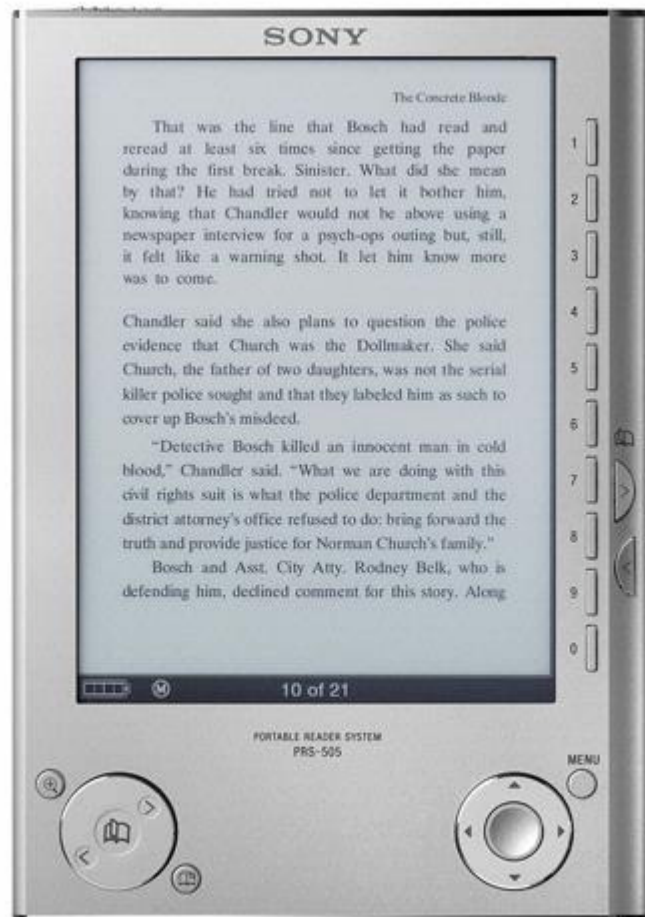


Scriptie

School of Media - Journalistiek

Docent: Hieke Jans

Digitale boeken - De verhouding tussen uitgevers en consumenten



Robert Feller
robertfeller@gmail.com

Voorwoord

In 2010 werden er ruim 350.000 digitale boeken door het Centraal Boekhuis geleverd¹. Ten opzichte van 2009 was er hiermee sprake van een groei van 300 procent. Uit deze cijfers blijkt dat de opkomst van het digitale boek niet meer te stuiten is. Dit relatief nieuwe product zal tal van veranderingen met zich meebrengen. Het kan de boekenmarkt zoals we die nu kennen volledig doen veranderen. Daarnaast kan het digitale boek nieuwe doelgroepen aantrekken en meer mensen verleiden tot het lezen van boeken.

Hoeveel invloed het digitale boek op dit alles gaat hebben moet uiteraard nog blijken. Maar nu dit product enige tijd op de markt is, kan het interessant zijn om te kijken naar de gevolgen die dit met zich meebrengt.

Ook voor uitgevers verandert er het een en ander met de komst van het digitale boek. Een digitaal boek hoeft niet feitelijk gedrukt te worden, behoeft geen fysiek transport noch fysieke opslag.

Het waren deze eigenschappen waardoor ik dacht dat digitale boeken flink goedkoper zouden worden dan gedrukte boeken (ook wel ‘fysieke’ boeken genoemd). Maar een krantenbericht in de New York Times van 10 februari 2010 trok mijn aandacht. Dit bericht kopte over digitale boeken:

“The price of many new releases and best sellers is about to go up, to as much as \$14.99 from \$9.99.”

In de VS was er sprake van een prijsstijging van digitale boeken, terwijl ik verwachtte dat de prijs alleen nog maar zou dalen. En waarom zou de prijs überhaupt stijgen? Wat is hier de oorzaak van?

Voor mij was dit krantenbericht aanleiding om onderzoek te verrichten naar hoe de prijzen van digitale boeken zich in Nederland ontwikkelen, en hoe de consument hierop reageert.

¹ http://www.eReaders.nl/05011101_centraal_boekhuis_leverde_ruim_350_000_ebooks_in_2010

Inhoudsopgave

Thema:	Bladzijde:
Voorwoord	2
Inhoudsopgave	3
Verantwoording	4
Bespreking literatuur	5
Probleemstelling	6
Begripsbepaling	7 t/m 10
Deelvraag 2.1 - Hoe zal de prijs van digitale boeken zich volgens uitgevers gaan ontwikkelen dit jaar?	11
2.2 – De Amerikaanse prijsstijgingen	12
2.3 – De prijzen	13 t/m 17
2.4 – Nieuwe ontwikkelingen op de boekenmarkt	18 t/m 20
2.5 – Verwachtingen binnen de uitgeverwereld	21
2.6 – Voorlopige conclusie	22
Deelvraag 3.1 - Wat is de consument bereid te betalen voor digitale boeken?	23
3.2 – Analyse	24 t/m 31
3.3 – Voorlopige conclusie	32
Samenvatting	33
Conclusie	34
Aanbevelingen	35
Bronnenlijst	36 t/m 38
Bijlagen	39 t/m 52

1.1

Verantwoording

Digitale boeken zijn een nieuw fenomeen in de boekenwereld. Deze boeken kan men lezen op een eReader, denk hierbij aan apparaten als de Ipad of de Kindle van internetwinkel Amazon. Het grote voordeel van deze manier van lezen, is dat het mogelijk wordt honderden boeken bij je te hebben, simpelweg door je eReader met je mee te nemen.

Doel van dit onderzoek is om na te gaan wat de prijzen van digitale boeken in Nederland de komende tijd mogelijkerwijs gaan doen. Is het mogelijk dat de prijzen hier, net zoals in de Verenigde Staten, gaan stijgen? En afhankelijk van wat de prijzen gaan doen, kun je je afvragen hoe de consument hierop reageert.

Doordat boeken nu ook het digitale tijdperk ingaan, is er kans op piraterij, oftewel: illegaal downloaden. Te hoge prijzen zouden een rol kunnen spelen als het gaat om deze piraterij. En hoe verhoudt de consument zich verder tot het digitale boek? Aanschaf van een eReader is nodig om überhaupt een digitaal boek te kunnen lezen, maar vindt de consument dit wel rendabel?

Ondermeer door het voeren van gesprekken met een aantal Nederlandse uitgevers, probeer ik erachter te komen wat de prijzen van digitale boeken kunnen gaan doen. Daarnaast onderzoek ik hiermee waarop deze prijzen gebaseerd zijn.

Als deze vragen eenmaal beantwoord zijn, kan het interessant zijn, om te kijken naar de behoeften van de consument. Wat is de consument bereid te betalen voor een digitaal boek? Een antwoord op deze vraag laat zien of er sprake is van een frictie tussen de feitelijke prijs van een digitaal boek, en wat de consument hiervoor neer wil leggen.

Tot slot zou ik deze ruimte graag willen benutten om een aantal mensen te bedanken.

Allereerst veel dank aan Erik Richters, Marianne Slagter, Bas Vermond en Timo Boezeman. Allen zijn zij werkzaam in de uitgeverwereld en hun informatie is van grote waarde geweest bij het opzetten van dit onderzoek. Daar waar niet iedere uitgeverij mij te woord wilde staan, hebben zij veel medewerking verleend.

Ook mijn ouders en vriendin zijn een grote steun voor mij geweest, zo hebben zij geholpen bij de verspreiding van mijn enquête en hebben zij keer op keer op interesse in het onderwerp getoond. Hoewel bij tijd en wijlen misschien geveinsd, blijft deze interesse een grote drijvende kracht achter de totstandkoming van dit onderzoek.

Als laatste, maar zeker niet de minste, zou ik mijn broer Vincent, willen bedanken. Hij heeft een grote rol gespeeld bij het opzetten van dit onderzoek, en zijn universitaire kennis is van grote waarde gebleken. Ook heeft hij de moeite willen nemen dit onderzoek door te lezen en feedback te verschaffen. Hiermee is zijn steun van onmetelijke waarde voor mij geweest.

1.2

Bespreking literatuur

Volgens het artikel uit de New York Times² werden de prijsstijgingen veroorzaakt, doordat de prijzen aanvankelijk kunstmatig laag waren. Dit was mogelijk aangezien Amazon als monopolist zelf een prijs kon vaststellen. Daardoor kwam de prijs van een digitaal boek rond de \$9,99 te liggen. Met de opkomst van de Ipad en de verkoop van digitale boeken via iTunes werd de macht van Amazon gebroken. Uitgevers van boeken konden nu een prijs vaststellen die zij zelf wenselijk achtten. De prijs die uitgevers zelf graag zien ligt boven de \$9,99, dus vanaf dat moment stegen de prijzen. In de VS hanteren uitgevers doorgaans een 80% norm. Hierbij wordt bij het vaststellen van de prijs van een digitaal boek, 80% van de prijs van het fysieke boek genomen.

In Nederland speelt het btw-tarief³ een significante rol bij het bepalen van de prijs van een digitaal boek. In plaats van het btw-tarief van 6%, dat geldt voor gedrukte boeken, zit er een tarief van 19% op digitale boeken. Dit omdat een digitaal boek volgens Europese wetgeving onder digitale media valt.

Volgens een artikel van de Amerikaanse uitgever Michael Hyatt⁴, spelen drie zaken een rol bij de prijsbepaling van een digitaal boek. Deze zaken zijn volgens hem verantwoordelijk voor de relatief kleine prijsverschillen tussen een fysiek en een digitaal boek. Volgens hem zijn er kosten bijgekomen met de komst van het digitale boek. Bijvoorbeeld het overzetten van fysiek naar digitaal. Dat kost tijd, en daarmee geld. Er moet gecontroleerd worden op fouten (door de verschillende eReaders moeten de verschillende versies allemaal op correctheid gecontroleerd worden) en daarnaast kost digitale distributie ook geld.

² http://www.nytimes.com/2010/02/11/technology/11reader.html?_r=1

³ http://www.z24.nl/bedrijven/it_telecom/artikel_108184.z24/Waarom_e-books_zo_duur_zijn.html

⁴ <http://michaelhyatt.com/why-do-ebooks-cost-so-much.html>

1.3

Probleemstelling

De hoofdvraag:

- Is er sprake van frictie tussen de verkoopprijs en de consumentenbehoeftes?

Het onderzoek bevat de volgende deelvragen waardoor de hoofdvraag te beantwoorden is:

- Hoe zal de prijs van digitale boeken zich volgens uitgevers gaan ontwikkelen dit jaar?
- Wat is de consument bereid te betalen voor digitale boeken?

1.4

Begripsbepaling

Om dit onderzoek correct en helder uit te kunnen voeren, zal een aantal punten afgebakend worden.

Uitgevers

Alleen in Noord-Holland zitten al bijna 100 uitgevers. Hierbij moet wel direct aangemerkt worden dat de meeste uitgeverijen daar gevestigd zijn, maar naast deze provincie heeft elke provincie in Nederland wel een aantal uitgeverijen. Uiteraard geeft niet iedere uitgever boeken uit (sommigen geven bijvoorbeeld alleen tijdschriften uit). Voor dit onderzoek is dan ook gekozen voor uitgeverijen die zich bezighouden met het publiceren van literatuur. Ook belangrijk is de keus om met uitgeverijen te spreken die zich in het algemeen bezighouden met het uitgeven van digitale boeken.

Uitgeverijen die bij uitzondering of in kleine hoeveelheden digitale boeken uitgeven, laat ik buiten beschouwing. Dit is een bewuste keuze. Voor adequate resultaten wil ik met uitgeverijen spreken die momenteel al digitale boeken uitgeven en deze in de toekomst zullen uitgeven. De kans is groter dat deze uitgeverijen een financieel en strategisch plan voorbereid hebben voor deze manier van uitgeven.

Een sporadische digitale uitgave van een boek hoeft namelijk niet direct te betekenen dat er nog meer zullen volgen, wellicht is er sprake van een probeersel.

Periodisering

Aangezien er sprake is van een *prijsontwikkeling* is het uiteraard van belang om te weten wat de periodisering is in dit onderzoek. Wil ik namelijk weten wat een digitaal boek over 5 jaar kost, of over 1 maand?

In mijn onderzoek houd ik vast aan een periode van ongeveer een jaar. Een maand zou te kort zijn om significante verschillen te zien. Vijf jaar daartegenover zou interessant zijn, maar hoe verder je in de toekomst probeert te kijken, des te moeilijker het wordt (vergelijk dat maar met de weersvoorspelling). Indien je de prijs over 5 jaar wilt weten, is het waarschijnlijk verstandiger een langdurig onderzoek naar de prijsontwikkeling van digitale boeken te doen. In dat geval zou je vijf jaar lang de prijzen moeten bijhouden. Aangezien dit onderzoek niet over deze hoeveelheid tijd beschikt, heb ik ervoor gekozen naar de ontwikkelingen over (ongeveer) een jaar te kijken, aangezien het in deze periodisering nog mogelijk is een verwachting uit te spreken. Desalniettemin zal ik af en toe niet schromen een toekomstvoorspelling te geven. Wanneer er sprake is van een trend, zal ik op de resultaten hiervan verder ingaan.

Enquête

Om het gedrag van consumenten te bepalen, heb ik ervoor gekozen een enquête te distribueren die hierop een antwoord probeert te krijgen. Deze enquête bevat de volgende vragen:

1. Heb je interesse in digitale boeken?
2. Welk bedrag zou je hooguit betalen voor een gedrukt (fysiek) boek? (variërend tussen de €0,- en €50,-)
3. Welk bedrag zou je hooguit betalen voor een digitaal boek? (variërend tussen de €0,- en €50,-)
4. Zou je bereid zijn een digitaal boek illegaal te downloaden? (Indien 'nee', waarom niet? Indien 'ja', waarom wel?)
5. Zou je bereid zijn een eReader te kopen, zodat je digitale boeken kunt lezen?
6. Een eReader kost gemiddeld €245,-. Prijzen variëren tussen de €130,- en €600,-. Wat ben je hooguit bereid te betalen voor een eReader?
7. Wat is je leeftijd?
8. Wat is je geslacht?

Ik zal iedere vraag even kort doornemen, om aan te geven *waarom* ik ervoor gekozen heb deze vraag te stellen en *wat* de reden(en) zijn dat ik een vraag op een bepaalde manier geformuleerd heb.

Vraag één (*Heb je interesse in digitale boeken*) is bedoeld om de geënquêteerden in twee groepen op te delen, namelijk: niet geïnteresseerden en wel geïnteresseerden in digitale boeken. Door deze vraag kan er meer waarde gehecht worden aan vragen die hierna komen. Voor het resultaat kan het namelijk interessant zijn om te weten of iemand wel of niet geïnteresseerd is. Bij de deelvraag *Wat is de consument bereid te betalen voor digitale boeken* maakt het namelijk *waarschijnlijk* een verschil uit of iemand überhaupt interesse heeft in digitale boeken. Ik gebruikte het woord 'waarschijnlijk', omdat ik dit namelijk nog moet aantonen in de analyse van de enquête.

Vraag twee en drie zijn bedoeld om erachter te komen wat een consument *gemiddeld* hooguit wil betalen voor een gedrukt/digitaal boek. De vraag: wat zou je gemiddeld willen betalen voor een gedrukt/digitaal boek, is namelijk een veel lastigere om te beantwoorden. De geënquêteerde zou dan bij zichzelf te rade moeten gaan om te bepalen wat hij of zij *gemiddeld* zou willen uitgeven aan een boek. Het leek mij in dit geval verstandiger en simpeler om te vragen wat iemand *hooguit* zou willen uitgeven. Hierbij heb ik ervoor gekozen limieten te stellen, namelijk: tussen de €0,- en de €50,-. De gemiddelde prijs (zie bijlage: statistische informatie) van een gedrukt boek ligt rond de €17,-, die van een digitaal boek rond de €13,-. Om bepaalde uitzonderingen te voorkomen (aanschaf van een encyclopedie reeks, atlanten, o.i.d.) heb ik ervoor gekozen het limiet op €50,- te zetten.

Deze twee vragen zijn uiteindelijk van zeer groot belang voor de vergelijking tussen digitale en gedrukte boeken, als het gaat om wat de consument bereid is hiervoor te betalen. Daarmee zijn dit de twee meest essentiële vragen binnen de deelvraag.

Bij vraag vier moet de geënquêteerde antwoorden of hij of zij in staat zou zijn een digitaal boek illegaal te downloaden. Hoewel piraterij niet de hoofdzaak is van deze scriptie, vond ik het wel een interessant aspect om naar te kijken. Te hoge prijzen (in de ogen van consumenten) kunnen namelijk leiden tot *diefstal*, of in dit specifieke geval tot *piraterij*. Aangezien deze scriptie kijkt naar een eventuele frictie tussen prijzen en consumptiegedrag binnen digitale boeken, is dit een interessant randverschijnsel om te onderzoeken. Ook omdat in Hoofdstuk 2 even gesproken wordt over de beveiliging van digitale boeken.

Belangrijk om naar te kijken is: waarom zou iemand *geen* digitale boeken willen? Hoewel vraag 1 hier al op ingaat, kan het alsnog interessant zijn om te kijken naar de rol van de

eReader. Immers: zonder deze drager is het niet mogelijk een digitaal boek te lezen (behalve dan misschien op de computer). Vraag vijf en zes moeten dan ook bepalen of de eReader als een rem op de ontwikkeling van digitale boeken fungeert.

Tot slot gelden vraag zeven en acht als algemene vragen die meer informatie geven over de consument. Zijn er verschillen als het gaat om leeftijd of geslacht?

Hierbij heb ik gekozen voor een tal van leeftijdscategorieën, om een eventuele drempel voor de geënquêteerde te voorkomen (niet iedereen vindt het prettig om zijn of haar leeftijd te vermelden). Hierbij heb ik gekozen voor de volgende categorieën:

1. 15 – 25
2. 26 – 35
3. 36 – 45
4. 46 – 55
5. 56 – 65
6. 65+

In de latere analyse heb ik deze zes categorieën teruggebracht naar twee. Dit heeft de volgende redenen: allereerst was er een gebrek aan steekhoudende resultaten bij deze hoeveelheid leeftijdscategorieën. Daarnaast vond ik het interessant een vergelijking te maken tussen de jongste twee categorieën met de overige vier (de ouderen).

Het kopje dat ‘leeftijd’ behandelt, zal dan ook een analyse bevatten waarbij er vergelijkingen worden gedaan tussen:

15 t/m 35 jaar en 36 t/m 65 jaar. Hierbij geldt de eerste categorie als: jongeren en jongvolwassenen, die zijn opgegroeid in het computertijdperk. Tegenover de tweede categorie die bestaat uit: volwassenen en ouderen. Zo bekeken zou je kunnen veronderstellen dat categorie 1 (15 t/m 35 jaar) meer affiniteit heeft met digitale boeken dan categorie 2 (36 t/m 65 jaar). Dit zal later worden toegelicht.

Wat betreft het indelen naar geslacht, kan het interessant zijn om te kijken naar eventuele verschillen. Er lezen meer vrouwen dan mannen⁵, maar geldt dat ook voor digitale boeken? Worden die meer gelezen door vrouwen dan door mannen? De laatste vraag (*wat is uw geslacht*), kan hier voor opheldering zorgen.

Tot slot, bij een aantal vragen heb ik gevraagd om opheldering van de geënquêteerde, om zo een beeld te krijgen van het *waarom*. Waarom zou iemand illegaal downloaden? Waarom heeft iemand wel of geen interesse in digitale boeken? Het antwoord op de vraag: heb je interesse is op zich al interessant (ja/nee), maar daarnaast kan het nuttig zijn, om erachter te komen *waarom* iemand voor ‘ja’ of ‘nee’ kiest.

Methode van analysering

Ter opheldering zal ik kort uiteenzetten hoe ik de data uit de enquête heb geanalyseerd. Allereerst heb ik gebruik gemaakt van de website www.thesistools.com, voor het maken en publiceren van de enquête. Alle resultaten kwamen automatisch in Microsoft Excel te staan. In totaal zijn er 102 enquêtes ingevuld, waarvan er 101 bruikbaar waren voor analyse. Men was verplicht om antwoord te geven op iedere vraag, desalniettemin zijn er een aantal vragen niet door iedereen beantwoord (zo hebben bijvoorbeeld drie mensen alsnog geen leeftijd ingevuld). Er is hier echter sprake van uitzonderingen, en zeker geen regel. Doorgaans zijn de vragen voor 100% ingevuld.

⁵ <http://www.profnews.nl/929069/vrouwen-lezen-meer-romans-dan-mannen>

Voor de analysering van de data heb ik gebruik gemaakt van het statistische computerprogramma SPSS⁶, van softwareontwikkelaar IBM. In dit programma heb ik alle statistische informatie verwerkt om zo tot gemiddelden, grafieken, tabellen en normale verdelingen te komen die inzicht kunnen verschaffen in het gedrag van de consument. SPSS is overigens een bekend programma, dat ook op veel hogescholen en universiteiten in Nederland wordt gebruikt. SPSS is bijvoorbeeld veelgebruikt bij het vak Statistiek in het Wetenschappelijk Onderwijs.

⁶ <http://www.spss.com/nl/>

2.1

Hoe zal de prijs van digitale boeken zich volgens uitgevers gaan ontwikkelen dit jaar?

De reden om dit onderzoek te beginnen zit hem in de veronderstelling dat digitale boeken goedkoper zouden moeten zijn dan fysieke (gedrukte) boeken, aangezien kosten als **productie, transport en opslag** in principe wegvallen. Door deze constatering kun je concluderen dat, naarmate uitgevers meer en meer zouden overschakelen op het uitgeven van digitale boeken, de kosten hiervoor lager moeten worden. Kortom: als het straks ‘normaal’ is om digitale boeken uit te geven, zouden de kosten hiervoor verder moeten dalen en zou een digitaal boek dus nog verder in prijs moeten dalen.

Immers, tegen die tijd is er de *infrastructuur* om een boek digitaal uit te geven, Ook zal het simpeler en gemakkelijker zijn een boek digitaal vorm te geven en te ‘publiceren’ in een omgeving waar het boek gedownload kan worden.

Bij deze vooronderstelling spelen twee economische wetten een grote rol, namelijk:

- Naarmate er minder schakels zitten in het productieproces, liggen de kosten altijd lager dan wanneer deze schakels er wel zouden zijn.
- Schaalvergroting: meer productie leidt tot lagere gemiddelde kosten.

Door bovenstaande economische feiten valt te stellen dat digitale boeken dus goedkoper zullen zijn dan gedrukte boeken. Daarom valt het volgende te concluderen: *het is rendabel een eReader aan te schaffen, aangezien de prijs van digitale boeken alleen maar verder zal gaan dalen.* Maar is dat wel zo?

Een artikel in de online uitgave van de New York Times kopte: “*E-Book Price Increase May Stir Readers’ Passions*”, oftewel vrij vertaald: Prijsstijging digitale boeken verontrust lezers. Deze kop trekt aandacht aangezien hij totaal induist tegen bovenstaande feiten. In de VS gaan de prijzen namelijk niet omlaag, sterker nog, ze gaan omhoog.

In dit hoofdstuk, dat gaat over de prijsontwikkeling van digitale boeken in Nederland, zal ik aan de hand van een aantal onderwerpen, trends en feiten proberen tot een antwoord te komen op de eerste deelvraag.

2.2

De Amerikaanse Prijsstijgingen

Ik zal een korte achtergrondschets geven van de Amerikaanse situatie omtrent digitale boeken (verdere informatie valt ook in het artikel van de New York Times te lezen⁷).

Allereerst: de VS loopt voor op het gebied van digitale boeken ten opzichte van Nederland. Het kan dan ook bijzonder interessant zijn om te kijken naar de ontwikkelingen in de VS, omdat ze vaak een voorbode zijn van wat er hier in Nederland gaat gebeuren. Ook is het een feit dat tal van eReaders eerder in de VS dan hier in Nederland verschenen (De iPad van Apple bijvoorbeeld verscheen op 3 april 2010 in de VS en kwam op 23 juli in Nederland en België uit⁸. De Kindle van Amazon kwam op 19 november 2007 al uit in de VS, en pas in oktober van 2009 in Europa⁹).

De internetwinkel Amazon (te vergelijken met Bol.com) kwam in 2007 al met een eReader, en was daarnaast vrijwel monopolist in het verkopen van digitale boeken.

Amazon wilde met aantrekkelijke prijzen voor digitale boeken komen, en verkocht daarom dan ook tal van digitale versies voor \$9,99, en zat daarmee net onder de dubbele cijfers grens (\$10,00). Hiermee waren tal van digitale boeken letterlijk, maar ook psychologisch voordelig. Bedragen als €99,99,- of €999,99,- zijn er niet voor niets. Ook al scheelt het maar één eurocent, zulke bedragen 'lijken' een stuk goedkoper dan €100,- of €1000,-. Hetzelfde valt te zeggen voor de prijs van €9,99,- waarvoor digitale boeken in de VS een tijd verkocht werden. Uitgeverijen in de VS waren alleen minder blij met deze prijzen. Zij zagen hun winsten slinken, maar aangezien Amazon een bijzondere sterke marktpositie bezat, kon dit bedrijf dergelijke prijzen bedingen.

Echter, met de opkomst van Apple (zowel met een eReader als het opzetten van een afzetmarkt) is de marktpositie van Amazon kleiner geworden. Uitgeverijen konden vanaf dat moment voor een alternatief kiezen, om zo hun boeken te kunnen verkopen voor een prijs die zij wel wenselijk achtten. Amazon heeft hieraan toe moeten geven om te kunnen concurreren met Apple, waardoor de prijzen paradoxaal genoeg juist niet dalen door de concurrentie, maar stijgen.

Gezien de marktpositie van Bol.com¹⁰ is het aanvankelijk niet onredelijk om te denken dat er ook hier in Nederland sprake kan zijn van een kunstmatig lage prijs.

Belangrijk hierbij om aan te merken is dat er wel degelijk verschillen tussen de VS en Nederland te zien zijn. In Nederland is Bol.com bijvoorbeeld niet een eigen prijskaartje aan digitale boeken gaan hangen, integendeel: Bol is samen met de uitgevers rond de tafel gaan zitten (zie kopje: De 80% norm). Tot zover dan ook de prijsstijging van de digitale boeken in de VS. In Nederland zal geen soortgelijk scenario ontstaan, maar wat kunnen de prijzen dan wel gaan doen?

⁷ http://www.nytimes.com/2010/02/11/technology/11reader.html?_r=1

⁸ <http://nl.wikipedia.org/wiki/IPad>

⁹ http://de.wikipedia.org/wiki/Amazon_Kindle

¹⁰ Rapportage VBP, www.rijksoverheid.nl/bestanden/documenten.../232828b.pdf

2.3

De prijzen

Waarom kost een digitaal boek wat het momenteel kost? Kortom: wat bepaalt hoeveel een digitaal boek gaat kosten?

Zoals gesteld in de inleiding kunnen we uitgaan van een veronderstelling, namelijk: er vallen tal van kosten weg, te weten: transport-, druk- en opslagkosten. Een digitaal boek zou dus beduidend goedkoper moeten zijn. Het woord ‘beduidend’ geeft het al aan, het moet wel om een redelijk bedrag gaan. Een prijsverschil van een paar cent is immers de moeite niet waard, vooral gezien het feit dat je eerst nog een eReader moet aanschaffen voordat je überhaupt een digitaal boek kunt lezen. Maar is er wel sprake van een dergelijk verschil? Uit een steekproef (zie: bijlage, statistische informatie; Prijsverschil gedrukte boeken en digitale boeken) met vijftig digitale boeken, heb ik naar de prijs van zowel het fysieke als het digitale boek gekeken. Gemiddeld kost een fysiek boek €17,12 tegenover €13,31 voor de digitale versie. Dat is een gemiddeld verschil van €3,81, dat houdt in dat digitale boeken gemiddeld 77,7% van de fysieke versies bedragen. Gezien de vooronderstelling kan de vraag gesteld worden of dit verschil niet nog groter zou kunnen zijn. Maar 77,7% is wel een interessant percentage.

De 80% norm

Een uit de Verenigde Staten overgewaaid principe is het vaststellen van een percentage van het bedrag van een fysiek boek om tot een prijs van het digitale boek te komen. Samen met Bol.com hebben uitgevers in Nederland afgesproken één vast percentage te nemen voor het vaststellen van de prijs van een digitaal boek. Er is toen gekozen voor een percentage van 80%. Dit houdt in dat bij het vaststellen van de prijs van een digitaal boek, er gekeken wordt naar de prijs van de gedrukte (fysieke) versie. Hiervan wordt dan 80% genomen. Uitgeverijen als de Boekerij en Bruna (zie: bijlage; mondelinge bronnen) houden zich vast aan dit percentage. Dat percentage is toentertijd afgesproken om het voor de uitgevers makkelijker te maken een prijs voor een digitaal boek vast te stellen. De verwachting is dat dit percentage door steeds meer uitgevers losgelaten zal worden. Uitgevers zullen zelf komen tot een vaststelling van de prijs van een digitaal boek. Dutch Media Publishers zijn hier een goed voorbeeld van, zij hebben zelf een percentage van 75% van de fysieke prijs vastgesteld voor hun digitale boeken. Het is waarschijnlijk dat in de toekomst een dergelijke norm steeds meer wordt losgelaten en er concreet gekeken wordt naar de kosten en de winst waarnaar gestreefd wordt.

Kosten

Maar waarom is dit relatief hoge percentage nodig? Is het niet mogelijk dit percentage nu al standaard op 50% te zetten? Vooral gezien de lagere kosten. Laten we daar eens naar kijken, want welke kosten moeten gemaakt worden voor het uitbrengen van een digitaal boek?

Allereerst zijn er de kosten voor de administratie bij het Centraal Boekhuis¹¹, de royaltykosten voor de auteur(s), het digitaliseren van een boek en het beveiligen van een boek. Momenteel wordt dat door het Centraal Boekhuis gedaan via het DRM (Digital Rights Management) systeem. Daarnaast zijn er de kosten die gemaakt worden bij het redigeren van een boek en het ‘marketen’ van een boek (bijvoorbeeld door reclame in een krant). Ook zijn er nog de kosten voor het drukken, opslaan en transporteren.

Nu is het niet van belang om in te gaan op exacte bedragen. Veel nuttiger is het om te kijken naar de verschillen tussen een fysiek en digitaal boek.

Tabel 1

Kosten	Fysiek boek	Digitaal boek
Centraal boekhuis	Ja	Ja
Royalty's	Ja	Ja
Beveiligen	Nee	Ja
Redactie	Ja	Ja
Marketing	Ja	Ja
Drukken	Ja	Ja*
Transport	Ja	Ja*
Opslaan	Ja	Nee

*Deze kosten liggen wel lager dan bij het fysieke boek

Het schema hierboven behoeft een zekere uitleg, aangezien het niet zo simpel ligt.

De administratieve kosten bij het Centraal Boekhuis worden in beide gevallen gemaakt, hetzelfde geldt uiteraard voor de royalty's.

Gezien de kans op piraterij is er een beveiligingssysteem opgestart door het Centraal Boekhuis¹². Dit DRM (Digitale Rights Management) systeem zorgt ervoor dat een digitaal boek op een beperkt aantal dragers kan staan. Dit betekent dat één digitaal boek op hooguit vier apparaten te lezen is. Per digitaal exemplaar is de uitgever €0,11 kwijt voor deze beveiliging.

Redactie en marketing spreken in principe voor zich. Een digitaal boek moet ook gewoon nagekeken worden op spel- en taalfouten, inconsistenties en ga zo maar door. Uiteraard is het wel zo dat, indien een digitale versie volgt op een fysieke versie, er minder redactiewerk nodig is bij de digitale versie. Ook bij digitale boeken moet er namelijk nog altijd gecontroleerd worden op inconsistenties.

Hetzelfde geldt nagenoeg voor de marketing. Wanneer een boek in de markt wordt gezet, wordt er niet specifiek reclame gemaakt voor het fysieke boek. De digitale versie heeft dus geen aparte campagne nodig. Er hoeven, zo bekeken, dus geen extra kosten gemaakt te worden voor het marketen van een boek. Al zou ik hier wel graag een kanttekening bij willen plaatsen. Aangezien het digitale boek voor een gedeelte op een andere afzetmarkt verkocht wordt, kan het nodig zijn toch extra kosten te maken. Stel: een digitaal boek wordt op iTunes verkocht, dan kan het zo zijn dat er reclame gemaakt wordt binnen iTunes, terwijl dit bij het fysieke boek niet het geval zou zijn geweest. In dat geval zou een uitgeverij meer geld kwijt zijn aan marketing om zo een andere doelgroep te bereiken.

Gezien mijn inleiding mag het vreemd aandoen dat er onder het kopje ‘drukken’ ook een *ja* bij het digitale boek staat, ik zal hiervoor een verklaring geven.

Weliswaar hoeft een digitaal boek niet feitelijk ‘gedrukt’ te worden, hij moet wel digitaal uitgebracht worden naar een *certified PDF*. Een certified PDF is een digitaal bestandsformaat

¹¹ <http://www.galaxa.nl/cbkosten2010.pdf>

¹² https://portal5.boekhuis.nl/portal/page?_pageid=535,2356278&_dad=portal&_schema=PORTAL

dat voldoet aan de algemene eisen, waardoor een digitaal boek ook correct leesbaar is op een eReader. Natuurlijk verschillen deze kosten met de kosten voor een fysiek boek. Een uitgeverij is zo'n €100 kwijt aan het omzetten van een fysiek boek naar digitale vorm. Toen het digitale boek pas bestond waren deze kosten hoger, immers de infrastructuur was nieuw en moest nog worden aangelegd. Tegenwoordig gaat het digitaliseren van een boek sneller en makkelijker en zijn de kosten logischerwijs gedaald. Naarmate er meer digitale boeken bij zullen komen en het productieproces zich meer en meer naar digitale boeken zal verplaatsen, is het aannemelijk dat het digitaliseren van een boek in de komende jaren goedkoper wordt. Bij het feitelijk drukken van een boek op papier (fysiek boek) zijn de kosten hoger.

Wel zijn deze lager dan voorheen. Zoals zoveel productieprocessen, is er ook binnen het drukken voor gekozen, om dit voordeliger in het buitenland te laten doen. Zo worden Nederlandse boeken tegenwoordig onder andere gedrukt in China en Singapore¹³.

Ook het kopje 'transport' behoeft extra uitleg. Bij het fysieke boek is er sprake van feitelijke verplaatsing van de boeken van A naar B. Wanneer het fysieke boek bijvoorbeeld gedrukt is in China, dan moeten deze boeken eerst naar Nederland worden verscheept. Ook binnen Nederland is de uitgever geld kwijt aan transport. Zo moeten de boeken bij de boekhandels terechtkomen. Het mag duidelijk zijn dat er zeker een prijskaartje hangt aan het transport van deze boeken.

Wat dat betreft beschikt het digitale boek over een voordeel, de transportkosten zijn hierbij namelijk aanzienlijk lager. Maar alsnog blijft er wel sprake van 'transport', maar dan op een digitale manier. Een digitaal boek zal namelijk op een server¹⁴ geplaatst moeten worden, zodat mensen het kunnen downloaden. Het digitaal plaatsen van een boek op het internet is ook een vorm van transport, waaraan een uitgeverij geld moet uitgeven. En aangezien Bol.com niet de enige verkoper is van digitale boeken, moet een uitgever vaak in verschillende processen naar verscheidene verkopers een digitaal bestand sturen. Tot slot het opslaan van boeken. Van fysieke boeken wordt een zekere hoeveelheid gedrukt (bijvoorbeeld 1000 exemplaren). Indien deze niet direct allemaal opgekocht worden door boekhandels, zijn er kosten voor opslag bij het Centraal Boekhuis.

Nieuwe kosten

Zoals net al aangekaart, zijn er dus een aantal nieuwe kosten bijgekomen voor uitgevers met de komst van het digitale boek. Puntsgewijs kun je de volgende nieuwe kosten aanstippen:

- Digitaliseren. Nieuwe boeken zijn vaak al digitaal. Maar boeken die van fysiek naar digitaal moeten worden omgezet vereisen meer werk, aangezien ze handmatig ingevoerd moeten worden. Maar dat is niet het enige. Er moet gewerkt worden met verschillende 'digitalisering', zodat het boek op de verschillende eReaders gelezen kan worden. Hiervoor gelden momenteel zes formaten die het meest gangbare zijn.
- Kwaliteitscontrole. Nadat een digitaal boek is aangepast aan een specifiek formaat voor een eReader, moet het vervolgens worden gecontroleerd. Hierbij wordt er gekeken of de pagina's goed staan en of er geen sprake is van ongewenste lege plekken, etc. Bij boeken met vrijwel alleen tekst is dit een relatief makkelijk proces, maar wanneer er sprake is van tal van afbeeldingen, tabellen, grafieken, voetnoten, o.i.d. valt er veel meer werk te doen.
- Digitaal transport. Als het digitale boek eenmaal af is, kan het naar de verkopers worden gestuurd, maar ook dit vereist meer werk dan je zou denken. Bol.com is zeker niet het enige verkoopplatform. Tal van verkopers hebben een verschillend *upload*

¹³ <http://www.hetboekenschap.nl/Laten-drukken.html>

¹⁴ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Server>

protocol (manier waarop het digitale boek naar de verkoper verstuurd moet worden). Tegelijkertijd moet de uitgever in de gaten houden hoe de verkoop bij deze verkopers verloopt, zodat zij betaald krijgen voor iedere download.

Bovenstaande drie punten zijn de voornaamste nieuwe kosten die te vinden zijn bij het publiceren van een digitaal boek. Hierbij moet ik wel een kanttekening plaatsen. Veel van de bovengenoemde processen bevinden zich in de beginfase. Naarmate de markt van het digitale boek zich zal professionaliseren, zullen deze kosten dalen en kan er efficiënter gewerkt worden. Zo kan het digitaliseren in de toekomst een stuk makkelijker, maar hier moeten de producenten van de verschillende eReaders voornamelijk voor zorgen. Zoals producenten van mobiele telefoons nu ook van Brussel moeten gaan werken aan één oplader, die op alle mobiele telefoons past, zal er waarschijnlijk ook toegewerkt gaan worden naar gelijkgeschakelde formaten en protocollen bij de eReaders. Automatisch zullen de kosten voor de kwaliteitscontrole dan ook naar beneden kunnen.

Hetzelfde geldt in principe voor het digitale transport. Hierbinnen zal zich waarschijnlijk een standaardisatie voordoen.

Kortom: aangezien het proces nieuw is en de infrastructuur nog in grote mate moet worden uitgevonden/ aangelegd, zijn deze kosten nu nog relatief hoog. Het is dan ook aannemelijk dat de prijzen van digitale boeken in de toekomst nog iets kunnen dalen.

BTW

Zoals in het schema en de uitleg hierboven al aangeven, vallen er minder kosten weg dan je aanvankelijk zou denken. En dat is nog niet alles. Het btw-tarief voor digitale boeken ligt namelijk op 19%, terwijl dat van het fysieke boek 6% bedraagt¹⁵. Digitale boeken vallen onder 'digitale diensten', en hiervoor geldt een btw-tarief van 19%. Aangezien btw-tarieven tegenwoordig gelijkgeschakeld worden tussen alle landen van de Europese Unie vanuit Brussel, zou een verandering van dit tarief dan ook uit Brussel moeten komen. Weliswaar wordt er gelobbyd voor een 6% tarief op digitale boeken in Brussel, maar het is moeilijk te zeggen of een verandering van dit percentage in een korte tijd te bewerkstelligen is.

De afzet

Bij het dalen van de prijzen van digitale boeken moet nog een kanttekening geplaatst worden. Mijn stelling is dat digitale boeken in o.a. de Verenigde Staten, goedkoper zullen blijven dan ze ooit in Nederland zullen zijn (uitzonderingen daargelaten). Ik zal deze stelling onderbouwen.

Belangrijk begrip hierbij is *taalgebied*. Het mag duidelijk zijn dat het Engelse taalgebied vele malen groter is dan het Nederlandse taalgebied. Voor circa 380 miljoen mensen is Engels de moedertaal, geschat wordt dat tussen de 510 en 1.400 miljoen mensen wereldwijd de Engelse taal beheersen¹⁶. Dit terwijl er 23 miljoen mensen het Nederlands als moedertaal hebben en er daarnaast ongeveer 4 miljoen het Nederlands als tweede taal beheersen¹⁷. Het mag duidelijk zijn dat de afzetmarkt voor Engelse (digitale) boeken vele malen groter is dan die van Nederlandse boeken.

Wanneer een uitgeverij in de VS een digitaal boek in het Engels uitgeeft, is het voor iemand in Nederland mogelijk om dit boek via een Amazon.com of iTunes te kopen en te lezen. De uitgever maakt hiervoor geen extra kosten, het hoeft namelijk niet naar Europa verscheept te

¹⁵ http://www.z24.nl/bedrijven/it_telecom/artikel_108184.z24/Waarom_e-books_zo_duur_zijn.html

¹⁶ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Engels>

¹⁷ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Nederlands>

worden. Aangezien digitale boeken op een server staan, zijn ze in principe voor iedereen te allen tijde beschikbaar over de gehele wereld. Andersom verkoopt een Nederlandstalig boek van Arnon Grunberg niet bepaald gemakkelijk in de Verenigde Staten, simpelweg omdat maar weinig mensen in de VS Nederlands kunnen lezen. Natuurlijk geldt dit principe voor meer landen dan alleen de VS.

Door dit proces is er doorgaans sprake van relatief lagere kosten voor uitgevers die Engelstalige digitale boeken uitgeven ten opzichte van uitgevers die Nederlandstalige digitale boeken publiceren.

Een voorbeeld; beide uitgevers (de Amerikaanse en de Nederlandse) zijn €1000 kwijt aan kosten voor het uitgeven van één digitaal boek. De Amerikaanse uitgever verkoopt 100.000 exemplaren, maar de Nederlandse uitgever verkoopt er 1000. In dit geval moet de Nederlandse uitgever de prijs van zijn boek wel hoger houden dan de Amerikaanse, om nog winst te halen uit het boek. De Amerikaanse uitgever kan dus een lagere prijs berekenen, aangezien hij zijn kosten makkelijker kan dekken.

Nu zal deze vergelijking niet altijd zo gemakkelijk opgaan. Het is te simpel om er vanuit te gaan dat de afzet van een Amerikaanse uitgeverij standaard vele malen groter is dan die van een Nederlandse uitgeverij, maar gezien het verschil in grootte qua afzetmarkt is het wel aannemelijk. Dit betekent niet dat er in Nederland nooit bijzonder goedkope digitale boeken te koop zullen zijn. Boeken van Stieg Larsson bijvoorbeeld, verkopen momenteel erg goed in Nederland. Wanneer een uitgever kan rekenen op een grote afzet (bijvoorbeeld vanwege grote populariteit van een schrijver), dan kan deze erop gokken een lagere prijs voor het digitale boek te vragen. Dit kan zelfs weer een positief gevolg hebben. Juist omdat het boek goedkoop is, verkoopt het nog meer.

Maar over het algemeen kunnen deze feiten een prijsverschil tot stand brengen tussen Nederlandstalige digitale boeken en Engelstalige digitale boeken. De Amerikaanse markt kan dus wel gebruikt worden als uitgangspunt voor wat er in Nederland kan gaan gebeuren, maar moet, o.a. vanwege dit punt, wel met de nodige kritische blik worden bekeken.

2.4

Nieuwe ontwikkelingen op de boekenmarkt

De opkomst van het digitale boek brengt ook een aantal andere interessante ontwikkelingen met zich mee. In deze paragraaf zal ik het kort hebben over begrippen als het *Agency Model*, *de derde partij* en *database marketing*. Deze ontwikkelingen *kunnen* invloed hebben op de prijzen van digitale boeken in de toekomst, maar in hoeverre is moeilijk vast te stellen. Vandaar dat ik deze begrippen apart vermeld.

Agency Model

In de Verenigde Staten ontwikkelde zich, met de opkomst van het digitale boek, een nieuw systeem van verkoop. Aangezien digitale boeken geen fysieke producten zijn, hoeven verkopers ze niet langer in te kopen en op te slaan. Hiermee is het aantal taken van de verkopers afgenomen. In de VS worden verkopers als Amazon en Barnes and Noble om die redenen nu beschouwd als ‘agenten’ (*Agents* in het Engels, vandaar de naam: Agency Model), in plaats van verkopers. In dit nieuwe model zijn de uitgevers de verkopers en treden bedrijven als Amazon op als ‘doorverkopers’; agents. In ruil voor het ‘helpen verkopen’ van de boeken zou Amazon ongeveer 20% van de verkoopprijs per boek ontvangen. In dit model lag er veel macht bij Amazon die zelf de prijs kon bepalen (zie: de prijsstijgingen in de VS). Inmiddels is het aantal agents toegenomen, en daarmee de macht van één agent gebroken, maar het model aan sich blijft voortbestaan. De uitgevers zijn verkoper geworden, en verkopers zijn doorverkopers geworden.

Dit gegeven brengt in de toekomst logischerwijs een aantal gevolgen en mogelijke wijzigingen met zich mee.

Allereerst mag verondersteld worden dat het aantal boekhandels in Nederland zal gaan afnemen. In de VS is het aantal boekverkopers vanaf 1999 gedaald van 3,250 winkels naar 1,400 heden¹⁸.

Burdened with rent and electricity and other costs, bricks-and-mortar stores are unlikely to offer prices that can compete with those of online vendors. Roxanne Coady, who owns R. J. Julia Booksellers, an independent bookstore in Madison, Connecticut, said, “Bookselling is an eight-inch pie that keeps getting more forks coming into it. For us, the first fork was the chains. The second fork was people reading less. The third fork was Amazon. Now it’s digital downloads.”

Bron: The New Yorker, 26 april 2010

Bovenstaand artikel laat zien dat feitelijke boekhandels niet kunnen concurreren met internetboekhandels, aangezien hun kosten vanwege o.a. huur en elektriciteit hoger liggen dan die van online verkopers. Tevens is er sprake van een opeenstapeling van ongunstige omstandigheden voor feitelijke boekhandels. Zij worden getroffen door een terugloop in de hoeveelheid leesuren van de consument, door de macht van grote ketens als Amazon (of Bol.com in Nederland) en nu dan ook nog door digitale downloads. Door deze

¹⁸ Bron: American Booksellers Association

ontwikkelingen is het aannemelijk dat een afname in het aantal boekenverkopers, zoals we die zien in de VS, ook zal plaatsvinden in Nederland. Een goed voorbeeld daarvan is de ECI. Deze grote winkelketen gaat fysiek verdwijnen en zal in de toekomst alleen nog maar via internet verkopen¹⁹.

Overigens brengt een afname van het aantal boekhandels tal van interessante ontwikkelingen met zich mee die verder onderzocht dienen te worden. Er valt wat voor te zeggen dat, bijvoorbeeld, het aantal 'spontane' boekverkoppen afneemt. Men kan de veronderstelling aangaan dat, bij het lopen door een feitelijke boekhandel, er eerder 'iets' tussen kan zitten wat impulsief gekocht zal worden. Dus een ander boek dan waar men voor naar de winkel ging. Hiertegenover staat dat dit boek misschien niet verkocht was als de consument op het internet een boek had aangeschaft. De stelling: 'boeken die via Bol.com worden verkocht worden bewuster en directer opgezocht dan boeken in een feitelijke boekhandel', kan dan ook zeer zeker een kern van waarheid bevatten. Doorredenerend zou een stijging van het aantal internetverkoppen een daling van de verkoop van het totale aantal boeken *kunnen* betekenen, of op zijn minst een *verkokering* van de verkoop. In dit geval wordt met verkokering bedoeld dat een kern van boeken goed zal verkopen (bekende auteurs, bestsellers, bijzonder goedkopere boeken), maar de boeken buiten die kring over het hoofd worden gezien. Nogmaals, het betreft hier tal van veronderstellingen die verder onderzoek behoeven, maar zij werpen wel een interessant licht op de eventuele ontwikkelingen in de boekenwereld.

Een ander interessant punt is *database marketing*. Weliswaar bestaat deze vorm van marketing al sinds de jaren tachtig, door de opkomst van het digitale boek wordt hij wel interessanter. Bij database marketing wordt er gekeken naar de interesses en het gedrag van de consument, waarop vervolgens een bepaalde manier van marketing af wordt gestemd²⁰. Een goed voorbeeld hiervan is wederom bij Bol.com te vinden. Wanneer je hier een boek aanschaft of bekijkt, zul je later reclame zien voor boeken in een soortgelijk genre. Dit principe kan ook goed toegepast worden op digitale boeken. Door digitalisering van het lezen wordt het makkelijker om erachter te komen wat de consument interesseert, en hierbij valt vervolgens een persoonlijke marketing op toe te passen. Het makkelijke hieraan is dat er geen menselijk handelen aan te pas komt. Door bepaalde computerprocessen gebeurt dit allemaal volautomatisch. Zo kun je het ene moment een boek op Bol.com bekijken en het volgende moment op YouTube of een digitale krant reclame zien staan voor datzelfde, of soortgelijke, boek(en).

De derde partij

Daarnaast is er sprake van nog een ontwikkeling met de opkomst van het digitale boek: het opkomen van een zogenaamde *derde partij*. Uitgevers kunnen ervoor kiezen het digitaliseren van een boek over te laten aan een gespecialiseerd bedrijf. In Nederland is GMS²¹ hier een goed voorbeeld van. Dit bedrijf is gespecialiseerd in het digitaliseren van boeken en beschikt over moderne technologie hiervoor.

Momenteel zorgen de uitgevers die digitale boeken uitgeven voor hun eigen technologie. Hiervoor wordt een nieuwe redactie in het leven geroepen. Tal van grote Nederlandse uitgevers beschikken al over een speciale afdeling die zich richt op het gehele proces rond het digitaliseren van een boek (overzetten, controleren en versturen).

Maar zoals uitgevers vroeger nog zelf hun boeken drukten, valt er wat voor te zeggen dat ook dit productieproces in de toekomst uitbesteed zal worden. 'Gemak' is hierbij een

¹⁹ <http://www.bndestem.nl/algemeen/economie/8090404/Boekenclub-ECI-alleen-nog-online.ece>

²⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Database_marketing

²¹ <http://www.gmsnl.com/filmservice/boeken-digitaliseren.php>

sleutelwoord. Of het financieel ook voordeliger is, is nog niet duidelijk. Door uitbesteding hoeft er geen speciale afdeling te bestaan, het fysieke boek wordt simpelweg opgestuurd en komt digitaal terug.

Waarom dit proces zich nog niet volop voltrekt, zit hem in de angst voor het kwijtraken van de controle onder uitgevers. Hier valt wat voor te zeggen. Een ontwikkeling die vrij direct op de komst van het digitale boek volgde, was het digitaliseren van boeken door auteurs zelf; hierbij uitgevers omzeilend. Bij het succes van deze ontwikkeling vallen vraagtekens te plaatsen. Uiteraard missen deze boeken redactie en daarnaast missen zij ook de marketing. Deze twee componenten mogen niet onderschat worden. Een uitgever zorgt voor correcte taal en spelling, zet een boek in de markt en heeft daarnaast de contacten met boek- en groothandels die benodigd zijn om een boek goed te laten verkopen. Dit wil niet zeggen dat een door de auteur zelf gepubliceerd digitaal boek, per definitie niet verkoopt. Zo zijn er wel degelijk succesverhalen²².

Momenteel is het zelf uitbrengen van een boek door auteurs een randverschijnsel, maar door uitbesteding van het digitaliseringsproces zou er wederom een taak voor de uitgevers wegvallen. Een uitgever kan er daarom ook voor kiezen het digitaliseren aan een andere uitgever over te laten, om zo wel aan een digitale versie te verdienen, maar niet zelf een digitaliseringsredactie te hoeven hebben.

Toch is het goed mogelijk dat in de toekomst dit proces meer en meer zal worden overgedragen aan externe (derde) partijen. Sommige uitgevers doen al voorzichtige voorspellingen en verwachten dat in 2012/2013 de externe partijen hun werkelijke intrede zullen doen. Wat de gevolgen hiervan zullen zijn voor de prijzen van digitale boeken rond die tijd valt nog moeilijk te zeggen. Specialisatie en professionalisering kunnen betekenen dat het digitaliseringsproces dusdanig goedkoop is geworden, dat de prijs van digitale boeken omlaag kan.

²² <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704912004575253132121412028.html>

2.5

Verwachtingen binnen de uitgeverwereld

Uitgeverijen laten verschillende, maar ook overeenkomende geluiden horen als het gaat om de ontwikkelingen en de prijs van digitale boeken. Een meerderheid denkt dat de prijs de komende tijd nog wel licht zal dalen, hierbij ligt de grens doorgaans net boven de €10,-. Hierbij moet ik wel direct aanmerken dat er ook sprake is van uitzonderingen. Bij uitgeverij Dutch Media Publishers worden nu al boeken uitgegeven voor een prijs die lager ligt dan €10,-. Deze uitgeverij houdt ook een lager percentage vast, namelijk 75% in plaats van 80%. Andere uitgevers relativiseren de lage prijzen van Dutch Media, deze zouden voornamelijk mogelijk gemaakt worden doordat fysieke boeken voor de winst moeten zorgen. De winst voor de digitale versie zou daardoor lager mogen uitvallen, waardoor de prijzen hiervoor ook lager kunnen liggen.

Doorgaans laten uitgevers echter weten dat een prijs beneden de €10,- niet wenselijk wordt geacht. Hierbij is er sprake van een soortgelijke reactie als in de VS. Uitgevers wilden logischerwijs niet de prijs van Amazon (\$9,99) hanteren, want dit bedrag zou niet wenselijk zijn. Met ‘wenselijk’ wordt in dit geval bedoeld: te lage prijzen schaden de winst teveel. Natuurlijk is er sprake van een wisselwerking: lage prijzen kunnen een hogere omzet betekenen, waardoor de winst constant blijft. Aan de andere kant kunnen te hoge prijzen de afzet schaden, waardoor de winst alsnog tegenvalt, ondanks de prijs. Maar gezien het feit dat 70% á 80% ook een gangbaar percentage is in de VS, kun je vaststellen dat deze percentages het meest lucratief voor de uitgevers zijn en dus werken.

Uitgevers benadrukken daarnaast dat de kosten niet feitelijk lager liggen bij digitale boeken. Zoals al eerder genoemd speelt het btw-tarief hierbij een rol, alsmede de komst van nieuwe kosten. Ook wordt benadrukt dat de voornaamste kosten die wegvallen (druk-, transport en opslagkosten) relatief laag zijn. Hierdoor is er dus geen sprake van een groot gat dat zou zijn ontstaan.

Bovenstaande feiten tonen aan dat, doordat het digitale boek nog zo nieuw is, er nog ‘gezocht’ wordt naar het vinden van de evenwichtsprijs. Dit is de prijs die tot stand komt door de vrije werking van vraag en aanbod ($Q_v = Q_a$). Doordat het digitale boek een relatief nieuw product is, staan zowel de vraag als het aanbod nog niet vast. Bij beide begrippen is er momenteel nog sprake van een stijging. Het aantal digitale boeken neemt toe, alsmede de afzet²³²⁴.

²³ http://www.eReaders.nl/01021103_verkoop_digitale_boeken_bol_com_verdriedubbelde_in_2010

²⁴ <http://nos.nl/artikel/93678-steeds-meer-digitale-boeken-te-koop-in-nederland.html>

2.6

Voorlopige conclusie

Uit voorgaande paragrafen en de gesprekken met de uitgevers valt een aantal zaken te concluderen. Allereerst: de kostenverschillen zijn kleiner dan voorondersteld werd. Er zijn nieuwe kosten bijgekomen, het btw-tarief speelt een rol en ook zaken als *afzet* en *taalgebied* zijn hier belangrijk. Een percentage rond de 70% á 80% blijft voorlopig dan ook aannemelijk. Nu zegt dit niet alles over de prijs van een boek. Immers, een boek dat fysiek €10,- kost, kost automatisch ook niet veel in digitale vorm. Daartegenover staat dat een fysiek boek van €40,- ook in digitale vorm nog steeds ver boven de €10,- kost. De gemiddelde prijs van een digitaal boek, die ik al eerder noemde, ligt op €13,31. Uit de gesprekken met de uitgevers en gezien de ontwikkelingen en kosten, is het aannemelijk dat het gemiddelde boek net boven de €10,- grens zal komen. Natuurlijk zijn hierop uitzonderingen te vinden. Dutch Media Publishers brengt boeken momenteel voor minder dan dit bedrag uit en zal dit waarschijnlijk ook in de toekomst blijven doen. Naast deze uitgeverij zijn er natuurlijk nog meer uitgevers die digitale boeken voor minder dan €10,- uitbrengen, maar aan de andere kant zullen er ook altijd boeken zijn die meer kosten.

Ook is het zo dat door professionalisering op de markt (het aanbod van digitale boeken zal stijgen, de infrastructuur zal aanwezig zijn, het productieproces zal versimpelen) de kosten en daarmee de prijzen van digitale boeken in de verdere toekomst meer naar beneden gaan. Maar voorlopig kun je veronderstellen dat de consument gemiddeld meer dan €10,- kwijt is voor het aanschaffen van een digitaal boek.

3.1

Wat is de consument bereid te betalen voor digitale boeken?

Daar waar hoofdstuk 2 inging op de huidige prijzen en de ontwikkeling hiervan van digitale boeken, is dit hoofdstuk gericht op de consument. Wat wil de consument en waartoe is deze bereid? Uit de gesprekken met een aantal uitgevers kwam naar voren dat deze weinig af weten van het consumentengedrag omtrent digitale boeken. Hierbij speelt het een rol dat digitale boeken een relatief nieuw fenomeen zijn. De verkoopsite Bol.com beschikt wel over een zekere hoeveelheid statistische informatie, maar wil deze niet vrijgeven. Daarnaast zijn er een aantal onderzoeken gedaan naar wat consumenten voordelig en nadelig vinden aan het digitale boek, maar studies naar wat consumenten willen betalen zijn niet voorhanden.

Om toch naar deze aspecten te kijken heb ik zelf een enquête opgesteld. Verdere uitleg en verantwoording hierover valt te lezen in de begripsbepaling. De resultaten van deze enquête laten zien wat de consument gemiddeld bereid is te betalen voor zowel een gedrukt als een digitaal boek, om zo tot een vergelijking te kunnen komen. Daarnaast kan het ook interessant zijn om naar aspecten als 'piraterij', leeftijd en geslacht te kijken. Tonen mannen bijvoorbeeld net zoveel interesse in digitale boeken als vrouwen? En zijn digitale boeken meer iets voor jongeren of voor ouderen?

Het belangrijkste blijft uiteindelijk het vaststellen van wat men gemiddeld wil uitgeven aan een boek. Is er sprake van frictie tussen wat uitgevers aanbieden en wat consumenten willen?

3.2

Analyse

Deze paragraaf zal ingaan op de statistische informatie die uit de ingevulde enquêtes gehaald is. Hierbij zullen een aantal aspecten kopje voor kopje behandeld worden.

Prijzen

De hoofdvraag van deze scriptie luidt:

Is er sprake van frictie tussen de verkoopprijs en de consumentenbehoeftes?

Daarnaast is de deelvraag deze paragraaf:

Wat is de consument bereid te betalen voor digitale boeken?

Gezien deze twee vragen is het interessant om allereerst te kijken naar de prijzen. Uit de enquête komen een aantal interessante punten naar voren.

Tabel 2

		Statistics	
		Wat wil je betalen voor een gedrukt boek?	Wat wil je betalen voor een digitaal boek
N	Valid	100	100
	Missing	1	1
Gemiddeld		€30,99	€11,13
Minimum		€15	€0
Maximum		€50	€50

Bovenstaande tabel laat zien dat de gemiddelde consument hooguit €30,99 wil uitgeven aan een gedrukt boek en €11,13 wil betalen voor een digitaal boek .

Aan deze twee gemiddelden, zijn een aantal interessante dingen af te lezen. Daarnaast zijn ook de minimum en maximum prijzen interessant.

Allereerst de gemiddelden. De gemiddelde prijs van een gedrukt boek bedraagt op dit moment €17,12, die van een digitaal boek €13,31. Deze gemiddelden zijn berekend aan de hand van een steekproef onder 50 boeken (zie bijlagen: statistische informatie). Hierbij is interessant dat de prijs van een digitaal boek 77,7% van het gedrukte boek bedraagt. Dit percentage komt namelijk redelijk overeen met de 80% norm die eerder in Hoofdstuk 2 al werd genoemd.

Doorgaans kiezen uitgeverijen ervoor om de prijs van een digitaal boek te bepalen aan de hand van een percentage, namelijk: 80% van de prijs van het gedrukte boek.

Maar kijken we naar de resultaten uit de enquête dan zijn er een aantal verschillen. Zo laten de statistieken zien dat men gemiddeld €11,13 wil betalen voor een digitaal boek. Dat is lager

dan de huidige prijzen. Consumenten willen momenteel dus eigenlijk minder uitgeven aan een digitaal boek, dan wat ze er gemiddeld voor moeten betalen.

Maar dat is niet het enige interessante. Hoewel €11,13 in ieder geval nog niet heel veel afwijkt van de huidige gemiddelde prijs van een digitaal boek, is er (volgens de waardering van de consument) allerm minst sprake van een 80% van het gedrukte boek. Volgens de statistieken kent de gemiddelde consument veel minder waarde toe aan een digitaal boek, ten opzichte van een gedrukt boek.

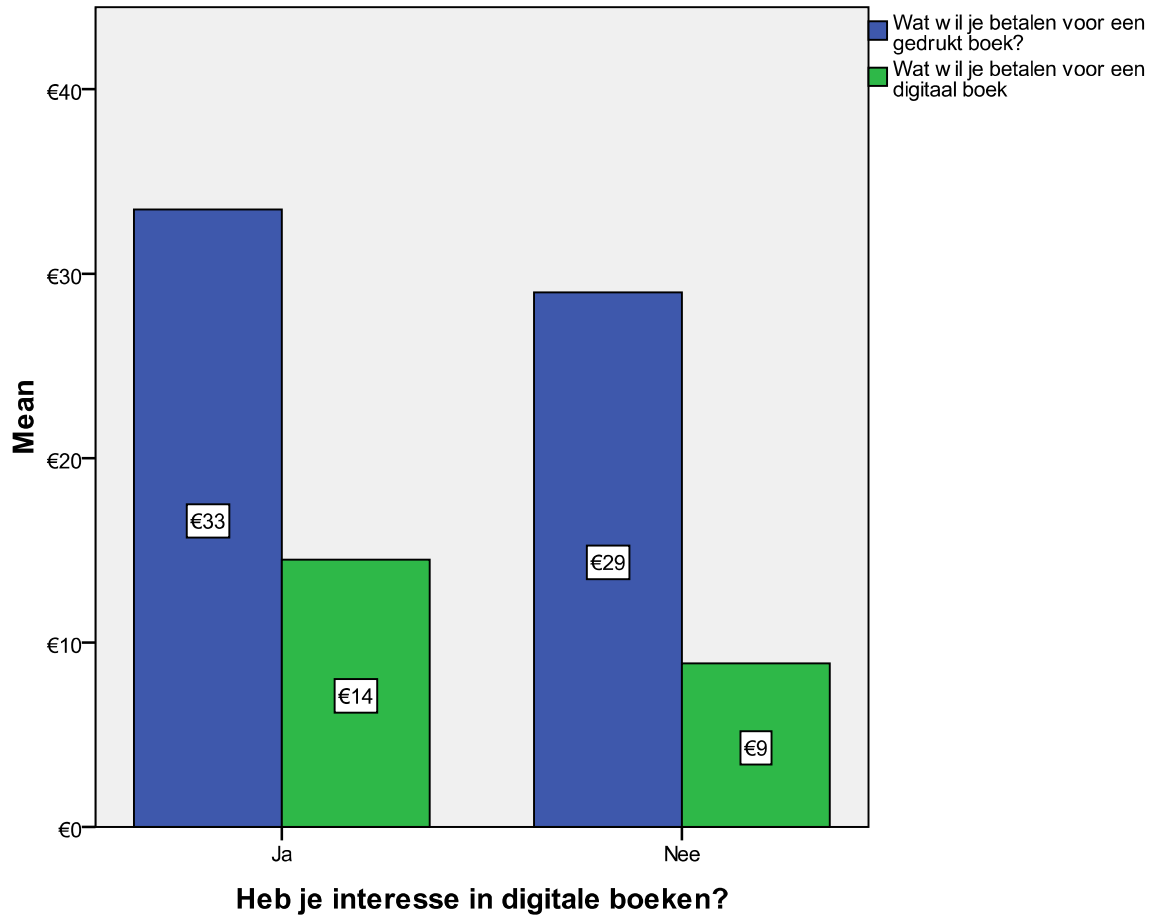
Hoewel de gemiddelde prijs voor een gedrukt boek rond de €17,12 ligt, is de gemiddelde consument bereid om maximaal €30,99 hiervoor uit te trekken.

De gemiddelde consument is dus bereid hooguit €30,99 te betalen voor het gedrukte boek en €11,13 voor het digitale boek, dat is maar 35,9% van de prijs. Daar waar uitgeverijen dus kiezen voor een 80% norm, zit de gemiddelde consument op een norm van 35,9%.

Dat de gemiddelde consument aanzienlijk minder waarde verbindt aan een digitaal boek blijkt ook uit de laagst genoteerde prijs. Die ligt bij digitale boeken op €0,- en bij gedrukte boeken op €15,-. Een aantal consumenten is van mening dat een digitaal boek (bijna) niks mag kosten. Daar waar zij wel altijd bereid zijn een zeker bedrag neer te leggen voor een gedrukt boek, komt het vaker voor dat consumenten €0,- invulden bij de vraag: Wat zou je hooguit willen betalen voor een digitaal boek? 17% van de geënquêteerden wilde niet meer dan €2,- betalen voor een digitaal boek.

Door het maken van een 'normale verdeling' (zie bijlagen: statistische informatie enquête), wordt het daarnaast duidelijk dat er geen correlatie is voor de gehele groep. Er valt uit de statistieken bij het digitale boek geen vast percentage van de prijs van een fysiek boek vast te stellen. Kort gezegd: de verschillen in wat men bereid is te betalen zijn te groot. Hieruit valt dus op te maken dat het simpelweg vaststellen van een percentage niet de juiste weg blijkt te zijn. Hierdoor kun je je afvragen of de huidige methode (de 80% norm) wel goed werkt. Misschien werkt het beter om te kijken naar de vraag vanuit de consument, en daarop een prijs te baseren.

Daarnaast zijn er nog verschillen te noemen in de gemiddelde prijzen die men hooguit wil betalen als we apart kijken naar de groepen wel geïnteresseerden en niet geïnteresseerden in digitale boeken.



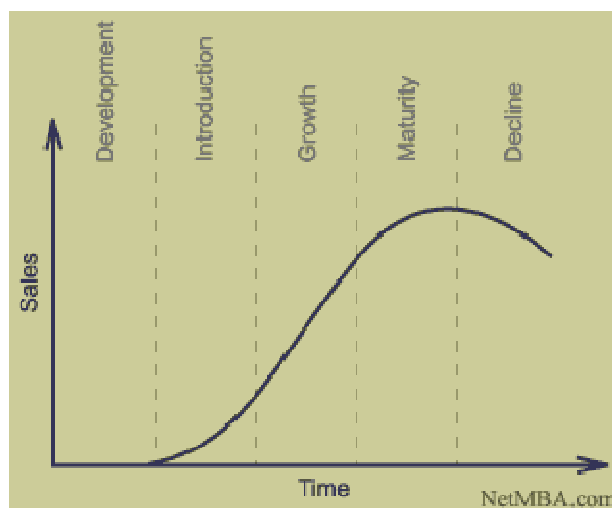
Figuur 1

Bovenstaande grafiek laat zien dat mensen die wel geïnteresseerd zijn in digitale boeken voor zowel fysieke als digitale boeken iets meer willen uitgeven. Consumenten die wel geïnteresseerd zijn, betalen hooguit €33,- voor een gedrukt boek en €14,- voor een digitaal boek.

Mensen die niet geïnteresseerd zijn in digitale boeken, willen (wellicht vreemd genoeg) minder betalen voor fysieke boeken dan mensen die wel interesse hebben in digitale boeken, namelijk: €29,-. Je zou verwachten dat deze groep door hun gebrek aan interesse in digitale boeken, bereid is meer geld uit te geven aan fysieke boeken, maar dat is dus niet het geval. Dit verschil zou eventueel verklaart kunnen worden door het feit dat deze groep überhaupt minder affiniteit heeft met lezen. Voor digitale boeken wil deze groep hooguit €9,- betalen. Voor hen is momenteel de drempel dus ook hoger om überhaupt geïnteresseerd te raken in digitale boeken; zij vinden ze immers te duur.

Interesse

Uit de enquête blijkt dat digitale boeken zich nog in een beginfase bevinden. 40,6% van de ondervraagden laat weten geïnteresseerd te zijn in digitale boeken, tegenover 59,4% die niet geïnteresseerd is.



Figuur 2

Bovenstaande grafiek²⁵ laat de ‘Product Life Cycle’ zien, ofwel de ontwikkeling van een product volgens economische principes. De statistische informatie uit de enquêtes laat zien dat digitale boeken zich momenteel waarschijnlijk tussen ‘introduction’ en ‘growth’ bevinden. Het aantal verkochte digitale boeken neemt namelijk wel rap toe²⁶. Maar het feit dat nog altijd geen meerderheid geïnteresseerd is in digitale boeken, laat zien dat er nog behoorlijk gegroeid kan worden binnen deze markt.

Gemak en nostalgie

Als we kijken naar de verklaringen *waarom* men niet geïnteresseerd is in digitale boeken, kunnen we ruwweg twee hoofdstromingen vaststellen. Aan de kant van ‘wel interesse’ is de belangrijkste stroming: gemak. Antwoorden als: “Je kunt een heleboel boeken tegelijk bij je hebben”, en “handig op vakantie”, komen veelvuldig voor. Alsmede antwoorden als: ‘snel’ en ‘makkelijk’.

Aan de andere kant, bij niet geïnteresseerden, is de belangrijkste stroming: nostalgie. Antwoorden als: “Digitale boeken lezen niet fijn”, “ik heb liever boeken in de kast staan”, en “ik houd niet van lezen van een scherm”, komen constant voor binnen deze groep.

²⁵ <http://www.netmba.com/marketing/product/lifecycle/>

²⁶ http://www.eReaders.nl/01061004_verkoop_nederlandse_ebooks_in_de_lift

Jongeren en ouderen

Hierbij is ook het volgende interessant:

Tabel 3

Heb je interesse in digitale boeken? * Wat is uw leeftijd? Crosstabulation

			Wat is uw leeftijd?		Total
			15-35	36-65+	
Heb je interesse in digitale boeken?	Ja	Count	29	12	41
		% within Wat is uw leeftijd?	38,2%	52,2%	41,4%
	Nee	Count	47	11	58
		% within Wat is uw leeftijd?	61,8%	47,8%	58,6%
Total	Count	76	23	99	
	% within Wat is uw leeftijd?	100,0%	100,0%	100,0%	

Bovenstaande tabel laat zien dat de interesse in digitale boeken onder ‘jongeren’ en ‘jong volwassenen’ namelijk lager ligt dan in de categorie 36 t/m 65 jaar. Terwijl je zou verwachten dat juist onder de ‘ouderen’ de nostalgie en behoefte aan een papieren boek groter zou zijn dan onder de jongeren. En hoewel men ook in de categorie 36 t/m 65 jaar met antwoorden komt als: “Ik houd liever een papieren boek vast”, is het juist deze categorie die vooral met positieve antwoorden komt als: “Fijn voor op vakantie”, “handig” en “makkelijk mee te nemen”. Maar de leeftijdscategorie 15 t/m 35 jaar komt daarentegen met bijzonder veel nostalgische verklaringen.

Deze nostalgische gevoelens komen dus onder beide categorieën voor, maar men zou kunnen veronderstellen dat deze gevoelens minder aanwezig zijn onder de jongeren. De statistieken laten echter het tegendeel zien. Wellicht speelt hierbij een rol dat de jongere leeftijdscategorie sowieso minder graag leest, dit zou voor een gedeelte een verklaring kunnen geven. Maar gezien de antwoorden van de respondenten verklaart ook dat niet volledig het verschil in interesse in digitale boeken tussen de jongeren en de ouderen.

Mannen en vrouwen

Onderstaande tabel laat een verschil zien in interesse tussen mannen en vrouwen.

Tabel 4

Heb je interesse in digitale boeken? * Wat is uw geslacht? Crosstabulation

			Wat is uw geslacht?		Total
			Man	Vrouw	
Heb je interesse in digitale boeken?	Ja	Count	18	23	41
		% within Wat is uw geslacht?	54,5%	34,8%	41,4%
	Nee	Count	15	43	58
		% within Wat is uw geslacht?	45,5%	65,2%	58,6%
Total	Count	33	66	99	
	% within Wat is uw geslacht?	100,0%	100,0%	100,0%	

Zoals eerder genoemd, lezen vrouwen meer dan mannen. Maar als het gaat om digitale boeken, zijn mannen aanzienlijk meer geïnteresseerd dan vrouwen. Hierbij is er bijna sprake van een significant verschil.

Tabel 5

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Wat is uw geslacht? & Heb je interesse in digitale boeken?	99	,189	,062

Bovenstaande tabel test het verband tussen geslacht en interesse in digitale boeken. Uit de resultaten hiervan komt naar voren dat dit verband net niet sterk genoeg is om er een algemene conclusie uit te trekken, maar wel sterk genoeg om een (zwakker) verband te vooronderstellen. Mannen tonen aanzienlijk meer interesse in digitale boeken dan vrouwen. 54% van de mannen heeft interesse, volgens deze statistieken is een meerderheid van de mannen dus al geïnteresseerd in digitale boeken. Bij vrouwen is 34,8% geïnteresseerd.

Piraterij

Een interessant gegeven uit de enquête is de grote bereidwilligheid onder de consumenten om digitale boeken illegaal te verkrijgen. 66,3% van de ondervraagden laat weten bereid te zijn om over te gaan tot piraterij.

Tabel 6

Heb je interesse in digitale boeken? * Zou u illegaal downloaden als dit kon?

Crosstabulation

% within Heb je interesse in digitale boeken?

		Zou u illegaal downloaden als dit kon?		Total
		Ja	Nee	
Heb je interesse in digitale boeken?	Ja	70,7%	29,3%	100,0%
	Nee	63,3%	36,7%	100,0%
Total		66,3%	33,7%	100,0%

Bovenstaande tabel laat daarnaast zien dat met name consumenten die geïnteresseerd zijn in digitale boeken, ook bereid zijn om deze illegaal te verkrijgen. Hoewel er wat voor te zeggen valt dat mensen die juist minder interesse hebben, eerder geneigd zijn illegaal te downloaden, blijkt het tegenovergestelde waar te zijn. 70,7% van de mensen die wel geïnteresseerd is in digitale boeken zou bereid zijn deze illegaal te downloaden. Hieruit blijkt dat uitgeverijen het beveiligingsaspect bijzonder serieus moeten nemen.

Uit de verklaringen van de geënquêteerden blijkt vooral 'gemak' hierin een grote rol te spelen. Antwoorden als: "Ik doe het ook al met muziek en films, dus waarom niet met boeken?" komen veelvuldig voor. Daarnaast speelt ook de prijs een grote rol. Menig geënquêteerde laat weten tot illegaal downloaden over te gaan als de prijs 'te hoog' is. Daarnaast zouden een aantal geënquêteerden overgaan tot illegaal downloaden om erachter te komen 'of het boek ook wat is'. Hierbij wordt de gedownloade versie als 'preview' gebruikt. Tegenwoordig is het ook mogelijk om online op een webwinkel al de eerste pagina's van een digitaal boek te lezen. Een dergelijk systeem is, gezien de statistische informatie, zeer aan te raden. Hiermee zou het downloaden van digitale boeken tegengegaan kunnen worden. Op zich zijn bovenstaande resultaten niet geheel verrassend, het illegaal downloaden is immers ook te zien bij muziek, films, software en games. Het zou dus logisch zijn dat ook digitale boeken zich bij dit rijtje zullen voegen. Uiteraard heeft de beveiliging van digitale media wel vooruitgang geboekt, maar het is de vraag of deze waterproof zal blijken.

eReaders

Uit de enquête blijkt daarnaast dat men gemiddeld hooguit €163,94 zou willen uitgeven aan een eReader. Hieruit blijkt dat de aanschaf van een eReader nog steeds als een drempel geldt voor menig consument. Een eReader kost momenteel nog gemiddeld €245,-, prijzen variëren tussen de €130,- en €600,-. Hierbij geldt dat de opgegeven minimumprijs op €40,- ligt en de maximumprijs op €300,-.

Belangrijk hier bij aan te merken is dat 33,7% van de respondenten geïnteresseerd was in de aanschaf van een eReader. De overige 67,3% van de respondenten had of geen interesse of beschikte al over een eReader, maar de laatst genoemde betrof een kleine minderheid.

3.3

Voorlopige conclusie

Uit de statistieken van de enquête blijkt dat men gemiddeld hooguit €30,99 wil uitgeven aan een gedrukt boek, tegenover €11,13 voor een digitaal boek, dit is 35,9% van de prijs van het fysieke boek. Dit is een heel ander percentage dan de 80% die tal van uitgeverijen hanteren. Er valt statistisch af te leiden dat er geen vast percentage valt vast te stellen, hiermee is het dus de vraag of een vastgesteld percentage wel werkt, of dat er meer naar de vraag vanuit de consument gekeken zou moeten worden.

Als het gaat om de vraag ‘wel of geen interesse in digitale boeken’, zijn ‘nostalgie’ en ‘gemak’ de meest voorkomende stromingen. Consumenten hechten veel waarde aan het fysiek kunnen vasthouden, ruiken en horen van een boek. Volgens deze respondenten mist een digitaal boek die aspecten. Daartegenover vinden geïnteresseerden wel dat een digitaal boek makkelijk is tijdens vakantie en dat je veel boeken tegelijk kunt meenemen. Kortom: nostalgie tegenover gemak.

Hierbij is interessant om op te merken dat deze nostalgie in grote mate onder jongeren en jong volwassenen heerst. 38,2% van hen is geïnteresseerd in digitale boeken. Dit terwijl in de leeftijdscategorie 36 t/m 65 jaar 52,2% geïnteresseerd is.

De prijs van eReaders lijkt ook een rol te spelen als het gaat om interesse in digitale boeken. Zij die geïnteresseerd zijn in de aanschaf van een eReader, willen niet meer dan €163,94 gemiddeld uitgeven aan een eReader.

Tot slot komt de rol van piraterij in het bijzonder naar voren uit de statistieken. Van de mensen die geïnteresseerd zijn in digitale boeken, is 70,7% bereid om een digitaal boek illegaal te downloaden. De prijs speelt hierbij een rol, alsmede het gemak (men doet het nu ook al om aan muziek en films te komen). Ook zou een aantal respondenten overgaan tot downloaden om het boek als ‘preview’ te bekijken, om vervolgens het boek wel of niet legaal aan te schaffen.

Samenvatting

Wanneer beide hoofdstukken worden samengevoegd en gekeken wordt naar de resultaten, vallen een aantal zaken samen te vatten.

Allereerst omtrent de prijzen van digitale boeken in Nederland. Het blijkt dat de kostenverschillen tussen digitale en gedrukte boeken minder groot zijn dan aanvankelijk werd voorondersteld. Er zijn een aantal kosten bijgekomen met de komst van het digitale boek. Van feitelijke distributie is geen sprake meer, maar ook digitale boeken moeten 'vervoerd' worden, al is het dan digitaal, hier zijn nog altijd kosten aan verbonden.

Ook het hoge btw-tarief en het afzetgebied spelen een rol. Uit hoofdstuk 2 viel te concluderen dat de prijzen van digitale boeken voorlopig niet significant zullen dalen. Het is aannemelijk dat de prijs gemiddeld net boven de €10,- zal komen te liggen. Wel is het mogelijk dat door professionalisering van deze sector de kosten uiteindelijk zullen verminderen, waardoor ook de prijzen nog verder naar beneden zullen gaan. Op de korte termijn is hier nog geen sprake van.

Uit de analyse van de enquêtes blijkt dat consumenten gemiddeld hooguit €11,13 willen uitgeven aan een digitaal boek. Momenteel ligt de gemiddelde prijs van een digitaal boek rond de €13,31. Aangezien €11,13 het gemiddelde bedrag is wat men hooguit wil uitgeven aan een digitaal boek, kun je stellen dat de huidige prijs aan de hoge kant is.

Daarnaast laat 66,3% van de ondervraagden weten bereid te zijn om digitale boeken illegaal te downloaden. Hierbij laten respondenten weten dat de prijs een rol kan spelen bij het wel of niet illegaal downloaden van een digitaal boek.

Tevens blijkt het onmogelijk om een percentage vast te stellen van een fysiek boek als richtlijn voor de prijs van een digitaal boek. De 80% die nu gehanteerd wordt, is niet terug te vinden in de behoeftes van de consumenten.

Als het gaat om het wel of niet geïnteresseerd zijn in digitale boeken blijkt dat er een strijd gaande is tussen 'nostalgie' en 'gemak'. Respondenten die niet geïnteresseerd zijn, laten weten liever een echt boek in handen te hebben, of vinden het moeilijk om van een scherm af te lezen. Daartegenover vinden de mensen die wel geïnteresseerd zijn in digitale boeken het handig om veel boeken tegelijk bij zich te kunnen hebben.

eReaders werpen daarnaast een drempel op. Ze zijn niet goedkoop. Slechts een kleine groep is bereid een eReader aan te schaffen en wil daar niet meer dan €164,- aan uitgeven, dat terwijl de goedkoopste eReader €130,- is, waardoor de keuze dus klein wordt.

Tot slot is het interessant om te zien dat de interesse in digitale boeken in de leeftijdscategorie 36 t/m 65 jaar groter is dan die in de leeftijdscategorie 15 t/m 35 jaar. En dat daarbij mannen meer interesse tonen in digitale boeken dan vrouwen.

Conclusie

Is er sprake van frictie tussen de verkoopprijs en de consumentenbehoefte?

De gemiddelde prijs van een digitaal boek ligt momenteel rond de €13,31. Voor consumenten die geïnteresseerd zijn in digitale boeken, is deze prijs behoorlijk in de goede richting. Deze groep wil gemiddeld namelijk niet meer dan €14,- uitgeven aan een digitaal boek. Kijken we echter naar de groep niet geïnteresseerden, dan is €13,31 aan de hoge kant, zelfs als de prijzen gemiddeld rond de €11,- komen te liggen. Gemiddeld wil de niet geïnteresseerde consument namelijk €9,- uitgeven aan een digitaal boek. En aangezien 59,4% van de consumenten momenteel nog niet geïnteresseerd is in digitale boeken, kan het van belang zijn ook deze groep over de streep te trekken.

Interessant is dat men €30,99 zou willen uitgeven voor een gedrukt boek. Dat is drie keer zoveel als voor de digitale versie. Dit terwijl de gemiddelde prijs van een gedrukt boek €17,12 bedraagt. En daar waar €13,31 77,7% van €17,12 is, en dus rond de 80% norm ligt, komt €11,13 niet bepaald bij de 80% in de buurt van €30,99, dit is namelijk 35,9%.

Overigens speelt het een rol dat men een eReader moet aanschaffen (deze lijkt nog te duur), en spelen er gevoelens van nostalgie, waardoor men liever nog niet overstapt op het digitale boek. 40,6% van de respondenten is momenteel geïnteresseerd in digitale boeken.

Hierbij is interessant dat in de leeftijdscategorie 15 t/m 35 jaar 38,2% interesse heeft in digitale boeken, terwijl in de leeftijdscategorie 36 t/m 65 jaar 52,2% interesse heeft in digitale boeken. Daarbij hebben mannen (54,5%) meer interesse in digitale boeken dan vrouwen (34,8%).

De frictie vertaalt zich in de bereidwilligheid onder respondenten om digitale boeken illegaal te downloaden. Van de respondenten die interesse hebben in digitale boeken, is 70,7% bereid om een digitaal boek illegaal te downloaden. Respondenten laten weten dat een te hoge prijs, alsmede het gemak, redenen kunnen zijn tot het illegaal downloaden van digitale boeken.

Concluderend op de vraag: is er sprake van een frictie tussen de verkoopprijs en de consumentenbehoefte? Zou het antwoord 'ja' kunnen zijn. De prijzen van digitale boeken liggen op een redelijk goede hoogte voor de consumenten die hierin geïnteresseerd zijn, maar liggen aan de hoge kant voor de niet-geïnteresseerden. Daarnaast spelen ook externe factoren als de aanschaf van een eReader, de mogelijkheid om illegaal te downloaden en de onwennigheid met digitale boeken een rol. Naast de ietwat hoge prijs van digitale boeken voor niet-geïnteresseerden komen deze zaken er nog bovenop.

Aanbevelingen

De statistische gegevens in dit onderzoek laten zien dat er vanuit de consument geen vaststaand percentage herleid kan worden. Blijkbaar kennen consumenten een afwijkende waarde toe aan digitale boeken (hiermee wordt afwijkend van de fysieke boeken bedoeld). Voor gedrukte boeken valt uit de statistieken namelijk wel een normale verdeling te herleiden, en daarmee een indicatie van wat men gemiddeld bereid is te betalen voor een gedrukt boek. Uiteraard is ook de consument nog zoekende naar het evenwicht als het gaat om wat men wil betalen voor een digitaal boek. Toch is het raadzaam om niet langer een percentage (80% norm) van het gedrukte boek als leidraad te nemen bij het vaststellen van de prijs van een digitaal boek. In plaats van een benadering vanuit het aanbod, kan het verstandig zijn meer naar de vraag te kijken.

Uit de statistieken blijkt dat een groot deel van de consumenten bereid is digitale boeken illegaal te downloaden. Juist daarom kan het van extra belang zijn om de prijsbenadering van deze boeken te herzien. Uiteraard kan men in de uitgeverwereld op de beveiliging van digitale boeken vertrouwen, maar vergelijkbare producten als Cd's en Dvd's laten zien dat de beveiliging zelden waterdicht is. Nu al zijn er duizenden boeken illegaal beschikbaar op het internet²⁷. Uit de analysering van de enquête komt naar voren dat 'gemak' en de prijs een grote rol spelen voor de consument. Op de vraag 'waarom' men illegaal zou downloaden is een veelvoorkomend antwoord: "Omdat ik het ook al doe voor muziek en film, dus waarom niet voor boeken?" Het is dus aan de uitgevers om deze mentaliteit te doorbreken door veel gemak en een op de consumentgerichte prijs te bieden.

Tot slot laat de enquête zien dat vooral mannen, en consumenten tussen de 36 en 65 jaar geïnteresseerd zijn in digitale boeken. Bij het uitbrengen van digitale boeken kan dit een interessant gegeven zijn.

²⁷ <http://www.optelsom.nl/21-websites-waar-je-gratis-ebooks-kunt-downloaden.html>

Bronnenlijst

Mondelinge bronnen

Boezeman, T. *Uitgeverij Bruna*. Gesproken januari 2011, tel. 030 – 2470471

Richters, E. *Amstel Uitgevers*. Gesproken februari 2011, tel. 020 – 5249810

Slagter, M. *Dutch Media Publishers*. Gesproken februari 2011, tel. 06 – 525 463 57

Vermond, B. Gesproken februari 2011, tel. +31 20 535 31 35

Internetbronnen

Amazon (2011). Geraadpleegd 2010/2011, www.amazon.com

Auletta, K (2010). *Publis hor perish*. Geraadpleegd op 8 februari 2011, http://www.newyorker.com/reporting/2010/04/26/100426fa_fact_auletta

BN de Stem (2011). *Boekenclub ECI alleen nog online*. Geraadpleegd op 6 februari 2011, <http://www.bndestem.nl/algemeen/economie/8090404/Boekenclub-ECI-alleen-nog-online.ece>

Boekenschap, het (2010). *Laten drukken*. Geraadpleegd op 3 februari 2011, <http://www.hetboekenschap.nl/Laten-drukken.html>

Bol (2011). Geraadpleegd 2010/2011, www.bol.com

Centraal Boekhuis (2011). *Info e-readers*. 1 februari 2011, https://portal5.boekhuis.nl/portal/page?_pageid=535,2322597&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_search_expression=digitale+boeken

Fowler, G.A. en Trachtenberg, J.A. *'Vanity' press goes digital*. Geraadpleegd op 8 februari 2011, <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704912004575253132121412028.html>

Galaxa (2010). *Centraal Boekhuis Kosten 2010*. Geraadpleegd op 1 februari 2011, <http://www.galaxa.nl/cbkosten2010.pdf>

GMS (2011). *Boeken digitaliseren*. Geraadpleegd op 3 februari 2011, <http://www.gmsnl.com/filmservice/boeken-digitaliseren.php>

Hyatt, M (2010). *Why do Ebooks cost so much? (A publisher's perspective)*. Geraadpleegd op 12 januari 2011, <http://michaelhyatt.com/why-do-ebooks-cost-so-much.html>

IBM (2011). *SPSS*. Geraadpleegd op 14 februari 2011, <http://www.spss.com/nl/>

Josse, M (2011). *Centraal Boekhuis leverde ruim 350.000 ebooks in 2010*. Geraadpleegd op 12 januari 2011,

http://www.eReaders.nl/05011101_centraal_boekhuis_leverde_ruim_350_000_ebooks_in_2010

Joosse, M (2011). *Verkoop digitale boeken Bol.com verdriedubbelde in 2010*. Geraadpleegd op 5 februari 2011, http://www.eReaders.nl/01021103_verkoop_digitale_boeken_bol_com_verdriedubbelde_in_2010

Joosse, M (2010). *Verkoop Nederlandse Ebooks in de lift*. Geraadpleegd op 13 januari 2011, http://www.eReaders.nl/01061004_verkoop_nederlandse_ebooks_in_de_lift

Kloosterman, J (2009). *21 websites waar je gratis ebooks kunt downloaden*. Geraadpleegd op 1 maart 2011, <http://www.optelsom.nl/21-websites-waar-je-gratis-ebooks-kunt-downloaden.html>

Kramer, H.Y. (2008). *Rapportage interviews en vragenlijsten voor plan van aanpak evaluatie van de Wet op de Vaste Boekenprijs*. Geraadpleegd op 12 februari 2011, <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2010/01/29/rapportage-vbp.html>

Levere, J.L. (2010). *Will E-Book Pressures Send Hardcover Prices Soaring?* Geraadpleegd op 8 februari 2011, <http://www.dailyfinance.com/story/media/will-e-book-pressures-send-hardcover-prices-soaring/19464290/>

NetMBA Business Knowledge Centre, *The product life cycle*. Geraadpleegd op 12 februari 2011, <http://www.netmba.com/marketing/product/lifecycle/>

NOS (2009). *Steeds meer digitale boeken te koop in Nederland*. Geraadpleegd op 5 januari 2011, <http://nos.nl/artikel/93678-steeds-meer-digitale-boeken-te-koop-in-nederland.html>

Profnews (2010). *Vrouwen lezen meer romans dan mannen*. Geraadpleegd op 2 februari 2011, <http://www.profnews.nl/929069/vrouwen-lezen-meer-romans-dan-mannen>

Rich, M en Stone, B (2010). *E-Book Price Increase May Stir Readers' Passions*. Geraadpleegd op 16 december 2010, http://www.nytimes.com/2010/02/11/technology/11reader.html?_r=1

Wikipedia Duitsland (2011). *Amazon Kindle*. Geraadpleegd op 3 februari 2011, http://de.wikipedia.org/wiki/Amazon_Kindle

Wikipedia Engeland (2011). *Database marketing*. Geraadpleegd op 23 januari 2011, http://en.wikipedia.org/wiki/Database_marketing

Wikipedia Nederland (2011). *iPad*. Geraadpleegd op 3 februari 2011, <http://nl.wikipedia.org/wiki/IPad>

Wikipedia Nederland (2011). *Server*. Geraadpleegd op 5 februari 2011, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Server>

Wikipedia Nederland (2011). *Engels*. Geraadpleegd op 5 februari 2011, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Engels>

Wikipedia Nederland (2011) *Nederlands*. Geraadpleegd op 5 februari 2011, <http://nl.wikipedia.org/wiki/Nederlands>

Z24 (2009). *Waarom E-books zo duur zijn*. Geraadpleegd op 31 januari 2010, http://www.z24.nl/bedrijven/it_telecom/artikel_108184.z24/Waarom_e-books_zo_duur_zijn.html

Statistieken

Hoofdstuk 2.3, tabel 1, *kostenverschillen fysieke en digitale boeken*

Hoofdstuk 3.2, tabel 2, *prijsverdeling gedrukte en digitale boeken*

Hoofdstuk 3.2, figuur 1, *prijsverdeling wel- en niet-geïnteresseerden in digitale boeken*

Hoofdstuk 3.2, figuur 2, *product life cycle*

Hoofdstuk 3.2, tabel 3, *verhouding interesse in digitale boeken op het gebied van leeftijd*

Hoofdstuk 3.2, tabel 4, *verhouding interesse in digitale boeken op het gebied van geslacht*

Hoofdstuk 3.2, tabel 5, *correlatie geslacht en interesse in digitale boeken*

Hoofdstuk 3.2, tabel 6, *verhouding interesse in digitale boeken en illegaal downloaden*

Bijlagen, figuur 3, *wat wil je betalen voor een gedrukt boek?*

Bijlagen, figuur 4, *wat wil je betalen voor een digitaal boek?*

Bijlagen, tabel 7, *zou u een digitaal boek illegaal downloaden als dit kon?*

Bijlagen, tabel 8, *heb je interesse in digitale boeken?*

Bijlagen, tabel 9, *wat bent u bereid te betalen voor een eReader?*

Bijlagen, figuur 5, *wat bent u bereid te betalen voor een eReader?*

Bijlagen, tabel 10, *prijverschil gedrukte boeken en digitale boeken*

Bijlagen, figuur 6, *book prices across ebook stores*

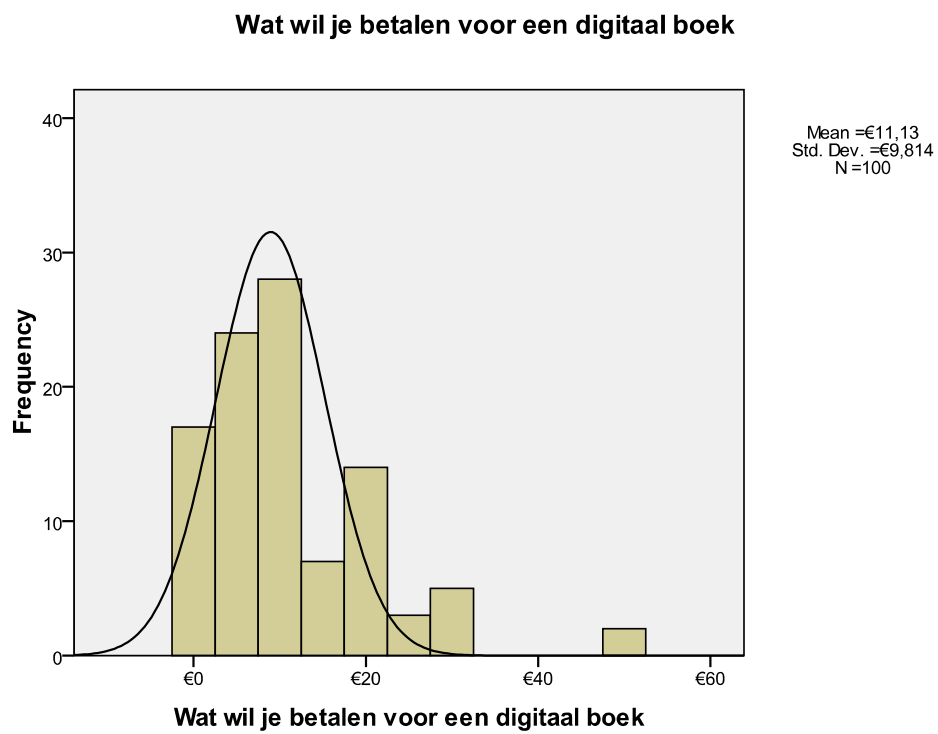
Bijlagen, figuur 7, *at what price would you consider an electric device/ebook reader expensive but still purchase it?*

Bijlagen

Statistische informatie uit enquête



Figuur 3



Figuur 4

Tabel 7**Zou u illegaal downloaden als dit kon?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	67	65,7	66,3	66,3
	Nee	34	33,3	33,7	100,0
	Total	101	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		102	100,0		

Tabel 8**Heb je interesse in digitale boeken?**

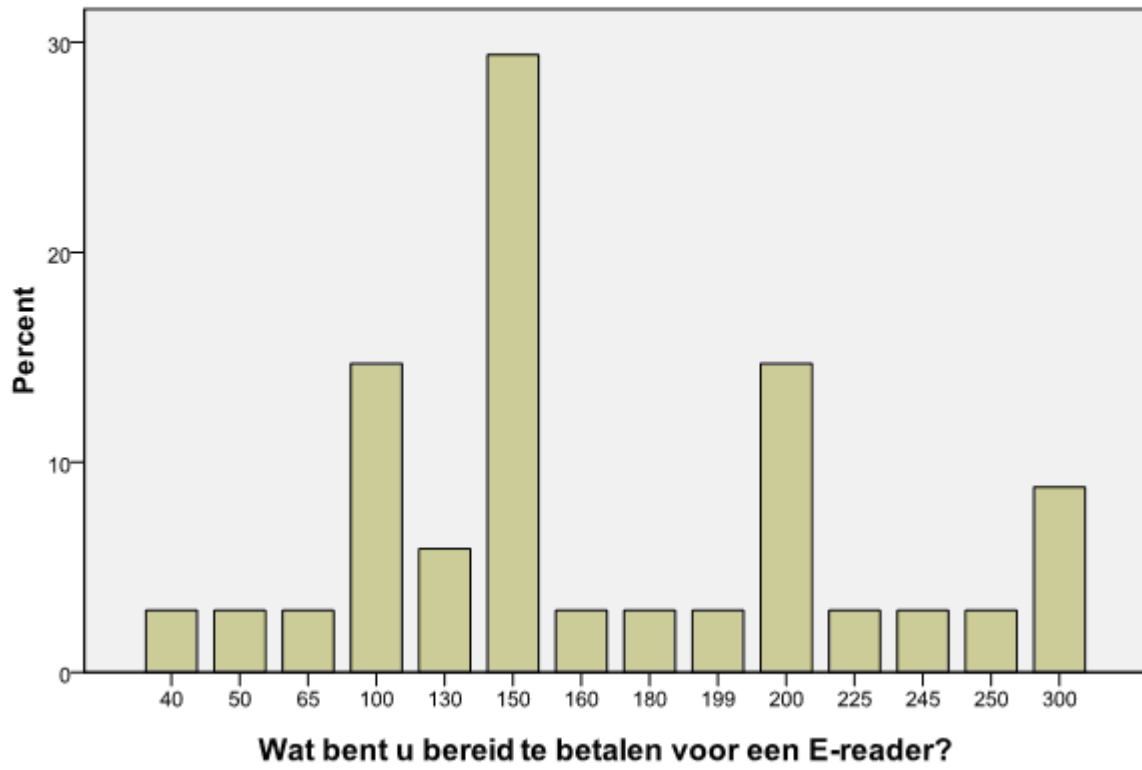
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	41	40,2	40,6	40,6
	Nee	60	58,8	59,4	100,0
	Total	101	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		102	100,0		

Tabel 9**Statistics**

Wat bent u bereid te betalen voor een E-reader?

N	Valid	34
	Missing	68
Mean		163,94
Minimum		40
Maximum		300

Wat bent u bereid te betalen voor een E-reader?



Figuur 5

Statistische informatie

Prijsverschil gedrukte boeken en digitale boeken

Tabel 10

	Auteur en titel:	Prijs gedrukte boek	Prijs digitale boek
1	David van Reybrouck - Congo	€24,90	€19,95
2	Arnon Grunberg – Huid en haar	€19,95	€16,00
3	Youp van 't Hek – Ware woorden	€8,50	€7,50
4	Tatiana de Rosnay – Haar naam was Sarah	€10,00	€7,95
5	Elizabeth Gilbert – Eten, bidden, beminnen	€10,00	€10,00
6	Dick Swaab – Wij zijn ons brein	€24,95	€19,95
7	Jenna Blum – Het familie portret	€10,00	€8,00
8	Tom Clancy – Op leven en dood	€22,95	€18,50
9	Dan Brown – Het verloren symbool	€14,95	€9,99
10	Stieg Larsson – Gerechtigheid	€19,95	€15,95
11	Simone van der Vlugt – Op klaarlichte dag	€19,95	€9,99
12	David Baldacci – Rechteloos	€19,95	€9,99
13	Tess Gerritsen – Sneeuwval	€17,95	€13,45
14	Judith Visser – Oversteken	€10,00	€14,95
15	Stephen King – Aardedonker, zonder sterren	€19,95	€16,25
16	Marion Pauw – Drift	€10,00	€9,95
17	Frederick Forsyth – De cobra	€19,95	€9,99
18	Mo Hayder – Diep	€19,95	€15,37
19	Paulien Cornelisse – Taal is zeg maar echt mijn ding	€12,50	€9,90
20	Mike Boddé – Pil	€17,50	€14,00
21	Bart Flos – Het anti-	€14,95	€15,95

	klaagboek		
22	Mart Smeets – Top	€14,95	€10,95
23	Karin Slaughter – Verbroken	€19,90	€15,95
24	Tatiana de Rosnay – Die laatste zomer	€12,50	€10,00
25	David Sedaris – Van je familie moet je het hebben	€12,50	€10,00
26	Franca Treur – Dorsvloer vol confetti	€17,95	€14,95
27	Kathryn Stockett – Een keukenmeidenroman	€19,95	€9,99
28	Niccolò Ammaniti – Ik ben niet bang	€10,00	€6,50
29	Tatiana de Rosnay – Kwetsbaar	€19,95	€15,95
30	Adriaan van Dis – Tikkop	€18,95	€8,95
31	Arnon Grunberg – Tirza	€12,50	€9,95
32	Naima el Bezaz – Vinexvrouwen	€17,95	€14,50
33	Ben Tiggelaar- Dromen, durven, doen	€19,99	€15,99
34	Zoza's – Zo Zuidas	€19,95	€14,95
35	Sophie Kinsella – Mini Shopaholic	€18,95	€14,25
36	Suzan Eikelenstam – Internet Godinnen	€15,95	€12,50
37	Truska Bast – En zij die na ons komen	€18,50	€12,95
38	Lorna Byrne – Hoog in de hemel	€19,95	€15,95
39	Michael Scott – De necromancer	€18,95	€14,95
40	Silvia Avallone – Staal	€19,90	€15,95
41	Harry Mulisch – De ontdekking van de hemel	€19,90	€15,95
42	Ken Follett – Brug naar de hemel	€15,00	€11,95
43	Niccolò Machiavelli – De heerser	€13,50	€15,95
44	James Patterson –	€18,90	€14,95

	Cross fire		
45	Tim Overdiek – Tranen van liefde	€17,95	€14,95
46	Bernice Notenboom – Tegenpolen	€19,90	€15,95
47	Remco Claassen – Ik	€24,99	€19,99
48	Jan Stroop – Hun hebben de taal verkwanseld	€17,95	€14,50
49	Mark Mieras – Liefde	€18,95	€12,95
50	Coen de Bruijn – Van tofu krijg je geheugenverlies	€11,95	€9,50
	Totaalprijs:	€856,13	€665,40
	Gemiddelde prijs:	€17,1226	€13,308

Op 6 januari 2011, op Bol.com uit een steekproef van 50 boeken die zowel op papier als digitaal verkrijgbaar zijn.

Grosso modo zijn digitale boeken goedkoper dan hun papieren gelijke. Hier en daar is er sprake van een afwijking. Soms zijn de digitale versies duurder, vaak doordat de papieren versies op dat moment in de aanbieding zijn bij Bol.com.

Bezige bij:

David van Reybroeck – Congo - €19,95
 Youp van 't Hek – Ware Woorden - €7,50
 Elizabeth Gilbert – Eten, bidden, beminnen - €10,00
 Karin Slaughter – Verbroken - €15,95
 Silvia Avallone – Staal - €15,95
 Harry Mulisch – De ontdekking van de hemel - €15,95
 James Patterson – Cross fire - €14,95
 Bernice Notenboom – Tegenpolen - €15,95

Nijgh & Van Ditmar & Querido:

Arnon Grunberg – Huid en haar - €16,00
 Mike Boddé – Pil - €14,00
 Arnon Grunberg – Tirza - €9,95
 Naima el Bezaz – Vinexvrouwen - €9,99

Contact: → Amstel Uitgevers

Dick Swaab – Wij zijn ons brein - €19,95
 Paulien Cornelisse – Taal is zeg maar echt mijn ding - €9,90
 Adriaan van Dis – Tikkop - €8,95
 Tatiana de Rosnay – Haar naam was Sarah - €7,95
 Tatiana de Rosnay – Die laatste zomer - €10,00
 Tatiana de Rosnay – Kwetsbaar - €15,95

Boekerij:

Jenna Blum – Het familie portret - €8,00

Judith Visser – Oversteken - €14,95
Suzan Eikelenstam – Internet Godinnen - €12,50
Lorna Byrne – Hoog in de hemel - €15,95
Michael Scott – De necromancer - €14,95

Bruna:

Tom Clancy – Op leven en dood - €12,00
Stieg Larsson – Gerechtigheid - €15,95
David Baldacci – Rechteloos - €9,99
Frederick Forsyth – De cobra - €9,99

Luitingh – Sijthof:

Dan Brown – Het verloren symbool - €9,99
Stephen King – Aardedonker, zonder sterren - €16,25
Mo Hayder – Diep - €15,37

Ambo/Anthos:

Simone van der Vlugt – Op klaarlichte dag - €9,99
Marion Pauw – Drift - €9,95

The House of Books:

Tess Gerritsen – Sneeuwval - €13,45
Sophie Kinsella – Mini Shopaholic - €9,99

Haystack:

Bart Flos – Het anti-klaagboek - €15,95

Nieuw Amsterdam:

Mart Smeets – Top - €9,99
Truska Bast – En zij die na ons komen - €12,95
Mark Mieras – Liefde - €12,95

Dutch Media:

David Sedaris – Van je familie moet je het hebben - €8,50
Niccolò Ammaniti – Ik ben niet bang - €6,50

Prometheus:

Franca Treur – Dorsvloer vol confetti - €14,95
Tim Overdiek – Tranen van liefde - €14,95

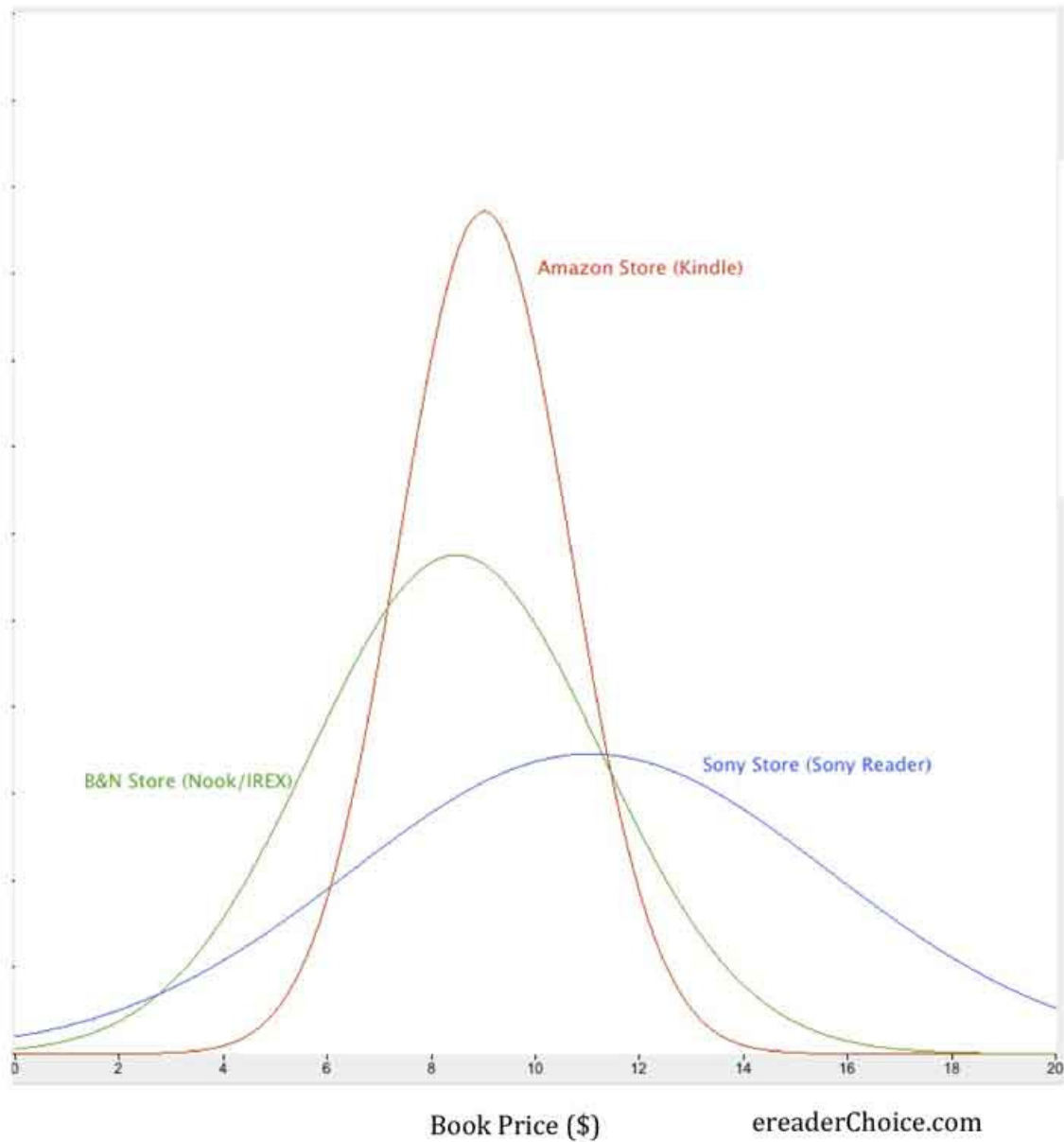
Fmb:

Kathryn Stockett – Een keukenmeidenroman - €9,99

Unieboek:

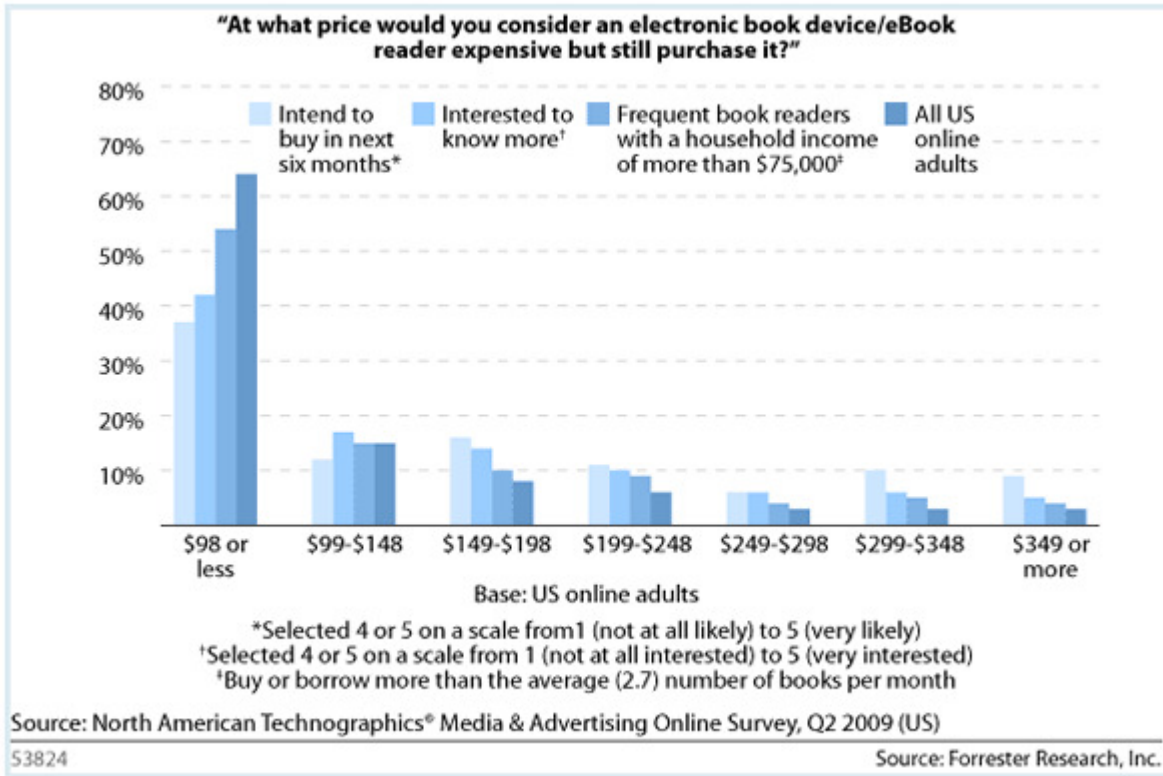
Ben Tiggelaar- Dromen, durven, doen - €15,99
Ken Follett – Brug naar de hemel - €11,95
Remco Claassen – Ik - €19,99

Book Prices across eBook Stores (Sample size = 504 books)



The average Amazon Kindle book was around \$9.02 with \$9.99 being the most common price. Barnes and Nobles books were priced around the same, while the Sony eReader exhibits a much higher variance and on average a higher price (\$11.04).

Figure 6



Figuur 7

Hoofdvragen mondelinge bronnen

- Wat verwachten jullie dat de prijs van een digitaal boek gaat doen? Gaat deze dalen? Blijft deze gelijk? Of (zoals in de VS) stijgt deze zelfs? En rond welke prijs zal een digitaal boek dan ongeveer uitkomen?
- Waarop is die prijs gebaseerd? In hoeverre speelt de 80% regeling van Bol.com hierin een rol? En blijven jullie zelf vasthouden aan dit percentage, of wordt dit losgelaten?
- Kan de prijs van digitale boeken lager worden gezien het ontbreken van transport-, druk- en opslagkosten?
- Houden jullie rekening met de kans op piraterij? En zo ja, wat valt hier tegen te doen?

Mondelinge bronnen

Uitgeverij: Bruna
Naam: Timo Boezeman
Tel. 030 – 2470471

Boezeman denkt dat de prijzen van hun boeken licht zullen dalen, maar daar zit wel een grens aan: de prijs van een digitaal boek is gekoppeld aan die van het fysieke boek. Digitaal boek is ongeveer 80% van de prijs van het fysieke boek.

Voor Bruna is het niet wenselijk dat de prijzen van digitale boeken beneden de €10,00 komen, aangezien de winst dan te gering zou zijn. In Amerika was hier eerst sprake van, maar uitgeverijen stappen nu over van Amazon naar Apple (de prijsstijging is zo bekeken ingezet door Apple, die zorgt voor concurrentie).

Ook al kun je denken dat een digitaal boek flink goedkoper kan, dat valt eigenlijk mee/tegen. Er is immers nog steeds sprake van:

- redactiewerk
- vormgeving
- promotie

Het drukken en transporteren bedraagt een klein deel van de kosten.

Daarnaast blijven de kosten aan boekhandels bestaan, maar nu gaat er een marge naar de internetboekhandels (zoals Bol, Cosmox, etc.).

Boeken van Bruna gaan qua prijs iets boven de €10,00 grens zitten en zullen zo'n €12,- a €14 bedragen.

Uitgeverij:

Naam: Bas Vermond
Tel. +31 20 535 31 35

Vermond wil niet veel kwijt over de persoonlijke koers van de uitgeverij. Bedragen voor digitale boeken behoren tot de bedrijfsstrategie en geeft hij niet zomaar prijs. Maar hij spreekt wel een verwachting uit, hij denk zelf dat het gemiddelde digitale boek rond de €10,00 zal gaan kosten. Hij vindt €12 á €14 aan de hoge kant.

Hij bevestigt het feit dat digitale boeken 80% van de prijs van het fysieke boek bedragen. Die 80% komt voort uit een voorstel van Bol.com, om er zo voor te zorgen dat voor alle uitgeverijen geldt dat digitale boeken een zeker percentage goedkoper zijn dan de fysieke versie. De uitgeverijen waren het hier mee eens en vonden het vaststellen van één percentage een verstandige keuze, maar Vermond denkt dat die 80% binnenkort losgelaten moet worden en dat uitgeverijen voor zichzelf moeten bepalen hoeveel procent van het bedrag van een fysiek boek gesteld moet worden.

Een probleem, zo stelt Vermond, met het vaststellen van de prijs is dat de consumentenbehoeften niet goed bekend zijn bij de uitgeverijen. Bol.com bezit dergelijke informatie, maar wil deze niet vrijgeven. Het is dus niet bekend wat de consument bereid is te betalen.

Uitgevers proberen dan ook zelf te ‘experimenteren’ welke titels aanslaan en voor welke prijs, aldus Vermond. Duidelijk is in ieder geval dat bepaalde genres, zoals ‘thrillers’ meer geschikt zijn als digitaal boek dan, bijvoorbeeld, hoogwaardig literaire werken.

Ook een verwachte ontwikkeling van Vermond, is de verdere uitbesteding van de taken.

Volgens hem niet vanwege kostenbesparing, nee integendeel zelfs, de kosten zullen hierdoor stijgen, maar het gemak wordt groter. Volgens Vermond zal het afhangen van de uitgevers of zij bereid zijn extra kosten te maken. Maar vooral als het gaat om het vormgeven van het digitale boek zal er waarschijnlijk een opkomst te zien zijn in de uitbesteding. Volgens Vermond is hier in Amerika al sprake van. Hij verwacht dan ook dat rond 2012/2013 er nieuwe externe partijen op de markt zullen zijn, die dergelijke taken als de vormgeving op zich zullen nemen. Voorlopig houden uitgeverijen liever de touwtjes zelf in handen, zij zijn bang voor verlies van controle.

Met betrekking tot piraterij vindt Vermond het aannemelijk dat deze de kop zal opsteken, maar volgens hem is er een gebrek aan onderzoeken, waarmee bepaald kan worden waardoor piraterij ontstaat. Volgens hem hoeft het niet zozeer aan ‘te hoge’ prijzen te liggen.

Uitgeverij: Dutch Media
Naam: Marianne Slagter
Tel. 06 – 525 463 57

Slagter is heel helder en concreet: de kosten voor digitale boeken zijn veel lager dan die voor een fysiek boek. Zij zet de volgende kosten uiteen:

- Administratiekosten voor het Centraal Boekenhuis
- Royalty's (liggen even hoog als bij de fysieke versie)
- Het digitaliseren (kosten hiervan zijn in totaal €100)
- DRM, beveiliging zodat een digitaal boek niet op meer dan 3 of 5 dragers kan staan (is €0,11 cent per boek)

Daarnaast vreest zij geen piraterij. Momenteel is er het DRM-systeem van het Centraal Boekenhuis. Haar verwachting is dat dit niet lang meer gebruikt zal worden. Momenteel wordt er gewerkt aan 'social DRM', hierbij komt er een kenmerk in het boek te staan, dat de informatie van de leverancier (bijvoorbeeld Bol) en de klant bevat. Zo valt te achterhalen wie het boek illegaal verspreid. Ook vindt zij de doelgroep bij boeken anders, zij acht hen minder in staat boeken op grote schaal illegaal te gaan verspreiden.

Om terug te komen bij de kosten, aangezien deze volgens Slagter behoorlijk meevallen, kan een digitaal boek een stuk goedkoper dan de fysieke versie. Dutch Media volgt de 80% regeling van Bol.com niet. Slagter zegt veel contact te hebben met Bol, en daar vinden ze het geen probleem dat Dutch Media een percentage van 75% hanteert van het fysieke boek. Mede hierdoor zijn de prijzen van Dutch Media boeken relatief laag. Volgens Slagter kan het goed wezen dat, over een tal van jaren, er sprake van is dat een digitaal boek verkocht wordt voor €2 á €3. Momenteel houdt Dutch Media vast aan 75%, hiermee zitten zij rond de €10. Volgens Slagter kun je niet 'ramsjes' met digitale boeken, maar is het goed mogelijk dat boeken die al wat langer op de *virtuele* plank liggen, worden aangeboden voor bijzonder lage prijzen. Zij heeft geconstateerd dat goedkope boeken beter verkopen. Daarnaast heeft zij zelf kunnen constateren dat juist niet de bestsellers veel verkopen als digitaal boek, maar vooral genres als romans en thrillers erg populair zijn. Hierbij is er mede sprake van het aanboren van een nieuw lezerspubliek (door het digitale boek is het aantal lezers toegenomen).

Uitgeverij: Amstel
Naam: Erik Richters
Tel. 020 – 5249810

Volgens Richters loopt Nederland zo'n drie jaar achter op de Amerikaanse digitale boekenmarkt. Ook in Amerika worden percentages als 70% á 80% van de prijs van het fysieke boek gehanteerd voor het vaststellen van de prijs van het digitale boek. Amazon ging hier eenzijdig tegen de uitgeverijen in en ging de boeken voor minder verkopen, waardoor prijzen doorgaans onder de \$10,00 lagen. Amazon werd vervolgens terechtgewezen door de uitgeverijen.

Zo ontstond er een: begrip: Agency Model: Amazon was geen retailer meer, maar een 'agent' (spreek uit op zijn Engels), die boeken verkocht.

In Nederland is geen sprake van een dergelijke situatie, Bol.com verkoopt niet lager zoals Amazon deed (volgens Richters misschien ook wel om hun eigen inkomsten hoger te houden). Ook is er het verschil dat in Amerika excl. belastingen wordt gerekend, in Nederland incl.

Volgens Richters zijn twee elementen belangrijk:

- afzet
- verjagen van klanten naar piraterij

Deze twee punten zijn belangrijk bij het vaststellen van de prijs van een digitaal boek.

Allereerst de afzet: Nederlandse uitgeverijen zitten in een veel kleiner taalgebied dan, bijvoorbeeld, Amerika. Hierdoor is de afzetmarkt van Nederlandse uitgeverijen veel kleiner, immers: digitale Nederlandse boeken verkopen niet buiten Nederlands taalgebied. Aangezien het Engels veel meer gelezen wordt, is de afzetmarkt ook veel groter. Hierdoor is er sprake van een andere verdeling van de kosten voor Nederlandse uitgeverijen tegenover Amerikaanse uitgeverijen. De verhouding: kosten/omzet staat hier meer onder druk.

Voorbeeld: stel, het kost €3000 om een digitaal boek te publiceren, voor zowel Amerikaanse als Nederlandse uitgeverijen. Maar in Nederland worden 1000 exemplaren verkocht, terwijl er in Amerika al gauw 100.000 exemplaren verkocht worden. Wanneer de afzet 1000 is, betekent dit dat de prijs hoger moet liggen om de kosten van €3000 te dekken. Kortom: de kosten tussen beide landen zijn gelijk, maar het afzetverschil draagt er aan bij dat Nederlandse digitale boeken duurder moeten zijn.

Volgens Richters is het belangrijk niet 'platvloers' naar de zaken te kijken. Je moet niet ieder boek apart bekijken. De winst van het ene boek is namelijk nodig voor het uitgeven van het volgende boek. Je kunt dan ook wel hele lage prijzen vaststellen voor je boeken, maar dan blijft er te weinig winst over om een volgend boek uit te geven, tenzij (natuurlijk) de afzet weer erg groot is. Richters is het dan ook ten dele met Slagter eens, digitale boeken kunnen goedkoper, maar daarbij moet wel rekening gehouden worden dat het fysieke boek het digitale boek 'subsidieert', door de winsten van het fysieke boek wordt het mogelijk gemaakt het digitale boek laag te prijzen, aldus Richters. Anders kan Slagter, volgens Richters, die prijzen namelijk niet zo laag leggen.

Richters gaat met Boezeman mee en denkt dat de prijzen wel nog wat zullen dalen, maar benadrukt dat de verhouding: kosten/afzet hierbij steeds belangrijker zal worden. De procentageregeling van 80% zal dan ook steeds meer losgelaten worden om een balans tussen deze twee te vinden. Als een boek straks namelijk alleen nog digitaal verschijnt, is er geen sprake meer van 'subsidiering' door het fysieke boek. De winsten zullen dan uit het digitale boek gehaald moeten worden.

Bepaalde kosten blijven nu eenmaal aanwezig: vooral het redigeren marketing. Volgens Richters kun je een boek wel voor €3,00 brengen, maar als het niet onder de aandacht komt, wordt het alsnog niet verkocht. Wel is er volgens hem al sprake van een trend waarin boeken

zonder redigeren en marketing (buiten de uitgevers om) digitaal worden gepubliceerd, maar het succes hiervan is bijzonder onzeker, alsmede de invloed hiervan.

Daarnaast worden de kosten van digitale boeken omhoog geschroefd door het btw verschil: een fysiek boek heeft 6%, een digitaal boek 19%, omdat het onder digitale media valt. Ook gaat er natuurlijk een zeker deel naar de retailers, Bol.com pakt ook weer zo'n 1/5 van de prijs. Maar volgens Richters is het mogelijk dat in de toekomst uitgevers hun boeken op hun eigen website zullen plaatsen, hiermee retailers omzeilend. Maar aangezien hier nog weinig vergelijkbaar materiaal voor te vinden is, is het de vraag of dit succes zal hebben.

Database marketing: hetgeen eerder is verkocht, confronteren met nieuwe titels.