met de inzake cultuur bevoegde

---

<sup>36</sup> HvJ EG, 30 november 1995, zaak C-55/94.

<sup>37</sup> *Kamerstukken II*, 2002/03, 28 652, nr. 3 p. 4.

<sup>38</sup> HvJ EG, 18 juli 2007, zaak C-212/05.

<sup>39</sup> Tweede Kamer, vergaderjaar 2002–2003, 28 652, nr. 3 p. 5.

<sup>40</sup> HvJ EG, 10 januari 1985, zaak C-229/83 (Leclerc).

<sup>41</sup> HvJ EG, 30 november 1995, zaak C-55/94 en HvJ EG, 18 maart 2004, zaak C 8/02.

internationale organisaties<sup>42</sup> te bevorderen, maar de Unie houdt bij haar optreden uit hoofde van andere bepalingen van de Verdragen ook rekening met de culturele aspecten, met name om de culturele verscheidenheid te eerbiedigen en te bevorderen. De bescherming van boeken kan als cultuurogoed worden aangemerkt en onder bepaalde omstandigheden als een dwingend vereiste van algemeen belang de beperking van vrijheden rechtvaardigen, aldus heeft het Hof van Justitie geoordeeld.<sup>43</sup> Het is duidelijk dat dit niet op zal gaan indien de maatregel ten doel heeft economische belangen te dienen of de status quo op de markt te handhaven.<sup>44</sup>

De Franse overheid stelt dat zij met haar wet beoogt de culturele diversiteit te beschermen onder meer onder verwijzing naar artikel 22 van het Handvest van de Grondrechten van de Europese Unie ('De Unie eerbiedigt de verscheidenheid van cultuur, godsdienst en taal'), het al eerder genoemde artikel 167 VwEU en artikel 5 van het Unesco-Verdrag betreffende de bescherming en de bevordering van de diversiteit van cultuuruitingen, dat ook door de Europese Unie is ondertekend.<sup>45</sup> Andere argumenten worden ontleend aan de artikel 6.1 van de E-Commercerichtlijn (zie paragraaf 3.2.4) en de eerder genoemde uitspraak van het Hof van Justitie in de zaak C531/07 (*Fachverband der Buch- und Medienwirtschaft vs. LIBRO Handelsgesellschaft mbH*) waaruit de Franse overheid concludeert dat de stimulering en bescherming van culturele diversiteit een legitieme grond vormt om de vrijheden van dienst en van vestiging te beperken.

### Noodzakelijkheid

Een vaste prijs voor e-boeken kan mogelijk een belemmering vormen op zowel de vrijheid tot vestiging en de vrijheid van dienst. Een dergelijke maatregel kan gerechtvaardigd zijn ter behartiging van culturele diversiteit als aspect van het algemeen belang, maar dient dan wel niet-discriminatoir te zijn. Indien daarvan sprake is moet de maatregel noodzakelijk, proportioneel en subsidiair zijn. De overheid zal moeten aantonen dat de wetgeving aan deze vereisten voldoet. Daarbij zal een lidstaat bijvoorbeeld moeten onderbouwen dat er een direct verband bestaat tussen een vaste prijs voor e-boeken en culturele diversiteit, dat de mogelijke gevolgen met betrekking tot de belemmering van de vrijheid van vestiging en dienst opwegen tegen de bereikte culturele diversiteit en zal zij moeten aantonen dat er geen andere, minder ingrijpende mogelijkheden bestaan om dezelfde doelen te bereiken.<sup>46</sup>

<sup>42</sup> Met name met de Raad van Europa.

<sup>43</sup> HvJ EG, 30 april 2009, zaak C-531/07 (*Fachverband der Buch- und Medienwirtschaft vs. LIBRO Handelsgesellschaft mbH*): '(...) De bescherming van de culturele verscheidenheid in het algemeen kan niet worden geacht te vallen onder „bescherming van het nationaal artistiek historisch en archeologisch bezit” in de zin van artikel 30 EG. Voorts kan artikel 151 EG, waarin het optreden van de Europese Gemeenschap op cultureel gebied is neergelegd, niet worden aangevoerd als een bepaling die in het gemeenschapsrecht een rechtvaardigingsgrond heeft ingevoerd voor alle nationale maatregelen ter zake die de intracommunautaire handel kunnen belemmeren. Daarentegen kan de bescherming van boeken als cultuurogoed worden aangemerkt als een dwingend vereiste van algemeen belang dat maatregelen tot beperking van het vrije verkeer van goederen kan rechtvaardigen, mits die maatregelen geschikt zijn om het vastgestelde doel te bereiken en niet verder gaan dan ter bereiking daarvan noodzakelijk is. In dit verband kan het doel van bescherming van boeken als cultuurogoed met voor de importeur minder restrictieve maatregelen worden bereikt, bijvoorbeeld door de importeur of de buitenlandse uitgever toe te staan een verkoopprijs voor de markt van invoer vast te stellen die de kenmerken van die markt recht doet wedervaren. (...)’

<sup>44</sup> HvJ EG, 5 juni 1997, zaak C398/95; HvJ EG, 24 januari 2002, zaak C164/99.

<sup>45</sup> 'reaffirm their sovereign right to formulate and implement their cultural policies and to adopt measures to protect and promote the diversity of cultural expressions'. Ook Nederland is partij, zie: *Kamerstukken* 2008/09, 31971, nr. A/1, Eerste/Tweede Kamer.

<sup>46</sup> HvJ EG, 18 maart 2004, zaak C 8/02.

De Franse overheid voert in haar reactie ten aanzien van deze onderbouwing aan dat de fysieke en elektronische boekenmarkt geen strikt gescheiden markten zijn. De vaste boekenprijs voor fysieke boeken heeft de consumenten veel voordelen gebracht en de Franse overheid is ervan overtuigd dat dezelfde argumenten van toepassing zijn op prijsregulering voor e-boeken. Gewezen wordt op het gevaar dat goedkope e-boeken de infrastructuur voor de distributie van het fysieke boek in gevaar kan brengen, terwijl een flink deel van de bevolking, met name ouderen, voor hun boeken afhankelijk zijn van fysieke verkooppunten. Bovendien kopen mensen boeken online die ze al kennen, het is een passieve boekhandel. Er is derhalve geen stimulans om nieuwe, onbekende en diverse boeken aan te schaffen. Daarnaast is een diversiteit aan boekhandels gewenst: hoe meer handelaren, hoe specifiek en origineler hun keuze en verkoop van boeken zal zijn. Ook wat betreft promotieactiviteiten doen fysieke boekhandels meer dan elektronische boekhandels aan de stimulering van onbekende werken; e-boekhandels richten zich vooral op de promotie van bestsellers. Fysieke boekhandels hebben dan ook een belangrijke functie bij het ontdekken van nieuw, onbekend talent.

De voorgestelde regulering is wat betreft de Franse overheid proportioneel: het beschermen van de culturele diversiteit is een acuut probleem, terwijl de vaste prijs voor e-boeken slechts op een gedeelte van de e-boeken van toepassing is. Alleen e-boeken die ook naar fysieke boeken zijn te vertalen en vice versa vallen onder de regeling, terwijl e-boeken met meer specifieke digitale inbedding en faciliteiten erbuiten vallen (bijvoorbeeld interactieve e-boeken). Andere manieren van regulering, waarbij de Franse regering verwijst naar contractuele oplossingen en nader ingaat op het agentuurmodel, zouden niet effectief of opportuun zijn. Het agentuurmodel wordt in de volgende paragraaf nader besproken.

### **Conclusie**

Een vaste prijs voor e-boeken kan een beperking vormen van zowel de vrijheid van vestiging als van dienstverlening. Juist met betrekking tot e-boeken kunnen prijsbelemmeringen een restrictie vormen, aangezien het elektronische handelsveld een meer transparant, internationaal en hybride vorm kent dan de markt voor de papieren boeken. Daarbij zal moeten worden beoordeeld of de maatregel een indirect discriminatoire is of een non-discriminatoire. Indien de maatregel als indirect discriminatoir wordt aangemerkt, bijvoorbeeld omdat het buitenlandse bedrijven meer treft dan binnenlandse, zal een dergelijke maatregel gelegitimeerd moeten worden met een beroep op de openbare orde, de openbare veiligheid en de volksgezondheid. Als de maatregel als non-discriminatoir wordt gekwalificeerd dan kan zij tevens worden gelegitimeerd door een beroep op het algemene belang, waarvan culturele diversiteit een onderdeel kan vormen. In ieder geval zal de maatregel dienen te voldoen aan de vereisten van noodzakelijkheid, proportionaliteit en subsidiariteit. Daarbij zal het verband tussen de vaste boekenprijs en culturele diversiteit, de verhouding tussen de voor- en nadelen van de maatregel en de mogelijkheid van andere, minder ingrijpende maatregelen centraal staan.

### **2.2.3 Mededinging**

Ook is het de vraag of een vaste prijs voor e-boeken niet in strijd kan zijn met de regels omtrent mededinging. Op grond van het VwEU (artikel 101) zijn besluiten van ondernemersverenigingen en alle onderling afgestemde feitelijke gedragingen welke de handel tussen lidstaten ongunstig kunnen beïnvloeden en ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de

interne markt wordt verhinderd, beperkt of vervalst, onverenigbaar met de interne markt en verboden. Daarbij moet met name gedacht worden aan het rechtstreeks of zijdelings bepalen van de aan- of verkoopprijzen of van andere contractuele voorwaarden, het beperken of controleren van de productie, de afzet, de technische ontwikkeling of de investeringen, het verdelen van de markten of van de voorzieningsbronnen, het ten opzichte van handelspartners toepassen van ongelijke voorwaarden bij gelijkwaardige prestaties, hun daarmee nadeel berokkenend bij de mededinging en het afhankelijk stellen van het sluiten van overeenkomsten van de aanvaarding door de handelspartners van bijkomende prestaties welke naar hun aard of volgens het handelsgebruik geen verband houden met het onderwerp van deze overeenkomsten.

Hoewel deze verplichtingen gericht zijn op marktpartijen, hebben lidstaten de verplichting om hier rekening mee te houden en terughoudend te zijn met maatregelen die de regels omtrent mededinging zouden kunnen ondermijnen. Zoals hierboven reeds aan de orde kwam, zou een vaste prijs voor e-boeken tot gevolg kunnen hebben dat buitenlandse bedrijven grotere belemmeringen ondervinden ten aanzien van hun economische exploitatiemodel dan binnenlandse ondernemingen. Hierdoor zou een dergelijke maatregel een belemmering kunnen vormen op de eerlijke mededinging.

Prijsafspraken vallen veelal onder de richtsnoeren inzake verticale beperkingen<sup>47</sup> en gelden als beperking op de handel. Verticale prijsbinding, dat wil zeggen overeenkomsten of onderling afgestemde feitelijke gedragingen die direct of indirect tot doel hebben een vaste of minimumwederkoop prijs of een vast of minimumprijsniveau aan de afnemer op te leggen, gelden als hardcore beperking. Wanneer een dergelijke maatregel wordt geconstateerd wordt deze verondersteld in strijd te zijn met het VwEU.<sup>48</sup>

Overigens meent de Franse overheid in haar reactie op de notificatieprocedure dat een vaste prijs voor digitale boeken geen substantieel effect zal hebben op de interstatelijke handel. Onder meer onder verwijzing naar de eerder gehanteerde argumenten met betrekking tot de vrijheid van dienstverlening en vestiging, wordt gesteld dat buitenlandse partijen ook met een vaste prijs goed in staat zijn om de Franse markt te betreden. In de eerdere versies van de regelgeving werd een uitbreiding naar buitenlandse aanbieders nog niet nodig geacht omdat er al afspraken in de maak waren met grote aanbieders zoals Apple, Amazon en Google. Echter, sindsdien is duidelijk geworden dat kleine en middelgrote uitgevers in een zeer ongelijke positie verkeren ten opzichte van deze partijen. Verder verwijst de Franse overheid naar hetgeen eerder is gesteld met betrekking tot het belang van eindgebruikers bij een vaste prijs (divers aanbod, distributie).

### **Agentuurovereenkomsten (agency pricing)**

Ofschoon deze problematiek zich buiten de probleemstelling van dit onderzoek bevindt, kunnen in dit verband toch enige indicatieve opmerkingen worden gemaakt over de ruimte binnen het Europese recht voor zogenaamde agentuurovereenkomsten. In de internationale discussies rondom het e-boek speelt het agentuurmodel onder de naam ‘agency pricing’ een belangrijke rol. Het wordt in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk veelvuldig toegepast, maar is ook

---

<sup>47</sup> Commissie. Bekendmaking van de commissie. Richtsnoeren inzake verticale beperkingen (2000/C 291/01).

<sup>48</sup> Richtsnoeren, paragraaf 223.

een bekend fenomeen in Europa. Bij een agentuurovereenkomst – afgesloten tussen leverancier en agent - heeft een agent (*in casu* een verkoper van e-boeken) de bevoegdheid om namens de leverancier (*in casu* een uitgever of auteur) met derden overeenkomsten af te sluiten.<sup>49</sup> De verkoper blijft tussenpersoon, de overeenkomst komt tot stand tussen de uitgever en de consument en de uitgever bepaalt derhalve de verkoopprijs. De verkoper ontvangt voor zijn werkzaamheden een bepaalde vergoeding (per boek). Bij de totstandkoming van de Franse regulering voor e-boeken is aan de orde geweest of het agentuurmodel mogelijk een alternatief zou kunnen zijn voor een vaste boekenprijs. Het advies dat door de Franse mededingingsautoriteit is uitgebracht gaat nader op deze vraag in.<sup>50</sup> Met name wordt geconstateerd dat het agentuurmodel impliceert dat de vrijheid van de agent wordt c.q. kan worden ingeperkt (o.a. met betrekking tot assortiment, marketingstrategie en verkoopvoorwaarden). Daarmee komt de autonomie van de detaillist (lees: de boekwinkel) onder druk te staan, hetgeen door de Franse overheid als een essentiële functie wordt gezien. Samenvattend concludeert de mededingingsautoriteit dat er geen contractuele oplossingen zijn die t.a.v. de positie van uitgevers en boekverkopers vergelijkbaar zijn met de bestaande situatie onder de regulering van de vaste boekenprijs. De Franse overheid heeft de argumenten van de mededingingsautoriteit overgenomen en stelt ook in reactie op de notificaties dat naar haar opvatting agentuurovereenkomsten geen volwaardig alternatief zijn voor een vaste boekenprijs. Zoals hiervoor aangegeven, wordt tevens gewezen op de ongelijkwaardige onderhandelingspositie ten opzichte van grote aanbieders van kleinere en middelgrote uitgevers in vergelijking met grote uitgevers.

Agentuurovereenkomsten kunnen een ongeoorloofde beperking van de mededinging met zich mee brengen. Daarvan kan sprake zijn wanneer er bijvoorbeeld een ‘*most favored nation*’ clause in het spel is waardoor partijen altijd dezelfde prijs van de leverancier krijgen als de concurrent. Kleine agenten worden daardoor gehinderd om op prijs of andere voorwaarden te concurreren met grotere agenten. Immers, de betreffende lagere prijs of gunstiger voorwaarden zouden dan ook moeten worden gegeven aan de grotere partijen, hetgeen een vergroot nadelig effect voor de uitgever heeft. Momenteel loopt er onderzoek naar mogelijke ongeoorloofde afspraken met betrekking tot e-boeken in de Verenigde Staten<sup>51</sup>, het Verenigd Koninkrijk<sup>52</sup> en op Europees niveau.<sup>53</sup>

### Rechtvaardigingsgronden

Op grond van artikel 101, lid 3 VwEU kunnen regels op grond van het eerste/tweede lid buiten toepassing worden verklaard. Dat is echter alleen mogelijk wanneer – kort samengevat – sprake is van bijdragen ter verbetering van de productie of van de verdeling der producten of tot

<sup>49</sup> Of zoals de Richtsnoeren inzake verticale beperkingen het in paragraaf 12 formuleren: ‘Een agent is een natuurlijke of rechtspersoon die bevoegd is tot het onderhandelen over en/of het sluiten van contracten namens een andere persoon (de principaal), hetzij op eigen naam van de agent hetzij op naam van de principaal, betreffende: - de koop van goederen of diensten door de principaal, of - de verkoop van door de principaal geleverde goederen of diensten.’ Zie ook: Veen, Christiaan van (2011).

<sup>50</sup> Autorité de la concurrence, *Avis no 09-A-56 du 18 décembre 2009 relatif à une demande d’avis du ministre de la culture et de la communication portant sur le livre numérique*

<sup>51</sup> <http://www.ct.gov/ag/cwp/view.asp?Q=463892&A=3869>

<sup>52</sup> <http://www.offt.gov.uk/OFTwork/competition-act-and-cartels/ca98-current/e-books/>.

<sup>53</sup> <http://www.guardian.co.uk/books/2011/mar/04/ebooks-publishing/print>.



verbetering van de technische of economische vooruitgang. Ook moeten de voordelen ten goede komen aan de gebruikers.<sup>54</sup>

Het is de vraag of een vaste prijs voor e-boeken onder deze uitzonderingen te brengen is. Bij de behandeling van de Wet op de Vaste Boekenprijs is al geconstateerd dat de kans hierop gering was en een wettelijke regeling het enige haalbare alternatief was.<sup>55</sup>

### **Noodzakelijkheid**

Wederom zal moeten worden beoordeeld hoe een dergelijke maatregel zich verhoudt tot de principes van noodzakelijkheid, proportionaliteit en subsidiariteit. Daarbij zal het verband tussen de vaste boekenprijs en efficiëntieverbeteringen, de verhouding tussen de voor- en nadelen van de maatregel en de mogelijkheid van andere, minder ingrijpende maatregelen centraal moeten staan.

### **Conclusie**

Er is een aantal mededingingsregels opgesteld in het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, waaraan meer concreet invulling wordt gegeven via de richtsnoeren inzake verticale beperkingen. Deze regels richten zich primair tot marktpartijen, maar lidstaten dienen daar tevens rekening mee te houden bij wet- en regelgeving. Het is niet ondenkbaar dat een vaste prijs voor e-boeken buitenlandse ondernemingen in grotere mate treft in hun bedrijfsvoering dan binnenlandse bedrijven, met als gevolg dat deze buitenlandse aanbieders belemmerd worden in de toegang tot de markt. Een dergelijke maatregel zal dan gezien moeten worden als een beperking van de mededinging. Dit kan eventueel gelegitimeerd worden door efficiëntieoverwegingen, maar deze dienen afdoende onderbouwd te worden. Tot slot dient er rekening te worden gehouden met de principes van noodzakelijkheid, proportionaliteit en subsidiariteit.

## **2.2.4 E-Commercerichtlijn**

De E-Commercerichtlijn heeft tot doel bij te dragen aan de goede werking van de interne markt door het vrije verkeer van de diensten van de informatiemaatschappij tussen lidstaten te waarborgen. De richtlijn vormt een aanvulling op het communautaire recht dat van toepassing is op de diensten van de informatiemaatschappij.<sup>56</sup>

Als definitie voor ‘diensten van de informatiemaatschappij’ geldt elke dienst van de informatiemaatschappij, dat wil zeggen elke dienst die gewoonlijk tegen vergoeding, langs elektronische weg, op afstand en op individueel verzoek van een afnemer van diensten verricht wordt. Een dienst wordt op afstand geleverd als zij geleverd wordt zonder dat de partijen gelijktijdig aanwezig zijn. Een dienst wordt langs elektronische weg verzonden en ontvangen als dit geschiedt via elektronische apparatuur voor de verwerking (met inbegrip van digitale compressie) en de opslag van gegevens en die geheel via draden, radio, optische middelen of andere elektromagnetische middelen wordt verzonden, doorgeleid en ontvangen. Een dienst

---

<sup>54</sup> Artikel 101 lid 3 VwEU.

<sup>55</sup> *Kamerstukken II*, 2003/04, 28.652, nr. 7, p. 17-19 en nr. 9, p. 11-13.

<sup>56</sup> Artikel 1 E-Commercerichtlijn.

wordt geleverd op individueel verzoek van een afnemer van een dienst indien een dienst op individueel verzoek via de transmissie van gegevens wordt geleverd.<sup>57</sup>

Het is aannemelijk dat het leveren van e-boeken onder deze definitie valt, aangezien de informatie op afstand op verzoek van een bepaalde gebruiker via een elektronische weg wordt geleverd. Hierdoor zijn de regels van de E-Commercerichtlijn ook van toepassing zijn op de vaste boekenprijs voor e-boeken. De richtlijn vereist dat iedere lidstaat er zorg voor draagt dat de diensten van de informatiemaatschappij die worden verleend door een op zijn grondgebied gevestigde dienstverlener voldoen aan de in die lidstaat geldende nationale bepalingen die binnen het gecoördineerde gebied vallen. Het vrije verkeer van diensten van de informatiemaatschappij mag niet worden beperkt om redenen die vallen binnen het bereik van de richtlijn.<sup>58</sup> Een vaste prijs voor e-boeken kan als een dergelijke beperking op het vrije verkeer van de diensten van de informatiemaatschappij kan worden beschouwd.

Echter artikel 6.1 van de richtlijn stelt dat de richtlijn ‘geen afbreuk doet aan maatregelen die op communautair of nationaal niveau met inachtneming van het Gemeenschapsrecht genomen zijn ter bevordering van de cultuur- en taalverscheidenheid en ter bescherming van het pluralisme’. In overweging 63 van de preambule wordt dit uitgangspunt nader besproken: “Goedkeuring van deze richtlijn kan de lidstaten niet beletten rekening te houden met de onderscheiden sociale, maatschappelijke en culturele implicaties van de opkomst van de informatiemaatschappij. Daarmee mag met name geen afbreuk worden gedaan aan maatregelen die de lidstaten overeenkomstig het communautaire recht mochten nemen om – rekening houdend met hun taalverscheidenheid, de nationale en regionale eigenheid en hun culturele erfgoed – sociale, culturele en democratische doelstellingen te verwezenlijken en om publieke toegang te waarborgen en te handhaven tot een zo breed mogelijk scala van diensten van de informatiemaatschappij. Bij de ontwikkeling van de informatiemaatschappij dient steeds te worden gewaarborgd dat de Europese burgers toegang krijgen tot het in een digitale omgeving geboden Europese culturele erfgoed.” Door de Franse overheid is in haar reactie nadrukkelijk op deze randvoorwaarden gewezen.

### **Rechtvaardigingsgrond**

Lidstaten mogen volgens de richtlijn toch beperkingen op het vrije verkeer van de diensten van de informatiemaatschappij opleggen, mits de maatregel noodzakelijk is voor de openbare orde, in het bijzonder de preventie van, het onderzoek naar, de opsporing en de vervolging van strafbare feiten, waaronder de bescherming van minderjarigen en de bestrijding van het aanzetten tot haat wegens ras, geslacht, godsdienst of nationaliteit en van schendingen van de menselijke waardigheid ten aanzien van individuen, de bescherming van de volksgezondheid, de openbare veiligheid, met inbegrip van het waarborgen van de nationale veiligheid en defensie of de bescherming van consumenten, met inbegrip van beleggers. Daarbij geldt dat de maatregelen dienen te worden genomen ten aanzien van een bepaalde dienst van de informatiemaatschappij

---

<sup>57</sup> Artikel 2 E-Commercerichtlijn. Richtlijn 98/34/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 juni 1998 betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften. Richtlijn 98/48/EG van het Europees Parlement en de Raad van 20 juli 1998 tot wijziging van Richtlijn 98/34/EG betreffende een informatieprocedure op het gebied van normen en technische voorschriften.

<sup>58</sup> Artikel 3 E-Commercerichtlijn.

waardoor afbreuk wordt gedaan aan één van de vier genoemde doelstellingen of een ernstig gevaar daarvoor ontstaat.<sup>59</sup>

Opgemerkt dient te worden dat de mogelijke rechtvaardigingsgrondslag voor een vaste prijs voor e-boeken waarschijnlijk niet zal zijn gebaseerd op de behartiging of bescherming van de openbare orde, de volksgezondheid of de openbare veiligheid. Of de maatregelen afdoende zullen zijn om te kunnen kwalificeren als noodzakelijk voor de bescherming van consumenten valt te betwijfelen. Weliswaar staat in de Memorie van Toelichting bij de Wet op de Vaste Boekenprijs vermeld het feit dat consumenten baat hebben bij een vaste boekenprijs daar deze maatregelen een breed assortiment zal bevorderen. De vraag is of dit in gelijke mate opgaat voor e-boeken en derhalve er sprake kan zijn van een (zelfstandige) rechtvaardigingsgrond, aangezien er voor organisaties bij het uitbrengen van e-boeken als zodanig weinig kosten zijn verbonden aan het aanleggen van een groot assortiment. Een en ander laat onverlet hetgeen hiervoor is gesteld met betrekking tot artikel 6.1 van de richtlijn.

### **Noodzakelijkheid**

Wederom geldt dat de maatregelen noodzakelijk moeten zijn om het doel te bereiken en evenredig zijn aan die doelstellingen.<sup>60</sup> Ook moet worden meegewogen in hoeverre er andere, minder ingrijpende maatregelen voorhanden zijn om het beoogde effect te bereiken. Het zal aan de lidstaat, in casu Nederland, zijn om duidelijk te maken dat dit daadwerkelijk het geval is.

### **Conclusie**

E-boeken kunnen worden gekwalificeerd als een elektronische dienst, aangezien de informatie op afstand op verzoek van een bepaalde gebruiker via een elektronische weg wordt geleverd. Hierdoor zijn de regels van de E-Commercerichtlijn ook van toepassing op een vaste boekenprijs voor e-boeken. Een vaste prijs voor e-boeken kan worden gekwalificeerd als een beperking op het vrije verkeer van de diensten van de informatiemaatschappij. Een vaste prijs voor e-boeken zal waarschijnlijk niet zijn gebaseerd op de behartiging of bescherming van de openbare orde, de volksgezondheid of de openbare veiligheid. Of de maatregelen afdoende zullen zijn om te kunnen kwalificeren als noodzakelijk voor de bescherming van consumenten valt te betwijfelen. Onduidelijk is welke ruimte in deze context moet worden toegekend aan het in artikel 6.1 geformuleerde uitgangspunt dat de richtlijn geen afbreuk doet aan maatregelen die op communautair of nationaal niveau met inachtneming van het Gemeenschapsrecht genomen zijn ter bevordering van de cultuur- en taalverscheidenheid en ter bescherming van het pluralisme. Overigens laat een en ander onverlet dat eventuele maatregelen moeten voldoen aan de principes van noodzakelijkheid, proportionaliteit en subsidiariteit.

## **2.2.5 Dienstenrichtlijn**

De Dienstenrichtlijn, ook wel eens de Bolkesteinrichtlijn genoemd, stelt algemene bepalingen ter vergemakkelijking van de uitoefening van de vrijheid van vestiging van dienstverrichters en het

---

<sup>59</sup> Artikel 3 E-Commercerichtlijn.

<sup>60</sup> Artikel 3 E-Commercerichtlijn.

vrije verkeer van diensten vast, met waarborging van een hoge kwaliteit van de diensten.<sup>61</sup> Alhoewel de richtlijn vermeldt dat zij niet van toepassing is op elektronische-communicatiediensten en -netwerken en bijbehorende faciliteiten en diensten, wat de aangelegenheden betreft die vallen binnen de Telecommunicatieregulering,<sup>62</sup> worden de onder de E-Commercerichtlijn vallende activiteiten niet uitgezonderd.<sup>63</sup> Dat de E-Commercerichtlijn van toepassing is op een maatregel omtrent een vaste prijs voor e-boeken sluit derhalve niet uit dat de Dienstenrichtlijn tevens van toepassing is.

Eerder is met betrekking tot vrijheid van vestiging opgemerkt dat er een onderzoek dient te worden ingesteld indien in een lidstaat de toegang tot of de uitoefening van een dienstenactiviteit in hun rechtsstelsel afhankelijk wordt gesteld van de niet-discriminerende eis, waarbij in de richtlijn expliciet wordt verwezen naar vaste minimum- en/of maximumtarieven waaraan de dienstverrichter zich moet houden. Er dient te worden nagegaan of deze eis geen direct of indirect onderscheid maakt naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel.<sup>64</sup> Het is een lidstaat verboden om de toegang tot of de uitoefening van een dienstenactiviteit op hun grondgebied afhankelijk te stellen van discriminerende eisen die direct of indirect verband houden met de nationaliteit of, voor ondernemingen, met de plaats van de statutaire zetel, zoals nationaliteitseisen voor de dienstverrichter, zijn personeel, de aandeelhouders of de leden van het toezichthoudend of het bestuursorgaan van de dienstverrichter en de eis dat de dienstverrichter, zijn personeel, de aandeelhouders of de leden van het toezichthoudend of het bestuursorgaan hun verblijfplaats hebben op hun grondgebied.<sup>65</sup> Het is onwaarschijnlijk dat een vaste prijs voor e-boeken zal worden aangemerkt als een direct discriminatoire maatregel daar er niet wordt gedifferentieerd naar nationaliteit, noch heeft een dergelijke maatregelen dat ten doel. Toch is het, zoals hierboven reeds is opgemerkt, niet ondenkbaar dat maatregelen die *de facto* een gedifferentieerd effect hebben ten aanzien van nationale en buitenlandse ondernemingen kunnen worden aangemerkt als indirect discriminerend.

Evenwel, zoals dat ook het geval is bij de E-Commercerichtlijn, stelt artikel 1, lid 4 dat de richtlijn geen afbreuk doet aan de maatregelen die op communautair of nationaal niveau en in overeenstemming met het Gemeenschapsrecht zijn genomen ter bescherming of bevordering van culturele of linguïstische verscheidenheid of de pluriformiteit van de media.<sup>66</sup>

Betreffende het vrije verkeer van diensten staat in de richtlijn voorts nog vermeld dat de lidstaten het recht van dienstverrichters om diensten te verrichten in een andere lidstaat dan die waar zij gevestigd zijn, dienen te respecteren. Ook dient de lidstaat waar de dienst wordt verricht, voor vrije toegang tot en vrije uitoefening van een dienstenactiviteit op zijn grondgebied te zorgen. Daarbij geldt wederom dat de desbetreffende lidstaat de toegang tot en de uitoefening van een dienstenactiviteit op hun grondgebied niet afhankelijk mag maken van de naleving van eisen die

<sup>61</sup> Richtlijn 2006/123/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt, Publ. L 376/36 d.d. 27/12/2006 (Dienstenrichtlijn).

<sup>62</sup> Zoals neergelegd in de richtlijnen 2002/21/EG (Kaderrichtlijn), 2002/19/EG (Toegangsrichtlijn), 2002/20/EG (Machtigingsrichtlijn), Richtlijn 2002/22/EG (Universeledienstrichtlijn) en 2002/58/EG (richtlijn betreffende privacy en elektronische communicatie).

<sup>63</sup> Artikel 2 lid 2 sub c.

<sup>64</sup> Artikel 15.

<sup>65</sup> Artikel 14, zie ook Artikel 20.

<sup>66</sup> Artikel 1 lid 4.

direct of indirect onderscheid maken naar nationaliteit of, voor rechtspersonen, naar de lidstaat waar zij gevestigd zijn.<sup>67</sup>

### **Rechtvaardigingsgronden**

De lidstaat waarnaar de dienstverrichter zich begeeft, wordt niet verhinderd om eisen aan het verrichten van een dienstenactiviteit te stellen als deze gerechtvaardigd zijn om redenen in verband met de openbare orde, de openbare veiligheid, de volksgezondheid of de bescherming van het milieu. Culturele diversiteit wordt echter niet expliciet genoemd als legitieme uitzondering op het vrije verkeer van de diensten. Ook wordt die lidstaat niet verhinderd om in overeenstemming met het Gemeenschapsrecht zijn voorschriften inzake de arbeidsvoorwaarden toe te passen, waaronder die welke zijn neergelegd in collectieve arbeidsovereenkomsten.<sup>68</sup>

### **Noodzakelijkheid**

Een vaste prijs voor e-boeken moet voldoen aan de eisen van noodzakelijkheid, proportionaliteit en subsidiariteit. De Dienstenrichtlijn vermeldt dat de maatregelen die de lidstaten treffen noodzakelijk en evenredig dienen te zijn, dat wil zeggen dat de eisen gerechtvaardigd dienen te zijn om een dwingende reden van algemeen belang te dienen en geschikt moeten zijn om het nagestreefde doel te bereiken, daarbij dienen zij niet verder te gaan dan nodig is om dat doel te bereiken en moet worden bepaald of dat doel niet met andere, minder beperkende maatregelen kan worden bereikt.<sup>69</sup>

### **Conclusie**

E-boeken kunnen worden gekwalificeerd als een dienst in de zin van de Dienstenrichtlijn. Hierdoor zijn de regels van de Dienstenrichtlijn eveneens van toepassing op de vaste boekenprijs voor e-boeken. Een vaste prijs voor e-boeken kan worden gezien als een beperking op het vrije verkeer van de diensten. Opgemerkt dient te worden dat een vaste prijs voor e-boeken waarschijnlijk niet zal zijn te baseren op de in de dienstenrichtlijn genoemde uitzonderingen. Zoals dat het geval is met de E-commercerichtlijn kent ook de dienstenrichtlijn een bijzondere bepaling inzake maatregelen die samenhangen met culturele diversiteit en pluriformiteit.

## **2.2.6 Artikel 10 EVRM**

Tot slot wordt er stilgestaan bij het Europees verdrag voor de Rechten van de Mens (EVRM). Hierin staan enkele fundamentele rechten genoemd, zoals het recht op vrijheid van meningsuiting. Dat recht, geregeld in artikel 10 EVRM, omvat de vrijheid een mening te koesteren en de vrijheid om inlichtingen of denkbeelden te ontvangen of te verstrekken, zonder inmenging van enig openbaar gezag en ongeacht grenzen. Dit artikel belet staten niet radio-, omroep- en bioscoop- of televisieondernemingen te onderwerpen aan een systeem van vergunningen.

Aangezien met e-boeken meningen, informatie en gevoelens worden verspreid en ontvangen vallen zij onder de bescherming van dit artikel. Daarbij geldt dat een overheidsinmenging zowel

---

<sup>67</sup> Artikel 16.

<sup>68</sup> Artikel 16 jo 18.

<sup>69</sup> Artikel 15 jo. 16.

te maken kan hebben met de inhoud van de informatie alsook met de manier waarop die informatie openbaar wordt gemaakt of wordt doorgegeven.<sup>70</sup> De vrijheid van meningsuiting refereert daarbij niet slechts aan de inhoud van de informatie, maar heeft ook betrekking op de middelen van verspreiding en ontvangst, aangezien elke beperking op de communicatiemiddelen de mogelijkheid om informatie te ontvangen en te verspreiden kan beperken.<sup>71</sup> Ook beperkingen op de verspreiding van programma's over bijvoorbeeld de ether kunnen een belemmering vormen op de uitoefening van de vrijheid van meningsuiting, ook als er geen sprake is van een distictie op inhoud.<sup>72</sup> Dit zou naar analogie wellicht ook gelden voor een vaste prijs voor e-boeken.

Naast directe belemmeringen op de verspreiding, kunnen ook indirecte belemmeringen op de vrijheid van meningsuiting in ogenschouw worden genomen. Hieronder kunnen ook financiële beperkingen worden gerekend.<sup>73</sup>

Het is geenszins ondenkbaar dat een vaste prijs voor e-boeken kan worden gekwalificeerd ofwel als directe belemmering op de verspreiding van informatie, ofwel op de ontvangst daarvan. Ook kan het zo zijn dat een dergelijke bepaling wordt gekwalificeerd als een vorm van een indirecte beperking op de uitingsvrijheid of de ontvangstvrijheid, die tevens wordt beschermd door het EVRM.

### **Rechtvaardigingsgronden**

Een beperking op de vrijheid van meningsuiting kan in sommige gevallen zijn toegestaan. Dit recht kan op grond van artikel 10, lid 2 EVRM worden onderworpen aan bepaalde formaliteiten, voorwaarden, beperkingen of sancties, die bij de wet zijn voorzien en die in een democratische samenleving noodzakelijk zijn in het belang van de nationale veiligheid, territoriale integriteit of openbare veiligheid, het voorkomen van wanordelijkheden en strafbare feiten, de bescherming van de gezondheid of de goede zeden, de bescherming van de goede naam of de rechten van anderen, om de verspreiding van vertrouwelijke mededelingen te voorkomen of om het gezag en de onpartijdigheid van de rechterlijke macht te waarborgen.

Dat de vaste prijs voor e-boeken bij wet zal worden geregeld, lijkt voor de hand liggend. Echter, of zij voldoet aan één van de in het verdrag genoemde uitzonderingen valt te betwijfelen. Toch moet worden opgemerkt dat het Hof doorgaans zeer vrij omgaat met deze limitatieve opsomming. "Hoewel de legitimatiegronden limitatief zijn opgesomd, restrictief moeten worden geïnterpreteerd en bovendien ook strikt binnen het gestelde doel moet worden toegepast, blijkt het Hof niet echt moeilijk te doen wanneer het erop aankomt een legitimatiegrond voor een bepaalde overheidsinmenging aan te wijzen."<sup>74</sup> Het lijkt goed mogelijk dat een grond als culturele diversiteit door het Hof zal worden aangenomen als een gegronde rechtvaardiging om een vaste prijs voor e-boeken vast te stellen.

---

<sup>70</sup> Voorhoof, p. 929.

<sup>71</sup> EHRM, 22 mei 1990 (Autronic).

<sup>72</sup> EHRM, 28 maart 1990 (Groppera).

<sup>73</sup> Voorhoof, p. 929.

<sup>74</sup> Voorhoof, p. 979.

## Noodzakelijkheid

Indien een zodanige regel gerechtvaardigd zou zijn, dient zij in ieder geval in een democratische samenleving nodig te zijn, waarbij het volgens vaste jurisprudentie van het Hof moet gaan om een ‘*pressing social need*’.<sup>75</sup> Deze maatregel moet vervolgens voldoen aan de noodzakelijkheids-, proportionaliteits- en subsidiariteitsvereisten. De regering zal moeten aantonen dat de wetgeving aan deze vereisten voldoet. Hierbij moet worden opgemerkt dat de lidstaten doorgaans een ‘margin of appreciation’ toegekend krijgen, wat inhoudt dat zij een zekere discretionaire bevoegdheid krijgen toegekend bij het oordeel of een maatregel aan deze standaarden voldoet.

## Conclusie

De verspreiding en ontvangst van e-boeken valt onder de bescherming van de vrijheid van meningsuiting onder het Europees Verdrag betreffende de Rechten van de Mens. Indien er restricties worden geplaatst op de verspreiding van e-boeken, zoals door een vaste boekenprijs mogelijkwerwijs geschiedt, zal dit kunnen worden gekwalificeerd als beperking op het uitingsrecht. De rechtvaardigingsgronden voor een dergelijke beperking worden doorgaans zeer ruim geïnterpreteerd waardoor het waarschijnlijk is dat een beroep op culturele diversiteit zal worden gehonoreerd. Zoals hierboven reeds een aantal maal ter sprake is gekomen, zal een dergelijke maatregel ook onder het recht van vrijheid van meningsuiting als noodzakelijk, proportioneel en subsidiair moeten worden gekwalificeerd, zij het dat de lidstaten onder het EVRM expliciet een discretionaire bevoegdheid toegekend hebben gekregen om te beoordelen in hoeverre aan deze criteria is voldaan.

## 2.3 Definities

Voor een goede afbakening van de probleemstelling dient het begrip e-boek nader te worden gedefinieerd. Enerzijds ter onderscheiding van het klassieke gedrukte boek, anderzijds om te voorkomen dat er overlap optreedt met andere vormen van elektronische dienstverlening. Ook in mededingingstermen is het van belang om de productmarkt nader te duiden.

In de huidige wet op de vaste boekenprijs wordt het boek in artikel 1b omschreven als een ‘werk dat tekst bevat die vrijwel uitsluitend is gesteld in de Nederlandse of Friese taal, voorzien is van een titel, bestaat uit papieren bladzijden, al dan niet vergezeld van ondersteunende informatiedragers en wordt uitgegeven in een oplage van meerdere exemplaren die voor verkoop aan eindafnemers bestemd zijn’. Het voorstel om deze definitie enigszins aan te passen<sup>76</sup> richt zich uitsluitend op het element ‘vrijwel uitsluitend’ en is technisch van aard. Dat een boek van papier is gemaakt, kan kennelijk gezien worden als het belangrijkste definitie-element. Ook in de onderzochte buitenlandse is de papieren verschijningsvorm (al dan niet gekoppeld aan begrippen als originaliteit) uitgangspunt. Bij e-boeken is het juist dit element dat ontbreekt. We vinden dit al terug in het wetsvoorstel ter introductie van de vaste boekenprijs. In de Memorie van Toelichting wordt een omschrijving gegeven van wat een e-boek is: “De toevoeging van ‘papieren’ zorgt voor uitsluiting van het zogenaamde e-boek, waarbij de tekst langs elektronische weg vanuit een centrale databank op een niet-papieren drager kan worden gedownload en met inschakeling van

<sup>75</sup> Voorhoof, p. 982.

<sup>76</sup> *Kamerstukken II*, 2010/11, 32.641, nr. 2.

elektronische hulpmiddelen zichtbaar of hoorbaar kan worden gemaakt (...).<sup>77</sup> Ook elders is gepoogd een definitie te geven. Zo omschrijft het addendum bij het modelcontract voor de uitgave van oorspronkelijk Nederlandstalig literair werk – overeengekomen tussen de Vereniging van Letterkundigen en de Groep Algemene Uitgevers – het e-boek als ‘een boek in digitale vorm’<sup>78</sup>

In de voorgestelde Franse regulering – waar overigens in navolging van de Franse vaste boekenprijs voor papieren boeken een taalcriterium ontbreekt – wordt het e-boek omschreven als een werk dat tegelijkertijd wordt geëxploiteerd in digitale vorm en in gedrukte vorm of dat vanwege zijn inhoud en samenstelling daartoe geschikt is niettegenstaande toegevoegde elementen die eigen zijn aan een digitale editie.<sup>79</sup> Kortom, de omschrijving is meer technologieneutraal en richt zich op de kenmerken van een boek. Bij de toegevoegde elementen kan het gaan om bijvoorbeeld indexering of zoekmogelijkheden. Er is een bevoegdheid om een en ander nader in te vullen.<sup>80</sup> Deze Franse regulering geeft al aan dat het geven van een sluitende definitie van een e-boek geen eenvoudige zaak is. Een e-boek is in ieder geval niet noodzakelijkerwijs een papieren boek dat onveranderd digitaal wordt uitgegeven. Juist het gegeven dat er elementen aan kunnen worden toegevoegd maakt het begrip fluïde. Tegelijkertijd is er wel de beperking dat een e-boek op papier moet kunnen worden uitgegeven, waarmee de link met het papieren boek weer is aangebracht.

Welke elementen kunnen nog wel worden toegevoegd zodat er nog steeds sprake is van een boek dat in gedrukte vorm kan worden uitgegeven, en wanneer wordt deze grens overschreden? Is daar bijvoorbeeld al sprake van wanneer in een e-boek kan worden doorgelinkt naar achtergrondinformatie of naar bewegende beelden. Of wat gedacht van een e-boek dat permanent wordt bijgewerkt? In theorie is iedere update in papier om te zetten, maar het is geen gebruik dat van papieren boeken iedere dag een aangepaste versie verschijnt. Desalniettemin biedt de in Frankrijk gekozen insteek waarbij er toch een directe koppeling blijft tussen het fysieke boek en het e-boek (waarvoor ook wel de term ‘*livre homothétique*’ wordt gebruikt) een interessante benadering, temeer daar deze koppeling wordt gebruikt om aan te geven dat het effect op de markt van e-boeken aldus beperkt zou blijven (alle vormen van innovatief/interactief gebruik vallen buiten de definitie). Dit mitigerende aspect wordt nadrukkelijk benoemd in het advies van de Franse Mededingingsautoriteit en in de reactie van de overheid in het kader van de notificatieprocedure.

Het Duitse *Gesetz über die Preisbindung für Bücher (Buchpreisbindungsgesetz)* uit 2002 kent geen zelfstandige definitie van het begrip boek, maar – voor zover hier relevant – geeft aan dat tot de

<sup>77</sup> *Kamerstukken II*, 2002/03, nr.3, p. 16, resp. nr 9, p. 28.

<sup>78</sup> [http://www.vvl.nu/php/download.php?txt\\_id=402&suffix=1](http://www.vvl.nu/php/download.php?txt_id=402&suffix=1)

<sup>79</sup> Artikel 1, lid 1: ‘La présente loi s’applique au livre numérique lorsqu’il est une œuvre de l’esprit créé par un ou plusieurs auteurs et qu’il est à la fois commercialisé sous sa forme numérique et publié sous forme imprimée ou qu’il est, par son contenu et sa composition, susceptible d’être imprimé, à l’exception des éléments accessoires propres à l’édition numérique’. In het kader van de notificatieprocedure is dit vertaald in: ‘Onderhavige wet is van toepassing op het digitale boek dat bestaat uit een product van de geest, dat gecreëerd is door 1 of meerdere auteurs, in de handel is gebracht in digitale vorm en vooraf is gepubliceerd in gedrukte vorm of, door zijn content en zijn samenstelling - met uitzondering van de ondergeschikte elementen die eigen zijn aan de digitale uitgave - hiervoor in aanmerking komt.’ (<http://ec.europa.eu/enterprise/tris/pisa/cfcontent.cfm?vFile=120100616NL.DOC>).

<sup>80</sup> Artikel 1, lid 2: ‘Un décret précise les caractéristiques des livres entrant dans le champ d’application de la présente loi.’



definitie van boek ook producten moeten worden gerekend die boeken reproduceren of substitueren en als overwegend uitgevers- en boekhandeltypisch kunnen worden gezien.<sup>81</sup> In de toelichting bij het wetsontwerp wordt niet expliciet melding gemaakt van het e-boek. Een sleutelrol voor de positionering van het e-boek vormt de verklaring van de *Börsenverein des Deutschen Buchhandels* uit 2008 waarin wordt gesteld dat e-boeken moeten worden gezien als vallend onder de definitie van een vergelijkbaar product. In de verklaring wordt de verwachting uitgesproken dat een en ander in jurisprudentie zal worden bevestigd.<sup>82</sup> Er is in Duitsland dus geen sprake geweest van een vergelijkbare discussie als recentelijk in Frankrijk, eerder lijkt de wat ruimere omschrijving van vergelijkbare producten ingegeven door oudere jurisprudentie uit 1997 over het uitgeven op cd-rom.<sup>83</sup> Het is ook deze uitspraak waarnaar in de verklaring wordt verwezen.

De huidige Nederlandse wetgeving maakt in beginsel geen onderscheid tussen het algemene boek, het schoolboek of wetenschappelijke boek. Wel is er een bijzondere positie voor schoolboeken waarvoor geen vaste boekenprijs geldt. Van schoolboeken is sprake wanneer het gaat om boeken die voor het onderwijs bestemd zijn en daar worden ingezet.<sup>84</sup> Er wordt derhalve een functioneel criterium gehanteerd. In de context van e-boeken is het belangrijk om vast te stellen of er al dan niet sprake is van gebruik in licentie. Die praktijk geldt in het bijzonder in de professionele sector, maar doet ook opgeld als exploitatiemodel voor reguliere eindgebruikers (vergelijk in deze bijvoorbeeld het in licentie gebruiken van muziek via Spotify). In de voorgestelde Franse regulering wordt weliswaar een brede definitie gehanteerd van e-boek maar vervolgens worden licenties en ‘inhoud van een andere aard of met andere functionaliteiten’ uitgezonderd. Opnieuw wordt een functionele benadering gehanteerd. Professioneel, onderzoeks-, of educatief gebruik impliceert dat de dienst niet onder de definitie van het e-boek valt.<sup>85</sup> Uit de toelichting blijkt dat nadrukkelijk beoogd is rekening te houden met de specifieke marktdynamiek.<sup>86</sup> De Duitse wetgeving kent juist geen algemene uitzondering voor bijvoorbeeld het school- of wetenschappelijke boek, hetgeen nadrukkelijk doet vermoeden dat de wetgeving bij de totstandkoming de bijzondere aspecten van het e-boek niet in het vizier had.

<sup>81</sup> Artikel 2, lid 1: ‘Bücher im Sinne dieses Gesetzes sind auch (...) 3. Produkte, die Bücher, (...) reproduzieren oder substituieren und bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind (...)’

<sup>82</sup> In de geraadpleegde literatuur zijn geen verwijzingen naar relevante jurisprudentie aangetroffen.

<sup>83</sup> Bundesgerichtshof nr. 14/1997 d.d. 11/3/1997, KVR 39/95.

<sup>84</sup> Artikel 1, lid d: ‘Schoolboek: een werk dat in vorm en inhoud gericht is op informatieoverdracht in onderwijsleersituaties in Basisonderwijs, (Voortgezet) Speciaal onderwijs, Voortgezet onderwijs en Beroepsonderwijs en Volwasseneneducatie en waarvan het gebruik binnen het les- en studierooster door de betrokken onderwijsinstelling is voorgeschreven’.

<sup>85</sup> Artikel 2, derde alinea: ‘Le premier alinéa ne s’applique pas aux livres numériques, tels que définies à l’article 1er, lorsque, ceux-ci sont intégrés dans des offres proposées sous la forme de licences d’utilisation et associant à ces livres numériques des contenus d’une autre nature et de fonctionnalités. Ces licences bénéficiant de l’exception définie au présent alinéa doivent être destinées à un usage collectif et proposées dans un but professionnel, de recherche ou d’enseignement supérieur, dans le strict cadre des institutions publiques ou privées qui en font l’acquisition pour leurs besoins propres, excluant la revente’.

<sup>86</sup> ‘(...) tend à exclure de ce dispositif certains types d’offres afin notamment de ne pas interférer avec le modèle économique des éditeurs scientifiques et techniques proposant de longue date des produits spécifiques à un public professionnel, notamment à des bibliothèques universitaires et détaillants et les prix qu’ils fixent font en fait l’objet de larges négociations commerciales’, Rapport Sénat 2010/11, nr. 50, d.d. 20 oktober 2010, p.34.

## 2.4 File sharing

Naar Nederlands recht is er voor wat betreft het downloaden of uploaden (*file sharing*) van e-boeken geen verschil met bijvoorbeeld het down-/uploaden van muziek of films.<sup>87</sup> Onderzoek geeft aan dat er maar een beperkte relatie bestaat tussen het al dan niet bestaan van een downloadverbod en het downloaden. Voor de juridische context betekent dit dat met name wanneer de motieven voor al dan niet ongeoorloofd downloaden worden weggenomen, er incentives zijn bij de eindgebruiker om producten op andere wijze (lees: tegen betaling) af te nemen. Zoals de Europese Commissie ook in haar commentaar op de Franse voorstellen constateert, draagt een vaste boekenprijs voor e-boeken het gevaar in zich dat er niet snel op veranderingen in deze meer dynamische markt kan worden ingespeeld en deze prijs te hoog kan blijken te zijn (bezien vanuit het oogpunt van betalingsbereidheid). Beide kunnen het downloaden stimuleren en aldus in de Franse context – waar downloaden verboden is – piraterij eerder aanmoedigen dan beteugelen. In dit verband kan nog worden opgemerkt dat het toenemende downloaden van films wel een van de redenen is waarom regulering met betrekking tot ‘windows’ onder druk staat: de lange tijd die ligt tussen het tonen van films in de bioscoop en de beschikbaarheid via online diensten of dvd wordt gezien als een van de veroorzakers van downloaden. De Franse overheid stelt in haar reactie dat uitgeverij en auteurs zich terdege bewust zijn van het probleem van *file sharing* en daarmee rekening zullen houden bij het vaststellen van een vaste prijs voor e-boeken. In de bestudeerde Duitse literatuur zijn geen relevante beschouwingen aangetroffen over de relatie tussen het e-boek en *file sharing*.

## 2.5 Analyse en conclusies

### 2.5.1 Onderbouwing vaste boekenprijs

Uit de nationale analyse blijkt dat er drie hoofdargumenten zijn aangevoerd ter rechtvaardiging van een vaste boekenprijs. Dat zijn a) beschikbaarheid van een breed en divers *aanbod aan boeken*, b) de aanwezigheid van een ruim gespreid *netwerk van boekhandels* en c) een *groot en gevarieerd assortiment* in de boekhandels. In de Franse conceptregelgeving voor een vaste boekenprijs voor e-boeken worden deels dezelfde argumenten gehanteerd: a) een vaste boekenprijs voor e-boeken zou de positie van rechthebbenden versterken, b) de verscheidenheid in verkoopkanalen en regionale beschikbaarheid versterken, c) excessieve concentratie op retailniveau voorkomen, d) verscheidenheid in het aanbod ondersteunen en e) piraterij beperken door de ontwikkeling van een legaal en attractief aanbod. De Europese context (zie hierna) brengt met zich mee dat lidstaten zullen moeten aantonen dat er een direct verband bestaat tussen de vaste boekenprijs en culturele diversiteit, dat de mogelijke gevolgen met betrekking tot de belemmering van de vrijheid van vestiging en dienst opwegen tegen de bereikte culturele diversiteit en dat er geen andere, minder ingrijpende mogelijkheden bestaan om dezelfde doelen te bereiken.<sup>88</sup>

<sup>87</sup> Zie voor een verdere uitwerking van de juridische aspecten: TNO/SEO/IViR, *Ups and downs. Economische en culturele gevolgen van file sharing voor muziek, film en games, onderzoek door een consortium van TNO Informatie- en Communicatietechnologie*, januari 2009.

<sup>88</sup> HvJ EG, 18 maart 2004, zaak C 8/02.

## 2.5.2 Europese context

Net als bij het papieren boek, sluit het Europese recht niet bij voorbaat uit dat er een vaste prijs voor e-boeken wordt gehanteerd. Echter, de ruimte is in het geval van e-boeken, mede gezien hun karakter (een e-boek is een dienst, terwijl een papieren boek een goed is) aan striktere toetsing onderhevig. In het bijzonder wanneer de dienstenvrijheid in geding komt, zijn de mogelijkheden voor een vaste prijs problematisch. Waar er ruimte is om beperkingen op te leggen die zich richten op de handel van goederen in de nationale markt, zelfs wanneer die vanuit het buitenland worden aangeboden (zie de traditionele vaste boekenprijsregulering die ook betrekking heeft op import), is een vergelijkbare beperking bij diensten beduidend problematischer. Dit vraagstuk vormt overigens de kern van de discussie in Frankrijk. In de laatste – aangenomen – versie van de Franse wet is gekozen voor een regeling die aanbieders gevestigd in Frankrijk verplicht om een vaste boekenprijs te hanteren. Eenieder die vervolgens boeken te koop aanbiedt aan kopers in Frankrijk is gehouden deze prijs te hanteren. Consequentie van deze tekst is dat ook aanbieders die niet in Frankrijk gevestigd zijn (lees: Amazon e.a.) de vaste boekenprijs moeten hanteren.<sup>89</sup> Deze keuze voor een extraterritoriaal criterium – zonder een uitzondering voor EU/ERR-landen – maakt het voorstel kwetsbaar. Dat niet voor een EU/ERR-uitzondering is gekozen ligt gezien het verschil tussen fysieke en digitale boeken wel enigszins voor de hand. Immers, met een dergelijke uitzondering lijkt een vaste boekenprijs voor digitale boeken weinig effectief aangezien er – anders dan bij fysieke boeken – nauwelijks logistieke belemmeringen zijn. Maar ook wordt gesuggereerd dat het Europese onderzoek, dat zich zou richten op onder meer ongeoorloofde agentuurovereenkomsten in de Franse markt, mede een reden zou zijn voor deze regulering. De uitkomst van het onderzoek zou namelijk kunnen zijn dat de betreffende overeenkomsten niet toegestaan zijn. Dat marktpartijen als Amazon hebben toegezegd dat zij zich aan de regels zullen conformeren<sup>90</sup> doet aan een en ander niets af.

Het is daarom de vraag of een dergelijke verstrekkende beperking Europeesrechtelijk overeind kan blijven. Weliswaar biedt standaard jurisprudentie mogelijkheden om klassieke omzeiling tegen te gaan (het vanuit het buitenland aanbieden met het uitsluitende doel om nationale regels te omzeilen). Dit sluit echter niet uit dat generiek aanbod, dat tevens aanbod voor nationale markten inhoudt, mogelijk moet zijn. Vergelijkbare beperkingen met betrekking tot het dienstenverkeer zijn niet houdbaar gebleken. Dergelijke internationale aanbieders kunnen daardoor (bij strengere nationale regels) in een concurrentieel voordelige positie komen ten opzichte van uitsluitend op Nederlandse markt actieve spelers. Mochten deze aanbieders geconfronteerd worden met de leveringsweigering van uitgevers om aan hen Nederlandstalige e-boeken te leveren (om aldus de eventueel nationaal geldende vaste prijs indirect te kunnen handhaven), dan zal dat snel stuiten op nationale en/of Europese mededingingsrechtelijke bezwaren, onder andere met het oog op de proportionaliteitsvraag. Volledig uitsluitel hierover is op voorhand niet te geven, maar het verdient aanbeveling om de Franse ontwikkelingen nauwlettend te blijven volgen. De Europese Commissie heeft in een tweetal opinies, waarvan de

---

<sup>89</sup> Artikel 2: ‘Toute personne établie en France qui édite un livre numérique dans le but de sa diffusion commerciale en France est tenue de fixer un prix de vente au public pour tout type à l’unité ou groupée. Ce prix est porté à la connaissance du public (...); Artikel 3: ‘Le prix de vente, fixé dans le conditions déterminées à l’article 2, s’impose aux personnes proposant des offres de livres numériques aux acheteurs situés en France’.

<sup>90</sup> [www.thebookseller.com/news/france-faces-battle-over-e-book-pricing-law.html](http://www.thebookseller.com/news/france-faces-battle-over-e-book-pricing-law.html).

argumenten zijn verwerkt in de juridische analyse, aangegeven het Franse voorstel nauwlettend te volgen.

Voor zover het agentuurmodel toch een mogelijk alternatief zou kunnen zijn bij de exploitatie van e-boeken wordt geconstateerd dat dit model niet buiten de grenzen van het mededingingsrecht kan treden. Actuele ontwikkelingen in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en op Europees niveau dienen te worden gevolgd. Tevens is de vraag aan de orde wat de effecten van het agency-model zijn op de autonomie van de betrokken marktpartijen.

### 2.5.3 Definitie e-boek

De afbakening van het e-boek is minder eenvoudig dan van het klassieke boek. ‘Papier’ biedt veel houvast voor de definitie van dat klassieke boek. Voor het e-boek ontbreekt een dergelijk eenvoudig criterium. Juist het ontbreken van een fysieke verschijningsvorm maakt het vinden van een eenduidige definitie moeilijk. Waarschijnlijk kan in een overgangperiode een koppeling aan de belangrijkste kenmerken van het fysieke boek soelaas bieden. Het e-boek is dan de ongewijzigde digitale verschijningsvorm van het papieren boek. Wanneer er echter bepaalde additionele functionaliteiten aan worden gekoppeld, ontstaan interpretatieproblemen en zodra deze functionaliteiten meer geavanceerd worden, wordt een sluitende afbakening van het e-boek ten opzichte van andere elektronische diensten problematisch of onmogelijk. Gezien de bijzondere kenmerken van de wetenschappelijke/professionele markt dient uitsluiting van deze categorie, onder andere in navolging van de Franse regelgeving, te worden overwogen.

### 2.5.4 File Sharing

In juridisch (maar ook technisch) opzicht is er geen wezenlijk verschil tussen het delen van e-boeken en muziek of film, maar voor muziek of film geldt er geen gereguleerde prijs. Een vaste boekenprijs die niet past bij de vraag of die niet snel kan worden aangepast aan de vraag, kan ertoe bijdragen dat e-boeken minder worden gekocht en meer worden gedownload. Echter, een flexibele vaste boekenprijs is een *contradictio in terminis*.

## 3 Marktontwikkelingen

Dit onderzoek heeft als doel de haalbaarheid en de functionaliteit van een vaste prijs voor e-boeken vast te stellen. Essentieel daarvoor is een helder beeld van de marktontwikkelingen in Nederland en ook daarbuiten. In dit hoofdstuk wordt aan de hand van een aantal relevante indicatoren vastgesteld hoe de markt in Nederland en in enkele andere landen zich heeft ontwikkeld. Daarbij vormen openbare bronnen het vertrekpunt. Achtereenvolgens komen aan bod de situatie in Nederland, de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk. Naast de gegevens over de markt voor boeken in diverse hoedanigheden worden ook inzichten gepresenteerd over de stand van zaken in domeinen die de vaste boekenprijs beoogt te beïnvloeden, onder andere het leesgedrag, diversiteit van het aanbod en de ontwikkeling van de positie van de boekhandel.

### 3.1 Ontwikkelingen Nederland

#### Deelmarkten

In de praktijk van het Nederlandse boek worden in hoofdzaak drie deelmarkten onderscheiden: het *algemene boek* (A-boek), *wetenschappelijke boek* (W-boek) en het *schoolboek* (S-boek). Ook de omzetrapportages gaan uit van deze categorisering. De verschillende typen boeken kennen ook een eigen circuit van uitgevers, distributiekanaal en –methoden en retailkanalen. De demarcatielijnen zijn echter niet absoluut. Er zijn uitgevers die zowel A- als W-boeken uitgeven, terwijl in sommige winkels alle soorten boeken te verkrijgen zijn. De digitalisering van het boek heeft in deze verschillende velden of deelmarkten verschillende gevolgen. Dat is in het vorige hoofdstuk (zie paragraaf 2.3) al naar voren gekomen. De indeling van boeken in verschillende typen (A, W of S) heeft ook directe bedrijfseconomische consequenties. Het Centraal Boekhuis hanteert, als onderdeel van afspraken in de boekensector, voor de verschillende typen boeken verschillende retailmarges. Die is het hoogst bij het A-boek en het laagst bij het S-boek.

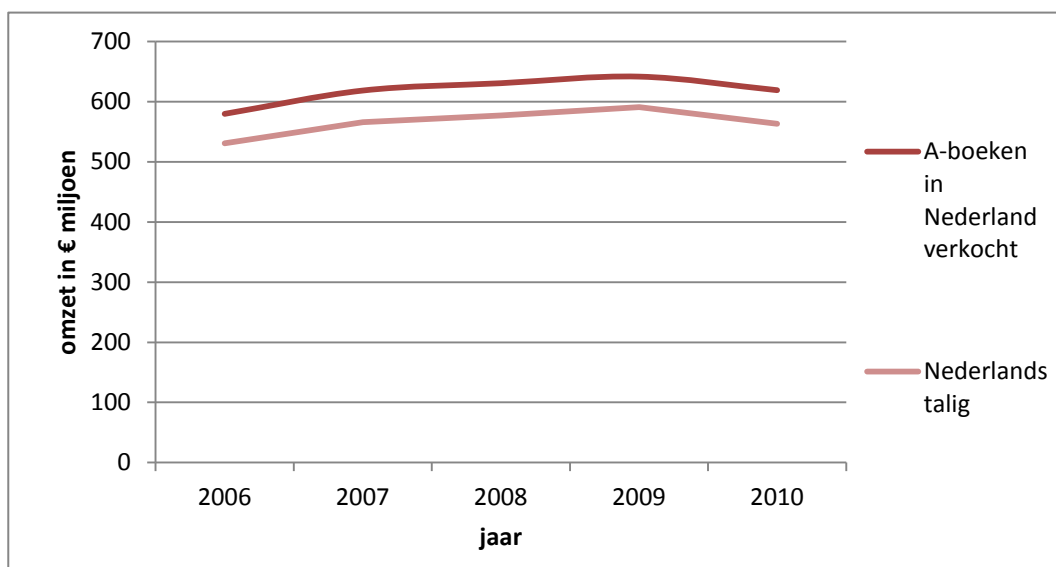
De Wet op de Vaste Boekenprijs maakt ook van deze indeling gebruik, maar wijkt in sommige aspecten af van de praktische definities die in het vak worden gehanteerd. Dat maakt het doorgronden van de werking van de wet voor het W- en het S-boek soms ingewikkeld. Boeken die inhoudelijk als schoolboek getypeerd kunnen worden, vallen niet automatisch binnen de wettelijke definitie van het schoolboek waarvoor een vaste prijs geldt. Voor de Wvbp zijn schoolboeken boeken die specifiek zijn vervaardigd en zijn voorgeschreven voor bepaalde soorten onderwijs, namelijk het basisonderwijs, (voortgezet) speciaal onderwijs, voortgezet onderwijs en beroepsonderwijs (exclusief HBO), evenals de volwasseneneducatie. In het feit dat het om voorgeschreven boeken gaat, een functioneel onderscheid dus, ligt voor de wetgever de voornaamste reden om ze uit te zonderen van een vaste prijs. Het is de uitgever van deze boeken conform de mededingingswetgeving zelfs niet toegestaan een vaste prijs te stellen. Voor andere, niet in de limitatieve lijst van opleidingen voorgeschreven schoolboeken geldt de vaste prijs wel. Dat geldt uiteraard ook voor schoolboeken die op geen enkele opleiding zijn voorgeschreven. Een boek met een S-codering is dus een schoolboek, maar hoeft dat niet te zijn in de zin van de wet.

Voor W-boeken geldt de vaste boekenprijs. Het onderscheid tussen A- en W-boeken is in principe inhoudelijk, al zijn ook hier de grenzen vaak fluïde en worden ze soms pragmatisch getrokken. Een uitgever die voor een wetenschappelijk boek goede kansen ziet buiten academische circuits, kiest er soms voor een inhoudelijk wetenschappelijk werk als A-boek in de markt te zetten. Met de hogere retailmarge die de winkelier gegund wordt voor een A-boek dan voor een W-boek, stimuleert hij de boekwinkels om het boek in te kopen en te promoten.

### Omzet en afzet

In Nederland werden er in 2010 om en nabij de 45,5 miljoen *Nederlandstalige* A-boeken verkocht.<sup>91</sup> Bij een gemiddelde prijs van € 12,39<sup>92</sup> bedroeg de totale omzet van het Nederlandstalige A-boek € 563 miljoen. Inclusief de A-boeken in andere talen was de omzet € 619 miljoen. Inclusief de wetenschappelijke boeken (W-boeken) bedroeg de totale omzet ruim € 690 miljoen.<sup>93,94</sup>

**Figuur 3.1** De omzet van het A-boek is in 2010 gekrompen (-3,5 procent)



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. (Notenboom, Schrijvershof, & Goudriaan, 2009, p. 17) & SMB. Nederlandstalige A-boeken voor de jaren 2006, 2007 en 2008 zijn geschat o.b.v. de verhoudingen in 2009 en 2010

Tussen 2006 en 2009 groeide de markt voor A-boeken, om in 2010 met ongeveer 3,5 procent te krimpen (zie Figuur 3.1). In de jaren 2008 en 2009 deed de categorie fictie, een subcategorie binnen A-boeken, het substantieel beter dan de non-fictie. De omzet uit fictie steeg in beide jaren met ruim 7,5 procent, terwijl non-fictie over de twee jaren gemiddeld een krimp liet zien van ruim 2 procent (Hoofdbedrijfschap Detailhandel 2011). Het jaar 2010 laat echter weer een ander beeld zien. Fictie deed het in 2010 juist iets minder goed dan gemiddeld, terwijl non-fictie informatief met ruim 5 procent toenam.

<sup>91</sup> Inclusief niet in Nederland geproduceerde en niet-Nederlandstalige boeken ging het om 49,2 miljoen.

<sup>92</sup> Inclusief niet in Nederland geproduceerde en niet-Nederlandstalige boeken was dit € 12,59.

<sup>93</sup> Door het ontbreken van data van een belangrijke speler zijn de cijfers van het W-boek uit 2010 onbetrouwbaar. Daarom is uitgegaan van de omzet van het W-boek in 2009.

<sup>94</sup> W-boeken die direct aan bibliotheken worden geleverd vallen hier niet onder.

**Tabel 3.2** Positieve groeicijfers Non-fictie informatief en kinderboeken in 2010

genre	Aandeel 2010	Mutatie t.o.v. 2009
Omzet Totaal	619,5	-3,5%
Kinderboeken	14,4%	+2,5%
Fictie	44,6%	-4,2%
Non-fictie vrije tijd	14,8%	-2,6 %
Non-fictie informatief	23,5%	+5,1%
Non-books	2,2 %	-3,8%

Bron: (KBb, 2011, p. 6)

In 2010 werden 51 miljoen Nederlandstalige en niet-Nederlandstalige A- en W-boeken verkocht. De gemiddelde prijs van een verkocht A-boek was € 12,59<sup>95</sup> en van een W-boek € 41,29. De totale omzet uit A-boeken is ongeveer 9 keer zo groot als de omzet uit W-boeken.

**Tabel 3.3** Omzet, afzet en titelaanbod Nederlandstalige A- en W-boeken

	Omzet	Afzet	Gemiddelde prijs	Aantal titels	Omzet/titel
A-boeken (2010)	€ 619.2 miljoen	49.2 miljoen	€ 12.59	368 duizend	€ 1.684
W-boeken (2009)	€ 70.2 miljoen	1.7 miljoen	€ 41.29	65 duizend	€ 1.082

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. SMB 2011

### Diversiteit

Tabel 3.3 geeft tevens in het A- en W-segment het aantal verschillende titels weer dat in 2010 werd verkocht. In het A-segment ging het om 368 duizend titels met een gemiddelde omzet van € 1.684. Gemiddeld werden er 134 exemplaren per titel verkocht. In het W-segment was het gemiddelde met 26 verkochte exemplaren per titel aanzienlijk lager.

**Tabel 3.4** Omzetverdeling boekenmarkt is erg scheef (2010)

	Percentage van alle titels met omzet meer dan € 1.000	Percentage van de omzet gerealiseerd door titels met een omzet hoger dan € 1.000
A+W	12.7%	89.5%
A	13.9%	90.5%
W	7.0%	74.6%

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. SMB 2011

De verdeling van de omzet over titels is erg scheef, zo blijkt uit Tabel 3.4. Een zevende van de aangeboden A-boeken trekt negen van de tien gependeerde consumenteneuro's naar zich toe. De verhoudingen zijn voor het W-boek iets minder scheef, maar ook daar is sprake van een dergelijk patroon.

In 2010 had 12,7 procent van alle titels (A+W) een omzet van meer dan € 1.000. Samen waren ze goed voor 89,5 procent van de totale omzet. Er werden in 2010 meer dan 300 duizend A-titels

<sup>95</sup> Merk op dat de gemiddelde prijs van € 12,39 eerder in dit hoofdstuk betrekking had op Nederlandstalige A-boeken.

aangeboden waarmee een omzet van *minder* dan € 1.000 per titel werd gerealiseerd. Die zijn samen goed voor een omzet van € 59 miljoen. De gemiddelde omzet van de titels met een omzet hoger dan € 1.000 is ruim € 10 duizend per titel (Tabel 3.5). Dat is meer dan 50 keer de gemiddelde omzet van de titels die minder dan € 1.000 realiseerden. De gemiddelde omzet per titel in die laatste categorie bedroeg € 186.

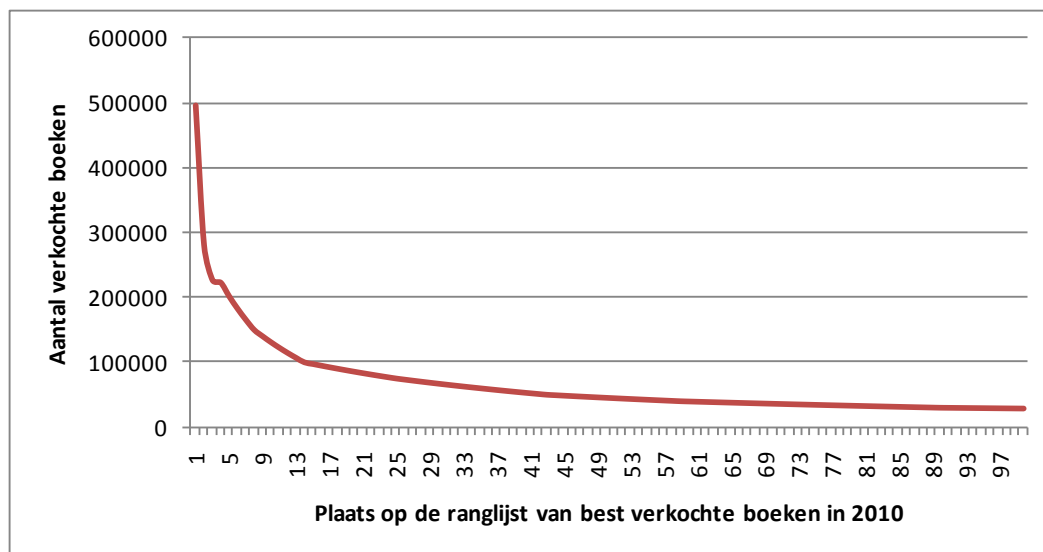
**Tabel 3.5 Omzet en afzet van titels met een omzet van meer dan € 1.000**

	aantal titels	omzet	afzet	gem. prijs	omzet/titel
A-boek > € 1000 (2010)	51 duizend	€ 560,2 miljoen	43,3 miljoen	€ 12,94	€ 10.975
W-boek > € 1000 (2009)	6,8 duizend*	€ 60,3 miljoen*	1,5 miljoen*	€ 40,20*	€ 8.824*

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. SMB 2011

Ook binnen de 57,8 duizend A- en W-titels met een omzet van meer dan € 1.000 is de verdeling scheef. Dat is terug te zien in Figuur 3.6. Deze figuur laat zien dat de afzet per titel tussen het best verkochte boek en het 10<sup>e</sup> à 15<sup>e</sup> snel afneemt. De afzet van het best verkochte boek is ruim vijf keer zo hoog als van de nummer 15. Wanneer er in een jaar meer of juist minder van zulke bestsellers zijn, zal dat dus in het totale marktvolume terug te zien zijn. Na dit tiental bestsellers is de afname van de omzet per boek aanmerkelijk kleiner.

**Figuur 3.6 De boekenmarkt kent een scheve afzetverdeling met een lange staart**



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. (CPNB Top 100 2010, 2011)

Naast het belang van de bestsellers onderstreept Figuur 3.6 het bestaan van de *'long tail'*. Naar schatting zijn in 2010 de honderd best verkochte titels verantwoordelijk voor de verkoop van 7 miljoen boeken. Daarmee is meer dan 85 procent van de afzet in 2010 afkomstig van boeken die niet in de top-100 van dat jaar stonden. 65 procent van de omzet komt van titels buiten de top-500 (*Cultuur in Beeld* 2011, p. 88). Dit impliceert dat ondanks de scheve verdeling waar hiervoor op werd gewezen, het leeuwendeel van de afzet *niet* afkomstig is van de bestsellers. De Nederlandse markt voor gedrukte boeken is daarmee een combinatie van een beperkt aantal titels waarvan veel exemplaren worden verkocht en een groot aantal titels waarvan een relatief beperkt



aantal exemplaren wordt verkocht. In volume is die laatste categorie echter groter. Bovendien zorgen de boeken in deze categorie mede voor de door de Wvbp beoogde diversiteit.

### Nieuwe titels

In 2010 zijn in totaal ongeveer 11,5 duizend A-titels uitgegeven. Dit waren er duizend minder dan het jaar daarvoor. Boeken die in 2010 verschenen, waren verantwoordelijk voor 42 procent van de omzet in datzelfde jaar; boeken uit 2009 voor 28,3 procent. Onder de aanname dat de verschijningsdata van boeken gelijkelijk over het jaar verdeeld zijn en die 42 procent dus *gemiddeld* in een half jaar wordt behaald, impliceert dit dat een boek ruim de helft van zijn omzet in het eerste jaar na publicatie haalt, en zo'n driekwart in de eerste twee jaar.<sup>96</sup> Van de titels met een omzet van meer dan € 1.000, komt ruim 20 procent (11 duizend titels) van boeken die in 2010 zijn uitgegeven. De verkoop van deze boeken loopt dus langer door. De gemiddelde omzet van deze titels is ruim € 20 duizend in 2010.

### Boekhandel

De boekhandel neemt traditioneel een sterke positie in bij de verkoop van A-boeken. De zogeheten branchevreemde boekverkoop, boekverkoop door andere partijen dan de fysieke en online boekhandel, ligt iets boven 10 procent. Fysieke en online boekhandelaren behalen samen 88 procent van de omzet in A-boeken (zie Tabel 3.7). De actuele verhouding tussen fysieke en online boekhandelaren in gedrukte A-boeken is niet openbaar; wel zijn iets oudere cijfers beschikbaar: in 2008 liep ruim 10 procent van de gedrukte A-boeken via online retailers (Notenboom et al., 2009, p. 17). Hierbij moet worden opgemerkt dat de meeste fysieke boekhandels inmiddels ook online verkopen. Tot op heden is bol.com (zonder fysiek afzetkanaal) echter met afstand de grootste online boekenverkoper.

Naar verwachting is het aandeel online verkopen sinds 2008 toegenomen, zoals in alle sectoren online verkoop de laatste jaren sterk gegroeid is. Ook voor de komende jaren valt verdere groei te verwachten.<sup>97</sup> Nu al gebruiken veel lezers het internet bij oriëntatie voor de koop van een boek. Het aandeel kopers dat zich bij de aankoop van een boek oriënteert met behulp van het internet ligt met 34 procent ietsje hoger dan het aandeel kopers dat zich in de boekhandel oriënteert (*Dossier Boekhandel* 2010).<sup>98</sup>

---

<sup>96</sup> In 2009 was het verloop in de tijd vergelijkbaar. Overigens is de gemiddelde prijs van de verkochte 'oudere' boeken niet veel lager dan van de nieuwere uitgaven: de gemiddelde prijs van in 2010 uitgegeven en verkochte boeken was € 13,08; de gemiddelde prijs van in 2007 uitgegeven en in 2010 gekochte boeken was € 11,19.

<sup>97</sup> De groei van online boekverkoop past binnen de trend van de toename van online consumentenbestedingen in het algemeen. In 2010 hadden 9,25 miljoen consumenten in Nederland ten minste één online aanschaf gedaan. In totaal besteedden zij € 8,2 miljard online. De online productbestedingen groeien momenteel het hardst. De toename van 2010 t.o.v. 2009 was 16 procent (Thuiswinkel.org, 2011).

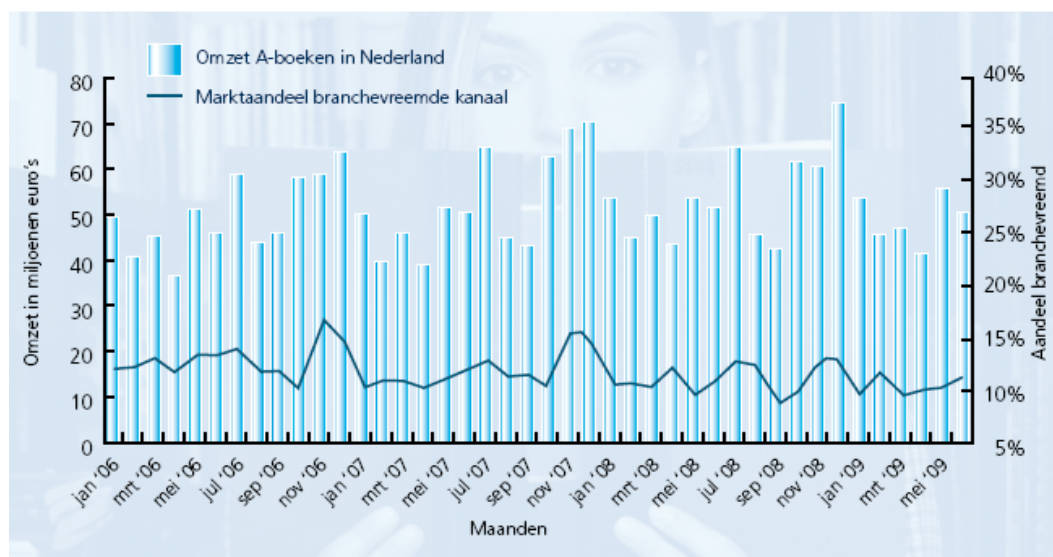
<sup>98</sup> Merk op dat deze bevinding haaks staat op het argument in het kader van de vaste prijs voor e-boeken in Frankrijk, dat de internethandel een passieve handel zou zijn, waar consumenten aanschaffen wat ze kennen en geen stimulans hebben om nieuwe, onbekende en diverse boeken aan te schaffen. Internetboekwinkels maken intensief gebruik van hun kennis van het aanschaf- en zoekgedrag van de bezoekers van hun site om potentiële kopers te attenderen op titels die aansluiten bij hun profiel. Dat neemt niet weg dat veel boekenkopers, met name ook voor de cadeaumarkt zich bij voorkeur oriënteren via de boekhandel.

**Tabel 3.7** Bijna 90 procent omzet A-boek loopt via de boekhandelaar (fysiek en online)

Distributiekanaal	Percentage
Boekhandelaar fysiek en online	88,6%
Mass Markets	10,6%
Entertainment Specialisten	0,6%

Bron: (KBb, 2011, p. 9)

Het marktaandeel van branchevreemde kanalen piekt in maanden dat ook de totale omzet het grootst is, zo blijkt uit Figuur 3.8 (GFK, 2010, p. 147). Dat geldt bijvoorbeeld rond Sinterklaas en de kerst en in juli. De boekhandel profiteert dus minder dan evenredig van deze pieken in de totale verkoop. Een mogelijke verklaring is dat juist een deel van de consumenten dat voor de kerstinkopen en voor de vakantie boeken koopt, minder gewend is de gang naar de boekhandel te maken. De kleinere piek rond de Boekenweek in maart leidt niet tot een groter aandeel branchevreemde omzet.

**Figuur 3.8** Marktaandeel branchevreemde kanalen piekt in de maanden dat de omzet hoog is

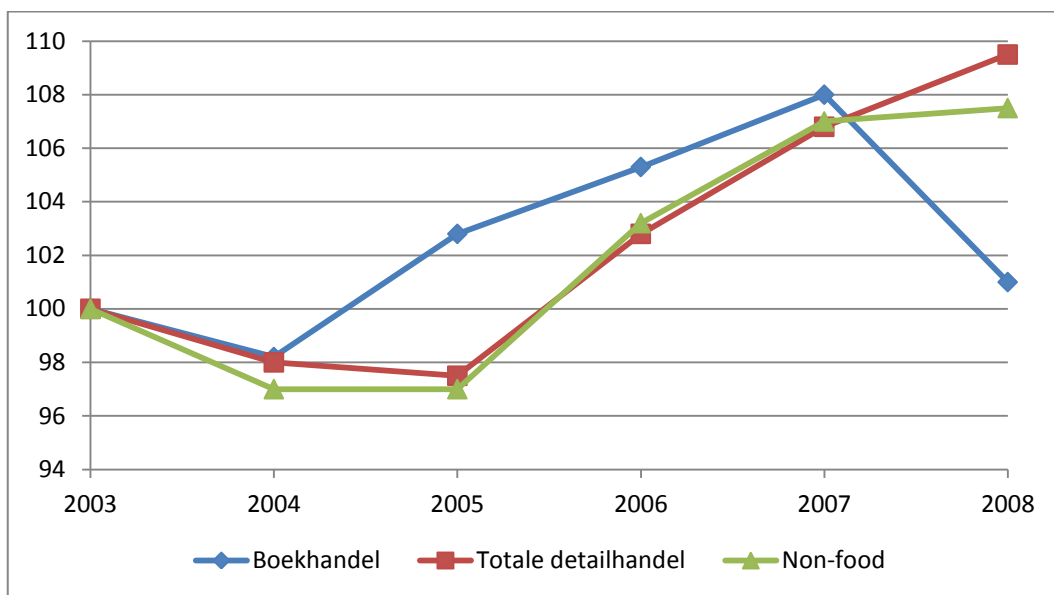
Bron: (GFK, 2010, p. 147)

Uit cijfers van het CBS is op te maken dat de omzet van de fysieke boekhandel tussen 2004 en 2007 met ongeveer 8 procent is toegenomen.<sup>99</sup> De daling van de omzet in 2008 is opvallend omdat de omzet van de A-boekenmarkt in dat jaar juist licht toenam.<sup>100</sup> De dalende omzet wordt deels verklaard door de afnemende rol van de fysieke boekhandel in bijvoorbeeld schoolboeken. Een tweede verklaring is het verlies van marktaandeel van de boekhandel naar online verkoopkanalen.

<sup>99</sup> 60 procent van die omzet van de fysieke boekhandels komt van de verkoop van A-boeken (Boek en Bedrijf 2009).

<sup>100</sup> Recentere cijfers zijn via het CBS niet beschikbaar.

Figuur 3.9 Omzet boekhandels nam in 2008 af



Bron: Hoofdbedrijfschap detailhandel o.b.v. CBS (2003 = 100)

Het aantal bij de KBb aangesloten boekhandels nam tussen 2004 en 2010 licht toe van 1.430 tot 1.530 (Notenboom et al., 2009, p. 34 en KBb 2011). De omzet in een gemiddelde boekhandel bedroeg in 2008 ongeveer € 970 duizend per jaar. De inkoopwaarde ligt op ongeveer tweederde van de omzet. Van de bruto winst (34 procent van de omzet), gaat 43 procent naar personeelskosten en 18 procent naar huisvestingskosten. Rekening houdend met een gewaardeerd loon voor de ondernemer komt het economische resultaat voor boekhandels gemiddeld negatief uit, op -2,1 procent. Dit economisch resultaat is gemiddeld net positief bij boekhandels met een omzet boven de € 800 duizend (0,1 procent) en nog iets hoger bij boekhandels met een omzet hoger dan € 1,5 miljoen (0,9 procent). Het fiscaal resultaat (voor aftrek van het gewaardeerd loon) is wel voor alle grootteklassen gemiddeld positief. (Boek&Bedrijf, 2009).

Tabel 3.10 Negatief economisch resultaat gemiddelde boekhandel

	% Omzet	% Bruto Winst
Omzet	100%	
Inkoopwaarde	66%	
Bruto Winst	34%	
Personeelskosten	15%	43%
Huisvestingskosten	6%	18%
Overige kosten	9%	27%
Totale kosten	30%	88%
Fiscaal Resultaat	4,2%	12%
Gewaardeerd loon	6%	
Economisch Resultaat	-2,1 %	

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. (Boek&Bedrijf, 2009)

De toekomst van de boekhandel is in de eerste helft van 2011 bij herhaling onderwerp van discussie geweest. Die discussie werd eind juni gevolgd door de aankondiging dat Selexyz, het

boekhandelsbedrijf dat een aantal grote winkels in Nederlands grote steden exploiteert, vanwege tegenvallende resultaten het aantal arbeidsplaatsen met zo'n 10 procent zou moeten inkrimpen. Over de eerste helft van 2011 zouden de boekhandels een omzetverlies van ongeveer 4 procent hebben geleden (Bolwijn, 2011). Experts signaleren dat grote boekhandels kwetsbaar zijn. Aan de ene kant omdat de opbrengst van per vierkante meter achteruitloopt en op zijn best niet verder groeit, terwijl de kosten van onroerend goed stijgen, net als de personeelskosten door langere openingstijden. Ook de zeer kleine boekwinkels die geen onderdeel zijn van een keten en die al jaren interen op de ondernemingswinst, zoals hierboven aangeduid, zijn in het verscherpte klimaat kwetsbaar.

Een van de cruciale vragen in het debat die vooralsnog niet beantwoord is, heeft te maken met de ontwikkeling van de markt van het gedrukte boek. Is de lichte krimp van de markt in 2010 een conjunctureel fenomeen als onderdeel van een bestedingsafname bij consumenten die in de gehele economie waarneembaar is, of hebben we hier te maken met een structureel fenomeen als gevolg van blijvend veranderd consumentengedrag en ontlezing? Onderscheid moet daarbij worden gemaakt tussen de ontwikkeling in markt als geheel, en de ontwikkeling binnen de verschillende verkoopkanalen. In Figuur 3.9 is te zien dat positie van de fysieke boekhandel in 2008 verslechterde, terwijl de algehele detailhandel in 2008 groeide en ook de totale A-boekenmarkt in dat jaar nog groeide (zie Figuur 3.1). Recente saneringen onder boekhandels suggereren dat ten minste een deel van de stagnatie bij de vakboekhandel structureel van aard is. Dit is congruent met de hiervoor al benoemde bredere opmars van online verkoop, hoewel experts suggereren dat deze opmars voor een belangrijk deel ten koste is gegaan van de boekenclubs c.q. postorderbedrijven. Door een gebrek aan specifieke cijfers is niet vast te stellen of de meer recente achteruitgang van de totale markt beperkt blijft tot het fysieke distributiekanaal en aldus gepaard gaat met een versnelde herschikking tussen verkoopkanalen of dat deze achteruitgang ook de verkoop van gedrukte boeken via de online kanalen treft.<sup>101</sup> De suggestie dat de stagnatie van de totale markt verklaard wordt doordat consumenten massaal overstappen op e-boeken is in ieder geval niet valide omdat de e-boekenmarkt nog zeer beperkt is.

### Leesgedrag

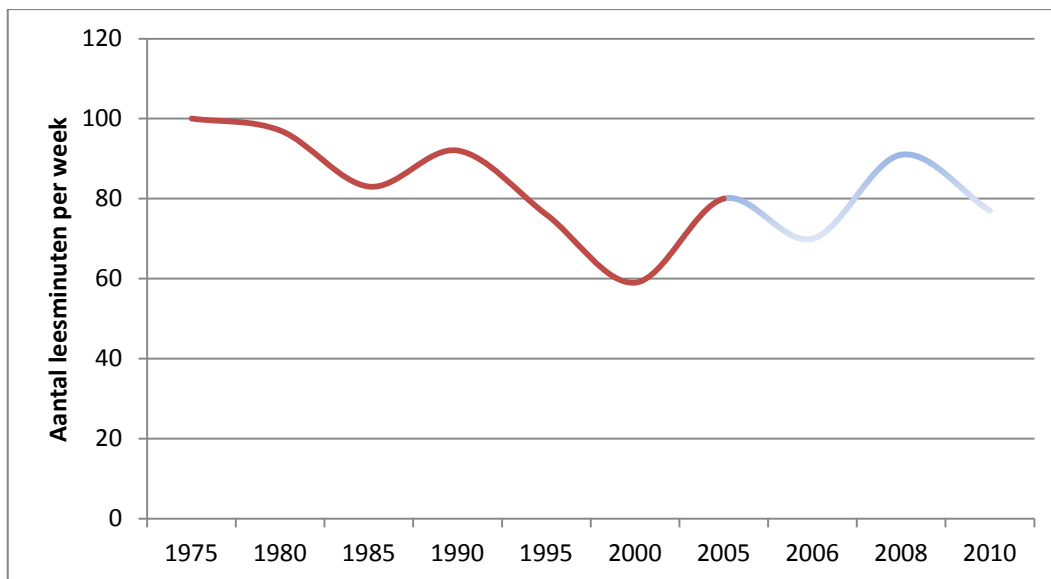
Een belangrijk element van de cultuurpolitieke doelstellingen is het bevorderen van de publieksparticipatie. Appelman & Van den Broek (2002) formuleren drie mogelijke dimensies bij de invulling van dit begrip: (1) Participatie door zo veel mogelijk mensen of uit zoveel mogelijk lagen van de bevolking; (2) Lezen of kopen; (3) Boeken in het algemeen of literair-culturele boeken in het bijzonder (Appelman & Van den Broek, 2002, p. 41). Over het koopgedrag werd hiervoor al het nodige vermeld. Daarnaast is leestijd dus een relevante indicator. Sinds 1975 is de

---

<sup>101</sup> Grote boekwinkels op a-locaties in de grote steden voelen de huidige terugloop in het bijzonder. Aan de ene kant omdat de opbrengst van per vierkante meter achteruitloopt en op zijn best niet verder groeit, terwijl de kosten van onroerend goed stijgen, net als de personeelskosten door langere openingstijden. De zeer kleine boekwinkels die al jaren interen op de ondernemingswinst, zoals hierboven aangeduid, kunnen in het verscherpte klimaat vaak niet langer het hoofd boven water houden. Experts schatten echter in dat de grootste verliezers van die ontwikkeling de boekenclubs zijn. De betekenis van deze vorm van retail is drastisch afgenomen.

tijd die mensen besteden aan het lezen van boeken gedaald.<sup>102</sup> De gemiddelde leestijd per week ligt momenteel tussen de 1 en 1,5 uur per week.

**Figuur 3.11** Langzame afname van de gemiddelde leestijd



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. SCP en SPOT \* trendbreuk in 2005 t.o.v. 2000 door alternatieve informatie-uitvraag \*\* cijfers vanaf 2006 komen van SPOT, cijfers van daarvoor van SCP

## E-boek

Het aandeel e-boeken in de totale boekenmarkt is vooralsnog klein maar groeit snel. In 2010 werden bijna 352 duizend e-boeken verkocht (0,7 procent van het totaal aantal A-boeken). In de eerste helft van 2011 werd dit aantal verkochte e-boeken met 327 duizend (ruim 1,2 procent) al bijna geëvenaard,<sup>103</sup> en de groei ten opzichte van de eerste helft van 2010 was iets meer dan 150 procent. Figuur 3.12 laat de verkoop van e-boeken tussen september 2009 en april 2011 zien. Deze verkoop groeit sterk en vertoont een seizoenspatroon met pieken rond de kerst, de zomervakantie en de Boekenweek.

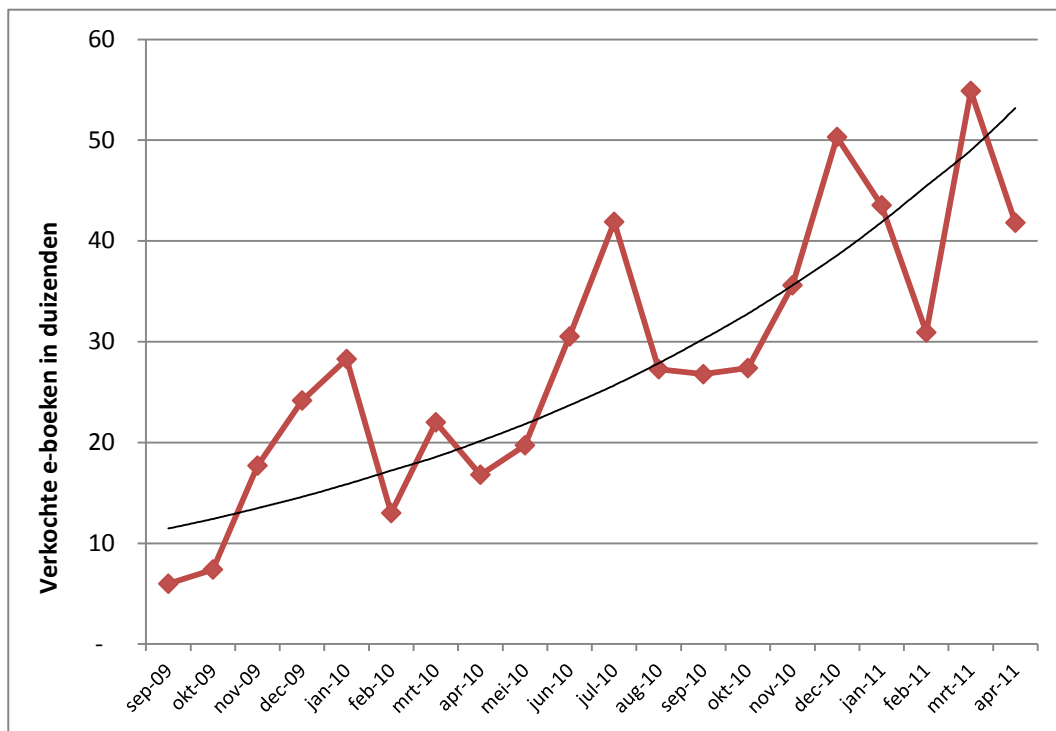
Bij deze cijfers moet worden aangetekend dat eind 2010 slechts 1,2 procent van alle beschikbare gedrukte titels ook als e-boek beschikbaar was. Medio 2011 was dit met 8.181 titels zo'n 2,7 procent.<sup>104</sup> Binnen het totaal van beschikbare titels is het marktaandeel dus veel hoger. Hoe hoog precies valt niet te zeggen, omdat de printverkoop van de als e-boek beschikbare titels niet bekend is. Wanneer alle titels *direct* als e-boek beschikbaar zouden zijn, zou het aandeel e-boeken naar verwachting een stuk hoger liggen: in Nederland komen e-boeken vaak pas na enige tijd als e-boek uit. Omdat ruim 50 procent van de omzet van een nieuw te verschijnen boek in het eerste jaar wordt behaald, ligt de veronderstelling voor de hand dat wanneer e-boek en papieren boek tegelijkertijd verschijnen, de positie van het e-boek in de markt sterk zal verbeteren. Het staat nu in de eerste meest profitabele maanden buitenspel.

<sup>102</sup> De opgaande lijn tussen 2000 en 2005 in Figuur 3.11 is het gevolg van een andere manier van informatie-uitvraag. Cijfers na 2005 zijn afkomstig uit een andere bron (zie figuurnoot).

<sup>103</sup> [www.boekblad.nl/omzet-e-boeken-eerste-halfjaar-2011-bijna-even.173237.lynkx](http://www.boekblad.nl/omzet-e-boeken-eerste-halfjaar-2011-bijna-even.173237.lynkx)

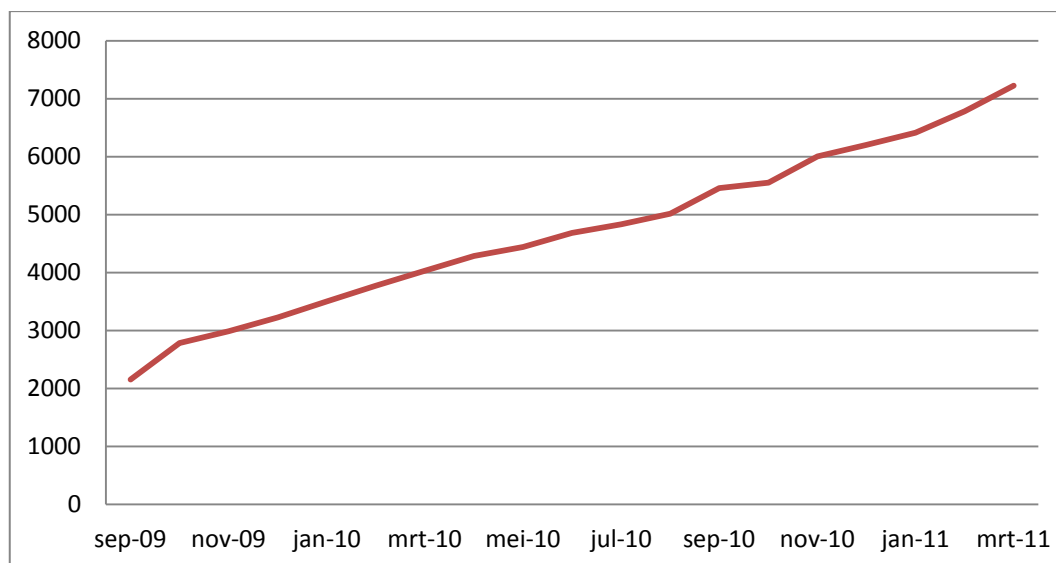
<sup>104</sup> [www.boekblad.nl/omzet-e-boeken-eerste-halfjaar-2011-bijna-even.173237.lynkx](http://www.boekblad.nl/omzet-e-boeken-eerste-halfjaar-2011-bijna-even.173237.lynkx)

Figuur 3.12 Trend toenemende e-boekenverkoop: verdubbeling in 8 maanden



Bron: Centraal Boekhuis 2011, bewerking SEO Economisch Onderzoek

Figuur 3.13 Beschikbaarheid e-boektitels opgelopen tot ruim 7 duizend in maart 2011



Bron: Centraal Boekhuis 2011

Tabel 3.14 geeft het aandeel van e-boeken binnen de totale markt in titels, en de relatieve beschikbaarheid van e-boektitels. De schatting van het aantal verkochte e-boeken voor 2011 is gebaseerd op de aanname dat de gemiddelde groei over de eerste helft van het jaar (+ 150 procent) in de tweede helft van het jaar gelijk blijkt.<sup>105</sup> Bol.com is veruit de grootste speler in het

<sup>105</sup> Deze aanname is vermoedelijk conservatief, aangezien de groei in de eerste helft van het jaar versnelde.

aanbod van e-boeken in Nederland. Voor ruim 70 procent van de huidige e-boekenlezers is Bol het favoriete verkoopkanaal. 60 procent van de lezers van e-boeken leest e-boeken het liefst op een e-reader, terwijl een ruime 10 procent het liefst via een tablet leest (SMB o.b.v. GFK Intomart, april 2011).

**Tabel 3.14** In 2010 was het aandeel e-boeken in Nederland 0,7 procent

	Verkochte e-boeken	Aandeel in totale boekenmarkt	Titels beschikbaar
2009	110 duizend	0,22%	0,8%
2010	352 duizend	0,70%	1,2%
2011*	850 duizend*	1,7%	>2,7%

\* Marktaandeel en verkoop voor 2011 op basis van de aanname dat de groei van 150 procent over de eerste helft van 2011 in de tweede helft van het jaar gelijk blijft.

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. SMB en (Romeny, 2011)

## 3.2 Internationale ontwikkelingen e-boekenmarkt

*Internationaal neemt momenteel de verkoop van e-boeken versneld toe. Daarbij nemen de Verenigde Staten het voortouw, op de voet gevolgd door het Verenigd Koninkrijk en op respectabele afstand door het Europese continent. In de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk heeft zich inmiddels een substantiële markt voor e-boeken ontwikkeld.*

### Algemeen internationale ontwikkelingen

De ontwikkeling van het e-boek kent grote internationale verschillen. In Italië bestaat er nog nauwelijks een markt voor e-boeken, terwijl de omzet uit e-boeken in de Verenigde Staten in de eerste maanden van 2011 boven de 15 procent lag. De prijsstelling en verdeling tussen retailer, uitgever en auteur leidt overal tot conflicten. Een rem op de doorbraak van het e-boek in veel landen in de Europese Unie is verder het feit dat het BTW-tarief voor e-boeken er hoger ligt dan voor fysieke boeken (zie Tabel 3.15).

**Tabel 3.15** Verschil BTW-tarief e-boek en printboek

Land	e-boek	printboek
België	20%	6%
Duitsland	19%	7%
Frankrijk	19,6%	5,5%
Ierland	21%	0%
Italië	20%	4%
Nederland	19%	6%
Oostenrijk	20%	10%
Polen	22%	0%
Roemenië	17,5%	0%
Spanje	16%	4%
Tsjechië	19%	5%
Zweden	25%	6%

Bron: (Rousseau, 2009, p. 14)

Met uitzondering van de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk zijn uitgevers in alle landen over het algemeen voorzichtig met het uitgeven van e-boeken (zie ook (PWC, 2010)). Uitgevers stellen vaak dat het produceren van e-boeken slechts beperkt goedkoper is dan de productie van een printboek en dat bovendien initiële investeringen nodig zijn voor het opzetten van een e-infrastructuur. In combinatie met het hogere BTW-tarief zou een sterk gereduceerde prijs ten opzichte van het printboek dan ook niet mogelijk zijn.

Daarbij wordt echter weinig of geen rekening gehouden met het effect van de prijsstelling op de afzet. Onderzoek naar de prijsgevoeligheid oftewel de *prijselasticiteit* van e-boeken zou uitkomst bieden. Bij een prijselasticiteit lager dan  $-1,0$  levert een lagere prijs een hogere omzet op, doordat de percentuele toename van de afzet hoger is dan de percentuele afname van de prijs. Openbaar onderzoek naar de prijselasticiteit van de vraag naar e-boeken is zowel nationaal als internationaal vooralsnog schaars. Een uitgever zal bovendien willen weten wat het effect is van de verkoop van e-boeken op de verkoop van gedrukte boeken: deze markten kunnen niet los van elkaar gezien worden. Ook op dit gebied bestaat nog slechts anekdotisch bewijs. In het volgende hoofdstuk wordt nader ingegaan op wat er bekend is over de prijselasticiteit van boeken en e-boeken. In Box 3.1 wordt het begrip prijselasticiteit toegelicht.

### Box 3.1 Prijselasticiteit

#### Wat is een prijselasticiteit?

Met een prijselasticiteit wordt aangegeven hoe sterk de vraag naar een product of dienst reageert op een verandering van de prijs. Wanneer de prijs 1 procent stijgt en de afzet 1 procent (-1 procent) daalt, is de prijselasticiteit  $-1$  ( $1/-1$ ). Wanneer de afzet sterk reageert op de prijs wordt de vraag elastisch genoemd. In dat geval is de prijselasticiteit kleiner dan  $-1$ , bijvoorbeeld  $-1,5$ . Als de vraag minder gevoelig is voor een verandering van de prijs (prijselasticiteit  $> -1$ , bv.  $-0,5$ ) is deze inelastisch.

#### Omzetmaximalisatie

Een aanbieder die zelf de prijs bepaalt (een prijszetter) kan zijn omzet maximaliseren door te werken naar een prijs waarbij de prijselasticiteit  $-1$  is. Wanneer de prijselasticiteit bijvoorbeeld  $-1,5$  is, kan de aanbieder de omzet verhogen door de prijs te verlagen. Een prijsverlaging van 1 procent leidt immers tot 1,5 procent meer afzet. Andersom moet een aanbieder bij een prijselasticiteit van  $-0,7$  de prijs verhogen om de omzet te maximaliseren.

Bron: SEO Economisch Onderzoek

De dynamiek op het gebied van prijsstelling wordt – behalve door uitgevers, retailers en auteurs – bepaald door het al dan niet bestaan van een vaste prijs voor het e-boek en het al dan niet bestaan van een verbod op het agentuurmodel. Bij een vaste boekenprijs of het agentuurmodel verschuift theoretisch het initiatief wat betreft prijsstelling van de verkoper naar de uitgever: de uitgever bepaalt de (vaste) verkoopprijs en stelt in principe tevens de handelsmarge of inkoopprijs voor de boekhandel vast.<sup>106</sup> In de praktijk wordt echter ook bij het bestaan van een vaste boekenprijs en in het agentuurmodel onderhandeld over de handelsmarge/inkoopprijs respectievelijk de verkoopvergoeding. Een verkoper die tegenover de uitgever veel inkoopmacht heeft, zal die

<sup>106</sup> In het agentuurmodel stelt de uitgever de verkoopprijs en de vergoeding voor de verkoper vast, wat op hetzelfde neerkomt.



gebruiken en door te dreigen een titel niet of minder prominent te voeren, kan hij zijn marge vergroten.

Dit hoofdstuk richt zich bij de verdere analyse van de internationale e-boekenmarkt op de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland. De eerste twee landen kennen geen vaste boekenprijs. Veel uitgeverij in deze twee landen werken er echter wel met het agentuurmodel. Frankrijk wil de vaste prijs voor het e-boek wettelijk regelen, terwijl in Duitsland het e-boek als gevolg van een ruime definitie van het boek automatisch onder de vaste boekenprijs valt.

De ontwikkeling van het aandeel e-boeken in Frankrijk en Duitsland ligt achter op de ontwikkeling in de Verenigde Staten, maar ook op die in het Verenigd Koninkrijk. Een ontwikkeling die in alle markten speelt, is de dalende omzet van paperbacks. De verwachting is dat het e-boek vooral de markt van paperbacks zal kannibaliseren. Het onderscheid tussen hard- en paperbacks is op de Nederlandse markt minder relevant. De markt voor hardbacks is in Nederland nauwelijks ontwikkeld.

### De Verenigde Staten lopen voorop...

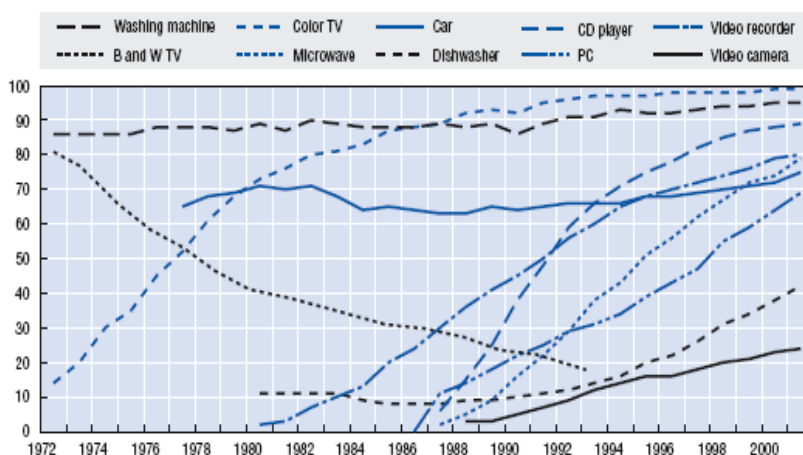
In de Verenigde Staten werden in 2010 77 miljoen algemene e-boeken verkocht, wat in stuks neerkomt op negen procent van de markt voor algemene boeken. Dat is exclusief de markt voor wetenschappelijke en professionele e-boeken. De omzet bedroeg ongeveer \$ 759 miljoen: zes procent van de waarde van de gehele boekenmarkt.

Tabel 3.16 Marktaandeel e-boek in de VS groeit snel

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
A-boeken	3.897,7	3.838,3	3.794,7	5.058,5	5.036,4	5.457,9	5.158,0	5.127,1	3.969,7
E-boeken	2,1	6,0	9,3	16,0	25,2	31,7	61,3	169,5	345,3
% E-boeken	0,05%	0,16%	0,25%	0,32%	0,50%	0,58%	1,19%	3,31%	8,70%

Bron: Association of American Publishers

Figuur 3.17 Acceptatie van een aantal nieuwe technologieën in Nederland sinds 1972



Bron: OECD, 2004: *OECD Information Technology Outlook 2004*

De onstuimige ontwikkeling van het e-boek in de VS (Tabel 3.16) wordt grafisch weergegeven in Figuur 3.18, waarin tevens de ontwikkeling van het fysieke boek is afgedrukt. Het e-boek is in het steile deel beland van de curve die kenmerkend is voor de succesvolle acceptatie van nieuwe technologieën. Van tevoren is vaak lastig in te schatten hoe de adoptiecurves zich zullen ontwikkelen. Wel is duidelijk dat de curves nu sneller worden doorlopen dan veertig jaar geleden. Zoals in Figuur 3.17 is te zien, had de kleurentelevisie nog ruim 15 jaar nodig om van een 15 procent penetratie te groeien naar een 90 procent penetratie. De magnetron had slechts de helft van de tijd nodig om dicht naar de uiteindelijke penetratie te groeien. Bij de mobiele telefoon is deze adoptie nog sneller gegaan.

Hoewel moet worden aangetekend dat niet iedere technologie een marktpenetratie of marktaandeel in de buurt van 100 procent bereikt – zie bijvoorbeeld de videocamera in Figuur 3.17 – is de groei van het marktaandeel van het e-boek in de VS sinds 2008 zeer steil en zeker niet ten einde. In februari 2011 werd ruim 200 procent meer omzet uit e-boeken gehaald dan in januari 2010. Over de eerste twee maanden van 2011 was de omzet van e-boeken in de Verenigde Staten daarmee groter dan die van paperbacks, waarmee het e-boek op de Amerikaanse markt voor het algemene boek het dominante formaat is geworden.<sup>107</sup> E-boeken lijken in de VS vooral paperbacks te kannibaliseren. De omzet van paperbacks voor volwassenen was in maart 2011 bijna 8 procent lager dan in maart 2010, terwijl de omzet van hardcovers juist met 6 procent was gestegen ten opzichte van een jaar daarvoor. Voor de totale markt voor fysieke boeken gold een daling van de omzet met 24,8 procent (AAP, 2011). Dat laat zien dat e-boeken in de VS momenteel snel marktaandeel winnen en dat er sprake is van kannibalisatie.<sup>108</sup> Tussen april 2010 en april 2011 groeide de omzet van e-boeken met meer dan 150 procent en kwam het aandeel in de totale omzet op 16,7 procent (American Association of Publishers, 2011). Voor 2014 wordt een omzetaandeel van 36 procent verwacht.<sup>109</sup>

Als belangrijkste aanjager van deze explosieve groei geldt de aankoop van e-boeken door consumenten die tijdens de kerstperiode aan het eind van 2010 een e-reader of een tablet cadeau kregen. Opvallend aldus het onderzoek is dat er relatief veel backlist titels<sup>110</sup> gekocht werden, onder meer door mensen die na het lezen van een recent werk van een auteur ook de eerder uitgebrachte werken aanschaffen.<sup>111</sup> De totale markt in de Verenigde Staten is in 2010 licht gestegen, maar de markt voor printboeken is juist wat gedaald.

<sup>107</sup> Merk op dat de ontwikkelingen sneller gaan dan bijvoorbeeld vorig jaar voorspeld door PWC in *Turning the Page: The Future of e-books*. Zij voorspelden een aandeel e-boeken van net boven de 10 procent in het eerste kwartaal van 2011. Het huidige niveau zou pas eind 2013 bereikt worden.

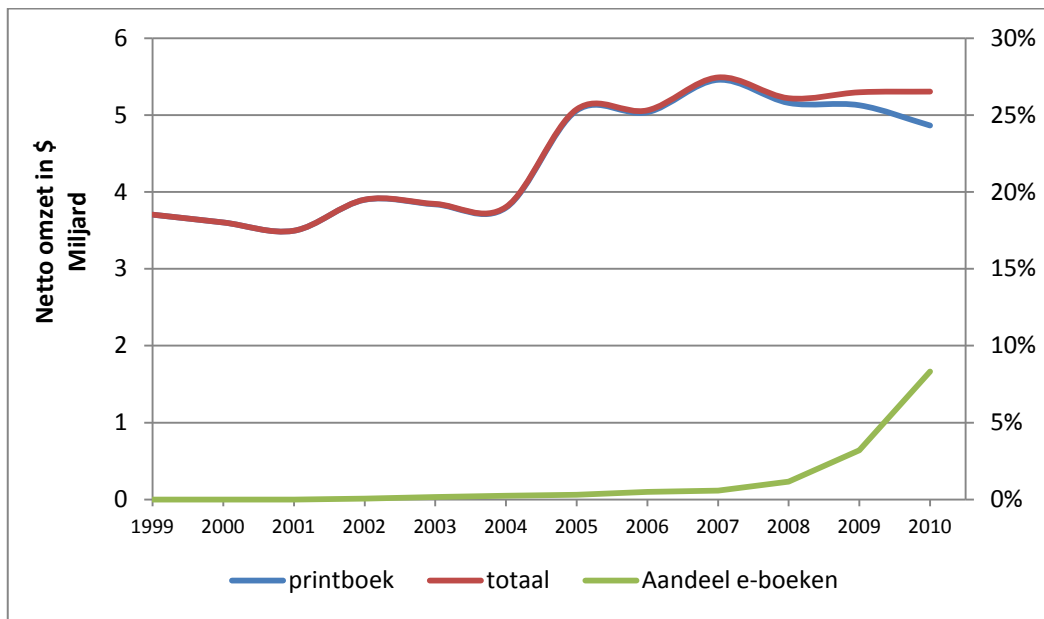
<sup>108</sup> In tegenstelling tot het creëren van extra vraag geeft de term kannibalisatie hier aan dat de omzet van e-boeken deels ten koste gaat van de omzet van printboeken.

<sup>109</sup> Sara Lloyd (Digital director at Pan Macmillan UK). Voordracht tijdens de 8e Internationale Non-Fictie Conferentie, 28 & 29 januari, Amsterdam (Dutch Foundation for Literature).

<sup>110</sup> Dit zijn niet-recente titels die nog altijd verkocht worden.

<sup>111</sup> *Popularity of Books in Digital Platforms Continues to Grow, According to AAP Publishers February 2011 Sales Report. E-Books Rank as #1 Format among All Trade Categories for the Month.* American Association of Publishers, April 14, 2011.

Figuur 3.18 e-boek in de VS groeit explosief



Bron: SEO Economisch Onderzoek op basis van *Association of American Publishers*

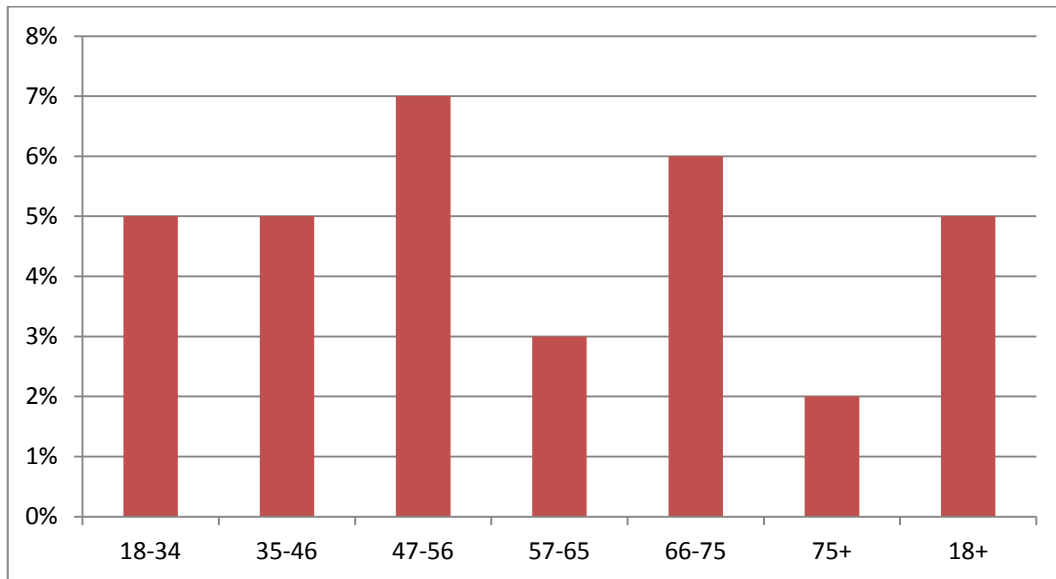
Eind 2010 beschikte zo'n 5,4 procent van de Amerikanen over een e-reader en had 10 procent van de Amerikaanse volwassen internetgebruikers wel eens betaald voor e-boeken (Jansen, 2010, p. 8). Vrouwen en de leeftijdsgroep 30-49 zijn oververtegenwoordigd. Volgens voorspellingen zal het e-readerbezit eind 2011 ongeveer 8,7 procent bedragen en eind 2012 zo'n 12 procent.<sup>112</sup> Daarnaast groeit ook het bezit van tablets snel.

Onderzoek van PEW Internet geeft de verdeling over leeftijdsgroepen per september 2010; de penetratie van de e-reader was toen 5 procent. De leeftijdsgroep 47-56 heeft relatief het vaakst een e-reader. Opvallend is verder dat het e-readerbezit het grootst is onder de laagste en de hoogste inkomensgroep.<sup>113</sup>

<sup>112</sup> <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1008404> Eén op de drie gebruikers geeft aan zijn e-reader gezamenlijk te gebruiken. Het werkelijke bereik van de e-readers was dus minimaal 7 procent.

<sup>113</sup> In dezelfde periode had 4 procent een tablet. De leeftijdsverdeling laat een gebruikelijkere verdeling zien van gadgetbezit dan bij e-readers. Consumenten tot 46 jaar zijn oververtegenwoordigd in het gebruik van tablets.

Figuur 3.19 E-reader bezit onder volwassenen in de Verenigde Staten



Bron: (Zickuhr, 2011, p. 13)

Dat de snelle opmars van het e-boek zich ook vertaalt in een positieve dynamiek voor individuele uitgevers laten de eerste kwartaalresultaten 2011 van het Amerikaanse Simon & Schuster zien. Achttien procent van de omzet kwam uit digitale content, een verdubbeling ten opzichte van het jaar daarvoor. De digitale omzet bestond uit 17 procent e-boeken en 1 procent audioboeken. Weliswaar is er duidelijk kannibalisatie – de omzet in print daalde in alle segmenten – maar per saldo zijn de ontwikkelingen gunstig. Het concern rapporteerde over de eerste drie maanden van 2011 een verdubbeling van de winst. Een ander belangrijk uitgeefconcern, Hachette, rapporteerde over het eerste kwartaal 2011 een stijging van digitale content van 88 procent, waarmee het digitale aandeel uitkwam op 22 procent.<sup>114</sup> Forrester presenteerde onlangs een onderzoek onder het management van de Amerikaanse uitgeverijsector. Daar verwacht men in 2014 een dominante positie van het e-boek op de Amerikaanse markt.<sup>115</sup> Opvallend is dat uitgevers in de VS ook al voor de doorbraak van het e-boek in 2010 en 2011 positiever stonden tegenover e-boeken dan uitgevers op het Europese continent (PWC, 2010, p. 2).

<sup>114</sup> Simon and Schuster Results U, Digital Doubles. Publishers Weekly, May 4, 2011 (Jim Milliot).

<sup>115</sup> Sara Lloyd, t.a.p.

Figuur 3.20 E-boekenverkoop American Assassin

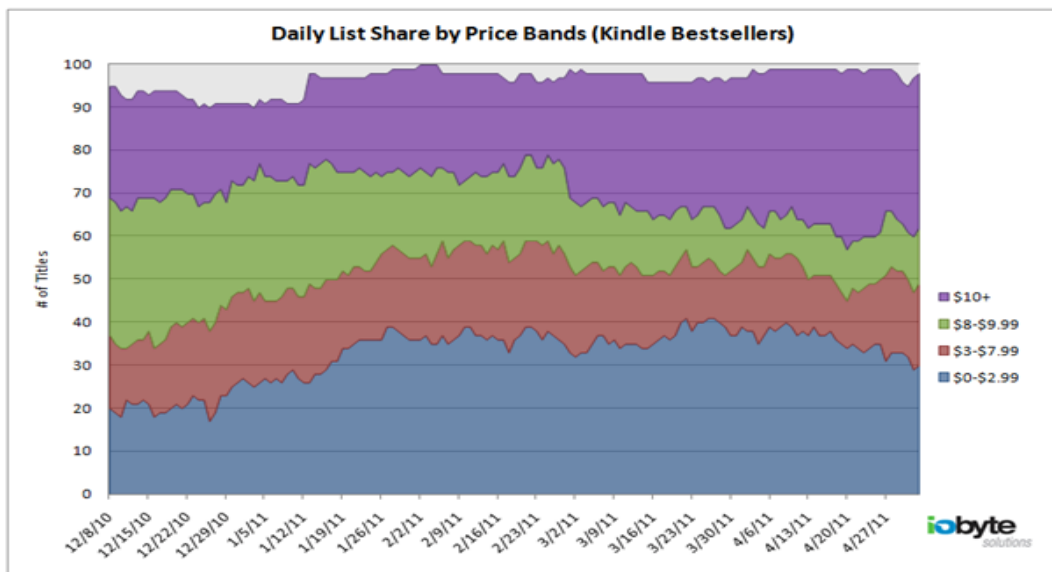


Bron: digitalworld.com

Gegevens over prijselasticiteiten van e-boeken in de VS zijn overwegend anekdotisch. In Figuur 3.20 is bijvoorbeeld te zien hoe de bestseller American Assassin reageerde op een prijsverlaging van \$ 12,99 naar \$ 8,99 en hoe de ranking van het boek in de top 100 weer snel omlaag gaat bij een hogere prijs.

Deze gevoeligheid voor prijsverlagingen impliceert echter niet dat de prijzen van e-boeken sterk onder druk staan of een neerwaartse trend volgen. In de top-100 best verkochte e-boeken bij Amazon is tussen eind augustus 2010 en eind april 2011 een opvallend patroon te zien. Figuur 3.21 laat zien dat zowel het aandeel laag geprijsde (< \$2,99) als het aandeel hoog geprijsde (>\$10) e-boeken in deze maanden is toegenomen.

Figuur 3.21 Prijzen van beste verkochte 100 titels op Amazon



Bron: digitalbookworld.com2011/05042011

Dit beeld wordt bevestigd door een steekproef van e-boekprijzen bij de twee grootste verkopers van e-boeken in de VS, Amazon en Barnes & Noble. Per 24 mei 2011 zijn de prijzen vergeleken van de vijf fictie- en non-fictieboeken die op dat moment volgens de New York Times het meest verkocht werden als ook een drietal iets oudere politieke biografieën. De voordeligste uitgaven zijn vet gemarkeerd. Wat opvalt is, dat e-boeken niet altijd het voordeligst zijn: vooral bij Amazon is de paperback geregeld lager geprijsd dan het e-boek en in een aantal gevallen komt ook over beide aanbieders samen het e-boek niet als goedkoopste uit de bus. Zo zijn alle biografieën in de steekproef als paperback goedkoper dan als e-boek.<sup>116</sup> Dit beeld blijft bestaan wanneer een breder deel van het aanbod wordt beschouwd, al komen dan ook titels in beeld waar geen copyright meer op rust en die als e-boek voor \$ 0,00 worden aangeboden.

**Tabel 3.22 Prijsvergelijking Amazon en Barnes en Nobles: e-boeken zijn niet altijd voordeliger**

	Amazon			Barnes & Noble		
	e-boek	Paper-back	Hard-cover	e-boek	Paper-back	Hard-cover
<b>Top-5 gecombineerde ranking E-book fictie en print (top-5 per 24/05)</b>						
1. WATER FOR ELEPHANTS, by Sara Gruen	<b>4,17</b>	7,99	16,29	6,39	7,99	N/a
2. BURIED PREY, by John Sandford	17,53	N/a	14,71	<b>12,99</b>	N/a	15,73
3. DEAD RECKONING, by Charlaine Harris	13,79	N/a	16,77	<b>12,99</b>	N/a	15,65
3. DEAD RECKONING, by Charlaine Harris	16,01	N/a	N/a	N/a	N/a	N/a
4. 10TH ANNIVERSARY, by James Patterson and Maxine Paetro	18,60	N/a	14,28	<b>12,99</b>	N/a	15,39
5. SOMETHING BORROWED, by Emily Giffin	N/a	8,99	16,47	<b>7,99</b>	<b>7,99</b>	22,48
<b>Top-5 gecombineerde ranking e-boek en print non-fictie</b>						
1. LIES THAT CHELSEA HANDLER TOLD ME, by Chelsea Handler et al	N/a	N/a	13,08	<b>11,99</b>	N/a	17,59
2. HEAVEN IS FOR REAL, by Todd Burpo with Lynn Vincent	6,13	9,34	N/a	<b>6,13</b>	9,43	N/a
3. BOSSYPANTS, by Tina Fey	N/a	<b>10,87</b>	13,97	12,99	N/a	15,87
4. IN THE GARDEN OF BEASTS, by Erik Larson	N/a	N/a	13,78	<b>12,99</b>	N/a	14,30
5. DOES THE NOISE IN MY HEAD BOTHER YOU?, by Steven Tyler	13,79	17,66	15,20	<b>12,99</b>	N/a	19,99
<b>Biografieën</b>						
Living history (Hillary Rodham Clinton)	13,79	<b>10,88</b>	19,60	12,99	11,26	21,29
A Journey (Tony Blay)	16,95	<b>12,92</b>	21,66	18,99	N/a	21,66
My Life (Bill Clinton)	13,79	12,89	21,41	14,99	<b>7,75</b>	21,41

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. websites New York Times, Amazon en Barnes & Noble \* prijzen in Amerikaanse dollars (\$), dikgedrukt is goedkoopste versie

### ... gevolgd door het Verenigd Koninkrijk

In het Verenigd Koninkrijk werden er in 2010 3,7 miljoen algemene e-boeken verkocht (1,5 procent van de totale markt), goed voor een omzet van £ 31 miljoen. De verwachting is dat het aandeel in 2014 is gestegen naar 13 à 14 procent.<sup>117</sup> Wanneer de gehele markt in ogenschouw wordt genomen, dus inclusief de wetenschappelijke en de professionele, bedroeg de digitale omzet in 2010 £ 180 miljoen, zes procent van de totale markt. Daarvan wordt een substantieel

<sup>116</sup> De prijsverschillen geven aan dat dit geen gevolg is van *agency pricing*.

<sup>117</sup> Sara Lloyd, t.a.p.

deel ingenomen door wetenschappelijke en professionele boeken: 72 procent. Het aandeel van het algemene boek op de e-boekenmarkt neemt echter toe. De algemene e-boekenmarkt groeit met 318 procent ten opzichte van 2009 harder dan de professionele en academische, waar het digitale boek al meer dan een decennium ingang heeft gevonden. De CEO van de Britse Publishers Association verwoordt de verhouding tussen beide markten als volgt: “Wetenschappelijk en professioneel uitgeven, waarin de digitale platformen al een tiental jaren geleden zijn omarmd, blijft leidend in het veld. Maar nu door de technologische ontwikkelingen steeds meer consumenten de beschikking krijgen over een e-reader, wordt er ook een snelle groei van digitale verkopen in de algemene markt zichtbaar, doordat uitgevers in de algemene boekenmarkt de digitale platforms voor het brede publiek gaan ontwikkelen.”<sup>118</sup>

Opvallend is dat de ontwikkeling van de e-boekenmarkt in veel gevallen wordt gezien als het resultaat van de activiteiten van enkele grote concerns in de verschillende landen, die hun oorsprong kennen in de digitale dienstverlening of technologie. De introductie van de Kindle van Amazon op de Britse markt met een specifiek aanbod van e-boeken wordt gezien als een belangrijke accelererende kracht op de markt. Op dezelfde manier heeft Apple met de iPad een relevante invloed. De activiteiten van deze concerns in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk hebben dan ook een doorslaggevende invloed op de marktontwikkeling. Een concern dat vanuit de traditionele boekenwereld meedoet in de dit spel is Barnes en Nobles met de eigen e-reader, de Nook.

Interessant is ook de ontwikkeling van het belang van verschillende platforms en terminals via welke e-boeken de consument bereiken. Momenteel zijn de specifieke apparaten veruit leidend in de markt. De multifunctionele tabletcomputers, met de iPad overduidelijk in the lead, zijn in het Verenigd Koninkrijk slechts goed voor zeven procent van de e-boek aankopen. De resterende 93 procent gaat naar de verschillende e-readers.<sup>119</sup> De verwachting is dat tablets belangrijker gaan worden voor e-boeken. Voor 2014 wordt een aandeel van om en nabij de vijftig procent voor e-boeken verwacht.<sup>120</sup> Overigens laat recent onderzoek zien dat één op de zeven Amerikaanse consumenten die gebruikmaakt van e-readers of tablets, meerdere van deze apparaten in huis heeft.<sup>121</sup> Een nieuwe partij die zich onlangs heeft gemeld in de concurrentiestrijd om de consument van e-boeken is het Canadese Koboo. Dit bedrijf koestert bijzondere ambities voor de Europese continentale markt. Voor de tabletmarkt wordt allerwegen concurrentie verwacht voor Apple van apparaten met het Android besturingssysteem aan boord. Wanneer de recente trends op de *smartphone*-markt in de Verenigde Staten een indicatie zijn voor de ontwikkelingen op de tabletmarkt, dan liggen er interessante tijden in het verschiet: in de VS worden momenteel meer Android smartphones verkocht dan iPhones.

---

<sup>118</sup> The Publishers Association reveals accelerated growth in 2010 digital book market. Press Release, May 3, 2011. Engels citaat: “Academic and professional publishing, which embraced digital platforms over a decade ago, continues to lead the field. But now that technology is putting e-reading devices into consumers’ hands, we are starting to see the rapid growth of digital sales in this area too, as consumer publishers develop digital formats to reach wider audiences.”

<sup>119</sup> Mobile devices hebben vrijwel geen betekenis, in het Verenigd Koninkrijk minder dan één procent.

<sup>120</sup> Sara Lloyd, t.a.p.

<sup>121</sup> Apple iPads, Amazon Kindles and Sony e-readers part of Multi-tablet households study says. Los Angeles Times, December 21, 2010.

## Frankrijk

Frankrijk beoogt de vaste prijs voor het e-boek wettelijk te regelen, zo is uitvoerig aan de orde gekomen in het vorige hoofdstuk. Het marktaandeel van het e-boek loopt in Frankrijk iets voor op Nederland. De omzet uit e-boeken is tussen 2008 opgelopen van 0,1 procent van de totale boekenmarkt naar 0,5 procent in 2009 tot ongeveer 1,5 procent (€ 68 miljoen) van de markt in 2010 (Sénate, p. 10). Eind 2010 waren ongeveer 80 duizend e-titels beschikbaar tegenover 600 duizend printtitels. Dit komt neer op een titelaanbod van ruim 13 procent (Senate, p. 10), ongeveer achtmaal zoveel als in Nederland.

Van gedrukte boeken loopt slechts een kwart van de verkoop in Frankrijk via de boekhandel. Bijna een kwart gaat via in cultuur gespecialiseerde warenhuizen (*Le secteur du livre: Chiffres clés 2009-2010*, 2011, p. 2). Internetverkoop was goed voor 10 procent van de omzet en boekenclubs voor 14 procent. Van de ruim 60 duizend verkochte boeken in 2009, komt bijna 50 procent van de omzet uit boeken die buiten de top 10 duizend vallen. 34 procent van de omzet wordt behaald met boeken die tussen duizend en 10 duizend best verkochte titels zitten.

**Tabel 3.23 Long tail in Frankrijk**

Best verkochte titels	Aandeel in de totale omzet
5	1,1%
10	1,7%
1000	16,7%
10.000	51,1%

Bron: (*Le secteur du livre: Chiffres clés 2009-2010*, 2011)

Uit een consumentenonderzoek uitgevoerd in 2009 bleek dat 5 procent van de Fransen wel eens een e-boek heeft gelezen. Hiertegenover staat dat 30 procent aangaf een roman als e-boek te willen lezen (*Le livre sera-t-il numérique?*, 2010).

## Duitsland

De omzet van e-boeken in Duitsland maakte in 2010 slechts zo'n 0,5 procent van de gehele omzet van de boekenmarkt uit, maar consumenten in Duitsland geven aan klaar te zijn voor het gebruik van e-boeken: uit onderzoek van GfK blijkt dat 54 procent van de lezers in Duitsland zou overwegen een e-reader aan te schaffen. Onder jongeren en studenten is dit percentage zelfs 86 procent. Het titelaanbod van e-boeken in Duitsland is aanzienlijk groter dan in Nederland, zo is te zien in Tabel 3.24.

**Tabel 3.24 Titelaanbod e-boeken in Duitsland is veel hoger dan in Nederland**

Genre	Percentage beschikbaar als e-boek
Non-fictie	33%
Wetenschappelijke boek	30%
Vakboeken	28%
Gidsen	15%
Fictie	11%
Kinder- en jeugdboeken	10 %
Schoolboeken	3%

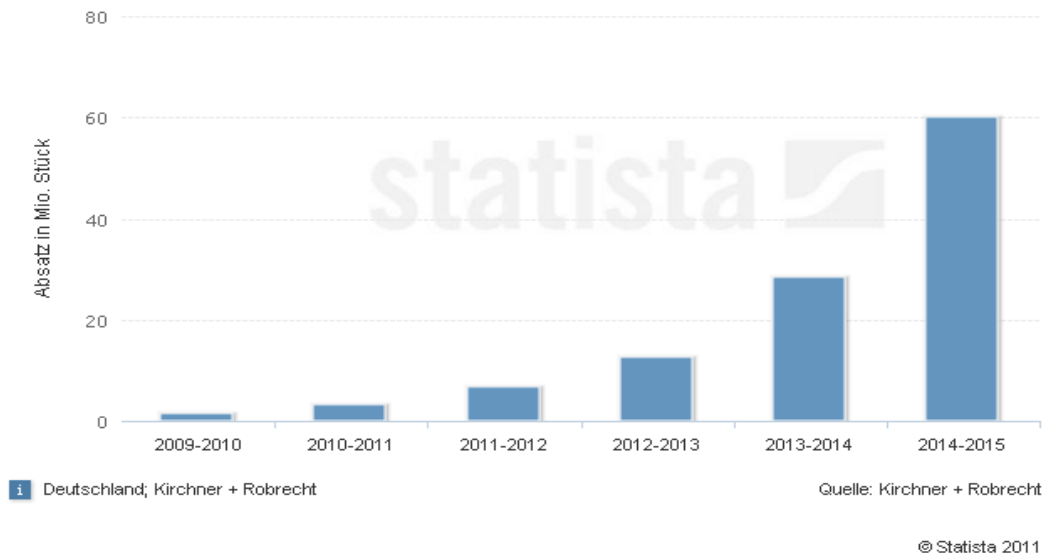
Bron: Börsenverein des Deutschen Buchhandels 2011



De huidige prijsstelling lijkt een snelle ontwikkeling van de markt in Duitsland echter in de weg te staan (Spiegel, Patalong, 2010). Toch voorspellen analisten in Duitsland een groei van de afzet van 2 miljoen nu naar ongeveer 60 miljoen in 2014-2015. Dit zou neerkomen op een marktaandeel van ongeveer 15 procent (Statista 2011).<sup>122</sup> In 2011 wordt een grote sprong verwacht door de stijgende verkoop van e-readers en tablets op de Duitse markt.

**Figuur 3.25** Verwachte afzetontwikkelingen e-boeken in Duitsland

### Prognose zum Absatz von eBooks\* (in Mio. Stück) in Deutschland bis 2015



Bron: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/38689/umfrage/absatz-von-ebooks-in-deutschland/>

De prijsstelling van e-boeken wordt in Duitsland beïnvloed door de gehanteerde vaste boekenprijs. Deze prijsbinding geldt voor e-boeken die de facto een digitale versie zijn van het gedrukte boek.<sup>123</sup> De prijs van de elektronische versie is in de meeste gevallen gelijk aan de prijs van de goedkoopste fysieke uitgave. Consumenten ervaren de prijzen van e-boeken als te hoog, waardoor de markt zich niet op volle snelheid ontwikkelt. Daardoor is in Duitsland een discussie op gang gekomen over de voor- en nadelen van prijsbinding van e-boeken. Tegenstanders noemen verstoring van de marktwerking en internationale concurrentiedruk als belangrijkste nadelen. Hierdoor zou de prijs van boeken volgens hen onnodig hoog blijven.

Uitgevers en boekhandels in Duitsland zijn voorstander van prijsbinding. Zij vrezen prijsdalingen en een monopoliepositie voor partijen als Amazon. De Duitse boekverkopersbond vreest dat indien de vaste boekenprijs wordt losgelaten partijen als Amazon door middel van prijsdumping de prijsperceptie van e-boeken bij de consument negatief beïnvloeden. Ze zouden gewend raken aan te lage prijzen. Daar tegenover wordt geopperd dat de prijsstrategie van aanbieders van e-boeken in Duitsland op lange termijn niet vol te houden is. In Zwitserland worden dezelfde Duitstalige e-boeken 50 procent onder de prijs van het e-boek in Duitsland aangeboden, ook aan

<sup>122</sup> Voorspellingen in een rapport van PwC zijn conservatiever. Zij schatten een marktaandeel van ongeveer 6 procent e-boeken in 2015 (PwC, 2010, p. 30). De ontwikkelingen in de VS laten echter zien dat deze voorspellingen te conservatief zijn.

<sup>123</sup> Wel geldt een hoger BTW-tarief voor e-boeken (zie Tabel 3.15).

consumenten in Duitsland. Weekblad Der Spiegel verwondert zich daarom over het feit dat er in Duitsland überhaupt e-boeken worden verkocht (Spiegel 01-02-2010). Inmiddels blijkt dat Duitse uitgevers zijn overgegaan tot een boycot van Zwitserse leveranciers van e-boeken met grote korting.<sup>124</sup>

**Tabel 3.26 Duitse markt is nog erg klein**

Kerngegevens Duitsland 2010	
Omzet e-boeken	€ 21,2 miljoen
Aandeel e-boeken in omzet	0,5 procent
Afzet	2 miljoen
Gemiddelde prijs e-boek	€ 10,60
Aantal e-boekkopers	540 duizend
Omzetontwikkeling boekenmarkt t.o.v. 2009	+0,5%
Omzetontwikkeling hardcover t.o.v. 2009	+1,60%
Omzetontwikkeling paperback t.o.v. 2009	-1,60%

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. Börsenverein des Deutschen Buchhandels & GfK

Boekhandelaren hebben verschillende verwachtingen van e-boeken. Enkelen hopen dat de Duitse lezer gehecht blijft aan het gedrukte boek; in een snelle omschakeling naar e-boeken zien zij een gevaar voor hun eigen voortbestaan. Tegelijkertijd ziet ongeveer de helft van de boekhandelaren kansen, omdat e-boeken het ruimteprobleem in de boekhandel op kan lossen. De ontwikkelingen in de boekenmarkt laten zien dat de boekhandel vooral terrein verliest aan de internetboekhandel, maar ook aan de uitgever die direct aan consumenten verkoopt (Börsenverein des Deutschen Buchhandels 2011). Bij een toenemende verkoop van e-boeken valt te verwachten dat de boekhandel nog meer terrein zal verliezen.

**Tabel 3.27 Boekhandel verliest terrein**

Verkoopkanalen 2009	Aandeel	Ontwikkeling t.o.v. 2008
Boekhandel	52%	+0,1%
Rechtstreekse verkoop door uitgever	18%	+3,8 %
Internetboekhandel	16%	+20,8%

Bron: Börsenverein des Deutschen Buchhandels 2011

Er is een belangrijk verschil te zien tussen grote en kleine uitgevers. Vooral kleine uitgevers vrezen dat e-boeken kostenverhogend zijn zonder dat daar een hogere omzet tegenover staat (Bawaba, 2010; PWC, 2010, p. 12). 67 procent van de grote uitgeverijen biedt e-boeken aan, terwijl slechts 28 procent van de kleinere uitgeverijen dat doet.

De vaste boekenprijs voor e-boeken in Duitsland kent een aantal belangrijke uitzonderingen. Bij het gebruik van multimediale toepassingen geldt geen vaste boekenprijs. Ook voor boeken die met toestemming van de uitgever in een wetenschappelijke database terechtkomen, geldt geen vaste prijs. Tot slot kunnen hoofdstukken worden verkocht, waarvoor ook geen vaste boekenprijs geldt (Die wichtigsten Fragen zur Preisbindung von E-Books, 2011).<sup>125</sup>

<sup>124</sup> <http://www.exlibris.ch/buecher-buch/ebooks/>

<sup>125</sup> <http://www.preisbindungsgesetz.de/content/aktuelles/1081-die-wichtigsten-fragen-zur-preisbindung-von-e-books.htm>

### 3.3 Conclusies

2010 liet voor het eerst in jaren een daling zien van de omzet uit A-boeken en wel met 3,5 procent. Hoewel harde cijfers voor de Nederlandse markt ontbreken, is aannemelijk dat de fysieke boekhandel jaarlijks terrein verliest tegenover de online verkoop van gedrukte boeken, zoals bijvoorbeeld duidelijk uit de Duitse marktcijfers blijkt. Online boekhandels hebben vooral, door de scheve verdeling van de boekverkoop over het titelaanbod, een voordeel in de *long tail*. Een tweede, ook voor het e-boek, zeer relevante eigenschap van de boekenmarkt is het moment waarop de omzet wordt gemaakt. Dat is voor meer dan de helft in het eerste jaar na de uitgave.

In Nederland is de e-boekenmarkt, met ongeveer één procent van de afzet, nog klein. Wanneer het beperkte aanbod van e-titels echter in ogenschouw wordt genomen, is de conclusie gerechtvaardigd dat het e-boek wel degelijk gewild is bij de Nederlandse lezer. In Duitsland is bijvoorbeeld een veel groter deel van het aanbod digitaal beschikbaar dan in Nederland, maar is het marktaandeel van het e-boek kleiner. Uitgevers en auteurs staan uit angst voor omzetverlies toch nog vaak huiverig tegenover het uitgeven van e-boeken: minder dan 1,5 procent van de in druk beschikbare boeken, was eind 2010 ook als e-boek beschikbaar. Gunstige cijfers uit de VS laten echter zien dat digitalisering van het boekenaanbod niet ten koste hoeft te gaan van de winstgevendheid van uitgevers. En anders dan vaak gevreesd, is de vermeende prijserosie door prijsdumping van e-boeken er gekeerd: inmiddels liggen de prijzen van veel e-boeken er zelfs hoger dan van paperbacks.

In de Verenigde Staten is de e-boekenmarkt inmiddels gegroeid tot boven de 15 procent van de omzet. 65 procent van de e-boeken bereikt de consument via marktleider Amazon. De traditionele boekhandel Barnes & Noble is met 25 procent ook een grote speler. Veel uitgevers bepalen net als in het Verenigd Koninkrijk de verkoopprijs op basis van het agentuurmodel. Amazon accepteerde dit model aanvankelijk niet, maar ging bij de intrede van Apple uiteindelijk toch mee. Zoals eerder aangehaald zal nog moeten blijken of de mededingingsautoriteiten dit model zullen accepteren.



## 4 Bouwstenen voor toekomstscenario's

*De toekomst van de e-boekenmarkt in Nederland zal de komende jaren primair afhangen van de strategie van aanbieders. Een bepalende factor daarbij is het beleid van de overheid.*

### 4.1 Vraag en gedrag consument

Momenteel is de omvang de e-boekenmarkt in Nederland nog bescheiden, maar deze groeit explosief, terwijl de markt voor fysieke boeken stagneert. Bovendien is de beperkte omvang voor een belangrijk deel in verband te brengen met het beperkte aanbod: slechts 1,6 procent van het gedrukte titelaanbod was april 2011 als e-boek beschikbaar. Er is dan ook vrijwel niemand die durft te beweren dat het e-boek niet tot ontwikkeling zal komen. Wel bestaat er onzekerheid over het tempo waarin dit zal gebeuren, en de toekomstige verhouding tussen gedrukt boek en e-boek. Zal er sprake zijn van een proces van substitutie of ligt de toekomst in een hybride constellatie waarbij fysieke boeken en e-boeken hand in hand gaan en in sommige velden het e-boek de boventoon voert en in andere het fysieke boek wellicht dominant is? Dat laatste zou voor de hand liggen wanneer ook hier het verschijnsel opgaat dat bij de komst van nieuwe media de oude niet verdwijnen, maar een andere rol in het dagelijks leven gaan spelen. Zo heeft de televisie de bioscoop niet verdrongen en bestaat het theater ook nog steeds. Daar staat tegenover dat langspeelplaten (lp's) sinds de doorbraak van de cd gemarginaliseerd zijn en videobanden net als fotorolletjes hard op weg zijn het lot van de muziekcassettes en 8-millimeterfilms te ondergaan door te verdwijnen. De scheidslijn lijkt te liggen tussen media die als drager vervangen worden door een nieuwe drager die in (vrijwel) alle opzichten superieur is, en media die meer complementair van karakter zijn. Bepalend zal zijn in hoeverre elektronisch lezen ingang vindt bij consumenten en in welke mate nieuwe generaties voordelen blijven ervaren bij papier als drager.

In hoeverre waardeert de consument de eigenschappen van een e-boek ten opzichte van een fysiek boek? Volgens de *Diffusion of Innovation Theory* (DOI) van Everett Rogers (1962) gaan mensen sneller over tot het gebruik van nieuwe technologieën wanneer deze:

1. grote relatieve voordelen bieden ten opzichte van de eerdere,
2. compatibel zijn met de oudere technologieën,
3. niet complex zijn in het gebruik,
4. deze makkelijk uit te proberen zijn,
5. zichtbaar zijn in het gebruik.

De ervaren voor- en nadelen van e-boeken zijn het meest bepalend voor de snelheid waarmee consumenten e-boeken omarmen. Een vertragende factor is dat het e-boek en de e-reader complementaire goederen zijn, zoals bijvoorbeeld ook de cd-speler en de cd: de een kan niet zonder de ander. Anders bezien: de e-reader is niet technisch compatibel met het oude format, het gedrukte boek, al doen producenten van e-readers hun uiterste best met de elektronische verschijningsvorm en leeservaring zo dicht mogelijk aan te sluiten bij die van het gedrukte boek, met accentuering van de evidente voordelen van e-reader en e-boek.<sup>126</sup> Dit maakt de doorbraak

---

<sup>126</sup> Zie ook: Paul Rutten (2011) Een ebook is geen boek. *Informatieprofessional*, 06, pp. 20-23.

in principe moeizamer dan bij producten die op zichzelf staan, zoals een magnetron of een mp3-speler. De complexiteit van het gebruik van e-boeken wordt daarentegen doorgaans niet als hoog ervaren en het gebruik is zichtbaar.

### E-readers

De eerste stap voor de consument om een e-boek te kunnen gaan lezen is de aanschaf van een apparaat om dat mogelijk te maken. De e-reader benadert de leeservaring van het fysieke boek het meest. Dat bleek in het voorgaande hoofdstuk uit onderzoek in het Verenigd Koninkrijk en dat blijkt ook uit onderzoek in Nederland (Bakker, 2010). E-ink-technologie zorgt – meer dan bijvoorbeeld LCD-schermen – voor een rustige leeservaring. LCD-schermen blijken minder geschikt voor lezen gedurende lange tijd. Dit komt zowel door het hogere energieverbruik van de tablet (waardoor de batterijduur beperkt is) als door het beeldscherm dat vermoeiender is voor langdurig lezen. Ook presteren LCD-schermen in fel licht veel minder goed dan e-inkschermen, die juist beter worden in zonlicht.

Tablets zoals de iPad geven consumenten daarentegen veel meer mogelijkheden dan e-readers op het gebied van bewegend beeld en geluid, en koppeling met het internet. De verwachting is daarom dat de tablets een toenemend deel van de markt voor elektronisch lezen zullen gaan innemen en dat zij de beslissende impuls aan de e-boekenmarkt zullen geven. Anderzijds is eind 2010 het eerste kleurenscherm op basis van e-ink-technologie gelanceerd, wat de positie van de e-reader juist weer versterkt. Momenteel is de e-reader het dominante apparaat in de elektronische leesmarkt. De verwachting is dat tablets in de komende jaren terrein gaan winnen.

De e-reader is momenteel vooral geschikt voor het lezen van teksten, waarvan boeken een belangrijk onderdeel vormen. De browsmogelijkheden op het internet zijn ten opzichte van tablets nog beperkt, maar worden wel steeds gangbaarder. Internettoegang is voorlopig in Nederland beperkt tot LAN (prijzen vanaf € 125) en Wifiverbindingen (prijzen vanaf € 175)<sup>127</sup>, maar de nieuwere e-readers van Amazon bieden zowel in de VS als in Europa een continue verbinding met de e-bookstore via mobiele netwerken. Daarmee is het mogelijk op elke plek e-boeken te downloaden en de e-reader wint daarmee aan functionaliteit. De prijzen van e-readers zijn zowel in de VS als in Europa de afgelopen tijd substantieel gedaald, maar liggen in de VS aanzienlijk lager dan hier.

In 2009 werden er in Nederland omstreeks 50 duizend e-readers verkocht. In 2010 waren dat er ongeveer 100 duizend en werden er daarnaast zo'n 250 duizend tablets verkocht (Intomart GfK). De verkoop heeft zich sindsdien versneld voortgezet. Dat impliceert dat er medio 2011 tussen 200 en 300 duizend e-readers in omloop zijn. Hoewel e-readers momenteel nog functionele beperkingen kennen, valt te verwachten dat die met de tijd zullen verdwijnen en ligt voor de langere termijn een integratie voor de hand van de mogelijkheden die tablets en e-readers bieden.

---

<sup>127</sup> Prijzen van mei 2011

### Voor- en nadelen van e-boeken voor de consument

Voor de *aanschaf* van e-boeken zijn de voor- en nadelen van e-boeken in vergelijking met gedrukte boeken van belang. Nederlandse consumenten die de intentie hebben een e-boek te kopen, zien vooral onderweg en op vakantie voordelen (GFK Custom Research April 2011). Dit houdt verband met de *draagbaarheid* en de *opslagcapaciteit* van e-readers, waardoor de lezer een keur aan boeken op de e-reader mee kan nemen. Ten derde waardeert de consument ook het *gemak* waarmee e-boeken kunnen worden aangeschaft en het feit dat het e-boek onmiddellijk na aanschaf ter beschikking staat. Dat laatste geldt ook voor aankopen bij de traditionele boekhandel, maar daarvoor moet wel de gang naar de boekhandel gemaakt worden en rekening gehouden worden met de openingstijden.<sup>128</sup> Amazon heeft dit potentiële voordeel maximaal uitgebuit, door een e-reader op de markt te brengen die kosteloos via een mobiel netwerk overal en altijd verbinding kan maken met de e-boekwinkel van Amazon.

In een onderzoek onder vijfhonderd lezers van e-boeken in Nederland gaf 75 procent aan het gewicht het belangrijkste voordeel vindt van e-boeken boven fysieke boeken. Eén op de drie lezers geeft aan het lezen van e-boeken prettiger te vinden dan het lezen in gedrukte boeken, terwijl 21 procent de lagere prijs aantrekkelijk vindt en het prettig vindt gekochte e-boeken onmiddellijk ter beschikking te hebben. En in een onderzoek uit 2008 gaf de helft van de studenten reeds een voorkeur aan voor e-boeken boven papier: e-boeken belasten het milieu niet,<sup>129</sup> zijn overal en altijd te raadplegen, gemakkelijk doorzoekbaar en handzaam in vervoer (2008 Global Student E-book Survey). Voor met name W-boeken maar bijvoorbeeld ook voor naslagwerken en reisgidsen is ook de *doorzoekbaarheid* een voordeel.

Tot zover gaat het om eigenschappen van e-boeken die verder identiek zijn aan gedrukte boeken of e-boeken die gedrukt zouden kunnen worden zonder verlies van functionaliteit. Dit type boek is te betitelen als *facsimile-e-boek*. Daarnaast zijn allerlei extra functionaliteiten mogelijk, die het gedrukte boek niet kan bieden en die tevens voordelen kunnen bieden: e-boeken kunnen worden verrijkt met *externe links* naar het internet of andere werken en met geluids- en videofragmenten (*multimediale toepassingen*). Ook is het mogelijk informatie te *updaten*: niet alleen errata of nieuwe inzichten van de auteur kunnen eenvoudig worden aangepast, maar ook gebruikersinformatie kan daarin een rol spelen. Voor bijvoorbeeld reisgidsen en kookboeken kan dat een extra dimensie toevoegen. Teksten worden dynamisch. De koppeling aan een *website of discussieforum* is eveneens een interessante mogelijkheid voor sommige genres. Er circuleren ook al modellen waarin het publiceren van boeken wordt vervlochten met *social* en zelfs *location based media*. Een digitaal boek dat is voorzien van zulke extra functionaliteiten kan worden aangeduid als *verrijkt e-boek*.<sup>130</sup>

Ten slotte is het mogelijk boeken *per hoofdstuk of deel te verkopen*. In principe is dat ook mogelijk met gedrukte boeken, maar daar zitten productietechnisch al snel beperkingen aan. Lonely Planet bijvoorbeeld biedt momenteel de mogelijkheid om een aantal reisgidsen digitaal per hoofdstuk

<sup>128</sup> Boekhandels bieden over het algemeen ook de dienst om boeken online te bestellen, maar daarmee is het boek nog niet direct in huis; de handel garandeert momenteel dat het de volgende werkdag thuisbezorgd wordt.

<sup>129</sup> Het is overigens maar de vraag of het lezen van e-boeken milieuvriendelijker is. Tegenover de milieubelasting die gepaard gaat met de productie van het boek, staat de milieubelasting die gepaard gaat met de productie en in mindere mate het gebruik van e-readers.

<sup>130</sup> Engelstalige bronnen spreken over *enhanced e-books*.

aan te schaffen; de consument kiest dan zelf welke hoofdstukken hij of zij wil. Dit maakt veel meer combinaties mogelijk dan productietechnisch haalbaar is voor gedrukte boeken.

Sommige van de hierboven genoemde eigenschappen van het e-boek kunnen in de ogen van de lezer ook een nadeel zijn. Het kopen van een fysiek boek kan een ervaring op zich zijn waar de lezer waardering voor heeft. Hetzelfde kan gelden voor het vasthouden en het in de boekenkast hebben staan van een fysiek boek. Ook de mogelijkheden voor particulieren om een e-boek uit te lenen aan vrienden en bekenden zijn bij het e-boek vaak beperkter dan bij een fysiek boek.<sup>131</sup> Daarnaast staat voorlopig tegenover de betere doorzoekbaarheid van e-boeken, verminderd overzicht bij het vluchtig ‘doorbladeren’ van een e-boek. Ook is het lastiger meerdere boeken naast elkaar te leggen, bijvoorbeeld voor studiedoelinden. Een laatste nadeel is de kwetsbaarheid van e-readers voor diefstal en beschadiging: een e-reader zal men minder snel naast het zwembad laten liggen wanneer men een duik neemt, en een beker limonade over een e-reader is funest.

In het voorgaande hoofdstuk werden enkele hoofdcategorieën en genres in de boekenmarkt onderscheiden. In hoofdstuk 2 kwamen respectievelijk het W(etenschappelijk)-boek, het S(tudie)-boek en het A(lgemene) boek aan de orde. Binnen de A-boek categorie gelden weer genre-onderscheiden als fictie, kinderboeken, non-fictie vrije tijd en non-fictie informatief.<sup>132</sup> De hiervoor genoemde voor- en nadelen van e-boeken zijn niet voor al die categorieën en subgenres in dezelfde mate relevant. Zo bieden de extra functionaliteiten op het gebied van externe verwijzingen en multimedia vooralsnog minder perspectief voor fictie dan voor bijvoorbeeld naslagwerken, reisgidsen en kookboeken, al zijn op dat gebied ontwikkelingen gaande die in de toekomst interessant kunnen zijn. Binnen het domein van het wetenschappelijke boek zijn dat soort toepassingen inmiddels al gemeengoed, in navolging van wat er in de wereld van *scholarly journals* is geïntroduceerd.

Dergelijke functionaliteiten van ‘verrijkte e-boeken’ staan in de algemene e-boekenmarkt nog in de kinderschoenen waarbij ze vooralsnog beter tot hun recht komen op tablets dan op e-readers. Daarmee is er niet alleen sprake van een verschillend belang van voor- en nadelen van e-boeken voor verschillende genres. Ook het tempo waarin zij aan de orde zijn verschilt, net als de relatieve geschiktheid van e-readers of tablets op verschillende deelmarkten. E-boeken in het fictiegenre zullen daarom in de komende jaren vermoedelijk minder radicaal veranderen dan e-boeken in non-fictie, waar tablets een wereld aan toepassingen te bieden hebben.

De verwachting is dat vooral in non-fictie ‘*stand alone*’-boeken, binnen het e-boek domein wel aangeduid als digitale facsimile, tot het verleden gaan behoren. Een belangrijk deel van de e-boeken wordt via digitale verwijzingen door *hyperlinks* onderdeel van een breed informatienetwerk, in essentie het internet.<sup>133</sup> Een van de voordelen van het digitaal publiceren en toegankelijk maken van teksten is dat indien de informatie erom vraagt, bijstellen en actualiseren van teksten voortdurend mogelijk is, evenals verwijzingen en koppelingen buiten

<sup>131</sup> Dit hangt af van het al dan niet gebruik van DRM, waarover verderop in de deze paragraaf meer. Overigens biedt Amazon ook binnen de kopieerbeveiliging mogelijkheden aan voor het legaal uitlenen van boeken.

<sup>132</sup> Daaronder liggen weer subgenres. Fictie bestaat onder andere uit literatuur en thrillers. Tot non-fictie vrije tijd behoren boeken over de natuur, eten en drinken, lifestyle, sport, hobby’s, gebundelde columns en waargebeurde verhalen. Non-fictie informatief bevat onder meer de ondergenres taal en cultuur, taal- en letterkunde, kunst, muziek en geschiedenis.

<sup>133</sup> Rutten (2007).



tekst. Teksten worden dynamisch en hoeven niet te wachten op een nieuwe druk om bijgesteld te worden. Bovendien kunnen ze onderdeel worden van een gemeenschappelijk creatieproces waarbij gebruikers de informatie verrijken door eigen toevoegingen, een praktijk van informatieverrijking die momenteel al wordt toegepast binnen het digitale culturele erfgoed en waarmee ook in de wetenschap volop wordt geëxperimenteerd.<sup>134</sup>

In een andere variant is het denkbaar dat boeken interactief worden en op die wijze nimmer de vorm van een gefixeerde tekst zullen aannemen. Onlangs vierde Wikipedia, nog steeds aangeduid als een online encyclopedie, haar tiende verjaardag. De naamstelling van de informatiedienst verwijst ook naar de alom bekende formule van de encyclopedie. Echter Wikipedia heeft zich inmiddels weg ontwikkeld van die formule. Uit het idee van een online encyclopedie heeft zich een informatiedienst ontwikkeld die toegang geeft tot een grote collectie bijna *rolling news stories* die per definitie permanent worden bijgesteld op basis van de laatste inzichten in de materie die in Wikipedia wordt behandeld. Het feit dat Wikipedia nauwelijks meer vergelijkbaar is met een gedrukte encyclopedie wordt duidelijk wanneer men de zin of onzin van het publiceren van een gedrukte versie van Wikipedia zou overwegen. De zin ervan ontbreekt ten ene male.

In de wetenschappelijke uitgeverij zijn tal van ontwikkelingen te zien, zoals het gebruik van hyperlinks en de ontsluiting van publicaties binnen grotere databases, waarbij digitale publicaties steeds minder lijken op de manier waarop gedrukte boeken worden gepubliceerd. De praktijk in de wetenschappelijke uitgeverij loopt vooruit op de ontwikkelingen in de wereld van het algemene uitgeven. Nog voordat specifieke randapparaten als e-readers en tablets zijn ontwikkeld heeft elektronisch uitgeven binnen de wetenschap al postgevat, met de PC als apparaat dat gebruikers hanteerden om toegang tot de informatie te krijgen.

Binnen het domein van het algemene boek worden steeds meer boeken als *app* aangeboden. Een mooi voorbeeld daarvan is *The Solar System* waarmee uitgeverij Faber and Faber in 2010 aanzienlijke verkopen realiseerde. De nieuwste app die deze uitgever (opnieuw in een samenwerking met Touch Press) uitgeeft is gewijd aan T.S. Eliot's gedicht *The Waste Land*. Overigens zijn niet alle experts overtuigd van het toekomstige succes van *enhanced books* en *book apps*. Het statement van Evan Schnitman (MD van Bloomsbury) tijdens een conferentie op de London Book Fair 2010, dat *enhanced books* een verloren zaak zijn, veroorzaakte dan ook veel discussie. Schnitman: "*Enhanced will have an incredibly big future in education, but the idea of innovation in the narrative reading process is just a non-starter, I've been smug about this, and now I'm even smugger.*"

Schnitman maakte in zijn beoordeling van het verrijkte e-boek onderscheid tussen educatieve boeken en fictie. Zoals eerder aangehaald zijn verschillende genres in verschillende mate geschikt voor een dergelijke verrijking. Tabel 4.1 geeft een inschatting van het belang van voor- en nadelen en mogelijke elementen van verrijking per genre, om te komen tot een inschatting van de mate en het tempo waarin het e-boek zal doorbreken. Deze inschatting is zoveel mogelijk

<sup>134</sup> Design bureau IDEO heeft een drietal concepten voor de toekomst van het boek ontwikkeld die duidelijk illustreren op welke wijze het boek zich in een elektronisch vernetwerkte context kan ontwikkelen: [http://vimeo.com/15142335?utm\\_source=twitterfeed&utm\\_medium=twitter](http://vimeo.com/15142335?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter). Wanneer de lezer van deze tekst in staat is deze link te openen wordt tevens een elementair verschil tussen gedrukte teksten en elektronische geïllustreerd. Een elektronische tekst is in potentie direct verbonden met het elektronisch informatienetwerk. De gedrukte moet dat ontberen.

gebaseerd op het onderzoek dat hiervoor is besproken maar heeft noodgedwongen toch een zekere subjectiviteit in zich.

Tabel 4.1 Relevantie voor- en nadelen van e-boeken per genre

	Fictie	Kinderboeken	Non-fictie vrije tijd	Non-fictie Informatief
<b>Huidig omzetaandeel bij printboeken</b> <sup>135</sup>	46%	14%	15%	22%
<b>Voordelen facsimile</b>				
Draagbaarheid	++	+	+	+
Opslagcapaciteit	++	+	+	+
Gemak aanschaf	+	+	+	+
Directe levering	+	+/0	+	+
Doorzoekbaarheid	0	0	+	++
<b>Voordelen verrijkt e-boek</b>				
Externe links	0	0	+	++
Multimediale toepassingen	0	++	++	++
Updates	0	0	++	++
Koppeling website/forum	0	0	+	++
Losse hoofdstukken beschikbaar	0	0	+	++
<b>Nadelen</b>				
Boek niet in boekenkast	-	-	0	0
Moeilijk uitlenen in eigen kring	-	-	-	-
Minder overzicht bij bladeren	0	-	-	-
Geen boeken naast elkaar leggen	0	0	-	-
Kwetsbaarheid voor diefstal en beschadiging	-	--	0	0
<b>Geschiktheid als facsimile e-boek (korte termijn)</b>	<b>++</b>	<b>0</b>	<b>+</b>	<b>+</b>
<b>Geschiktheid als verrijkt e-boek (langere termijn)</b>	<b>0</b>	<b>+/0</b>	<b>++</b>	<b>++</b>

Bron: SEO Economisch Onderzoek

Toelichting: ++ = Voordeel zeer relevant; + = Voordeel relevant; 0 = Voor-/nadeel niet relevant; - = nadeel relevant; -- = nadeel zeer relevant

Tabel 4.1 maakt duidelijk waarom het marktaandeel van fictie in de e-boekenmarkt met 55 procent groter is dan in de gedrukte boekenmarkt (46 procent): de voordelen van het e-boek hebben zich voor fictie reeds in belangrijke mate gemanifesteerd, terwijl ze voor non-fictie en vooral voor kinderboeken nog meer een belofte zijn. Toch doet non-fictie het met 43 procent momenteel niet slecht. Op basis van deze analyse en de indicaties uit de markt is de conclusie gerechtvaardigd dat fictie momenteel de belangrijkste trekker van de e-boekenmarkt is. De ervaren voordelen voor de consument zijn evident, terwijl de nadelen relatief beperkt zijn. Dat staat haaks op eerdere suggesties dat de elektronische leeservaring op gespannen voet zou staan met het lezen van fictie. Die suggestie was gestoeld op de ervaringen met beeldscherm lezen van de computer. De opkomst van de e-reader heeft deze situatie volledig op zijn kop gezet.

<sup>135</sup> Non-boeken zoals audioboeken zijn goed voor 3 procent van de markt en blijven hier buiten beschouwing.

Voor *non-fictie* geldt dat een belangrijk deel van de voordelen van het elektronische format momenteel nog in de kinderschoenen staat. Vooral op termijn is de potentie van school- en studieboeken en andere non-fictie zoals kookboeken en reisgidsen hoog, met name wanneer additionele functionaliteiten worden toegevoegd en de verschillende vormen van verrijking geëffectueerd worden. Voor deze genres geldt in het bijzonder dat de nieuwe functionaliteiten van het e-boek de gebruiker veel meerwaarde kunnen bieden en door het volle gebruik van de digitale mogelijkheden ruimte bieden voor participatie van gebruikers aan de ontwikkeling en verrijking van de inhoud, zoals hiervoor al werd gesignaleerd. Daarmee verschijnt automatisch de vraag hoe en zelfs of een boek in de toekomst gedefinieerd kan en moet worden. Deze vraag kwam in hoofdstuk 2 al in juridische zin aan de orde. Wat zijn de specifieke eigenschappen die een boek tot een boek maken? Wanneer is er sprake van een andersoortig product of uiting?

In het domein van wetenschappelijk uitgeven heeft een groot deel van deze voordelen zich al gemanifesteerd, weliswaar niet in de context van een e-reader-omgeving maar in die van elektronische bibliotheken en wetenschapsbeoefening. Voor dit veld van uitgeverij is in het bijzonder in de wereld van wetenschappelijke tijdschriften sprake van een vorm van intertekstuele verbindingen via kruisreferenties en databases zodat wetenschappelijke artikelen pas volledig tot hun recht komen in hun elektronische omgeving. Wetenschappelijke monografieën functioneren meer en meer in een vergelijkbare en in sommige gevallen identieke context. Dat neemt echter niet weg dat zij naast hun bestaan als elektronisch bestand, meer dan tijdschriftartikelen ook nog bestaan als gedrukt boek, al dan niet op verzoek gedrukt door de uitgever. Meer en meer echter is de digitale publicatie de norm.

In de Verenigde Staten blijken consumenten welwillend te staan tegenover e-boeken, nu de technologie en het titelaanbod afdoende zijn. Forrester-onderzoeker James McQuery verrichtte verschillende studies naar de toekomst van boek en uitgeverij. Hij voorspelt een grote toekomst voor het e-boek in de Verenigde Staten. Voor 2015 voorspelt hij een verdrievoudiging van de markt ten opzichte van 2010.<sup>136</sup> Zijn optimisme over de groei van e-boekenmarkt baseert hij op de combinatie van twee ervaringen in de markt. Mensen die momenteel e-boeken lezen in de VS, meestal met gebruik van de Kindle, zijn enthousiast over hun leeservaring en gaan steeds meer digitaal lezen. Tegelijkertijd neemt hun aantal snel toe. Daarbij komt dat aanbieders van e-readers momenteel hard werken aan allerlei innovaties, onder meer het toevoegen van kleur, hogere resolutie en het experimenteren met nieuwe exploitatievormen, bijvoorbeeld abonnementen en het ontwikkelen van nieuwe interactieve formats. Bovendien is de tabletmarkt ook een belangrijke motor voor het elektronisch lezen en uitbaten van boeken. McQuery noemt digitaal uitgeven dan ook de "*new default for publishing*". Hij voorspelt een scenario waarin digitaal uitgeven dominant is en waarin print de tweede viool speelt en doorgaans pas dan in het spel komt wanneer er sprake is van een substantiële elektronische markt voor een bepaalde titel. Een van de redenen waarom de conversie van druk naar digitaal zo snel zal gaan in de boekenindustrie heeft volgens McQuery te maken met het karakter van de sector: het is een single-revenue business. De boekenuitgevers halen hun opbrengsten vrijwel volledig uit het verkopen van titels aan consumenten; andere bronnen zijn volledig ondergeschikt aan deze inkomsten, in tegenstelling tot bijvoorbeeld de muziekindustrie waar de zaken veel complexer liggen en veel geld verdiend wordt met live optredens. Wanneer zoals in het geval van de boekenwereld het kanaal verandert,

---

<sup>136</sup> In het licht van de ontwikkelingen in 2011 (ruim een verdubbeling ten opzichte van 2010) lijkt dan nu al conservatie.

nemen de ontwikkelingen een snelle loop en voorspelt McQuery dat de boekenindustrie binnenkort de meest gedigitaliseerde van alle media-industrieën zal zijn. Daarmee is overigens niet gezegd dat papier totaal zal verdwijnen, de toon wordt echter gezet door modellen die uitgaan van de digitale boekenmarkt.<sup>137</sup>

Weliswaar is de ontwikkeling in de VS geen volledig geldige indicator van het proces dat zich in Europa en Nederland voltrekt, maar ze indiceert wel degelijk een richting. In het voorgaande hoofdstuk bleken e-boeken in Nederland in 2009 goed te zijn voor 0,22 procent van de afzet en in 2010 voor 0,70 procent. Het aandeel in 2009 laat zich daarmee vergelijken met het cijfer voor 2004 in de VS, terwijl het aandeel in 2010 ligt tussen de Amerikaanse cijfers voor 2007 en 2008. Voor 2011 komt het aandeel naar verwachting ongeveer op 1,7 procent, tussen de cijfers voor 2008 en 2009. De achterstand op de VS nam dus af van vijf naar twee à drie jaar. Daarbij werd in het voorgaande hoofdstuk geconstateerd dat het marktaandeel van het e-boek binnen het deel van de markt waar het e-boek beschikbaar is vele malen hoger is: slechts 1,6 procent van het totale aanbod was eind 2010 als e-boek beschikbaar. Wanneer het aanbod van e-boeken in Nederland in aantal en timing vergelijkbaar zou zijn aan dat in de VS, zou het e-boek in Nederland naar verwachting dan ook een vergelijkbaar of wellicht zelfs hoger marktaandeel hebben.<sup>138</sup>

Lezers in de Verenigde Staten geven aan vooral e-boeken te lezen tijdens het reizen, wachten en ter ontspanning (Drolet & Brock, 2011). Digitalisering hoeft daarmee dus niet alleen te leiden tot kannibalisatie van de markt voor gedrukte boeken, maar biedt ook nieuwe verkoopmogelijkheden.<sup>139</sup> Uit hetzelfde onderzoek onder 304 lezers via een tablet blijkt dat ruim 60 procent meer leest door e-boeken. Bijna de helft (46 procent) geeft aan dat zij door het lezen van e-boeken ook gestimuleerd werden meer gedrukte boeken te lezen (Drolet & Brock, 2011). Ook andere onderzoeken in de VS onder lezers van e-boeken laten zien dat consumenten over het algemeen meer boeken kopen door de digitale mogelijkheden (Nawotka, 2009). Zoals hiervoor al aangegeven, leidt het lezen van nieuwe boeken van min of meer gevestigde auteurs tot belangstelling voor de backcatalogus, een behoefte waarin door digitale levering bijzonder goed kan worden voorzien. Consumenten zoeken gericht naar oudere werken van dezelfde auteur die door de uitgever, mits hij beschikt over een goede infrastructuur en een gedigitaliseerde backlist, stante pede geleverd kunnen worden: gelegenheid maakt dus tot op zekere hoogte de koper.

De belangrijkste leeftijdsgroep van kopers van e-boeken is dezelfde als die van fysieke boeken: 35-49 jaar (zie ook Figuur 3.19). De verkoop van e-readers en e-boeken laat een leeftijdsverdeling zien die afwijkt van het standaardpatroon. Een interessante mogelijkheid van het e-boek is de mogelijkheid lettergrootte in te stellen. Deze eigenschap is interessant voor de groep oudere consumenten, die normaliter laat is met de acceptatie van nieuwe technologieën.

<sup>137</sup> James McQuivey (2010). Why the Book Business May Soon Be the Most Digital of All Media Industries. November, 8, 2010. PaidContent.Org.

<sup>138</sup> Een observatie die deze stelling kan ondersteunen is het feit dat de penetratie van breedbandverbindingen en thuiscomputers in Nederland zelfs hoger is dan in de VS: het aantal vaste breedbandverbindingen per 100 inwoners bedroeg in Nederland in 2010 37,8, tegenover 27,1 in de VS (OECD, 2011). Het computerbezit bedroeg in 2006 in Nederland 85,4 per honderd inwoners, tegenover 76,2 in de VS. Ook het gebruik van sociale netwerksites is in Nederland het hoogste van de wereld.

<sup>139</sup> Dat is zeker het geval wanneer consumenten zoals nu al in de VS overal en altijd zonder bijkomende kosten via mobiele datanetwerken boeken kunnen kopen en downloaden, bijvoorbeeld vanuit een vertraagde trein.

Lezers van e-boeken zijn over het algemeen tevreden met de leeservaring. In een onderzoek onder vijfhonderd lezers van e-boeken in Nederland gaf maar liefst 98 procent aan dat de door hen gelezen e-boeken grotendeels of helemaal aan hun verwachtingen hebben voldaan (SMB, 2010). Tegelijk geeft 58 procent van de lezers aan ook papieren boeken te willen blijven kopen. De lezer maakt dus over het algemeen gebruik van de voordelen van e-boeken *en* het printboek. E-boeken en gedrukte boeken zullen waarschijnlijk voorlopig naast elkaar blijven bestaan, waarbij de verhouding tussen beide momenteel onzeker is. Niettemin spreken de laatste cijfers uit de VS, waar e-boeken paperbacks voorbijgestreefd zijn, boekdelen. De verwachting vanuit de markt dat e-boeken op de lange termijn grotendeels het paperbacksegment zullen overnemen, wordt bevestigd door de recente ontwikkelingen op de boekenmarkt in de verschillende landen.<sup>140</sup>

De komst van digitaal drukken maakt het mogelijk om gedrukte boeken in kleinere oplages op de markt te brengen waardoor er flexibel ingespeeld kan worden op een eventuele krimpende markt ten gunste van de e-boekenmarkt: de vaste kosten die samenhangen met auteursbegeleiding, opmaak en marketing kunnen dan verdeeld worden over de verkochte e-boeken en gedrukte boeken. De vaste kosten die van oudsher samenhangen met het drukproces, worden juist variabel: de marginale kosten van *printing on demand* zijn per exemplaar veel hoger maar de opstartkosten veel lager dan bij het traditionele drukproces.

## DRM

DRM staat voor *digital rights management*, technologische gebruiksbeperkingen die worden toegepast om illegaal gebruik tegen te gaan en betaling voor gebruik te waarborgen. Het gaat bijvoorbeeld om kopieerbeveiliging, watermerken en gebruikersregistratie.

Ongeveer 40 procent van de e-boeklezers in Nederland vindt de beveiliging van het legale aanbod te streng (Elzinga, 2011). Ook het onderzoek van SMB onderstreepte de kritiek van gebruikers op kopieerbeveiliging. Daar staat tegenover dat de Amazon op de Kindle ook een kopieerbeveiliging hanteert, die ondanks het nodige tandenknaarsen op internetfora door het brede publiek geaccepteerd werd: het marktaandeel van Amazon op de Amerikaanse e-boekenmarkt wordt geschat op wel 80 procent.<sup>141</sup> Dat heeft niet te maken met een andere attitude of het strengere juridische regime tegenover het downloaden uit illegale bron. Statistieken over het ongeautoriseerd delen van e-boeken zijn niet beschikbaar, maar het delen van muziek is in de VS even gangbaar als in Nederland.<sup>142</sup> Wel zijn er op internet handleidingen te vinden hoe het DRM van onder meer de Kindle eenvoudig kan worden gekraakt en zijn er gebruikers die aangeven sindsdien meer en duurdere e-boeken te kopen, omdat ze de zekerheid hebben dat ze hun boeken kunnen blijven gebruiken, mochten ze in de toekomst kiezen voor een andere e-reader die niet compatibel is met Kindle-DRM.<sup>143</sup> Overigens tracht Amazon binnen haar DRM-omheining het gebruiksgemak en de mogelijkheden te vergroten door het tijdelijk uitlenen van e-boeken technisch mogelijk te maken: een uitgeleend boek verdwijnt tijdelijk van de Kindle en

<sup>140</sup> Hierbij moet opnieuw worden aangetekend dat de Nederlandse markt voor hardcovers veel kleiner is dan in de VS. Het verdwijnen van de paperbackmarkt is hier voorlopig dan ook niet aannemelijk.

<sup>141</sup> Inmiddels is dat aandeel, mede door de opkomst van Barnes & Noble, gedaald tot ongeveer 65 procent

<sup>142</sup> Zie: TNO/SEO/IViR, *Ups and downs. Economische en culturele gevolgen van file sharing voor muziek, film en games, onderzoek door een consortium van TNO Informatie- en Communicatietechnologie*, januari 2009. Ook recentere cijfers uit de VS bevestigen dit beeld.

<sup>143</sup> Legendarisch is het incident dat Amazon in 2009 de e-boeken *1984* en *Animal Farm* van George Orwell automatisch terughaalde van alle Kindles nadat bleek dat de rechten niet goed geregeld waren.

komt na twee weken automatisch weer terug.<sup>144</sup> Daarbij kan het een rol spelen dat het DRM van Amazon door veel consumenten niet als problematisch wordt ervaren juist doordat Amazon met afstand de dominante partij is zodat mensen die vrede hebben met de Kindle-omgeving geen noemenswaardige nadelen ondervinden van deze bescherming. In andere markten ontbreekt een dergelijke dominante partij en is interoperabiliteit van systemen een kwestie van aanzienlijk groter belang, waarbij DRM een stoorzender kan zijn.

Binnen de sector in Nederland bestaat er consensus dat de huidige DRM-systemen geen goede gebruikerservaring bieden. Het gevaar is dan dat e-boeken uit illegale bron meer gemak bieden dan de e-boeken die de sector aanbiedt, waardoor de consument zich wendt tot het illegale aanbod. De sector ziet daarom meer in het gebruik van sociale DRM. Een voorbeeld van sociale DRM is het gebruik van een watermerk waarop te zien is wie het boek oorspronkelijk heeft gekocht. De consument kan het e-boek dan onbelemmerd op een andere reader, tablet of computer lezen en tevens uitlenen aan vrienden of bekenden, maar wordt ontmoedigd het op een site voor *file sharing* te plaatsen. Ook het bieden van *value added services* is een manier om de originele werken te beschermen. Wanneer consumenten geen last hebben bij DRM, zal ook acceptatie volgen. Aan sociale DRM kleven mogelijk wel privacybezwaren. Een onderzoek hiernaar valt buiten de opdracht van dit onderzoek.

### Koopgedrag en prijsgevoeligheid

Hierboven werd al geconstateerd dat het bezit van een e-reader en de laagdrempelige beschikbaarheid van de backlist van auteurs de verkoop van e-boeken blijkt te stimuleren. Ook worden met e-boeken nieuwe consumenten bereikt die geen of weinig gedrukte boeken lezen, dat geldt in het bijzonder voor de tabletmarkt. Naast deze effecten van beschikbaarheid op de verkoop van e-boeken, is ook de prijs zeer relevant. Momenteel kiezen de meeste uitgevers voor een prijs van 80 procent van de goedkoopste hardcover. Uit een onderzoek onder e-boek lezers in Nederland blijkt dat zij e-boeken relatief duur vinden en dat zij ook meer zouden kopen wanneer het e-boek goedkoper zou zijn (Bakker, 2010, pp. 48-49).

In hoofdstuk drie werd aangegeven dat openbaar onderzoek naar de prijselasticiteit van de vraag naar e-boeken zowel nationaal als internationaal voorsnog schaars en anekdotisch is. Wel werd duidelijk dat een prijsverlaging van e-boeken in de VS een significant effect heeft op de verkoop. Ervaringen van Bol in Nederland bevestigen dit beeld en suggereren dat de vraag sterk reageert op een verandering van de prijs: de prijselasticiteit (zie Box 3.1 in Paragraaf 3.2) is ruimschoots lager dan -1, (bijvoorbeeld -3). De gemeten elasticiteiten worden echter opgestuwd door verschillende substitutie-effecten, waardoor onzeker blijft hoe groot de prijselasticiteit van de e-boekenmarkt als geheel is en hoe groot die voor een afzonderlijke titel is over de volle breedte van de markt (gemeten over alle verkopers en voor zowel e-boeken als gedrukte boeken).<sup>145</sup>

<sup>144</sup> <http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=200549320>

<sup>145</sup> Gegevens van andere grote aanbieders waren niet beschikbaar. Analyse van een aantal titels waarvan Bol in het afgelopen jaar de prijs heeft gevarieerd wijzen op een elasticiteit kleiner dan -3 (bol.com, 2011). De elasticiteit van een individuele titel zal echter hoger zijn dan van de markt als geheel. Zo kan een lage prijs voor een afzonderlijk boek bij één aanbieder, een negatief effect hebben op de verkoop van andere e-boeken, van hetzelfde boek in gedrukte vorm en van andere verkopers. Deze kruiselasticiteiten verhogen de gemeten prijselasticiteit voor een individuele titel aanzienlijk.

Harde gegevens over de prijselasticiteit van de vraag naar *gedrukte* boeken zijn er wel. Dit wijst het volgende uit:

- De prijselasticiteit van bestsellers is hoog, omdat bestsellers ook gekocht worden door lagere inkomensgroepen.<sup>146</sup> Andere boeken zijn doorgaans prijs-inelastisch, wat wil zeggen dan de prijselasticiteit groter of gelijk is dan -1 (bijvoorbeeld -0,6).
- Onderzoek naar de Nederlandse markt voor gedrukte boeken in zijn geheel, komen op ongeveer -0,8. (Ours, 1989); Appelman & Van den Broek, 2002; (Goudriaan, Groot, Notenboom, Schrijvershof, & Hout, 2008).
- Voor individuele titels is ook in druk de elasticiteit veel hoger: Bittlingmayer vindt -2 tot -3 voor individuele titels.

Uit het bovenstaande volgt dat individuele aanbieders en ook individuele uitgevers doorgaans zullen profiteren van een lagere prijs: de prijselasticiteit die zij ervaren ligt over het algemeen onder -1. Dit nodigt dus uit tot prijsconcurrentie tussen verkopers van dezelfde titel en tussen uitgevers van verschillende titels. Bij een prijselasticiteit van -1 voor de totale markt wordt de totale omzet niet groter (maar ook niet kleiner) onder invloed van prijsconcurrentie. Wel neemt het aantal verkochte boeken dan toe, wat op zichzelf een gunstige ontwikkeling is in het licht van de cultuurpolitieke doelstellingen.

Merk op dat wanneer de prijselasticiteit -1 is en de productiekosten van één extra boek (de marginale kosten) niet verwaarloosbaar zijn, de dekking van de vaste kosten afneemt bij een hogere afzet: de omzet blijft dan immers gelijk, terwijl de totale kosten oplopen. Door de zeer lage marginale kosten van e-boeken speelt dit effect geen rol van betekenis.

Behalve voor de prijs, is de verkoop van e-boeken ook gevoelig voor de wijze waarop en de context waarin e-boeken te koop worden aangeboden: het aanbodmodel. Zo leidt het aanbieden van bundels tot meer omzet. Ook wordt gestudeerd op andere businessmodellen, zoals een abonnementsmodel. In de Verenigde Staten besteedt momenteel bijna de helft van de e-boeklezers per maand tussen de \$ 7 en de \$ 20 aan e-boeken. Bij dergelijke bedragen kan een verhuur- of abonnementsmodel waarbij *toegang* tot boeken wordt verkocht, zowel voor aanbieders als consument aantrekkelijk zijn. Bol gaf onlangs aan op een dergelijk model te studeren.<sup>147</sup> De aanbieder maakt weinig extra kosten door de lage marginale kosten per boek. De lezer heeft toegang tot veel meer boeken dan in print voor dezelfde prijs mogelijk zou zijn. Ook is het mogelijk om aan modellen te denken waarbij de lezer betaalt voor daadwerkelijk gebruik.

## Conclusie

Alles overziend lijkt de consument er klaar voor het e-boek te omarmen. Wanneer het aanbod van e-boeken in Nederland vergelijkbaar zou zijn aan dat in de VS, zou het aandeel in de verkoop hier naar verwachting vergelijkbaar zijn. Momenteel is fictie al zeer geschikt om als e-boek te lezen, wat het relatief grote aandeel van fictie in de e-boekenmarkt verklaart. De potentie als e-boek van met name non-fictie is door verrijking met extra functionaliteiten veelbelovend. E-

<sup>146</sup> Een achterliggende gedachte is dat de opportuniteitskosten van het lezen van een boek, in de vorm van de geïnvesteerde vrije tijd, veel groter zijn dan de prijs van het boek waardoor de elasticiteit laag is. Voor lagere inkomensgroepen gaat dit argument in mindere mate op.

<sup>147</sup> [webwereld.nl/nieuws/106522/bol-com-broedt-op-spotify-voor-e-books](http://webwereld.nl/nieuws/106522/bol-com-broedt-op-spotify-voor-e-books)

boeken verdringen ten dele de gedrukte boeken, maar bieden tegelijk mogelijkheden nieuwe lezersgroepen aan te boren en herhalingsaanschaffen uit te lokken.<sup>148</sup>

## 4.2 Strategie aanbieders

De aanbiederskant is door de digitalisering van de boekenmarkt volop in beweging. Nieuwe partijen treden toe, terwijl bestaande uitgeverijen en boekhandels opnieuw positie kiezen. Ook de verhouding tussen uitgevers en auteurs is volop in beweging. Er zijn verschillende modellen denkbaar hoe de actoren zich tot elkaar gaan verhouden. In welke mate boekhandels erin zullen slagen hun positie te behouden is onzeker. Boekhandels zetten daarbij in op informatieverstrekking en hoogwaardig advies bij aankoop, maar internetboekhandels hebben voor zowel gedrukte boeken als e-boeken ook sterke troeven in handen: door schaalgrootte kan een grote internetboekhandel advies op maat geven op basis van het koopgedrag van andere consumenten. Dit is door Chris Andersson in *The long tail* geïdentificeerd als een van de pijlers onder het succes van partijen als Amazon (Anderson, 2006, p. 16). En de mogelijkheid gratis het eerste hoofdstuk van een e-roman te downloaden kan de verkoop van een ervaringsgoed als een boek is, aanzienlijk bevorderen.

Essentieel voor de rol van de boekhandel in het aanbieden van e-boeken is de ontwikkeling van een digitaal platform. Voorts zijn er initiatieven van auteurs om zelf direct de weg naar de consument te zoeken en zijn er signalen dat auteurs hun digitale rechten niet automatisch laten exploiteren door de partijen die hun gedrukte boeken op de markt brengen.

### Nieuwe markten

Een belangrijke nieuwe markt zijn de boeken die behoren tot de zogenaamde *long tail*. De consument die zoekt naar minder gangbare titels kan deze titels eenvoudiger krijgen in digitale dan in gedrukte versie. Deze nog niet volledig bediende *long tail* is bij Amazon bijvoorbeeld goed voor 30 procent van de omzet. De cijfers die werden gepresenteerd in Hoofdstuk 3 wezen eveneens uit dat de verdeling van de boekverkoop in Nederland een lange staart heeft (zie Figuur 3.6). Van de ruim 400 duizend verkochte titels in Nederland in 2010 (zowel Nederlandstalig als andere talen), komt 13 procent van de omzet terecht bij de incurante titels met een omzet van minder dan € 1.000 in 2010 (o.b.v. SMB 2011). Het centrale idee van de *long tail* is dat in de digitaliserende wereld een flink deel van de omzet gehaald kan worden uit producten met een relatief lage afzet. Anderson beargumenteert zelfs dat daar waar de entertainmentindustrie in de 20<sup>e</sup> eeuw gedreven werd door trends, de niches in de 21<sup>e</sup> eeuw veel belangrijker zullen worden (Anderson, 2006, p. 16). Doordat aanbieders van e-boeken niet gehinderd worden door ruimtegebrek kunnen zij ook de *long tail* gaan bedienen. In het begin van deze eeuw waren het de grote internetboekhandels zoals Amazon en Bol die de schaalgrootte hadden om succesvol de *long tail* te exploiteren. Een belangrijk verschil van e-boeken is dat de voorraadkosten nihil zijn, zowel in kapitaalbeslag als in ruimtebeslag. Dat betekent dat iedere aanbieder die de vereiste digitale infrastructuur tot zijn beschikking heeft, in beginsel in staat is de *long tail* te exploiteren.

---

<sup>148</sup> De vergelijking dient zich aan met de muzikindustrie, die in de jaren '80 een opleving doormaakte toen velen hun collectie op vinyl en cassette opnieuw aanschafden op cd.



Een tweede potentieel nieuwe markt zijn Nederlandssprekenden buiten Nederland en België, bijvoorbeeld op de Antillen en in Canada en Nieuw-Zeeland. Voor hen zal het een stuk makkelijker worden om Nederlandstalige boeken te kopen. De sector verwacht echter niet bijzonder veel van deze overzeese markten. Het zou slechts om ongeveer 400 duizend mensen gaan. Daarbij komt dat voor deze groep ook marketinginspanningen zouden moeten worden gedaan.

### Aanbod e-boeken

De ontwikkeling van de markt hangt nauw samen met de beschikbaarheid van e-boeken. Veel uitgevers zijn door angst voor piraterij terughoudend met het maken van digitale uitgaven. Eind 2010 was slechts 1,6 procent van de titels in print ook beschikbaar als e-boek. Dit waren met name boeken uit de backlist. De digitale uitgave komt momenteel nog zelden tegelijkertijd uit met het fysieke boek. Dit heeft wellicht te maken met het feit dat een nieuw boek meer dan de helft van zijn omzet haalt in de eerste twaalf maanden na publicatie. Een groot deel van de sector denkt echter dat e-boeken op hetzelfde moment moeten gaan uitkomen als het fysieke boek. De digitale lezer zou volgens hen anders benadeeld worden en er bestaat vrees dat illegaal digitaal aanbod de markt overneemt als het legale aanbod deze niet bedient, zoals de muziekindustrie pijnlijk heeft ervaren. Ook lezers van e-boeken geven in meerderheid aan (75 procent) te vinden dat e-boeken op hetzelfde moment moeten uitkomen als fysieke boeken (SMB, 21 maart 2011). De vraag is wel hoe reëel de dreiging is van gescande boekendie als e-boek worden verspreid: de moeite van het scannen en het verlies aan functionaliteit zullen een rem zijn op deze vorm van ongeoorloofde distributie.<sup>149</sup>

### Kosten

Een breed scala van factoren heeft invloed op de prijsstelling van e-boeken. Uiteraard zijn de noodzakelijke kosten van groot belang. Experts onderschrijven doorgaans de stelling dat de totale kosten voor de productie van e-boeken lager liggen dan die van gedrukte boeken. De vaste kosten die verband houden met het schrijven (voorschotten en honoraria), auteursbegeleiding, redactie, opmaak en marketing blijven bestaan, maar de kosten van druk en distributie en de voorraadkosten verdwijnen vrijwel geheel. Grofweg blijven dus de vaste kosten gelijk, terwijl de variabele kosten drastisch afnemen. Daar staat tegenover dat de BTW op e-boeken in Nederland net als in veel andere landen van de EU hoger is dan op gedrukte boeken (zie Tabel 3.15). Hoewel niet *kostenverhogend*, heeft dit wel een flink *prijsverhogend* effect op het e-boek: het verschil in BTW-tarief bedraagt in alle genoemde landen meer dan 10 procent.

Een andere factor van belang is dat de kosten van digitalisering en het opzetten en onderhouden van een digitale infrastructuur substantieel zijn. Bovendien moeten de kosten gemaakt worden in een periode waarin ook het bestaande apparaat, dat zorgt voor het drukken, opslaan en distribueren, ook onderhouden moet worden en door de opkomst van digitaal, in belang en rendement afneemt. Gaandeweg zal het afnemende volume daar leiden tot afslanking. Dat besparingseffect volgt echter altijd enige tijd later dan de feitelijke afname van activiteiten. Voorlopig is substantieel inkrimpen van de infrastructuur gericht op productie en distributie van

---

<sup>149</sup> Vergelijk dit met handgefilmde bioscoopregistraties die worden gedeeld zolang een film nog niet op dvd uitgebracht is (of op andere wijze digitaal uitlekt). Alleen voor bestsellers lijken dergelijke scans een reële bedreiging.

gedrukte boeken nog niet aan de orde, al nemen de variabele kosten af. Tegelijkertijd gaan de nieuwe investeringen in digitale producten en voorzieningen hun vruchten afwerpen. Daarbij is de vooronderstelling dat er sprake zal zijn van vervanging van druk door digitaal. Een groot deel van de ontwikkelingen is nog onzeker.

### **Turbulentie in de keten**

Los van de specifieke prijsbepaling op basis van de kosten zorgt de turbulentie in de marktverhoudingen en binnen de zich nieuw formerende waardeketen voor beweging op het front van prijzen. Daarbij gaat het niet louter om de prijs van boeken, maar ook om de verdeling van revenuen en waarde tussen schrijver, uitgever, verkoper, hardwarefabrikant en consument. Die verdeling is voor een deel gebaseerd op de creatie van waarde in de keten, wie voegt welke waarde toe en wie beschikt over welke macht om zich een substantieel deel van de gecreëerde waarde toe te eigenen.

In de Verenigde Staten heeft Amazon het prijswapen ingezet om in korte tijd een groot aantal gebruikers van de Kindle te realiseren. Daarmee heeft het bedrijf succesvol het marktleiderschap voor zich opgeëist en mede op basis van de massa van gebruikers het eigen bestandsformaat gunstig gepositioneerd. Andere partijen op de markt zijn Barnes & Nobles met hun eigen reader, de Nook, en uiteraard Apple met de iPad, al bedient deze partij een bredere markt dan die van e-boeken.

Amazon heeft met de combinatie van zijn online winkel voor e-boeken (amazon.com) en zijn e-reader (de Kindle), waarop de downloads toegankelijk gemaakt worden, een sterke combinatie ontwikkeld en een dominante positie verworven. Om zoveel mogelijk gebruik te maken van zijn *first mover advantage* heeft Amazon de prijzen van e-boeken zeer scherp neergezet, in sommige gevallen onder de inkoopprijs. Amazon heeft in die operatie druk op de uitgevers gezet om de inkoopprijs voor Amazon te verlagen. Platform en prijs, in combinatie met de positie van Amazon als merk in de VS hebben in korte tijd gezorgd voor een ijzersterke positie op de e-boekenmarkt van het Amazon-platform. Het aandeel van Amazon in de VS werd geschat op een immense 80 procent en is inmiddels teruggelopen naar ongeveer 65 procent. De prijspolitiek van Amazon heeft, in combinatie met de enorme marktkracht van de verkoper op basis van marktaandeel, de wenkbrauwen bij de grote uitgevers doen fronsen. Amazon is een retailer die in zijn strategie in de eerste plaatst koerst op massa. De uitgevers verwachtten op basis van die strategie dan ook dat Amazon zijn marktpositie zou gaan gebruiken om de uitgevers te dwingen de inkoopprijs voor Amazon (PPD) verder naar beneden te brengen. De machtspositie van het Amazon-platform is daarmee een reële bedreiging voor de positie van uitgevers in het waardenetwerk van het e-boek. Een verdere bestendinging van deze situatie zou voor uitgevers kunnen leiden tot een prijsdictaat door Amazon. Dat is niet in het belang van uitgevers.

Wat ook het effect van de macht van Amazon geweest is op de inkooprijzen, de vrees dat de agressieve prijsstrategie van Amazon zou leiden tot duurzame prijserosie lijkt vooralsnog ongegrond: in het vorige hoofdstuk bleek een steeds groter deel van meest verkochte titels van Amazon meer dan \$ 10 te kosten, en een steekproef leerde dat het inmiddels geregeld voorkomt dat goed lopende e-boeken duurder zijn dan de paperback.

Uitgevers zijn tegen de inkoopmacht van Amazon in het geweer gekomen. De Amerikaanse uitgever Macmillan kwam met het zogenaamde *Agency Pricing Model* op de proppen (zie de agentuurovereenkomsten in hoofdstuk 2). Hierbij wordt de verkoper van het e-boek gezien als partij die werkt in opdracht van de uitgever die op zijn beurt werkt voor de auteur. De verkoper (agent) krijgt voor zijn prestaties een marge op de door de uitgever vastgestelde prijs, vooralsnog 30 procent. Dit model kan enige tegendruk bieden tegen de onderhandelingsmacht die Amazon heeft verworven op basis van het grote aantal gebruikers van zijn e-readers.

Het is echter geen *silver bullet*: zolang Amazon werkelijk grote inkoopmacht heeft, heeft het ook de mogelijkheid dit model van de hand te wijzen. In eerste instantie gebeurde dat ook. Amazon verwierp het *agency model* zoals voorgesteld door Macmillan en verwijderde prompt de *buy button* bij alle publicaties van de uitgever binnen Amazon, print en e-boek. Echter niet lang daarna capituleerde Amazon en aanvaardde de condities zoals voorgesteld door Macmillan. Inmiddels hebben verschillende grote uitgevers het model van *agency pricing* geadopteerd: Hachette, Harper Collins, Simon and Schuster en Penguin. In februari 2011 koos ook Random House voor deze strategie.<sup>150</sup>

De manoeuvre van Macmillan richting Amazon was alleen mogelijk met de aanstaande toetreding van Apple tot de e-boekenmarkt. De timing van Macmillan laat weinig te raden over; het concern kondigde de nieuwe condities voor samenwerking met Amazon aan, een dag nadat Apple de iPad lanceerde onder meer als alternatief voor de Kindle. De condities waaronder Apple e-boeken aanbiedt aan consumenten komen overeen met het *agency model*. Het concern incasseert 30 procent op de verkoopprijs als vergoeding voor het optreden als verkoopagent. Dat model is in eerste instantie door Macmillan en in tweede instantie door een vijftal andere grote Amerikaanse uitgeverijen overgenomen. Het contract dat uitgevers met Apple afsluiten kent echter ook een aantal bepalingen die de vrijheid voor uitgevers voor het vaststellen van prijzen aanzienlijk beknotten. Apple maakt onderscheid tussen een aantal categorieën uitgaven en staat de uitgevers daarbinnen in hun prijsstelling een beperkte bandbreedte toe. Daarmee worden uitgevers in hun prijspolitiek aanzienlijk beknot. Er zijn evidente redenen voor uitgevers om hun verkoopprijzen op de verschillende platforms te synchroniseren. Dat maakt het aannemelijk dat de prijzen die voor e-boeken door Amazon en door Apple gehanteerd worden sterk zullen convergeren. De praktijk laat dat nu al zien. De grote Amerikaanse uitgevers hebben ongetwijfeld afgewogen welke prijsstellingstrategie het best voor hen werkt, die van Amazon of die van Apple. De bovengenoemde uitgever kozen voor de laatste omdat ze daarin niet blootgesteld kunnen worden aan een prijsdruk van Amazon. Anderzijds is men wel gedwongen zich aan de condities van Apple te onderwerpen. Dit verleidde een in dit onderzoek geconsulteerde expert tot de uitspraak: "In het agentuurmodel worden de prijzen door Apple bepaald."

In een reactie op deze ontwikkeling stellen kleine online boekverkopers in de Verenigde Staten dat het gekozen model schadelijk is voor hen omdat zij, wanneer ze boeken willen verkopen via de iBookstore, in feite twee keer de marge moeten betalen. Eerst aan de uitgever bij de inkoop van het boek en vervolgens nogmaals aan Apple voor leverantie via de iBookstore. Een kleine online retailer: "*The economic damage that Apple has wreaked on small eBook sellers is enormous. ... It is all pocket change for Apple, but life and death for many. There is something fundamentally wrong when companies*

<sup>150</sup> Random House switches to e-book agency model; little bookseller chagrined. Los Angeles Times, February 28, 2011.

*can wield such power.*<sup>151</sup> Dat de positie van online boekverkopers die willen verkopen via de iBookstore problematisch is, valt echter goed te begrijpen, omdat hier in feite twee retailkanalen op elkaar gestapeld worden.

De voorlopige uitkomst van dit proces laat zien dat marktmacht zich hoe dan ook vertaalt in zeggenschap over prijzen. Dat leidt tot een aantal interessante en belangrijke mededingingsrechtelijke kwesties met repercussies op internationale schaal. Zowel bij de Europese als de Engelse mededingingsautoriteit lopen op dit moment onderzoeken naar de mogelijke mededingingsrechtelijke aspecten van *agency pricing*. Wie de kwestie aanhangig heeft gemaakt bij de Europese en Engelse autoriteiten is voorlopig onduidelijk. Dat de uitkomst van de procedures zich moeilijk laten voorspellen is echter wel duidelijk. Dat leidt in het Verenigd Koninkrijk momenteel tot terughoudendheid bij enkele partijen om in het voetspoor van de grote uitgevers het agency model te omarmen. Zo zou een uitgever als Faber & Faber in principe bereid zijn om het model te omarmen maar uitdrukkelijk af te wachten, in het licht van de procedures die nu lopen.

Interessant verschil tussen de Verenigde Staten en Europa is dat in de VS het mededingingsrecht meer mogelijkheden laat voor verticale prijsbinding dan in Europa.<sup>152</sup> Dat kan betekenen dat *agency pricing* zoals momenteel wordt toegepast in de Verenigde Staten, de toets van de Europese mededingingsrechtelijke kritiek niet kan doorstaan. Het woord is nu aan de bevoegde instanties in het Verenigd Koninkrijk en bij de Europese Unie om hier uitspraken over te doen.

Waar in het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten de blik sterk gericht is op de grote spelers, Apple en Amazon en in zekere mate ook Google, liggen de verhoudingen op het Europese continent vooralsnog anders. In Nederland, Vlaanderen en een aantal Scandinavische landen trachten boekhandelaren (soms samen met de uitgevers) een gezamenlijk elektronisch platform te creëren voor de verkoop van e-boeken. Zo trachten individuele assortimentsboekhandelaren en grotere ketens samen de ontwikkeling van de lokale e-boekenmarkt ter hand te nemen. Achtergrond hiervan is dat dit de enige manier is om de schaal te ontwikkelen die nodig is om de concurrentie van de grote platforms (Google, Apple en Amazon) het hoofd te bieden. Verschillende experts in de markt schatten in dat individuele boekhandelaren en nationale ketens in kleine landen niet de massa kunnen bereiken om de exploitatie van e-boeken profijtelijk op te pakken, gezien de investeringen en massa die nodig zijn om klanten online op een goede manier te bedienen. Er doet zich hier een ironische ontwikkeling voor dat, waar in het analoge tijdperk kennis van en service aan de klant omgekeerd evenredig samenhangen met de schaal van de operatie, die relatie in de digitale wereld compleet op de kop gezet wordt. Om in een online omgeving klanten van goed advies te voorzien is het nodig om gegevens over zoek- en aankoopgedrag van een groot aantal e-klanten te oogsten en te analyseren om op basis daarvan klanten van goede adviezen te voorzien. Hier is sprake van een netwerk-effect: consumenten profiteren van elkaars aankoopgedrag. Kleine e-tailers missen de massa en de middelen om een dergelijk systeem in de lucht te brengen en van de voordelen ervan te profiteren. In Nederland is Bol.com de enige partij die deze schaal ontwikkelt. Bol is inmiddels ook met afstand de grootste leverancier van e-boeken in Nederland en tegelijkertijd ook de

<sup>151</sup> Random House switches... t.a.p.

<sup>152</sup> Landmark case is de Leegin case uit 2007:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Leegin\\_Creative\\_Leather\\_Products,\\_Inc.\\_v.\\_PSKS,\\_Inc](http://en.wikipedia.org/wiki/Leegin_Creative_Leather_Products,_Inc._v._PSKS,_Inc)

pleitbezorger van een voor consumenten milde prijsstelling en een terughoudend DRM-beleid. Echter de vraag is in hoeverre Bol.com in de verwachte ontwikkeling als onafhankelijke e-tailer in Nederland zal overleven. Een tweede element dat soms in de discussie over de vatbaarheid van online retail-operaties wordt geïntroduceerd is de vraag of het uitbaten van e-boeken in de toekomst nog wel als een eigenstandige economische activiteit kan blijven bestaan. De grote partijen die momenteel internationaal de dienst uitmaken, drijven al lang niet meer alleen op boekomzetten (Amazon) of kennen een volstrekt andere inkomstenbasis dan het verkopen van boeken aan consumenten (Apple en Google). De vraag is of de rappe digitalisering van de boekenindustrie die door Forrester wordt gezien, in combinatie met de felle concurrentiestrijd en de harde strijd in de keten tussen uitgevers en e-tailers en in laatste instantie ook auteurs, nog wel ruimte laat voor lokale spelers, ook al zijn het gezamenlijke platforms van boekhandelaren en wellicht uitgeverijen.

Concreet binnen de Nederlandse situatie is de positie van de boekhandel precair. De markt van het papieren boek stagneert, terwijl in de voorbije jaren de traditionele assortimentsboekhandel een deel van zijn omzet heeft zien wegvloeien naar de relatieve nieuwkomer Bol.com. Dat betekent dat de handel marge heeft ingeleverd en tegelijkertijd aan de kostenkant te kampen kreeg met doorgaans hogere kosten van onroerend goed en hogere personeelskosten door langere openingstijden. In de beleving van de boekhandel is de handelsmarge echter al vele jaren onveranderd en wordt er hooguit een enkele keer een volumeafsprake gemaakt. Het sentiment aan de kant van de uitgevers in het licht van de ontwikkeling van de e-boekenmarkt laat een beperkte bereidheid zien om de positie van de boekhandel te beschermen op een wijze die vergelijkbaar is met de manier waarop in de voorbije jaren het belang van de fysieke boekhandel is gekoesterd. Doorslaggevende reden lijkt de twijfel aan de toegevoegde waarde van de huidige fysieke handel in het digitale domein te zijn.

### 4.3 Wetenschappelijke boek

Net als in de rest van de media- en informatie-industrie is creatie en productie in de wetenschappelijke communicatie volledig gedigitaliseerd. Voor een deel van de wetenschappelijke uitgeverij verloopt het proces van uitgave, distributie en consumptie vrijwel volledig digitaal: de wereld van de wetenschappelijke tijdschriften ook wel aangeduid met *scholarly journals*. De zogeheten STM (Science, Technology and Medicine) disciplines hebben de toon gezet voor de digitale uitgeefmodellen die momenteel vrijwel in alle disciplines gelden. Universitaire bibliotheken kopen voor een bundel van tijdschriften van dezelfde uitgever een digitale toegangslicentie voor personeel en studenten van de instelling. Verschillende universiteiten kopen in veel gevallen de benodigde wetenschappelijke informatie gemeenschappelijk in om zo gunstig mogelijke condities uit te onderhandelen. Wetenschappelijke uitgevers leveren de bundels van digitale tijdschriften aan wetenschappelijke bibliotheken die deze vervolgens ter beschikking stellen aan staf en studenten. Ze consumeren deze via desk- en laptops. E-readers zijn in deze ontwikkeling vooralsnog irrelevant, al worden er experimenten gedaan door sommige instellingen.

Het aanbod van wetenschappelijke artikelen in dito tijdschriften is door de uitgevers op allerlei manieren verrijkt met additionele diensten, door bijvoorbeeld verschillende artikelen op basis van

referenties digitaal met elkaar te verbinden, zelfs over de grenzen van de verschillende tijdschriften van verschillende uitgevers heen, en ze op een geavanceerde wijze doorzoekbaar te maken. Ook meta-informatie over wetenschappelijke uitgaven is op zich weer een belangrijke dienst geworden, bijvoorbeeld Scopus van Elsevier. In vergelijking met het uitgeven van algemene boeken en tijdschriften is de wetenschappelijke uitgeverij een behoorlijk winstgevend bedrijf. Nederlandse of voormalige Nederlandse bedrijven als Elsevier Science en Springer Science and Business Media hebben in deze ontwikkeling het voortouw genomen en verschillende innovaties doorgevoerd. Ze zijn belangrijke wereldspelers.

Het wetenschappelijke boek heeft in eerste instantie een ander traject afgelegd dan het wetenschappelijke tijdschrift. De wetenschappelijke monografie is als gedrukt boek, grotendeels gericht op dezelfde afnemers als de gedigitaliseerde journals, blijven verschijnen. Omdat de budgetten van de wetenschappelijke bibliotheken maar beperkt zijn gegroeid en de bundels van digitale tijdschriften in de verhouding van hoeveelheid informatie, bereikbaarheid en kosten in de vorm van zogenaamde *big deals* aantrekkelijk waren voor wetenschappelijke bibliotheken heeft de wetenschappelijke monografie aan markt verloren. De oplages zijn teruggelopen en in veel gevallen onder-kritisch geworden. De Brit John Thompson heeft de zogenaamde *monograph crisis* gedetailleerd beschreven en geanalyseerd in een van zijn studies.<sup>153</sup>

Als publicatievorm is de monografie vooral relevant voor de geesteswetenschappen en de sociale wetenschappen. Auteurs uit die disciplines publiceren ook vaak boeken voor de algemene markt buiten de wetenschap. Daarmee is de afbakening tussen wetenschappelijke en algemene boeken troebel. Uitgevers die actief zijn in de geesteswetenschappen en de sociale wetenschappen opereren zowel vanwege inhoudelijke als om commerciële redenen ook op de markt van algemene boeken. Ze kunnen niet zonder de omzet van de algemene markt en ze werken veelal met auteurs die boeken kunnen schrijven die deze ambitie kunnen waarmaken. Tal van auteurs uit de geesteswetenschappen en sociale wetenschappen migreren daarom naar de algemene markt. Hun werken zijn te vinden op de planken van de algemene en assortimentsboekhandel. Daarom zijn de algemene en de wetenschappelijke boekenmarkt niet gemakkelijk institutioneel te definiëren als aparte domeinen. Functioneel is dat onderscheid er wel, al is ook dat niet waterdicht af te scheiden. Er is sprake van een behoorlijke categorie boeken die de oversteek naar het algemene publiek nimmer maken en daarmee vrijwel nooit op de planken van de boekhandel te vinden zullen zijn. Dat komt door hun beperkte oplage en hun prijsstelling, maar ook omdat ze zich door hun verrijkte karakter nauwelijks in het format van een gedrukte boek laten persen. Dat zal steeds vaker voor puur wetenschappelijke boeken gelden. Andere boeken met wetenschappelijke inhoud maar meer gericht op een algemene markt zullen door uitgevers om die reden vaker in de markt worden gezet als A-boek en zich wellicht in die hoedanigheid wel in de boekhandel laten zien.

Binnen het wetenschappelijke veld is het meer dan in het domein van het algemene boek, voor niet-Engels sprekende wetenschappers gebruikelijk in het Engels te publiceren. Dat geldt in sterke mate voor het publiceren van wetenschappelijke artikelen, en in mindere mate ook voor monografieën. Wanneer Nederlandse auteurs Engelstalige monografieën publiceren, wat in

---

<sup>153</sup> John Thompson (2005). *Books in the Digital Age. The Transformation of Higher Education and Academic Publishing in Britain and the United States*. Cambridge: Polity Press

toenemende mate gebeurt bij Nederlandse uitgevers, is de vaste boekenprijs sowieso niet aan de orde.

Inmiddels worden ook wetenschappelijke boeken steeds vaker opgenomen in de digitale pakketten waarin tijdschriften worden geleverd. Net als bij wetenschappelijke tijdschriften worden in een aantal gevallen door universiteiten gemeenschappelijk met uitgevers licenties voor toegang tot collecties van wetenschappelijke e-boeken afgesloten. In de constellaties waarin ze worden aangeboden zijn ze dan vaak per hoofdstuk te consulteren. Metadatering vindt vaak plaats op een wijze die de gebruiker in staat stelt om vanuit digitale *journals* direct door te linken naar digitale boeken. Dat geldt in het bijzonder voor de eerder genoemde STM-monografieën, die in aantal beperkt zijn, maar ook voor e-boeken in verschillende disciplines van economie tot psychologie en sociologie. In deze vorm van exploitatie onderscheidt de exploitatie van wetenschappelijke W-boeken zich structureel van die van het A-boek. Het komt daarnaast ook voor dat e-boeken als separate titels aan de markt worden aangeboden. Binnen de uitgeverijen die actief zijn in sociale en geesteswetenschappen worden ze vaak via onafhankelijke e-boek *vendors* per titel aangeboden. In die exploitatievorm hebben ze juist weer gemeenschappelijke trekken met de wereld van het A-boek, al is het ook in die praktijk vaak mogelijk om via hyperlinks naar andere werken te bewegen.

De wereld van het wetenschappelijke boek is overigens geen eenheid. Aan het ene uiterste opereert de auteur die in het Engels schrijft en zijn werk via de grote academische uitgevers publiceert die hun uitgaven vooral digitaal leveren aan universiteitbibliotheken en andere zakelijke afnemers en van vrijwel geen betekenis zijn voor de markten buiten het academische en professionele circuit. Ze beschouwen gedrukte boeken als een restcategorie. De doorgaans grote, internationaal opererende concerns die deze werken uitgeven, kiezen er vaak voor dergelijke digitale monografieën in een reeks uit te geven waarop instellingen zich kunnen abonneren. Dat heeft voor de uitgever als voordeel dat er vooraf wordt afgerekend zodat hij in ieder geval verzekerd is van een vroege cashflow die hij indien nodig kan investeren in de productie. De boeken worden als e-boek geleverd en gemetadateerd zodat ze inhoudelijk en digitaal verbonden zijn met andere relevante digitale bronnen. Tegelijkertijd voert de uitgever ieder boek ook nog separaat in de catalogus voor een doorgaans relatief hoge prijs, als *stand alone* e-boek en in sommige gevallen ook nog als hardcover. Binnen de propositie van een digitale reeks levert de uitgever doorgaans nog extra diensten aan de geabonneerde instanties. Zo is het bijvoorbeeld vaak mogelijk om naast het digitale aanbod van diensten een gedrukt exemplaar van een boek te bestellen dat dan geleverd wordt in samenwerking met een *printing-on-demand* (POD)-bedrijf dat behalve het drukken vaak ook de *fulfilment* voor diens rekening neemt. Deze dienst wordt tegen relatief geringe kosten geleverd. Om verwarring met de *stand alone* catalogus te voorkomen, worden de POD-exemplaren zonder ISBN geleverd.

Een ander model waarin dit soort wetenschappelijke e-boeken worden geëxploiteerd is het *enhanced e-book*. Dat kan verschillende vormen aannemen. In sommige gevallen gaat het om de exploitatie van de toegang tot een database die regelmatig wordt geüpdatet, in andere gevallen gaat het om een e-boek met onderliggend materiaal aan de standaardtekst, dat geleverd wordt bij wijze van extra dienst bij de kerntekst van een boek. Dat kan gaan om illustratief materiaal, maar ook om databases die onderliggend zijn aan de publicatie en die lezers de kans bieden de validiteit van het gestelde te controleren of te toetsen of zelfs eigen bewerkingen op het materiaal uit te

voeren. Ook die extra diensten kunnen dan weer gedynamiseerd worden door de informatie regelmatig te actualiseren indien dat van toepassing is. Er zijn tal van redenen waarom uitgevers kiezen voor verrijkte e-boeken. Uiteraard vanwege marketingmotieven, maar ook omdat auteurs dat wensen. Auteurs van wetenschappelijke boeken zijn doorgaans wetenschappelijk actief en zijn in die hoedanigheid zelf ook informatieconsument, gewend aan een bepaald patroon van toegang tot wetenschappelijke informatie die ze zelf in hun eigen publicaties toepassen. Om auteurs aan zich te binden is het voor wetenschappelijke uitgevers dan ook geen optie om hun auteurs af te sluiten van dergelijke digitale mogelijkheden.

Aan het andere uiterste opereert de wetenschapper die in een lokale taal schrijft, bijvoorbeeld het Nederlands en die zijn wetenschappelijke producten via een wetenschappelijke uitgeverij vooral in druk publiceert en vooral via de boekhandel een algemeen publiek bedient. Daarbij is het goed denkbaar dat aan het boek van de wetenschapper ook nog een website is verbonden die toegankelijk wordt gemaakt via de e-boek-versie van het werk. Dit e-boek heeft doorgaans het karakter van het facsimile e-boek. Het gedrukte werk is echter vooralsnog de dominante vorm voor deze auteur. In dit geval is het waarschijnlijk dat de uitgever het gedrukte en het e-boek in de markt zet als een A-boek om op die manier inspanning van de boekhandel te waarborgen. Immers op een A-boek is de marge voor de boekhandelaar aanzienlijk hoger dan op een W-boek, wat bevordert dat de boekhandelaar meer zijn best doet om het boek onder de aandacht van zijn publiek te brengen. Een categorie als bijvoorbeeld A-boek zegt in dit geval meer over de marketingintenties van de uitgever dan over de inhoud van het werk. Hier gaat het om een wetenschappelijke boek dat de potentie heeft een groot publiek aan te spreken. Het is een soort immigrant A-boek afkomstig uit het land van W. In uitgeverij en boekhandel wordt wel het onderscheid gehanteerd tussen wetenschappelijke werken louter geschreven voor collega-wetenschappers en werken geschreven voor een breder publiek die de wetenschap toegankelijk maken en voor polemiek in de samenleving zorgen. Voor die laatste categorie is de boekhandel momenteel relevant en zorgt deze, samen met de serieuze pers die deze werken bespreekt, voor een context waarin deze werken tot hun recht komen. Door de boeken prominent in de winkel te laten figureren en in voorkomende gevallen in samenwerking met uitgevers debatten en lezingen te organiseren zorgt de winkel voor maatschappelijke impact. Verdienmogelijkheden voor zowel winkel als uitgever spelen daarbij een belangrijke rol.

Het is vooralsnog niet duidelijk op welke wijze de ontwikkeling van het e-boek interfereert in deze laatste ontwikkeling. Wanneer de assortimentsboekhandel die een belangrijk kanaal vormt voor deze categorie boeken, door de opkomst van het e-boek om wat voor reden dan ook positie verliest in dit deel van de markt, voorziet de boekhandel de erosie van de positie van de cultuur van het wetenschappelijke boek. Die bestaat uit het complex van activiteiten en debatten die georganiseerd worden rond het boek en de thematiek die het aansnijdt. Een belangrijk deel van die activiteiten wordt vaak georganiseerd door de boekhandel, al dan niet met steun van de uitgever, die het wetenschappelijke boek een positie geeft in het publieke discours. Het valt te bezien in hoeverre de assortimentsboekhandel de positie en veerkracht heeft om de in deze context verworven positie ook in de e-boek markt te kunnen blijven spelen.

Een opvallende ontwikkeling in de wereld van het wetenschappelijk publiceren verbonden aan digitaal uitgeven is *open access*. Ook deze ontwikkeling is ingezet in het domein van de STM tijdschriften, maar heeft inmiddels ingang gevonden in de geesteswetenschappen (*humanities* &



*social sciences*, HSS) en ook in de uitgeverij van wetenschappelijke boeken.<sup>154</sup> Volledige boeken worden gratis via het internet toegankelijk. Financiering vindt niet plaats op basis van betaling door individuele lezers of wetenschappelijke bibliotheken. Kosten worden betaald uit een combinatie van subsidies vanuit onderzoeksbudgetten en institutionele bronnen, in combinatie met andere bronnen, bijvoorbeeld de verkoop van gedrukte exemplaren op basis van een POD-formule. Tezelfdertijd kunnen ook bij *open access*-uitgaven extra diensten worden geleverd, vergelijkbaar met datgene wat in het vorige model is beschreven. Deze werken zijn behalve beschikbaar voor academici en professionals nu ook gratis toegankelijk voor het grote publiek.

## 4.4 Vaste boekenprijs

De voorgaande paragrafen bespreken het perspectief van de consument, de strategie van de aanbieders, en de specifieke positie van het W-boek. Deze paragraaf gaat in op de wijze waarop de overheid de markt kan beïnvloeden door het instellen van een vaste boekenprijs.

### 4.4.1 Een vaste prijs voor het e-boek

Uit de juridische analyse in hoofdstuk 2 bleek dat de Europeesrechtelijke haalbaarheid van een vaste prijs voor e-boeken nog zeker geen uitgemaakte zaak is. Zo kleven er nog verschillende juridische problemen aan de Franse voorstellen waardoor ze kwetsbaar zijn. Duidelijk is wel dat in Frankrijk voor een smalle definitie is gekozen van het e-boek waarvoor een vaste prijs zou moeten gelden: het facsimile e-boek, de één-op-een omzetting van het gedrukte boek in een e-boek, aangevuld met een beperkt aantal functionaliteiten. Een bredere definitie die ook van toepassing is op verrijkte e-boeken, is niet alleen moeilijker te geven maar tevens kwetsbaarder voor de Europeesrechtelijke bezwaren dan de smalle definitie.

Daarom wordt er hier, bij de analyse van de verwachte effecten van een vaste prijs van het e-boek, louter uitgegaan van een vaste prijs voor de digitale versie van een gedrukt boek: het *facsimile e-boek*. Een vaste prijs voor een verrijkt e-boek wordt als onhaalbaar gezien. Het is niet mogelijk het verrijkte e-boek juridisch goed af te bakenen en te onderscheiden van andere digitale informatiebronnen en -diensten. Om een vaste prijs voor het facsimile e-boek in te stellen hoeft het gedrukte boek niet daadwerkelijk geproduceerd te worden, maar zou dat wel mogelijk moeten zijn, zonder (groot) verlies van functionaliteit. Dit e-boek kan doorzoekbaar zijn en interne links bevatten, maar biedt geen multimediale toepassingen, updates of koppeling met externe bronnen of *user generated content*. Ook losse hoofdstukken van een boek vallen niet onder deze definitie en daarom ook niet onder een vaste boekenprijs.<sup>155</sup>

Vervolgens dient zich de vraag aan wat de vaste prijs voor een e-boek precies inhoudt. Analoog aan de vaste prijs voor gedrukte boeken is het uitgangspunt dat het een vaste *netto* verkoopprijs is,

<sup>154</sup> Zie onder meer: Janneke Adema & Paul Rutten (2010). *Digital Monographs in the Humanities and Social Sciences: Report on User Needs* (ECP-2007-DILI-537002). Open access publishing in European networks (OAPEN). OAPEN Report.

<sup>155</sup> Het ligt voor de hand dat het in twijfelgevallen uiteindelijk aan de rechter zou zijn om desgevraagd te toetsen of een boek binnen de definitie van een facsimile-e-boek valt en daardoor een vaste e-boekenprijs van toepassing zou zijn.

die door de uitgever wordt vastgesteld en vervolgens voor een vaste minimumtermijn geldt.<sup>156</sup> Na deze minimumtermijn kan de uitgever besluiten over het al dan niet voortzetten van de vaste prijs. De vaste prijs voor het e-boek hoeft echter *niet* gelijk te zijn aan of in een vaste verhouding te staan tot die van het gedrukte boek. Ook is het mogelijk dat de vaste prijs van het gedrukte boek al is opgeheven en voor het e-boek nog geldt of omgekeerd. Omdat de ontwikkelingen op de e-boekenmarkt dynamischer zijn, is het eveneens mogelijk de minimumtermijn van de vaste prijs voor e-boeken korter te maken dan het jaar dat geldt voor gedrukte boeken, en de termijn waarna aanpassing van de vaste prijs mogelijk is korter dan een half jaar.

Bij een vaste prijs voor het e-boek is het verkopers in beginsel niet toegestaan e-boeken te verkopen voor een andere prijs dan de vaste prijs. Ook uitgevers kunnen de vaste verkoopprijs niet aanpassen of loslaten binnen de geldende termijnen. Ook prijsdiscriminatie tussen gebruikersgroepen (bijvoorbeeld een korting voor studenten of bezitters van het gedrukte boek) is niet toegestaan. Wel is voorstelbaar dat regelingen inzake bijzondere prijzen en kortingen – zoals van toepassing binnen het regime van de bestaande vaste boekenprijs – op vergelijkbare wijze van toepassing zullen zijn. Het is dan aan de uitgevers om al dan niet van die regelingen gebruik te maken.

Het e-boek leent zich in vergelijking met het gedrukte boek voor verschillende alternatieve aanbodmodellen. Denk bijvoorbeeld aan een abonnementsmodel gebaseerd op toegang tot een groot aantal boeken voor een vast bedrag per maand zoals voor wetenschappelijke boeken reeds gangbaar is. Of wellicht zit er muziek in een model waarbij boeken worden ‘gestreamd’ en wordt afgerekend op basis van leestijd of feitelijk leesgedrag. Voor muziek en video bestaan dergelijke modellen al. De toekomst zal moeten leren of consumenten ze ook voor boeken omarmen.

Zulke modellen vallen buiten een eventuele vaste prijs voor het e-boek, omdat de betaling niet te herleiden is tot de vaste verkoopprijzen van de afgenomen boeken. In het voorgaande werd al benadrukt dat de verkoop van losse hoofdstukken evenmin valt onder de vaste boekenprijs. Ook wanneer de afname wordt gegoten in een *verhuurmodel* geldt geen prijsbinding: de verhuur van boeken valt buiten de reikwijdte van de vaste prijs. Voor gedrukte boeken kennen commerciële verhuurproposities veel praktische belemmeringen. Er zijn significante kosten verbonden aan levering en retournering, en boeken raken bij verhuur beschadigd. Ook is de periode waarin een uitgever veel omzet haalt met de verkoop van een titel beperkt, terwijl lezers ze anders dan bij huur-dvd's doorgaans enkele weken in bezit zullen willen houden. Verhuur is in diezelfde periode het meest attractief, maar vereist dan gedurende een korte tijd een groot aantal verhuurexemplaren. In de praktijk bestaat er om die reden voor gedrukte boeken buiten het schoolboekensegment geen commerciële verhuurmarkt.<sup>157</sup>

E-boeken bieden uitgevers nieuwe perspectieven voor verhuur. Alle praktische belemmeringen die hiervoor werden genoemd zijn afwezig. Daar komt bij dat de thans gangbare voorwaarden bij

<sup>156</sup> Alternatief zou kunnen worden uitgegaan van een vast *bruto* verkoopprijs (excl. BTW), maar dat zou impliceren dat wanneer verkoop door een aanbieder gevestigd in het buitenland (bijvoorbeeld Amazon of Google) niet als omzeiling kan worden aangemerkt, deze aanbieder het BTW-tarief van het land van vestiging mag rekenen. Voor Amerikaanse aanbieders levert dit een concurrentievoordeel op van 10 tot 20 procent, waardoor de facto geen sprake meer is van een vaste verkoopprijs.

<sup>157</sup> Bibliotheken lenen vanuit maatschappelijke en niet vanuit commerciële overwegingen boeken uit. Nu verhuur een commercieel aantrekkelijke optie wordt, ontstaat er onmiskenbaar frictie tussen de bibliotheken en de boekhandel.

de *aanschaf* van een e-boek beperkingen kennen die het verschil met verhuur sowieso kleiner maken. Zo mag een aangeschaft e-boek vaak op een beperkt aantal e-readers worden gedownload en legt DRM beperkingen aan de mogelijkheden boeken op andere apparaten af te spelen en uit te lenen. Het is met andere woorden de vraag of e-boekenkopers bij inachtneming van die restricties de aangeschafte boeken na vijftien jaar en vele e-readers verder nog kunnen lezen. De vraag is ook of de gemiddelde lezer en koper van e-boeken dit bezwaarlijk vindt.

Hoe dan ook, de portee is dat koop en huur voor e-boeken veel dichterbij elkaar liggen dan voor gedrukte boeken. Dat stelt uitgevers in staat om buiten de vaste boekenprijs om aan e-boekenlezers een huuraanbod te doen dat functioneel vrijwel equivalent is aan koop. Denk aan verhuur voor onbepaalde tijd of voor enkele jaren, of verhuur met gratis of goedkope verlengingsopties. Het gegeven dat verhuur niet onder eventuele prijsbinding zal vallen, heeft een belangrijke implicatie: het zal aan de uitgever zijn om te bepalen of hij zich ook in de praktijk aan die vaste prijs wil binden, of dat hij zich met verhuurproposities aan de prijsbinding zal onttrekken. Voor die beslissing zal een uitgever een commerciële afweging van kosten en baten maken.

#### 4.4.2 Werking van een vaste verkoopprijs

##### De boekhandel

Een vaste boekenprijs schakelt voor een specifieke titel retailconcurrentie op prijs uit. Boekverkopers worden daarmee uitgedaagd op kwaliteit van de dienstverlening te concurreren. Degenen die daarin uitblinken zullen profiteren, ook wanneer ze een minder gunstige kostenstructuur hebben. Deze boekhandelaren hebben door een vbp meer kans te overleven, onder voorwaarde dat de retailmarge voldoende is, oftewel de inkoopprijs voldoende laag.

De facto liggen de handelsmarges voor gedrukte boeken in Nederland net als de verkoopprijs bijna vast. Zolang dat boekhandels in staat stelt hun kosten terug te verdienen, draagt dit bij aan een breed distributienetwerk. Tot en met 2010 is het aantal boekhandels – als maat voor dit brede fysieke distributienetwerk – op peil gebleven, zo bleek in het voorgaande hoofdstuk, al is de overheersende inschatting dat hun aantal in de nabije toekomst zal gaan teruglopen. Daar bleek echter ook dat het economisch resultaat van de gemiddelde boekhandel in 2008 negatief was, wanneer rekening gehouden wordt met gewaardeerd loon. Grotere boekhandels boekten nog wel een kleine winst maar ook die zal naar verwachting onder druk zijn gekomen door het verlies van marktaandeel van boekhandels in de laatste twee jaar. Ondertussen biedt de min of meer vaste retailmarge een grote speler met lagere voorraadkosten en locatiekosten en veel schaalvoordelen (zoals Bol) een riant positie.

De relatie tussen een vaste verkoopprijs voor gedrukte boeken en de *breedte van het assortiment* van een boekhandel is complexer dan vaak gesuggereerd. Er bestaat in het algemeen geen direct verband tussen prijsbinding en de breedte van het assortiment van een winkel. Een kruidenier of cd-winkel die zijn winst maximaliseert zal de winst op goedlopende producten liever in zijn zak steken dan deze te investeren in producten met een te lage marge of omloopsnelheid. Een vaste prijs zou de kleine kruidenier of cd-winkel mogelijk hogere winsten opleveren, maar geeft hem nog geen prikkels het assortiment te verbreden. Wel is het mogelijk dat producten met een lage omloopsnelheid of marge bijdragen aan de breedte en diepte van het assortiment, waardoor de

winkel aantrekkelijk wordt voor klanten, verkeer genereert en zo per saldo meer verkoopt. Dit is een netwerkeffect van de producten in een winkel op elkaar, dat ook zonder vaste prijs bestaat en kan verklaren waarom er in veel markten zowel smal als heel breed gesorteerde verkopers zijn.

De vaste prijs wordt pas relevant in markten waar veel onzekerheid is over de vraag of producten goed zullen gaan lopen. *Zonder vaste boekenprijs* kan een smal gesorteerde boekhandel die zich toelegt op populaire auteurs en door een hogere omloopsnelheid lagere voorraadkosten heeft, scherper prijzen dan de breed gesorteerde boekhandel. De smal gesorteerde boekhandel profiteert zo van de proeftuin gecreëerd door de brede boekhandel. Wanneer een titel daar aanslaat, neemt hij die titel op in het assortiment en duikt hij onder de prijs van zijn concurrent. Dit ondermijnt vervolgens weer de winstgevendheid van de breed gesorteerde boekhandel. *Met een vaste boekenprijs* wordt het naar verhouding lonender voor de brede boekhandel om te investeren in deze proeftuin, omdat hij meer profiteert van de (achteraf) goed lopende titels.<sup>158</sup>

Een vaste prijs voor gedrukte boeken kan dus zowel bijdragen aan de instandhouding van het *aantal* boekhandels – gesteld dat de uitgever de kleine boekhandels ook aan de inkooprijke voldoende marge gunt – als de bereidheid van boekhandels om een *breed assortiment* aan te bieden van titels die *misschien rendabel* worden of bijdragen aan de algehele rentabiliteit.

Analoog aan het bovenstaande kan een vaste prijs voor e-boeken (of eigenlijk een vaste bruto marge) bijdragen aan het aantal aanbieders van e-boeken ('e-tailers'): schaalvoordelen en netwerkeffecten kunnen dan ook in een online omgeving niet worden benut om spelers met een hoger kostenniveau via prijsconcurrentie uit de markt te drijven. Dit zou kunnen leiden tot meer kwaliteitsdifferentiatie in het online aanbod, al is het de vraag op welke punten die kwaliteitsdifferentiatie door kleine e-tailers zich kan manifesteren: in het voorgaande werd al benadrukt dat aanbieders juist schaalgrootte in het digitale domein kunnen benutten voor advisering via het aanschafgedrag van andere consumenten. Het effect op de breedte van het assortiment bestaat niet voor het e-boek, aangezien de kosten van het voeren van een breed assortiment e-boeken laag zijn. De vaste prijs speelt dan geen rol ten aanzien van het voeren van een breed assortiment.

Het effect van een vaste prijs voor het e-boek ligt daarom vooral in de instandhouding van een breed retailnetwerk in een markt die de komende jaren hybride zal zijn: voor zover een vaste prijs voor e-boeken de huidige printboekhandels in staat stelt ook als e-tailer te overleven, levert dit een bijdrage aan de instandhouding van de fysieke boekhandels en daarmee aan de brede beschikbaarheid van het gedrukte boek.

### **De uitgever**

Ook het belang dat uitgevers kunnen hebben bij een vaste boekenprijs is subtieler dan vaak gesuggereerd. Een uitgever heeft via het auteursrecht meestal een monopolie op het uitgeven van een titel. Dat is doorgaans vastgelegd in het contract dat met de auteur (of diens agent) is afgesloten. Het economisch belang van de uitgever is om een verkoopprijs vast te stellen waarbij

---

<sup>158</sup> Daarnaast kunnen er boekhandelaren zijn die de winst die zij dankzij de vaste boekenprijs halen op goedlopende titels bewust investeren in de breedte van hun assortiment, bijvoorbeeld omdat ze vinden dat ze bepaalde titels in hun assortiment horen te hebben, zonder dat dit een positief effect heeft op hun winstgevendheid.

de winst maximaal is. Daarbij is het voor de uitgever in principe voordelig wanneer de retailmarge zo klein mogelijk is: er blijft dan meer marge voor hemzelf over. In markten met sterke retailconcurrentie zijn de retailmarges klein, hetgeen impliceert dat uitgevers in principe belang hebben bij veel prijsconcurrentie tussen verkopers en dus niet bij een vaste verkoopprijs.

Ook de breedte van het assortiment (fonds) dat een uitgever aanbiedt, houdt geen direct verband met het al dan niet hebben van een vaste verkoopprijs voor e-boeken. Wanneer een vaste verkoopprijs leidt tot gemiddeld hogere retailmarges is het verband eerder omgekeerd: als de retailmarges hoger zijn, leidt dit via een hogere retailprijs tot een lagere afzet en dus een lagere winst voor de uitgever.<sup>159</sup> Daardoor is een individuele titel voor de uitgever minder snel rendabel en zal hij deze minder snel uit willen geven. Ook een vaste prijs voor een *bestseller* verhoogt de winst voor de uitgever niet, en zelfs wanneer dat wel zo zou zijn is zeker niet gegarandeerd dat deze revenuen worden geïnvesteerd in nieuw talent of in cultureel interessante uitgaven die commercieel risicovol zijn. Aandeelhouders zouden die winst liever als dividend uitgekeerd willen krijgen.<sup>160</sup>

Aan de andere kant zijn uitgevers gebaat bij zo veel mogelijk verkooppunten, omdat de boekhandels *advertentiemaarde* voor ze hebben. De promotie door het boek in de fysieke boekhandel draagt bij aan de bekendheid van het boek en kan zo de verkoop van zowel het gedrukte boek als het e-boek bevorderen. Tevens kan het gemak van de nabijheid van boekhandels de verkoop stimuleren.<sup>161</sup> Bij een vbp kan de uitgever boekhandels met een relatief hoog kostenniveau in leven houden via de combinatie van de vaste verkoopprijs en de leveringsprijzen, wat gunstig kan zijn voor de afzet.

Voor e-boeken is de 'nabijheidswaarde' van boekhandels op zijn hoogst indirect, zoals hiervoor aangegeven. Consumenten geven aan weinig behoefte te hebben e-boeken af te nemen in fysieke winkels en waarderen juist de online beschikbaarheid. De advertentiemaarde voor het boek kan nog wel via de boekhandel met de gedrukte boeken lopen, zeker zolang het gedrukte boek de markt domineert.

Tevens kan een vaste boekenprijs via het in stand houden van een gedifferentieerd retailnetwerk vergroting van de inkoopmacht van retailers tegengaan. Wanneer de retailmarkt geconcentreerd raakt, ontstaat inkoopmacht die tot gevolg kan hebben dat dominante retailers hogere marges afdwingen, onder de dreiging een uitgever anders uit het assortiment te halen.<sup>162</sup>

<sup>159</sup> Als de uitgever er voor kiest de hogere retailmarge in mindering te brengen op zijn eigen marge, verlaagt dit eveneens zijn winst.

<sup>160</sup> Een nuancering hier is dat uitgevers net als boekhandels vaak niet van tevoren weten of een boek een bestseller zal worden of niet. Risicovolle investeringen in nieuwe titels horen bij het vak, net als bijvoorbeeld in de muziekindustrie en de filmindustrie. Het punt is echter dat dergelijke investeringen ook zonder een vaste boekenprijs zullen (moeten) worden gedaan, daarvan getuigen ook de muziek- en filmindustrie. De kunst is een fonds op te bouwen waarin voldoende successtitels zitten om de flops te compenseren. Voorts kunnen uitgevers soms willens en wetens titels uitbrengen waar zij verlies op lijden, bijvoorbeeld omdat ze de auteur aan zich willen binden of ze de titel vinden passen binnen het fondsprofiel. Dit kan goed te verklaren zijn vanuit het (commerciële) langetermijnperspectief van de uitgever en ook wanneer dat niet zo is, staat dit los van de vaste boekenprijs.

<sup>161</sup> Mathewson & Winter (1998) noemen het voortbestaan van aan breed retailnetwerk als mogelijk indirect effect van een hogere retailprijs, dat tot gevolg kan hebben dat de verkoop niet per se toeneemt bij een lagere prijs.

<sup>162</sup> Zie ook (Appelman & Broek, 2002, p. 32).

Voor e-boeken kunnen uitgevers die dreiging enigszins compenseren door zelf direct aan de consument te leveren, al wijst de praktijk uit dat dit niet kan opwegen tegen de nadelen om via de dominante aanbieders niet beschikbaar te zijn. Dit zal dan ook weinig indruk maken op internationale concerns als Apple, Amazon en Google. In de machtsstrijd met zulke concerns kan een wettelijke vaste boekenprijs helpen vast te houden aan de gekozen prijsstrategie (het geeft binding). Daarvan moeten echter geen wonderen verwacht worden. Exemplarisch zijn daarvoor immers de eerste ervaringen van Macmillan met Amazon, waarbij Amazon in eerste instantie de voorgestelde *agency pricing* afwees, maar overstag ging onder dreiging van de concurrentie van de iPad. Een wettelijk verankerde vaste boekenprijs biedt voor een uitgever weliswaar meer binding dan zelfverkozen *agency pricing*, maar wanneer er een bijna-monopolie zou bestaan aan de retailzijde zal de vaste prijs uiteindelijk gezet gaan worden door die retailer. Zoals het in Paragraaf 4.2 cynisch werd verwoord: “In het agentuurmodel worden de prijzen door Apple bepaald.”

Het belang van uitgevers bij een vaste boekenprijs loopt dus via het in stand houden van een breed en gedifferentieerd retailnetwerk. De vaste prijs werkt mogelijk retailconcentratie, en als gevolg daarvan verlies van onderhandelingsmacht van de uitgevers, tegen. Bovendien biedt dit uitgebreidere netwerk lezers voldoende gelegenheden voor aankopen van gedrukte boeken en heeft het advertentiewaarde. Voor e-boeken is het argument van de fysiek toegankelijke en bereikbare aankoopplaats niet relevant. De andere twee argumenten (de advertentiewaarde en het tegengaan van retailconcentratie) blijven tot op zekere hoogte valide.

Het in stand houden van een breed retailnetwerk hangt samen van het *systeem* van prijsbinding. De prijsbinding van een individuele uitgever levert daaraan slechts een beperkte bijdrage. Het brede netwerk is daardoor een soort collectief goed waarvan alle uitgevers profiteren en waaraan ze via de vbp hun steentje bijdragen. Individueel zou een uitgever echter in sommige gevallen, bijvoorbeeld voor een bestseller die de kwalitatieve verkoopinspanningen van de boekhandel minder nodig heeft, beter af zijn wanneer *alle andere* uitgevers bijdragen, maar hij zelf niet. Prijsconcurrentie kan de winst voor de uitgever dan vergroten via een grotere afzet, zeker gezien de grote prijsgevoeligheid van de vraag naar individuele e-titels.<sup>163</sup> Gecombineerd met de eerdere conclusie dat uitgevers niet alleen door het verrijken van e-boeken, maar ook door de introductie van verhuurmodellen ruime mogelijkheden hebben om zich te onttrekken aan de werking van de vaste boekenprijs, is dit een recept voor een *prisoner's dilemma*. Hoewel het in stand houden van het brede retailnetwerk in ieders belang kan zijn, heeft iedere uitgever afzonderlijk zowel het belang als de mogelijkheid geen bijdrage te leveren en dus (juist voor bestsellers) volop te experimenteren met verhuurconstructies of verrijkte e-boeken waarop een vaste prijs niet van toepassing is. Indien veel uitgevers hiervoor kiezen is een vaste prijs slechts van beperkte betekenis voor het in stand houden van een breed retailnetwerk.

---

<sup>163</sup> Een grotere winst wordt ook behaald wanneer de retailprijs en de afzet gelijk blijven, maar de retailmarge kleiner is door retailconcurrentie (en de marge voor de uitgever dus groter).

## 4.5 Conclusie

Dit hoofdstuk schetste de bouwstenen voor de scenario's die in Hoofdstuk 5 worden gepresenteerd. Hoewel op voorhand niet duidelijk is hoe de relatie tussen e-boeken en printboeken zal zijn, ligt een hybride markt op lange termijn voor de hand. Op korte termijn vormt de aanschaf van een apparaat om e-boeken te lezen een drempel, die naar verwachting op de lange termijn zal verdwijnen. Momenteel is het aandeel van fictie op de Nederlandse e-boekenmarkt het grootst. Dat komt doordat de voordelen van fictie als e-boek zich nu al manifesteren. De potentiële voordelen van e-boeken zijn bij non-fictie groter, maar de ontwikkelingen van het verrijkte e-boek staan nog in de kinderschoenen.

Naast kannibalisatie biedt het e-boek ook nieuwe verkoopmogelijkheden, bijvoorbeeld doordat digitaal lezen de aan lezen bestede tijd een impuls kan geven. Tevens suggereren de – weliswaar beperkte en anekdotische – ervaringen met prijzen dat lagere prijzen voor e-boeken de omzet kunnen verhogen. Een belangrijke factor in de gebruiksvriendelijkheid is DRM. Zowel de sector als gebruikers wijzen op de gebruiksonvriendelijkheid van de huidige DRM-systemen. Het gevaar bestaat dat DRM een rem zet op de ontwikkeling van de e-boekenmarkt en bevordert wat het beoogt te bestrijden: *file sharing*.

Voor de aanbieders betekent de introductie van e-boeken in eerste instantie een investering in het opzetten van een digitale infrastructuur. Op lange termijn zullen de variabele kosten echter drastisch afnemen, waardoor een dergelijke investering lonend wordt. Amazon heeft in de Verenigde Staten goed gebruik kunnen maken van de *First-mover advantage* en heeft daarbij een zeer sterke positie in de verkoop van e-boeken. Intussen hebben vooral Barnes & Noble, maar ook Apple een positie op deze markt kunnen verwerven en loopt het marktaandeel van Amazon wat terug. Op het Europese continent wordt door middel van gezamenlijke infrastructuren getracht de ontwikkeling van de lokale e-boekenmarkt ter hand te nemen.

De werking van een vaste prijs voor e-boeken is op hoofdlijnen gelijk aan die van een vaste prijs voor gedrukte boeken: prijsconcurrentie tussen verkopers wordt uitgeschakeld waardoor een vaste prijs – of eigenlijk een vaste bruto marge – het aantal levensvatbare aanbieders kan verhogen. Anders dan bij gedrukte boeken speelt een vbp-e echter geen rol ten aanzien van de breedte van het assortiment e-boeken. In een online omgeving zal iedere aanbieder de volle breedte opzoeken omdat daar relatief weinig kosten aan verbonden zijn. Uitgevers kunnen profiteren van een vaste prijs, voor zover een groter aantal verkopers dat in stand wordt gehouden door een vaste prijs, leidt tot meer extra verkoop dan prijsconcurrentie zou doen. Een groter aantal verkooppunten leidt tot meer bekendheid van het aanbod en meer gelegenheden voor consumenten om boeken te kopen, maar dit laatste punt speelt geen rol voor e-boeken. Ook komt een gedifferentieerd retailkanaal de onderhandelingspositie van uitgevers ten goede.

Daar staat tegenover dat de waarde van een breed retailnetwerk voor uitgevers nauwelijks vergroot wordt door de eigen, specifieke bijdrage daaraan; dat effect bestaat alleen wanneer dat collectief gebeurt. Ondanks dit collectieve belang bij een breed retailnetwerk heeft iedere uitgever afzonderlijk zowel het belang als de mogelijkheid geen bijdrage te leveren en dus volop te experimenteren met verhuurconstructies of verrijkte e-boeken die niet onder een vaste prijs vallen. Zo kan de uitgever vooral voor bestsellers een groter deel van de totale marge naar zich

toe trekken en profiteren van de prijsgevoeligheid van consumenten. Dit is een commerciële afweging die uitgevers kunnen maken en is door regelgeving niet te voorkomen. Afstemming tussen uitgevers om dat niet te doen kan als mededingingsbeperkend worden aangemerkt.

In lijn met de Franse en Duitse situatie is bij de verdere analyse van het verwachte effect van een vaste prijs voor e-boeken uitgegaan van een enge definitie van het e-boek: het facsimile e-boek, zonder multimediale toepassingen. Een vaste prijs voor verrijkte e-boeken is niet haalbaar. Verder wordt in de uitwerking van de scenario's in het volgende hoofdstuk uitgegaan van een netto retailprijs. Een vaste relatie tussen de prijs van het printboek en het e-boek (bijvoorbeeld een vast percentage) wordt daarbij niet voorondersteld.



## 5 Scenario's en analyse

### 5.1 Vier toekomstbeelden voor het A-boek

Op dit moment is het marktaandeel van e-boeken in Nederland nog zeer beperkt. In het voorgaande hoofdstuk is aangegeven dat dit mede te wijten is aan het beperkte aanbod. De Nederlandse consument staat klaar om het e-boek te omarmen. Tegelijk blijken (nog) niet alle genres even kansrijk op de e-boekmarkt. Voor de korte termijn zijn er vooral kansen voor het facsimile-e-boek, voor een genre als fictie belangrijk, en op de langere termijn voor verrijkte e-boeken, in het bijzonder van belang voor non-fictie.

Om verschillende scenario's voor de toekomst van e-boeken in Nederland te ontwikkelen voor de korte en de lange termijn, en daarbij een beter beeld te krijgen van de betekenis van een vaste prijs voor e-boeken, zijn de inschattingen van de geschiktheid van verschillende genres voor e-boeken, nu en op de wat langere termijn, vertaald in te verwachten marktaandelen. De analyse hier heeft betrekking op het A-segment. Het ingeschatte marktaandeel van e-boeken in de totale markt is gebaseerd op de huidige omzetverdeling tussen genres voor gedrukte boeken.

Dit resulteert in een viertal scenario's waarin het omzetaandeel van e-boeken op korte en lange termijn en het aandeel van de fysieke boekhandel daarin wordt voorspeld. De bepalende factoren die we in de geschetste scenario's als cruciaal beschouwen zijn de houding van de verschillende aanbieders (uitgevers en boekhandelaren) in de markt ten opzichte van e-boeken (terughoudend versus proactief) en het al dan niet instellen van een vaste prijs voor e-boeken. In het licht van de bevindingen in de voorgaande hoofdstukken wordt de bereidheid van de consument om het e-boek te omarmen minder als een beperkende factor gezien. Merk op dat het in deze analyse niet gaat om de precieze cijfers die in de scenario's worden gepresenteerd; deze zijn met veel onzekerheid omkleed. De onderlinge verhoudingen en trends zijn echter voldoende robuust om hun zeggingskracht te behouden in het licht van die onzekerheid.

#### Scenario 1: ruim baan voor het e-boek; geen vbp-e

In dit scenario worden de huidige strategieën en werkwijzen van uitgevers die de beschikbaarheid van e-boeken beperken, omgezet in een proactieve strategie:

- nieuwe titels komen zonder vertraging als e-boek uit (geen windowing);
- oudere titels worden in hoog tempo ook als e-boek beschikbaar gemaakt;
- DRM wordt niet gebruikt, of op een manier die door gebruikers als niet belemmerend wordt ervaren;
- boekhandels slagen in de ontwikkeling van een gezamenlijke infrastructuur voor de verkoop van e-boeken.

De percentages in Scenario 1 zijn gekozen op basis van de marktinformatie en -analyse gepresenteerd in de voorgaande hoofdstukken. Echter, voorspellen in een dynamische markt als deze blijft een hachelijke zaak.

Onderstaande tabel vat de kerngegevens van dit scenario samen. De regels ‘geschiktheid als facsimile-e-boek’ (korte termijn) en ‘geschiktheid als verrijkt e-boek’ (langere termijn) zijn afkomstig uit Tabel 4.1 (p. 60) en waren daar het resultaat van een totaalinschatting op basis van een aantal onderliggende criteria. Op basis daarvan en met de huidige marktontwikkelingen hier en in de Verenigde Staten in het achterhoofd zijn marktaandeelen geschat van het e-boek per genre op de korte en lange termijn. Dit aandeel varieert op de korte termijn (3 tot 5 jaar) van 5 procent voor kinderboeken tot 30 procent voor fictie en komt op een gewogen gemiddeld omzetaandeel van 23 procent.<sup>164</sup> Op de langere termijn (5 tot 10 jaar) worden de kansen van non-fictie het hoogst geschat, op 80 procent. Voor gedrukte fictie en vooral gedrukte kinderboeken zal naar verwachting ook op langere termijn een substantiële markt blijven bestaan. Gemiddeld komt het omzetaandeel van e-boeken op langere termijn in dit scenario dan uit op 57 procent.

Vervolgens geeft de regel ‘Relevantie vbp-e (facsimile)’ weer in hoeverre de eventuele introductie van een vaste prijs voor het facsimile-e-boek van invloed zal zijn op het marktsegment. Dat hangt af van het tempo waarin verrijking zal worden geïntroduceerd en de mate waarin alternatieve modellen (zoals verkoop per hoofdstuk of deel, maar ook verhuur) hun intrede doen. Omdat die publicaties niet onder een eventuele vaste prijs voor e-boeken vallen, ondergraven ze de invloed van de vaste prijs op de marktstructuur en -ontwikkeling. Een belangrijke constatering is hier dat de genres die juist als verrijkt e-boek door zullen breken, daarbij de minste invloed ondervinden van de vaste boekenprijs.

Op lange termijn zal een vaste boekenprijs alleen voor fictie nog in hoge mate relevant zijn, al geldt ook daar dat de vaste prijs met verhuur en abonnementsmodellen door uitgevers buitenspel kan worden gezet. Scenario 1 gaat er echter van uit dat er *geen vaste prijs* bestaat voor e-boeken. Dit verheft de prijsconcurrentie tussen retailers. Omdat die prijsconcurrentie voor gedrukte boeken ontbreekt, leidt dit tot een hoger marktaandeel voor e-boeken in ieder segment dan *met* een vaste prijs voor het e-boek. De huidige fysieke vakboekhandels slagen er door deze concurrentiestrijd echter niet in een evenredig deel van de e-boekenmarkt naar zich toe te trekken.

Momenteel is het marktaandeel van de fysieke boekhandel voor gedrukte boeken plus minus 75 procent. Aangenomen wordt dat de fysieke boekhandels dit marktaandeel behouden en dankzij hun gezamenlijke infrastructuur en hun kennis van de lokale markt – maar gehinderd door de felle (internationale) prijsconcurrentie in de e-boekenmarkt – een derde van dit marktaandeel weten te bereiken in de e-boekenmarkt, dus 25%. Via de gedrukte boeken behouden ze dan op korte termijn een marktaandeel van  $(1 - 23\%) \times 75\% = 58\%$  van de totale markt, terwijl ze via de e-boekenmarkt  $23\% \times 25\% = 6\%$  verwerven. Totaal neemt de marktpositie daarmee af van 75% naar 64%. Op lange termijn is de daling groter en bedienen ze in totaal 46% van de markt: 32% met gedrukte boeken en 14% met e-boeken.

---

<sup>164</sup> Vergelijk dit met het omzetaandeel van e-boeken in de VS: in april 2011 was dat 16,7 procent en voor 2014 wordt een aandeel van 35 procent verwacht (zie Paragraaf 3.2).

### Scenario 1 Ruim baan voor het e-boek; geen vbp-e

	Fictie	Kinderboeken	Non-fictie vrije tijd	Non-fictie informatief	Totaal
<b>Huidig omzetaandeel<sup>165</sup></b>	47%	14%	15%	23%	100%
<b>Korte termijn</b>					
Geschiktheid als facsimile e-boek	++	0	+	+	
Aandeel e-boeken binnen genre	30%	5%	20%	20%	<b>23%</b>
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	+/0	+/0	+/0	
<b>Langere termijn</b>					
Geschiktheid als verrijkt e-boek	0	+/0	++	++	
Aandeel e-boeken binnen genre	50%	20%	80%	80%	<b>57%</b>
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	-	--	--	
<b>Marktaandeel fysieke boekhandel</b>					
Gedrukte boeken	75%	75%	75%	75%	75%
E-boeken (korte en lange termijn)	25%	25%	25%	25%	25%
<i>Totaal</i>				<i>Korte termijn</i>	<b>64%</b>
				<i>Lange termijn</i>	<b>46%</b>

Bron: SEO Economisch Onderzoek

### Scenario 2: ruim baan voor het e-boek; met vbp-e

In Scenario 2 volgen de aanbieders van de boekenmarkt een vergelijkbare strategie als in Scenario 1. Verschil is dat de overheid een vaste prijs introduceert voor het facsimile e-boek. Hierdoor wordt voor deze uitgave de prijsconcurrentie uitgeschakeld, waardoor de fysieke boekhandel een groter marktaandeel weet te bereiken in de fictie e-boekenmarkt: 50% tegenover 75% in de markt voor gedrukte boeken en 25% in de e-boekenmarkt in Scenario 1 zonder een vaste prijs. De aanname is hier dat uitgevers op korte termijn terughoudend zijn met het aanbieden van verhuur- en abonnementsmodellen. Wanneer zij, zoals in het voorgaande hoofdstuk beargumenteerd, er wel op korte termijn voor kiezen de vaste prijs op die manier buitenspel te zetten, zullen de uitkomsten van dit scenario nog meer gaan lijken op die van Scenario 1. Voor non-fictie en kinderboeken is het marktaandeel van de fysieke boekhandel in de e-boekenmarkt ook op korte termijn kleiner dan 50 procent, omdat een deel van deze markt al snel niet meer onder de vbp-e valt, bijvoorbeeld wanneer boeken voorzien worden van externe links, updates worden gegeven of boeken in delen worden verkocht (zie de tabelregels 'relevantie vbp'). Voor deze genres e-boeken wordt op korte termijn een marktaandeel van de fysieke boekhandel verondersteld van 37,5%.

De vbp-e remt wel het tempo waarin het e-boek marktaandeel verwerft. Niet alleen leidt het uitschakelen van prijsconcurrentie tot hogere prijzen, ook beperkt de vaste prijs de slagvaardigheid waarmee uitgevers en retailers de prijzen kunnen aanpassen aan veranderende marktomstandigheden en kan het een belemmering vormen voor prijsdiscriminatie tussen

<sup>165</sup> Non-boeken zoals audioboeken zijn goed voor 3 procent van de totale markt en blijven hier buiten beschouwing. De percentages zijn daarom de percentages binnen de markt exclusief non-boeken.

consumentengroepen zo die om marketingredenen gewenst zou zijn. De wet staat die flexibiliteit niet toe (zie Paragraaf 4.4.1).

De gevolgen van de vbp-e ten opzichte van Scenario 1 zijn op korte termijn groter dan op langere termijn, omdat verwacht wordt dat non-fictieboeken en ook de kinderboeken op langere termijn steeds meer zullen transformeren tot verrijkte e-boeken, waarvoor de vbp-e niet geldt. Ook is het goed mogelijk dat uitgevers in toenemende mate gebruik zullen maken van verhuurmodellen waarop de vaste prijs niet van toepassing is, een ontwikkeling die ook voor fictie niet is uit te sluiten. In het voorgaande hoofdstuk werd betoogd dat een vaste prijs voor e-boeken deze ontwikkelingen – zowel de verrijking als de introductie van nieuwe businessmodellen – zal stimuleren, omdat het voor iedere uitgever afzonderlijk veelal aantrekkelijk zal zijn de vbp buitenspel te zetten. Dat heeft tot gevolg dat het marktaandeel van de fysieke boekhandel in deze segmenten van de e-markt op langere termijn gelijk is aan Scenario 1. Voor de fictiemarkt wordt wel een duurzaam hoger marktaandeel van de boekhandel verondersteld van 37,5%, omdat de vaste prijs op deze deelmarkt relevanter blijft.

Onderstaand wordt dit scenario kwantitatief uitgewerkt. Verschillen met Scenario 1 zijn rood gemarkeerd.

### Scenario 2 Ruim baan voor het e-boek; met vbp-e

	Fictie	Kinderboeken	Non-fictie vrije tijd	Non-fictie informatief	Totaal
<b>Huidig omzetaandeel</b>	47%	14%	15%	23%	100%
<b>Korte termijn</b>					
Geschiktheid als facsimile e-boek	++	0	+	+	
Aandeel e-boeken binnen genre	20%	4%	15%	15%	16%
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	+/0	+/0	+/0	
<b>Langere termijn</b>					
Geschiktheid als verrijkt e-boek	0	+/0	++	++	
Aandeel e-boeken binnen genre	40%	20%	80%	80%	52%
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	-	--	--	
<b>Marktaandeel fysieke boekhandel</b>					
Gedrukte boeken	75%	75%	75%	75%	75%
E-boeken - korte termijn	50%	37,5%	37,5%	37,5%	43%
E-boeken - lange termijn	37,5%	25%	25%	25%	31%
<i>Totaal</i>				<i>Korte termijn</i>	<b>70%</b>
				<i>Lange termijn</i>	<b>51%</b>

Bron: SEO Economisch Onderzoek

### Scenario 3: terughoudend aanbod; geen vbp-e

In Scenario 3 zijn de aanbieders terughoudender met het aanbieden van e-boeken dan in de twee voorgaande scenario's. De beschikbaarheid van e-titels neemt gestaag toe, maar blijft beperkt ten opzichte van het gedrukte aanbod. Nieuwe titels worden meestal eerst in druk geëxploiteerd voor ze als e-boek beschikbaar komen en DRM wordt ingezet om te voorkomen dat gebruikers e-

boeken delen. Uitgevers experimenteren slechts in beperkte mate met nieuwe functionaliteiten om het e-boek te verrijken. In lijn met de terughoudende opstelling ten aanzien van e-boeken, wordt ook slechts beperkt geïnvesteerd in een gezamenlijke verkoopinfrastructuur voor e-boeken. Ook buitenlandse aanbieders als Amazon, Apple en Google tonen weinig interesse in de Nederlandse markt door het beperkte titelaanbod. De overheid introduceert geen vaste prijs voor het e-boek.

Het fictie-e-boek groeit in dit scenario op korte termijn door naar een marktaandeel van 5%, op lange termijn stagneert dit op 15%, omdat nieuwe titels niet als e-boek beschikbaar zijn. Kinderboeken blijven daar ver bij achter, terwijl non-fictie zich op langere termijn iets gunstiger ontwikkelt dan fictie. In totaal bereikt de e-boekenmarkt daarbij een aandeel van 4 procent op de korte termijn, en 17 procent op de langere termijn (ongeveer het huidige niveau voor de totale markt in de VS).

Het marktaandeel van de fysieke boekhandel voor gedrukte boeken blijft gelijk op 75% terwijl het marktaandeel in de e-boekenmarkt net als in Scenario 1 op korte en lange termijn uitkomt op 25%. Via de gedrukte boeken behouden fysieke boekhandels dan op korte termijn een aandeel van  $(1 - 4\%) \times 75\% = 72\%$  van de totale markt, terwijl ze via de e-boekenmarkt  $4\% \times 25\% = 1\%$  verwerven. Totaal neemt de marktpositie daarmee af van 75% naar 73%. Op lange termijn is de daling groter en bedienen ze in totaal 66% van de markt (62% met gedrukte boeken en 4% met e-boeken).

### Scenario 3 Terughoudend aanbod; geen vbp-e

	Fictie	Kinderboeken	Non-fictie vrije tijd	Non-fictie informatief	Totaal
<b>Huidig omzetaandeel</b>	47%	14%	15%	23%	100%
<b>Korte termijn</b>					
Geschiktheid als facsimile e-boek	++	0	+	+	
Aandeel e-boeken binnen genre	5%	1%	5%	5%	4%
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	+/0	+/0	+/0	
<b>Langere termijn</b>					
Geschiktheid als verrijkt e-boek	0	+/0	++	++	
Aandeel e-boeken binnen genre	15%	4%	25%	25%	17%
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	-	--	--	
<b>Marktaandeel fysieke boekhandel</b>					
Gedrukte boeken	75%	75%	75%	75%	75%
E-boeken (korte en lange termijn)	25%	25%	25%	25%	25%
<i>Totaal</i>				<i>Korte termijn</i>	<b>73%</b>
				<i>Lange termijn</i>	<b>66%</b>

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## Scenario 4: terughoudend aanbod; met vbp-e

Het vierde scenario, ten slotte, komt overeen met Scenario 3 met het verschil dat de overheid een vaste prijs voor het facsimile e-boek introduceert. Door het ontbreken van prijsconcurrentie verwerft het facsimile e-boek iets minder snel marktaandeel dan in Scenario 3. Net als in Scenario 2 weet de fysieke boekhandel dankzij de vbp-e wel een groter marktaandeel te bereiken in de facsimile e-boekenmarkt: 50% tegenover 75% in de markt voor gedrukte boeken en 25% in Scenario 3. Voor non-fictie en kinderboeken is het marktaandeel van de fysieke boekhandel in de e-boekenmarkt op korte termijn iets kleiner dan 50%, omdat een deel van deze markt niet meer onder de vbp-e valt. Experimenten met verrijking verlopen echter langzamer, waardoor dat marktaandeel hoger blijft dan in Scenario 2: 45%.

Op langere termijn neem de relevantie van de vbp-e voor non-fictie en kinderboeken verder af. Dat heeft tot gevolg dat het marktaandeel van de fysieke boekhandel in deze segmenten van de e-markt op langere termijn gelijk wordt aan Scenario 1 en 3. In de fictiemarkt blijft het marktaandeel van de fysieke boekhandel duurzaam hoger op 37,5%.

### Scenario 4 Terughoudend aanbod; met vbp-e

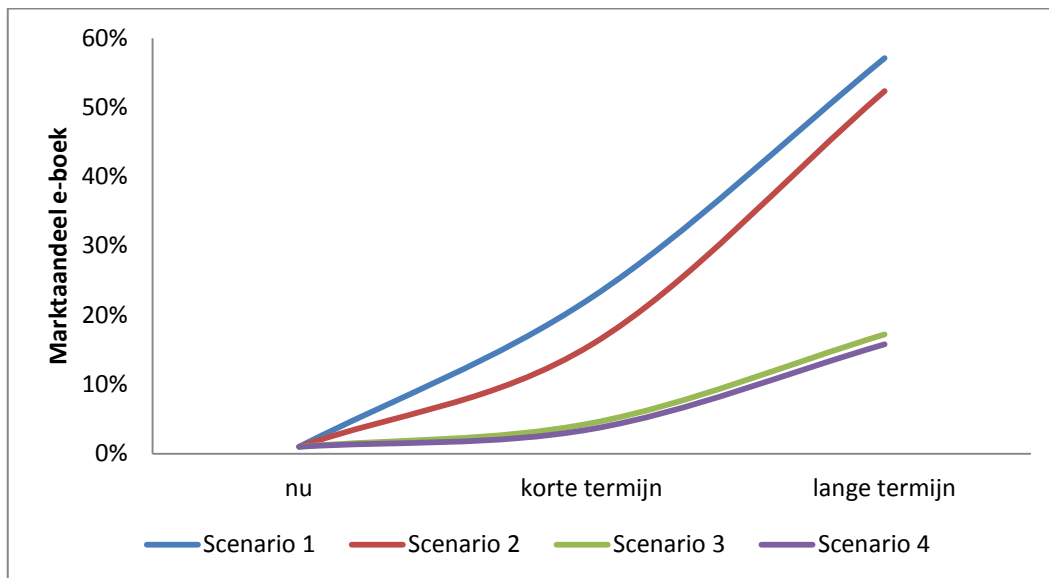
	Fictie	Kinderboeken	Non-fictie vrije tijd	Non-fictie informatief	Totaal
<b>Huidig omzetaandeel</b>	47%	14%	15%	23%	100%
<b>Korte termijn</b>					
Geschiktheid als facsimile e-boek	++	0	+	+	
Aandeel e-boeken binnen genre	4%	1%	4%	4%	4%
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	+/0	+/0	+/0	
<b>Langere termijn</b>					
Geschiktheid als verrijkt e-boek	0	+/0	++	++	
Aandeel e-boeken binnen genre	12%	4%	25%	25%	16%
Relevantie vbp-e (facsimile)	++	-	--	--	
<b>Marktaandeel fysieke boekhandel</b>					
Gedrukte boeken	75%	75%	75%	75%	75%
E-boeken – korte termijn	50%	45%	45%	45%	47%
E-boeken – lange termijn	37,5%	25%	25%	25%	31%
<i>Totaal</i>				<i>Korte termijn</i>	<b>74%</b>
				<i>Lange termijn</i>	<b>68%</b>

Bron: SEO Economisch Onderzoek

## 5.2 Analyse scenario's en synthese

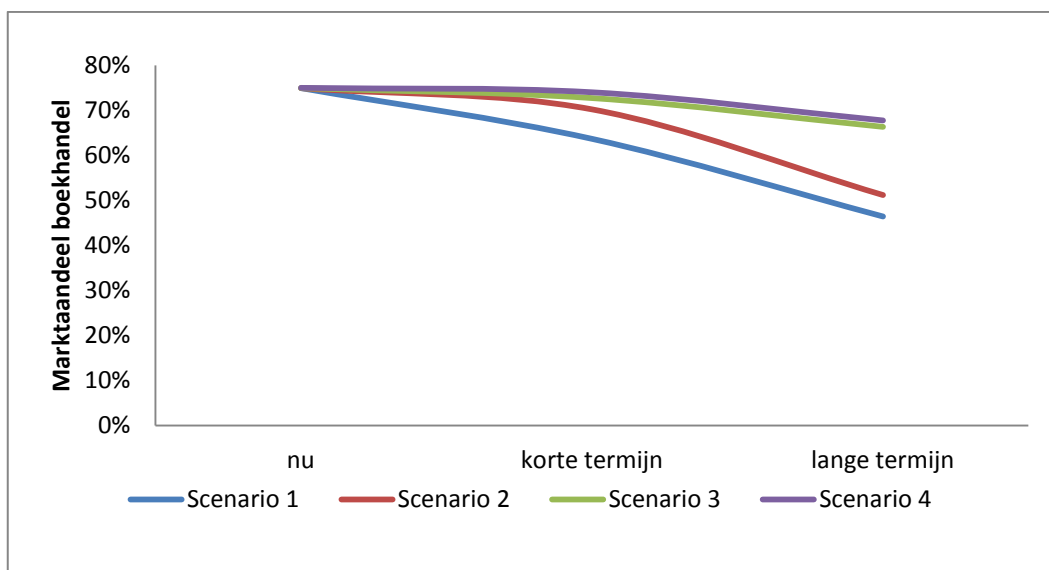
Onderstaande figuren geven de uitkomsten van de vier scenario's grafisch weer. Eerst geeft Figuur 5.1 de verwachte ontwikkeling van de e-boekenmarkt in de tijd weer, vervolgens geeft Figuur 5.2 de verwachte ontwikkeling van het marktaandeel van de fysieke boekhandel in de totale markt, binnen de verschillende scenario's. Beide figuren zijn sterk aan elkaar verwant: groei van de e-boekenmarkt en een teruglopende positie van de fysieke boekhandel zijn twee kanten van één medaille.

Figuur 5.1 Scenario's voor marktaandeel e-boek op korte en lange termijn



Bron: SEO Economisch Onderzoek

Figuur 5.2 Scenario's voor marktaandeel fysieke boekhandel op korte en lange termijn



Bron: SEO Economisch Onderzoek

### Effecten vbp-e en strategie aanbieders

Uit beide figuren komt duidelijk naar voren dat het effect van een vaste prijs voor het e-boek op het marktaandeel van het e-boek relatief beperkt zal zijn (het verschil tussen Scenario 1 en 2 en tussen 3 en 4). Dat komt doordat de vaste prijs vooral op lange termijn het minst relevant is op het deel van de markt dat het meest kansrijk is als e-boek. Ook het effect van de vaste prijs op het marktaandeel van de boekhandel in de totale markt is relatief beperkt. Het zorgt voor enige vertraging in zowel de doorbraak van het e-boek als het verlies van marktaandeel van de boekhandel. Dit effect neemt af in de tijd, omdat de vaste prijs naar verwachting op een steeds kleiner deel van de markt betrekking heeft. Zeker in Scenario 1 en 2, waarin aanbieders het e-

boek omarmen, titels snel en gebruiksvriendelijk toegankelijk maken, en additionele functionaliteiten toevoegen, neemt de invloed van een vbp-e mettertijd snel af. Ook de introductie van verhuurmodellen kan de relevantie van een vaste prijs voor het e-boek snel reduceren.

Veel bepalender voor de positie van het e-boek en die van de boekhandel zal de strategie van de uitgevers zijn, en de mate waarin zowel nieuwe uitgaven als de backlist op een gebruiksvriendelijke wijze als e-boek beschikbaar komen (het verschil tussen Scenario 1 en 3 en tussen Scenario 2 en 4). Wanneer uitgevers (en auteurs) zich daarin terughoudend blijven opstellen, zullen zij de opmars van het e-boek aanzienlijk vertragen en is de kans groot dat grote buitenlandse verkopers zich niet actief zullen richten op de Nederlandse markt. Daarmee wordt ook het verlies van marktaandeel van de boekhandels beperkt.<sup>166</sup>

In alle scenario's neemt het marktaandeel van de fysieke boekhandels af. Ook met een gezamenlijke infrastructuur zullen zij in het digitale domein marktaandeel moeten toegeven op nationale of internationale online specialisten, die beter kunnen profiteren van schaalvoordelen, en die netwerkeffecten tussen gebruikers via advies op maat optimaal kunnen benutten. Het tempo waarin dat gebeurt hangt primair samen met het tempo waarin het e-boek marktaandeel verovert. Een vbp-e heeft een klein positief effect op de positie van de boekhandel in totale markt (gedrukte boeken plus e-boeken): deels doordat de concurrentiepositie iets gunstiger wordt en deels doordat de ontwikkeling van het e-boek wordt afgeremd.

Wanneer uitgevers minder dan is aangenomen in deze scenario's gaan experimenteren met verrijkte e-boeken en verhuurconstructies, zal dit eveneens de groei van het aandeel van e-boeken vertragen. Dat geldt vooral in het non-fictiesegment, dat zich het beste leent voor verrijking en waar ook verhuur – in analogie met de wetenschappelijke en professionele markt – vermoedelijk het kansrijkste is. De lijnen in Figuur 5.1 zullen wat vlakker gaan lopen en als gevolg daarvan zal ook het marktaandeel van de boekhandel (Figuur 5.2) wat minder snel afnemen. Het uitblijven van verrijking en verhuur zou in Scenario 2 en 4 tevens de reikwijdte van de vaste prijs vergroten, waardoor het marktaandeel van de boekhandel eveneens iets minder snel af zal nemen. De lijnen in Figuur 5.2 behorend bij Scenario 2 en 4 zullen naar verhouding dus wat vlakker gaan lopen.

### **Relatie *file sharing***

In de scenario's is niet expliciet rekening gehouden met het risico van ongeautoriseerde *file sharing*. Zolang het aanbod van e-boeken beperkt is, zal dit ook een rem vormen op *file sharing*. In Paragraaf 4.2 werd betoogd dat particulier gescande boeken – bij de huidige stand van de techniek en gebruikte reproductiemethoden – functioneel inferieur zijn aan het legale aanbod. Ook is het scannen voor de particuliere *uploader* tijdrovend en arbeidsintensief, waardoor dit naar verwachting alleen voor bestsellers een (beperkte) bedreiging zal zijn. Dat impliceert dat het risico van *file sharing* in Scenario 1 en 2 groter is dan in 3 en 4: *file sharing* zal zich hoofdzakelijk beperken tot het digitale aanbod. Wanneer dat aanbod groot is zoals in Scenario 1 en 2, is ook de

---

<sup>166</sup> Buitenlandse verkopers kunnen buiten het aanbod van Nederlandse uitgevers om slechts een beperkt marktaandeel behalen. Momenteel wordt ongeveer 90 procent van de omzet in het A-segment behaald op Nederlandstalige boeken.



vatbaarheid voor *file sharing* groter.<sup>167</sup> Anderzijds zal *file sharing* de druk op innovatie vergroten en de verdere ontwikkeling van het 'verrijkte' en alternatieve exploitatiemodellen bevorderen.

Daar staat tegenover dat beperkende DRM juist een stimulans kan zijn voor *file sharing*: de gekraakte versie biedt dan immers meer vrijheid in het gebruik en meer zekerheid dat deze ook op volgende generaties e-readers en tablets te gebruiken is. De analogie met de muziekindustrie, die strenge DRM eveneens in meerderheid de rug toe heeft gekeerd is sterk. In het Nederlandse boekenvak tekent zich dan ook consensus af dat het pad van beperkende DRM niet moet worden ingeslagen.

Een punt van zorg is wel de relatie tussen de vbp-e en *file sharing*. Met een vaste prijs voor een vaste termijn, zijn aanbieders minder goed in staat om snel in te spelen op veranderende marktomstandigheden. Ook beperkt het aanbieders bij prijsdiscriminatie tussen gebruikers.<sup>168</sup> Een vbp-e belemmert uitgevers dus om optimaal het prijswapen in te zetten in de strijd tegen het illegale aanbod. Dat impliceert dat het risico dat *file sharing* een negatief effect heeft op de omzet groter is in de scenario's met een vbp-e.

### Publieksparticipatie

Gebleken is dat het e-boek nieuwe gebruikersgroepen kan aanboren, en dat e-boekenlezers nieuwe leesmomenen vinden en gestimuleerd worden meer boeken aan te schaffen. Aldus kan het e-boek een partiële revival van het kopen en lezen van boeken teweegbrengen en moet het remmende effect van een vbp-e via verwachte hogere prijzen op de ontwikkeling van het e-boek als ongunstig worden beoordeeld met het oog op de doelstelling 'publieksparticipatie'.

Een terughoudende opstelling van aanbieders (Scenario 3 en 4) heeft in dit opzicht een veel ongunstiger effect op de publieksparticipatie en de innovatie in het boekenvak. Het belemmerende effect van een vbp-e op innovatie is beperkt, omdat innovatieve formats (verrijkte e-boeken) en ook alternatieve aanbodmodellen doorgaans buiten de vbp-e zullen vallen.

### Brede beschikbaarheid van boeken

Het e-boek geeft een enorme impuls aan de beschikbaarheid van e-boeken, wanneer het aanbod online op ieder moment en overal ter wereld toegankelijk wordt. Amazon heeft dit met de Kindle-3G geperfectioneerd, door ook mensen zonder vaste internetaansluiting via een kostenloze draadloze internetverbinding overal en altijd toegang te bieden tot de eBookstore. Een vaste prijs voor het e-boek zal de beschikbaarheid van e-boektitels niet direct beïnvloeden, maar zal wel het marktaandeel van het e-boek afremmen.

Hier tegenover staat een (relatief) licht *positief* effect op de positie van de fysieke boekhandel, zo bleek uit de scenario's. In alle scenario's verliezen de fysieke boekhandels de komende jaren marktaandeel. Gelet op de zorgwekkende bedrijfseconomische positie waarin veel boekhandels

---

<sup>167</sup> Merk op dat dit op het eerste gezicht haaks staat op het verwijt dat vooral de muziekindustrie nogal eens wordt gemaakt, namelijk dat zij *file sharing* in de hand heeft gewerkt door te weinig te innoveren. Het verschil is dat voor muziek de informatie al sinds de jaren tachtig digitaal (op cd) wordt aangeboden, waardoor verspreiding zonder kwaliteitsverlies veel eenvoudiger is.

<sup>168</sup> Verhuurmodellen waarmee de vaste prijs buitenspel komt te staan kunnen hier deels uitkomst bieden.

nu al verkeren, is de kans groot dat een substantieel aantal boekhandels de markt zal moeten verlaten. In de scenario's is daarmee vooralsnog geen rekening gehouden, of anders gezegd, is verondersteld dat het marktaandeel van fysieke boekhandels die uit de markt verdwijnen, wordt overgenomen door boekhandels die blijven bestaan.

Een vaste prijs voor e-boeken zal niet in staat zijn de afkalving van het marktaandeel van de fysieke boekhandel te doen kenteren, maar kan deze enigszins afremmen, met name voor boekhandels die specialiseren in fictie, het segment waar de vbp-e het meeste vat op zal houden.

Het is open voor discussie hoe toenemende (en via 3G alomtegenwoordige) online beschikbaarheid van e-boeken moet worden afgewogen tegen afnemende fysieke beschikbaarheid van gedrukte boeken. Ontwikkelingen met betrekking tot *printing on demand* zullen tot gevolg hebben dat het gedrukte boek voor wie daar prijs op stelt beschikbaar kan blijven, al wordt dit op termijn wellicht een facsimile van het e-boek in plaats van omgekeerd. De nabijheid van het fysieke aanbod via boekwinkels zal echter onvermijdelijk afnemen. Een vbp-e zal dit proces iets maar niet veel vertragen.

### **Pluriform titelaanbod**

Een pluriform titelaanbod is gebaat bij voortvarende digitalisering van de backlist, waarmee ook *out of print* boeken weer aan het aanbod kunnen worden toegevoegd. Het gaat daarbij weliswaar niet om nieuwe titels, maar wel om de *hernieuwde verkrijgbaarheid* van titels. Het tempo waarin dit gebeurt, wordt echter bepaald door uitgevers en auteurs en het tempo waarin ze overeenstemming bereiken over royalty's en andere condities. Het wordt amper beïnvloed door het al dan niet introduceren van een vaste boekenprijs.

Voor *nieuwe* titels heeft de fysieke boekhandel momenteel advertentiewaarde voor de uitgever, zo bleek uit de analyse van de werking van een vaste verkoopprijs. Langs die weg kan een fijnmazig en zichtbaar netwerk van boekhandels met iets hogere verkoopprijzen en hogere retailmarges voor een uitgever gunstiger zijn dan een meer geconcentreerd afzetkanaal met lagere prijzen. Een vaste boekenprijs kan een rol spelen om die situatie voor gedrukte boeken te behouden.

Het nabijheidsargument (de fijnmazigheid) speelt voor e-boeken amper nog een rol: consumenten willen niet naar een winkel om een e-boek te downloaden. Daarmee blijft op termijn voor de uitgever alleen de advertentiewaarde van de boekhandel in het straatbeeld overeind. Naarmate de aanschaf van boeken verhuist naar de online omgeving, zal echter ook deze waarde afnemen. Daarbij moet opnieuw worden opgemerkt dat het voor afzonderlijke uitgevers optimaal is niet bij te dragen aan een fijnmazig verkoopnetwerk, maar er wel van te profiteren. Met het verrijkte e-boek maar vooral met verhuurconstructies staat de deur voor uitgevers open om zich aan de vaste prijs te onttrekken.

## **5.3 Wetenschappelijke boek**

Op verschillende plaatsen in deze studie is aandacht besteed aan andere categorieën boeken dan het A-boek, in het bijzonder het wetenschappelijke boek (W-boek) en het schoolboek (S-boek). Anders dan voor het S-boek, dat functioneel gedefinieerd is op basis van concrete

gebruikssituaties, is de grens tussen het A- en W-boek niet scherp getrokken. Daarom is voor het gehele domein van het gedrukte W-boek de vaste prijs van toepassing. Geen subset is uitgezonderd. De belangrijkste reden daarvoor is dat de afbakening van het W-boek problematisch is omdat een groot deel van de W-boeken kenmerken vertoont van het non-fictie A-boek en een ander deel, door het feit dat het gaat om boeken die binnen opleidingen worden gebruikt, overeenkomst vertoont met het S-boek. Sommige W-boeken vertonen kenmerken van beide. Los van het feit dat het voor een wetgever moeilijk is om een inhoudelijk criterium te bepalen, ontbreekt hier ook een sluitend functioneel criterium. De wetgever heeft er daarom van afgezien om in het verlengde van het S-boek de verplicht gestelde literatuur in HBO en WO van de vaste prijs uit te zonderen. De complexiteit wordt nog verder vergroot doordat uitgevers die wetenschappelijke boeken voor een algemeen publiek uitgeven er soms voor kiezen om een dergelijk boek een A-status te geven. Hun belangrijkste reden is om op die manier de toewijding van de boekhandel te winnen. Voor A-boeken gelden hogere marges dan voor boeken die bij het Centraal Boekhuis als W-boeken zijn gecatalogiseerd. De boekhandel ziet op die manier meer terug van zijn eventuele promotionele inspanningen. Dit heeft tot gevolg dat inhoud niet meer geldt als een markeringscriterium dat onderscheid maakt tussen wetenschappelijke boeken en algemene boeken. Er spelen andere motieven en criteria die tot specifieke classificaties leiden.

Dit neemt niet weg dat er verschillende uitgeefpraktijken en consumptiepatronen tot stand komen die passen bij de uitgeefcultuur en gebruikerscontexten van verschillende soorten publicaties. In het wetenschappelijke circuit worden e-boeken via licentieovereenkomsten met universiteiten of groepen van universiteiten afgesloten waarna academici en studenten binnen instellingen ongelimiteerd gebruik kunnen maken van digitale informatie en dat ook doen, doorgaans via computerschermen en vooralsnog in mindere mate via e-readers of tabletcomputers, al is het waarschijnlijk slechts een kwestie van tijd voordat dat ook gebeurt. De informatie die op die wijze wordt gepubliceerd is vaak verrijkt en staat in de meeste gevallen ver af van het facsimile e-boek, waardoor deze publicaties nimmer onder het regime van een vaste prijs zullen vallen: niet vanwege het op licenties (verhuur) gebaseerde aanbodmodel en niet vanwege de verrijking van de e-boeken. Tot op zekere hoogte is die ontwikkeling met school- en studieboeken ook ingezet, al is dit proces daar aanmerkelijk minder ver voortgeschreden dan aan de hand van de technologische mogelijkheden en informatiegebruikspatronen van leerlingen en studenten mogelijk is.

Daarnaast is er een behoorlijke categorie wetenschappelijke boeken die nog steeds vooral in druk verschijnen en als e-boek wel in de categorie digitaal facsimile vallen. Het gaat daarbij vooral om de traditionele monografieën die vaak binnen de geestes- en sociale wetenschappen worden gepubliceerd. Om marketingtechnische redenen worden ze door uitgevers vaak als A-boek in de markt gezet. Gezien de welhaast narratieve opbouw lijken ze in een aantal aspecten op fictieboeken en vinden ze voor een belangrijk deel hun weg naar de lezer via de boekhandel. De corresponderende e-boeken zouden ook onder het regime van een eventuele vaste e-boekenprijs terecht komen. Waar dat opportuun is, kunnen uitgevers echter ook voor deze boeken besluiten zich via huur- en licentieovereenkomsten buiten een eventuele vaste prijs voor het e-boek te begeven. De ontwikkeling richting licentiemodellen die binnen wetenschappelijke uitgeverijen reeds geruime tijd is ingezet, wordt dan niet beïnvloed door de invoering van een vaste prijs voor het e-boek. In de particuliere markt kan de wetenschappelijke uitgever, wanneer hij het boekhandelskanaal wil benutten voor de positionering van zijn digitale facsimile uitgaven, ervoor

kiezen om het e-boek als A- of W-boek wel onder de vaste prijs te laten vallen. Of hij kan besluiten het door verrijking of verhuur ook in dit segment buiten de vaste prijs aan te bieden.

## 5.4 Conclusies

In de voorgaande hoofdstukken is de haalbaarheid en handhaafbaarheid onderzocht van een vaste prijs voor e-boeken. Ook is de functionaliteit geanalyseerd ten aanzien van de diversiteit en brede beschikbaarheid van het aanbod, de marktstructuur van het boekenvak en de diversiteit en brede beschikbaarheid van gedrukte boeken. Uit de analyses komt vooraleerst het beeld naar voren dat het hier complexe en onzekere materie betreft. De juridische inkadering kent diverse fundamentele vragen en is onderwerp van onderzoek op Europees niveau. Ontwikkelingen in de markt zijn dynamisch en verkeren nog in verschillende stadia van wasdom. Een zorgvuldige benadering en het volgen van ontwikkelingen is vanuit die optiek te verkiezen boven te snelle interventie.

De functionaliteit van een vaste boekenprijs voor e-boeken ter realisatie van de brede beschikbaarheid, participatie en pluriformiteit is beperkt. In het digitale domein is de beschikbaarheid van boeken beter dan in de wereld van het gedrukte boek, aangenomen dat uitgevers overgaan tot het uitgeven van e-boeken. Iedere burger met een internetverbinding, een e-reader, tablet of computer en voldoende betaalmiddelen heeft toegang tot een enorm breed scala aan e-boeken. De eerste bevindingen ten aanzien van het lezen van e-boeken laten zien dat er behalve bestaande lezersgroepen ook nieuwe lezers worden bereikt.

Omdat de beschikbaarheid verbetert, is pluriformiteit in het digitale domein vooral een kwestie van voldoende breedte in de productie van nieuwe titels. Dat is met name een zaak van de uitgevers, waarbij een direct verband tussen een vaste prijs en de ruimte om te investeren ontbreekt. De vraag is veeleer in hoeverre uitgevers in staat zijn om de digitale productiemiddelen en marketinginstrumenten die hen ter beschikking staan dusdanig in te zetten dat ze hun exploitatie kunnen verbeteren en daarmee de ruimte kunnen creëren om te investeren in meer nieuwe titels, aangenomen dat ze het profijt dat gerealiseerd wordt niet doorgeven aan eigenaren en aandeelhouders. Een vaste e-boekenprijs is geen functioneel instrument om deze processen te beïnvloeden. Sterker nog, een vaste boekenprijs voor e-boeken kan de exploitatiemogelijkheden juist beperken, bijvoorbeeld doordat het de marge van uitgevers verkleint of de afzet verlaagt, en uitgevers niet flexibel kunnen inspelen op marktbevingen door middel van prijsaanpassingen.

Voor zover uitgevers baat hebben bij een vaste prijs voor het e-boek, is dit gelegen in de bijdrage die deze levert aan de positie van de fysieke boekhandel, wat weer gunstig kan zijn voor het gedrukte boek. Op de korte termijn zal een vaste e-boekenprijs de huidige detailhandel (assortimentsboekhandel en e-boekverkopers) enige bescherming bieden, mede doordat het e-boek door een vaste prijs minder snel de markt zal veroveren. De bijdrage van de fysieke boekhandel aan de bekendheid van individuele boeken (de attentiewaarde) en de toegankelijkheid van het gedrukte aanbod zullen daardoor minder snel afkalven. Op de langere termijn is het voordeel voor de gevestigde handel echter gering.

De juridische toets van een mogelijke vaste prijs voor e-boeken laat zien dat een wet die deze vaststelt aanmerkelijk meer kans op stranden heeft dan de wet op de vaste boekenprijs die betrekking heeft op gedrukte boeken. Belangrijke complicaties ontstaan onder andere doordat beide van karakter verschillen (papieren boek is een goed, terwijl het e-boek een dienst is). Belemmeringen van de interstatelijke handel treden eerder op en beperking van innovatie doet zich eerder voor. Nationale wetgeving zal daarmee veel eerder consequenties hebben voor het vrije verkeer van goederen en diensten binnen de Europese Unie en daarmee meer wrijving veroorzaken met beleid en regels gericht op het realiseren van een frictieloze interne Europese markt.

Nog meer dan bij gedrukte boeken treden bij e-boeken afbakeningsproblemen op. Het instellen van een vaste prijs lijkt nog het meest haalbaar voor e-boeken die sterke gelijkenis vertonen met het gedrukte boek: het facsimile e-boek. Andere soorten, bijvoorbeeld verrijkt met multimediale toepassingen, uitgebreide digitale links en regelmatige updates, kunnen niet dan wel in steeds mindere mate van andere online diensten worden gescheiden, waardoor het werkingveld van een mogelijke wet op de vaste e-boekprijs moeilijk is af te bakenen en 'verrijkte' boeken nauwelijks onder een vaste e-boekprijs zijn te brengen. Gezien de verwachting dat een belangrijk deel van de non-fictiemarkt juist gelegen is in de verrijkte e-boeken gaat dat ten koste van de functionaliteit van de vaste e-boekenprijs. Een belangrijk deel van de markt onttrekt zich aan de werking ervan. Ook verhuur- en abonnementsconstructies, die momenteel in de wetenschappelijke uitgeefwereld al veel voorkomen en sterk in opkomst zijn in het domein van professioneel uitgeven, vallen buiten de werking van een eventuele vaste prijs. Dat betekent dat uitgevers veel middelen ter beschikking hebben om een uitgave buiten de werkingssfeer van eventuele regulering te plaatsen. Dat geldt in het bijzonder voor uitgaven waarvan ze verwachten een grote afzet te realiseren buiten de traditionele retailkanalen: bestellers. Voor de fictiemarkt geldt echter dat het grootste deel van de e-boeken zich wel zal kwalificeren voor een eventuele wettelijke vaste prijs. Fictiewerken kennen doorgaans een lineaire structuur waarvoor verrijking minder voor de hand ligt dan bij non-fictie, al zijn digitale extra's uiteraard bij fictie niet uitgesloten. De verwachting is dat de fictiemarkt op de korte termijn de motor is van de opmars van het e-boek, aangezien het verrijkte e-boek nog in de kinderschoenen staat.

Binnen het domein van het wetenschappelijke boek (W-boek) kan een eventuele vaste prijs nog beperkter dan voor het algemene boek (A-boek) bijdragen aan de doelstellingen toegankelijkheid, participatie en pluriformiteit, juist omdat in de wereld van het wetenschappelijke boek verrijking ver is voortgeschreden en verhuur- en abonnementconstructies schering en inslag zijn. Wetenschappelijke uitgaven vinden veelal hun weg naar gebruikers buiten de boekhandel om, in het bijzonder in hun elektronische vorm. Voor de categorie wetenschappelijke facsimile e-boeken die voor het bereiken van de eindgebruikers wel aangewezen zijn op de boekhandel zou een vaste prijs in dezelfde mate als voor een facsimile A-boek een zekere functionaliteit kunnen hebben, via de promotionele rol van de boekhandel. Waar ze dat opportuun achten, kunnen uitgevers echter ook voor deze boeken besluiten zich via huur- en licentieovereenkomsten buiten een eventuele vaste prijs voor het e-boek te begeven.



## Literatuur

- AAP. (2011). Popularity of Books in Digital Platforms Continues to Grow, According to AAP Publishers February 2011 Sales Report (Publication., from The Association of American Publishers:
- Adema, J., & Rutten, P. (2010). *Digital Monographs in the Humanities and Social Sciences: Report on User Needs* Open access publishing in European networks (OAPEN).
- Anderson, C. (2006). *The long tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand*. Kent: Random House Business Books.
- Appelman, M., & Broek, A. v. d. (2002). *Boek en markt: effectiviteit en efficiëntie van de vaste boekenprijs*. Den Haag: Centraal Planbureau (CPB), Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP).
- Bakker, N. (2010). *Digitaal literair lezen - doen we het al?* Amsterdam: Stichting Lezen.
- Bawaba, A. (2010, 29-05-2010). Digital wave threatens Germany's fixed-price book world. *Reportlinker*
- Boek&Bedrijf. (2009). *Bedrijfsvergelijkend Onderzoek 2008*. Bilthoven: Boek & Bedrijf
- bol.com. (2011). Digitaal lezen in Nederland Den Haag.
- Bolwijn, M. (2011, 22 juli 2011). De boekhandel belevenis. *De Volkskrant*.
- CPNB Top 100 2010. (2011). Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek.
- Cultuur in Beeld* (2011). Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.
- Die wichtigsten Fragen zur Preisbindung von E-Books. (2011). from <http://www.preisbindungsgesetz.de/content/aktuelles/1081-die-wichtigsten-fragen-zur-preisbindung-von-e-books.htm>
- Dossier Boekhandel* (2010). Hoofdbedrijfsschap Detailhandel.
- Drolet, J., & Brock, L. (2011). *Consumer Trends in Ebook Readership Using Multi-Function Devices*. Denver: IModerate Research Technologies.
- Elzinga, V. (2011, 22-03-2011). SMB Facts & Figures: 80.000 e-boeks verkocht in januari en februari. *Boekblad*.
- GFK. (2010). *Jaargids 2010: Inzichten en marktontwikkelingen in de Benelux*. Hilversum: Intomart GFK.
- Goudriaan, R., Groot, N. d., Notenboom, A., Schrijvershof, C., & Hout, C. v. (2008). *Evaluatie van het verlaagde BTW-tarief voor cultuur en media*. Den Haag: APE.
- Jansen, J. (2010). *65% of internet users have paid for online content*. Washington: Pew Internet
- KBb. (2009). *De (algemene) boekhandel; digitale boeken en de toekomst* Koninklijke Boekverkoopersbond
- KBb. (2011). *Jaarverslag 2010*. Bilthoven: Koninklijke Boekverkoopersbond.
- Le livre sera-t-il numérique?* (2010). Paris: Centre national du Livre.
- Le secteur du livre: Chiffres clés 2009-2010*. (2011). Paris: Centre national du Livre.
- Mathewson, F., & Winter, R. (1998). The Law and Economics of Resale Price Maintenance *Review of Industrial Organization*, 13, 57-84.
- McQuivey, J. (08-11-2010). Why the book business may soon be the most digital of all media industries. *paidcontent.org, The Guardian*.
- Nawotka, E. (18-12-2009). Has Owning an E-reader Changed Your Book Buying Behavior? *Publishing Perspectives*
- Notenboom, A., Schrijvershof, C., & Goudriaan, R. (2009). *Evaluatie van de Wet op de vaste boekenprijs*. Den Haag: APE.
- Ours, J. C. v. (1989). *De Nederlandse boekenmarkt tussen stabiliteit en verandering*. Amsterdam: Vrije Universiteit Faculteit der Economische Wetenschappen en Econometrie.
- Patalong, F. (2010). E-books und Buchpreisbindung: Schuss in den eigenen Fuss. *Spiegel*.
- PWC. (2010). *Turning the page: The Future of eBooks*: Price WaterhouseCoopers.
- Romeny, R. (06-01-2011). CB leverde in 2010 ruim 350.000 ebooks. *boekblad*
- Rousseau, A. (2009). *Pour un livre numérique créateur de valeurs: Contribution remise au Premier ministre par Christine ALBANEL*. Paris
- Rutten, P. (2007). *Digitalisering en Dynamiek. Over de consequenties van de digitale revolutie voor de media-industrie, in het bijzonder de uitgeverij*. Leiden: Leiden University Press.
- Rutten, P. (2011). Een ebook is geen boek. *Informatieprofessional* (6), 20-23.
- Schräpe, J. (2011). *Wandel des Buchhandels durch Digitalisierung und Internet*: Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek.

- Sénat. *Rapport fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication (1) sur la proposition de loi relative au prix de livrenumérique par MMe Colette Mélot*, Sénat, 20 octobre 2010, Session ordinaire de 2010-2011, no. 50.
- SMB. (2010). *Ruim eenderde van de lezers e-boeken wil geen papieren boek meer*. Stichting Marktonderzoek Boekenvak.
- Thompson. (2005). *Books in the Digital Age. The Transformation of Higher Education and Academic Publishing in Britain and the United States* Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J. (2010). *Merchants of Culture: The publishing business in the twenty-first century*. London: Polity Press.
- Thuiswinkel.org. (2011). *Persbericht: Online consumentenbestedingen stijgen naar € 8,2 miljard*.
- Voorhoof, D. (2004). Vrijheid van meningsuiting. In J. Vandelanotte & Y. Haeck (Eds.), *Handboek EVRM* (pp. 831-1061). Antwerpen-Oxford: Intersentia.
- Zickuhr, K. (2011). *Generations and their gadgets*. Washington







# seo economisch onderzoek

Roetersstraat 29 . 1018 WB Amsterdam . T (+31) 20 525 16 30 . F (+31) 20 525 16 86 . [www.seo.nl](http://www.seo.nl)