

Kruissubsidiëring door boekhandels en uitgevers



Amsterdam, december 2016
In opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Kruissubsiëring door boekhandels en uitgevers

Eelco Buunk
Bert Hof
Nicole Rosenboom
Daan in 't Veld



seo economisch onderzoek

“De wetenschap dat het goed is”

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

SEO-rapport nr. 2016-100

ISBN 978-90-6733-847-9

Copyright © 2017 SEO Amsterdam. Alle rechten voorbehouden. Het is geoorloofd gegevens uit dit rapport te gebruiken in artikelen, onderzoeken en collegesyllabi, mits daarbij de bron duidelijk en nauwkeurig wordt vermeld. Gegevens uit dit rapport mogen niet voor commerciële doeleinden gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming van de auteur(s). Toestemming kan worden verkregen via secretariaat@seo.nl

Samenvatting

Dit rapport berekent indicatoren van kruissubsidiëring door uitgevers en boekwinkels tussen boektitels. Deze indicatoren geven sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door uitgevers en boekwinkels.

Dit rapport onderzoekt kruissubsidiëring tussen boektitels door uitgevers en boekhandels in Nederland. Hoofddoel is om kwantitatief inzicht te verschaffen in de mate van kruissubsidiëring.

De Wet vaste boekenprijs

De Wet vaste boekenprijs bepaalt dat uitgevers en importeurs een vaste consumentenprijs moeten zetten voor fysieke boeken die vrijwel uitsluitend zijn geschreven in de Nederlandse of Friese taal en voor muziekluitgaven met notenschriften. Verkopers van boeken dienen vervolgens deze vaste prijs te hanteren. De vaste prijs geldt voor boeken en muziekluitgaven die voor het eerst in een bepaalde uitvoering in Nederland worden uitgegeven. Ook in het Nederlands of Fries vertaalde boeken en geïmporteerde boeken vallen onder de Wet. De Wet heeft wel betrekking op wetenschappelijke boeken, maar niet op schoolboeken. Ook niet onder de Wet vallen onder andere antiquarische boeken en tweedehands boeken.

Werking van de Wet

De belangrijkste 'bescherming' die de Wet biedt is dat gedurende een bepaalde periode prijsconcurrentie wordt uitgeschakeld tussen aanbieders (verkopers) van boeken. De Wet houdt nadrukkelijk niet in dat alle boeken te allen tijde dezelfde prijs moeten houden, of dat er geen sprake meer zou kunnen zijn van flexibiliteit. Niet alleen vallen niet alle boeken onder de Wet, ook geldt de vaste prijs voor boeken en muziekluitgaven die voor het eerst *in een bepaalde uitvoering* in Nederland worden uitgegeven. Een andere uitvoering kan dus een andere (vaste) prijs betekenen. De verplichting voor de verkoper om de vaste prijs toe te passen geldt onder andere niet voor boeken en muziekluitgaven die langer dan twee jaar geleden zijn uitgegeven en de laatste twaalf maanden niet meer door de verkoper zijn ingekocht. De vaste prijs geldt niet 'voor eeuwig': telkens na een half jaar kan de uitgever de vaste prijs aanpassen en na een jaar mag hij besluiten de vaste prijs op te heffen. Ook kunnen boekwinkels met uitgevers afspraken maken over retourzending en ruil, om de risico's van onverkoopbare titels voor de boekwinkel te beperken.

Kruissubsidiëring op de boekenmarkt

Kruissubsidiëring in de boekensector heeft betrekking op het fenomeen dat op een deel van de boektitels verlies wordt gemaakt, terwijl op een ander deel winst wordt gemaakt. Er kan onderscheid worden gemaakt naar de vraag in hoeverre er momenteel sprake is van kruissubsidiëring en de mate waarin de Wet zorgt voor extra ruimte voor kruissubsidiëring. Er kunnen verschillende motieven worden onderscheiden voor kruissubsidiëring. Kruissubsidiëring kan plaatsvinden om strategische redenen, bijvoorbeeld omdat een breed assortiment bij een boekwinkel meer klanten trekt. In dat geval kan een individuele titel verlies maken, terwijl de aanwezigheid van zulke titels wel bijdraagt aan de winst, via de verkoop van andere boektitels of andere producten. Er kan sprake zijn van kruissubsidiëring achteraf, omdat vooraf niet met zekerheid kan worden vastgesteld welke titels succesvol worden. Ten slotte kan kruissubsidiëring plaatsvinden om individuele oftewel niet-bedrijfsmatige redenen. De met uitgeverijen en

boekhandels gehouden interviews bevestigen het bestaan van deze drie motieven om kruissubsidiëring toe te passen.

Indicatoren voor kruissubsidiëring

Omdat er niet één formule is die alle aspecten van kruissubsidiëring volledig dekt, gaan de kwantitatieve analyses in dit rapport uit van verschillende indicatoren die een relatie hebben tot (de mate van) kruissubsidiëring. Deze zijn gebaseerd op verschillen in de afzet tussen boeken, verschillen in de omzet, verschillen in de relatie tussen (directe) kosten en omzet, verschillen in de brutowinst en verschillen in de nettowinst per boek. Deze indicatoren zijn ingeschat op het niveau van individuele fysieke boekwinkels en individuele uitgevers. Voor de kruissubsidiëring bij de uitgevers is gekeken naar de in 2014 en 2015 nieuw verschenen boeken, voor de kruissubsidiëring bij de boekwinkels naar alle in 2014 en 2015 ingekochte boeken. Het betreft in beide gevallen de boeken die onder de Wet op de vaste boekenprijs vallen.

De nettowinst op boektitels sluit het meest direct aan bij het idee van kruissubsidiëring: dit geeft het duidelijkst het verschil tussen winst en verlies op boektitels aan. Deze indicator vereist wel aannames over het toerekenen van overheadkosten van uitgeverijen en boekwinkels aan boektitels.

De hypothese bij de indicatoren is telkens dat er titels zijn met kenmerken van een relatief hoge bijdrage aan de winstgevendheid en titels die kenmerken hebben van geen of een negatieve bijdrage aan de winstgevendheid. Dit is consistent met het optreden van kruissubsidiëring. Hoe meer indicatoren deze hypothese bevestigen, en hoe meer uitgeverijen en boekwinkels in de steekproef daaraan voldoen, des te groter zijn de aanwijzingen dat er sprake is kruissubsidiëring.

Uitkomsten indicatoren: kruissubsidiëring nu

De voor een steekproef van uitgevers en boekwinkels berekende indicatoren van kruissubsidiëring bevestigen alle de hypothese dat een (relatief klein) deel van de titels verantwoordelijk is voor een groot deel van de bijdrage aan de winstgevendheid. Dit geldt voor de afzet, de omzet, de bruto terugverdienfactor, de brutowinst en de nettowinst op boektitelniveau. Tegenover een relatief klein aandeel winstgevend titels staat een substantieel aandeel verliesgevend titels. Het aandeel titels met een negatieve nettowinst is in de steekproef bijvoorbeeld gemiddeld ongeveer 64 procent voor de uitgevers en 47 procent voor de boekwinkels. Bij de uitgevers genereert gemiddeld ongeveer 4 procent van de titels de helft van de totale nettowinst, bij de boekwinkels genereert ongeveer 2 procent van de titels de helft van de totale nettowinst. Verliesgevend en zeer winstgevend titels zijn niet geconcentreerd rond één genre of enkele specifieke genres.

De kwantitatieve analyses op de uitgevers betreffen 13 uitgevers van algemene boeken. De nadruk ligt hierbij op de meer literaire uitgevers. Hoewel de uitkomsten op basis van deze kwantitatieve analyses niet zonder meer kunnen worden gegeneraliseerd tot alle uitgevers in Nederland, geven ze wel sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door uitgevers. De resultaten zijn gebaseerd op een voldoende aantal boektitels. Er is binnen de selectie van uitgevers rekening gehouden met variatie over aangeboden genres en de uitgeverijen laten dezelfde patronen zien.

De kwantitatieve analyses op de boekwinkels betreffen 16 boekwinkels. Hier zitten geen winkels tussen met een assortiment van minder dan 5.000 boektitels of boekwinkels die onderdeel zijn van een keten of franchise. Ook hiervoor geldt dat de uitkomsten op basis van de kwantitatieve analyses

niet zomaar kunnen worden gegeneraliseerd tot alle boekwinkels in Nederland, maar dat ze wel sterke aanwijzingen geven voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door boekwinkels. De resultaten zijn gebaseerd op een voldoende aantal boektitels. Er is binnen de selectie van boekwinkels rekening gehouden met variatie over locatie (regio en stedelijkheid) en omvang en de boekwinkels laten dezelfde patronen zien.

Belang kruissubsidiëring

Bevindingen uit eerdere literatuur met betrekking tot de effecten van prijsbinding op de boekenmarkt zijn niet zomaar overdraagbaar naar de huidige Nederlandse situatie. Hierbij speelt ook het vraagstuk van de causaliteit een belangrijke rol. Het is vaak niet goed mogelijk om verschillen in de tijd of tussen landen eenduidig aan het bestaan of niet-bestaan van prijsbinding te relateren. Op de vraag welke additionele financiële ruimte de Wet biedt voor kruissubsidiëring heeft dit onderzoek dan ook geen antwoord kunnen geven. Dan zou bekend moeten zijn wat er zonder Wet op korte en lange termijn zou gebeuren.

Op basis van de kwantitatieve analyses kan wel het belang van kruissubsidiëring worden geïllustreerd. Voor de uitgevers en de boekwinkels in de steekproef geldt bijvoorbeeld dat de 1 procent titels met de hoogste nettowinst een nettowinst genereert die meer dan voldoende is om het nettoverlies op de verlieslatende titels goed te maken. Gebaseerd op de kwantitatieve analyses kan worden berekend dat als door de uitgevers meer dan 2,3 procent titels met de hoogste nettowinst zou worden gemist, het uitbrengen van de (ex post) verlieslatende titels in gevaar komt. Bij de boekwinkels gebeurt dit bij het missen van 1,3 procent titels met de hoogste nettowinst.

Inhoudsopgave

Samenvatting	i
1 Inleiding en achtergrond	1
1.1 Doel en opzet van het onderzoek	1
1.2 De reikwijdte van de Wet vaste boekenprijs.....	2
2 Maatstaven voor kruissubsidiëring	5
2.1 Het verschijnsel kruissubsidiëring	5
2.2 Indicatoren voor kruissubsidiëring.....	6
3 Beschrijving steekproeven	11
3.1 Onderzoekspopulatie uitgevers en boekwinkels	11
3.2 Steekproef uitgevers en boekwinkels data-analyse.....	12
3.3 Steekproef uitgevers en boekwinkels interviews	13
4 Samenstelling titelbestand	15
4.1 Nieuwe titels uitgevers.....	15
4.2 Samenstelling assortiment winkels.....	16
5 Kruissubsidiëring door uitgevers	19
5.1 Bijdrage van titels aan afzet en omzet.....	19
5.2 Relatie directe kosten en omzet	25
5.3 Brutowinst op titels.....	28
5.4 Overhead en nettowinst	33
5.5 Conclusies.....	38
6 Kruissubsidiëring door boekwinkels	39
6.1 Bijdrage van titels aan afzet en omzet.....	39
6.2 Relatie directe kosten en omzet	45
6.3 Brutowinst op titels.....	46
6.4 Overhead en nettoresultaat.....	50
6.5 Conclusies.....	54
7 Motieven voor kruissubsidiëring	55
7.1 Opzet interviews.....	55
7.2 Uitkomsten interviews.....	56
7.3 Conclusies.....	58

8	Interpretatie en synthese	59
8.1	Inzichten uit eerdere literatuur	59
8.2	Kwantitatieve illustratie belang kruissubsidiëring	66
8.3	Synthese	67
8.4	Slotbeschouwing.....	69
	Literatuur	71
Bijlage A	Samenstelling begeleidingscommissie.....	73
Bijlage B	Steekproeven en geïnterviewde partijen.....	75
Bijlage C	NUR-indeling.....	79

1 Inleiding en achtergrond

Dit rapport onderzoekt kruissubsidiëring tussen boektitels door uitgevers en boekhandels in Nederland. Hoofddoel is om kwantitatief inzicht te verschaffen in de mate van kruissubsidiëring.

1.1 Doel en opzet van het onderzoek

Achtergrond

De Wet op de vaste boekenprijs ('de Wet') is sinds 2005 van kracht, als vervanging van het daarvoor geldende privaatrechtelijke stelsel van prijsbinding. Elke vier jaar dient de minister van OCW verslag uit te brengen over de doeltreffendheid en de effecten van de Wet in de praktijk. Eerdere evaluaties betroffen de periodes 2005-2008 en 2009-2012. De Raad voor Cultuur adviseerde bij de tweede evaluatie om aan continuering van de Wet onder andere de voorwaarde te verbinden om te proberen alternatieve evaluatiemethoden te ontwikkelen die de effectiviteit van de wet op een solide wijze kunnen meten. Daarbij zou in het bijzonder aandacht moeten worden besteed aan de werking van het mechanisme van de interne kruissubsidie. De minister van OCW heeft daarop besloten tot onderzoek naar de kruissubsidiëring door uitgevers en boekhandels tussen courante en minder courante titels. Het onderhavige rapport betreft dit onderzoek naar de kruissubsidiëring door uitgevers en boekhandels. Voor zover ons bekend is dit het eerste onderzoek dat kwantitatieve indicatoren voor kruissubsidiëring door uitgevers en boekhandels ontwikkelt door gebruik te maken van data op titelniveau van individuele uitgevers en boekhandels.

Onderzoeksvragen en doel

Kruissubsidiëring in de boekensector heeft betrekking op het fenomeen dat op een deel van de boektitels verlies wordt gemaakt, terwijl op een ander deel winst wordt gemaakt. Dit rapport maakt onderscheid tussen kruissubsidiëring onder de huidige Wet versus het effect van de Wet op kruissubsidiëring. Het eerste betreft de feitelijke vraag in hoeverre er momenteel sprake is van kruissubsidiëring door uitgevers en boekwinkels en wat de aard daarvan is. Het tweede vereist een interpretatie van wat er zou gebeuren zonder de Wet. Dit leidt tot de volgende onderzoeksonderdelen:

- Kruissubsidiëring onder de huidige Wet:
 - Inschatting van de omvang en aard van de huidige kruissubsidiëring door uitgevers en boekwinkels, met bijzondere aandacht voor het literair-culturele segment;
 - In kaart brengen van de motieven voor kruissubsidiëring door uitgevers en boekwinkels.
- Effect van de Wet op kruissubsidiëring:
 - Inschatting van het effect van de Wet op de additionele financiële ruimte voor kruissubsidie.

Het hoofddoel van dit rapport is om kwantitatief inzicht te verschaffen in de mate van kruissubsidiëring tussen boeken door uitgevers en boekwinkels in Nederland. Dit haakt aan bij het genoemde advies van de Raad voor Cultuur om te proberen alternatieve evaluatiemethoden te ontwikkelen met bijzondere aandacht voor de werking van het mechanisme van de interne kruissubsidie. De nadruk ligt in dit rapport dan ook op het onderzoeksonderdeel "kruissubsidiëring onder de huidige Wet". Op de vraag welke additionele financiële ruimte de Wet biedt voor kruissubsidiëring heeft dit onderzoek geen sluitend antwoord kunnen geven. Dit hangt samen met

de moeilijkheid om in te schatten wat er zonder de Wet zou zijn gebeurd of zou gebeuren, zowel op kortere als op de langere termijn. Deze vraag is ingevuld door het belang van de Wet kwantitatief te illustreren en te schetsen welke keten van veranderingen kan optreden indien de Wet zou worden afgeschaft.

De focus van dit rapport ligt op boeken die onder de Wet vaste boekenprijs vallen. Dit betreft bijvoorbeeld geen anderstalige boeken, geen e-books, geen schoolboeken, geen antiquarische en geen tweedehands boeken.

Onderzoeksmethoden

De inschatting van de omvang en aard van de huidige kruissubsidiëring heeft plaatsgevonden met behulp van *kwantitatief onderzoek* op basis van aangeleverde gegevens van individuele uitgevers en boekwinkels. De motieven voor kruissubsidiëring zijn in kaart gebracht middels *diepte-interviews* met boekhandels en uitgevers. De kwantitatieve illustratie van het belang van de Wet is gebaseerd op de resultaten uit het kwantitatieve onderzoek. De schets van de keten van veranderingen indien de Wet zou worden afgeschaft neemt de uitkomsten uit het kwantitatieve onderzoek, de daarop gebaseerde kwantitatieve illustratie van het belang van de Wet, de resultaten uit de diepte-interviews en studies met betrekking tot de gevolgen van het introduceren of afschaffen van prijsbinding op de boekenmarkt als uitgangspunt.

Leesmijzer

Ter nadere achtergrond gaat paragraaf 1.2 kort in op de reikwijdte van de Wet vaste boekenprijs. Hoofdstuk 2 behandelt vervolgens het verschijnsel kruissubsidiëring en introduceert de in te schatten indicatoren voor kruissubsidiëring. Hoofdstuk 3 beschrijft kort de ‘onderzoekspopulatie’ van uitgevers en boekwinkels en de selecties die hieruit zijn gemaakt voor de data-analyses en de interviews. Hoofdstuk 4 vervolgt met enkele beschrijvende statistieken met betrekking tot het titelbestand in de steekproef van uitgevers en boekwinkels waarvoor de data-analyses zijn gedaan.

De data-analyses volgen in hoofdstuk 5 voor de uitgevers en hoofdstuk 6 voor de boekwinkels. Hoofdstuk 7 gaat in op de motieven voor kruissubsidiëring zoals die aan bod zijn gekomen in de gehouden interviews.

Hoofdstuk 8 vormt het inhoudelijke sluitstuk. Hierin wordt eerst literatuur besproken die ingaat op de effecten van prijsbinding op de boekenmarkt besproken. Vervolgens worden de uitkomsten uit hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6 gebruikt om het belang van de huidige kruissubsidiëring kwantitatief te illustreren. Daarna worden de inzichten van het onderzoek op een rij gezet en tot slot wordt een indruk gegeven van de wijzigingen die zouden kunnen optreden in de markt voor boeken indien er geen wettelijke verticale prijsbinding meer zou bestaan.

1.2 De reikwijdte van de Wet vaste boekenprijs

De Wet vaste boekenprijs bepaalt dat *uitgevers* een vaste consumentenprijs moeten zetten voor fysieke boeken die vrijwel uitsluitend zijn geschreven in de Nederlandse of Friese taal, en daarnaast voor muziekkuitgaven met notenschriften. Verkopers van boeken dienen vervolgens deze vaste prijs te hanteren. De vaste prijs geldt voor boeken en muziekkuitgaven die voor het eerst in een bepaalde uitvoering in Nederland worden uitgegeven. De Wet heeft wel betrekking op wetenschappelijke

boeken, maar niet op schoolboeken. Ook in het Nederlands of Fries vertaalde boeken en geïmporteerde boeken vallen onder de Wet. Niet onder de Wet vallen bijvoorbeeld antiquarische boeken en tweedehands boeken.¹

Niet alleen uitgevers, maar ook importeurs van boeken zetten een vaste prijs². Conform de offerte-aanvraag beperkt dit onderzoek zich tot kruissubsidiëring door uitgevers en boekwinkels.

De belangrijkste ‘bescherming’ die de Wet biedt is dat gedurende een bepaalde periode prijsconcurrentie wordt uitgeschakeld tussen (potentiële) aanbieders van boeken. Elke titel wordt immers voor dezelfde prijs verkocht. Dit betreft prijsconcurrentie tussen fysieke boekwinkels onderling en tussen fysieke boekwinkels en andere verkoopkanalen zoals supermarkten en webwinkels. Zonder deze prijsbinding zouden aanbieders van boeken vrij zijn om voor elke titel een eigen prijs te voeren. Dit zou de dynamiek tussen fysieke boekhandels beïnvloeden, tussen uitgevers en fysieke boekhandels, tussen fysieke boekhandels en andere verkoopkanalen enzovoorts. Uiteindelijk zou dit effecten hebben op het gedrag van alle betrokken partijen: consumenten, uitgevers, aanbieders van boeken en auteurs.

De Wet vaste boekenprijs houdt met nadruk niet in dat alle boeken te allen tijde dezelfde prijs moeten houden, of dat er geen sprake meer kan zijn van enige flexibiliteit. Zoals genoemd vallen niet alle boeken onder de Wet (zoals schoolboeken, antiquarische boeken en tweedehands boeken). Ook geldt de verplichting voor de verkoper om de vaste prijs toe te passen niet voor bijvoorbeeld boeken en muziekgaven die langer dan twee jaar geleden zijn uitgegeven en de laatste twaalf maanden niet meer door de verkoper zijn ingekocht.³ De vaste prijs geldt bovendien voor boeken en muziekgaven die voor het eerst *in een bepaalde uitvoering* in Nederland worden uitgegeven. Een andere uitvoering kan dus een andere (vaste) prijs betekenen. De vaste prijs geldt daarbij niet ‘voor eeuwig’: telkens na een half jaar kan de uitgever de vaste prijs aanpassen en na een jaar mag hij besluiten de vaste prijs op te heffen.⁴ Ten slotte kunnen boekwinkels met uitgevers afspraken maken over retourzending en ruil, om de risico’s van onverkoopbare titels voor de boekwinkel te beperken.

¹ Zie Wet op de vaste boekenprijs, met name artikel 1bc, artikel 2.

² Als het daarbij her-import van een in Nederland uitgegeven boek is, mag die prijs in beginsel niet lager zijn dan wat de oorspronkelijke uitgever ervoor vroeg.

³ Zie Wet op de vaste boekenprijs, artikel 6.

⁴ Zie Wet op de vaste boekenprijs, artikel 5, artikel 7.

2 Maatstaven voor kruissubsidiëring

Kruissubsidiëring op de boekenmarkt is het verschijnsel dat een uitgever of een boekhandel op sommige boektitels verlies maakt, terwijl op andere titels winst wordt gemaakt. Omdat er niet één formule is die alle aspecten hiervan volledig dekt, zijn de kwantitatieve analyses in dit rapport gebaseerd op verschillende indicatoren die een relatie hebben tot (de mate van) kruissubsidiëring. Deze zijn gebaseerd op verschillen in de afzet tussen boeken, verschillen in de omzet, verschillen in de relatie tussen (directe) kosten en omzet, verschillen in de brutowinst en verschillen in de nettowinst.

2.1 Het verschijnsel kruissubsidiëring

Definitie van kruissubsidiëring

In de literatuur over kruissubsidiëring op de boekenmarkt wordt meestal geen ‘harde’ definitie gegeven van (de mate van) kruissubsidiëring, bijvoorbeeld in de vorm van een wiskundige formule. Een algemene definitie van kruissubsidiëring gaat uit van subsidiëring van onrendabele activiteiten met winst uit rendabele activiteiten. Dit maakt duidelijk dat er in ieder geval gelijktijdig sprake moet zijn van “rendabele” en “onrendabele” activiteiten. Dit vertaalt zich op de boekenmarkt in het verschijnsel dat een uitgever of een boekhandel op sommige boektitels verlies maakt, terwijl op andere titels winst wordt gemaakt.

Dit roept twee vragen op. Ten eerste is de vraag wanneer er precies sprake is van winst en verlies op boektitels. Daarop gaat paragraaf 2.2 nader in. Ten tweede dienen de rendabele activiteiten de onrendabele te *subsidiëren*. Boektitels waarop winst wordt gemaakt, dienen boektitels waarop verlies wordt gemaakt te ondersteunen. De vraag is welke motieven daarvoor kunnen bestaan.

Motieven voor kruissubsidiëring

Appelman & Van den Broek (2002, o.a. blz. 107) stellen vast dat kruissubsidiëring een grote rol speelt in de argumentatie over de vaste boekenprijs. De motieven voor kruissubsidiëring worden daarbij ingedeeld in *economies of scope* (kruissubsidiëring om strategische redenen, ook wel: kruissubsidiëring vooraf), kruissubsidiëring achteraf omdat vooraf niet met zekerheid kan worden vastgesteld welke titels succesvol worden, en individuele (niet-bedrijfsmatige) overwegingen. Deze indeling wordt overgenomen door de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap⁵. Kruissubsidiëring om strategische redenen vindt bijvoorbeeld plaats omdat een breed assortiment bij een boekwinkel meer klanten trekt. Een individuele titel kan dan verlies maken, terwijl de aanwezigheid van zulke titels wél bijdraagt aan de winst, via de verkoop van andere boektitels of andere producten.

Kruissubsidiëring en de vaste boekenprijs

Zoals in hoofdstuk 1 gesteld maakt dit rapport onderscheid naar kruissubsidiëring *onder* de huidige Wet versus het effect *van* de Wet op kruissubsidiëring. De kern bestaat uit het geven van kwantitatief inzicht in de mate en vorm van kruissubsidiëring op basis van gegevens over 2014 en 2015 (in hoofdstuk 5 en 6). Dit geeft inzicht in de vraag in hoeverre er momenteel sprake is van

⁵ Brief Evaluatie van de Wet op de vaste boekenprijs, kamerstuk 32300 Nr. 6, blz. 5-6.

kruissubsidiëring en wat de aard daarvan is. Hiermee is evenwel nog geen antwoord gegeven op de vraag wat het effect van de Wet is op (de mate van) kruissubsidiëring. Dit is ook niet zomaar empirisch vast te stellen, omdat de uitkomsten zouden moeten worden vergeleken met een situatie zonder de Wet vaste boekenprijs (of een andere vorm van verticale prijsbinding), een situatie die zich niet daadwerkelijk voordoet, in ieder geval niet in Nederland in recente jaren.⁶ Zou de Wet worden afgeschaft, dan komt er een keten van gedragsreacties en veranderde dynamiek op de boekenmarkt op gang (uitgevers, aanbieders van boeken, consumenten, auteurs), waarvan het precieze eindresultaat zich moeilijk laat voorspellen. Desalniettemin ondernemen we in hoofdstuk 8 een poging om op basis van de inzichten uit de kwantitatieve analyses, de interviews en het literatuuronderzoek een indruk te geven van het mogelijke (financiële) belang van de huidige kruissubsidiëring.

Wat de relatie tussen kruissubsidiëring en prijsbinding betreft stellen Appelman & Van den Broek (2002) dat bij boekverkopers kruissubsidiëring ook plaatsvindt zonder verticale prijsbinding, maar dat verticale prijsbinding extra financiële ruimte en meer zekerheid over de handelsmarge biedt, waardoor meer risico kan worden genomen met betrekking tot de samenstelling van het assortiment en meer niet-rendabele titels daarin kunnen worden opgenomen (blz. 107-109). Baarsma et al. (2001) geven (overigens in het kader van schoolboeken in het voortgezet onderwijs) aan dat er prijsdifferentiatie kan bestaan zonder dat er specifiek sprake is van kruissubsidiëring.⁷ Het hanteren van een hogere prijs voor een gewild boek en een lagere prijs voor een boek dat minder in de markt ligt kan bijvoorbeeld een prijsstrategie zijn, zonder dat er sprake is van kruissubsidiëring. Kruissubsidiëring is er pas als er naar verwachting op een deel van de titels verlies wordt gemaakt, of als achteraf blijkt dat dit het geval is, terwijl op een ander deel winst wordt gemaakt.

2.2 Indicatoren voor kruissubsidiëring

2.2.1 Algemene benadering en enkele kosten- en winstbegrippen

De kern van kruissubsidiëring is het gelijktijdig optreden van boektitels waarop verlies wordt gemaakt en boektitels waarop winst wordt gemaakt. De winst is de omzet (afzet maal prijs) minus de kosten van een boek. Deze winst kan ook worden uitgedrukt als winstmarge op een boek (verschil tussen de prijs van het boek en de kosten per exemplaar) maal de afzet. Een grotere winst ontstaat bij een hogere afzet en een hogere winstmarge. Verlies kan ontstaan als de afzet te laag is en/of als de winstmarge (prijs minus variabele kosten) te laag is.

Omdat er niet één formule is die al deze aspecten volledig dekt, gaan wij in de kwantitatieve analyses uit van verschillende indicatoren die een relatie hebben tot (de mate van) kruissubsidiëring. Deze zijn gebaseerd op verschillen in de afzet tussen boeken, verschillen in de omzet, verschillen in de relatie tussen (directe) kosten en omzet, verschillen in de brutowinst en verschillen in de nettowinst.

⁶ Vergelijkingen in de tijd en tussen landen gaan met de nodige beperkingen gepaard, zie hoofdstuk 8.

⁷ Baarsma et al. (2001) onderzoeken schoolboeken in het voortgezet onderwijs. Deze vallen buiten de Wet, maar inzichten uit segmenten van de boekenmarkt die niet onder de Wet vallen kunnen waardevolle inzichten opleveren over kruissubsidiëring.

Directe kosten worden opgevat als kosten die direct samenhangen met de productie van een specifieke boektitel (door uitgeverijen) of de verkoop van een specifieke boektitel (door boekwinkels). Deze directe kosten kunnen zowel vaste als variabele componenten hebben. Het tegenovergestelde van directe kosten zijn de *overheadkosten*: alle andere kosten dan de directe kosten.

Bij uitgeverijen zijn de belangrijkste directe kosten de royalty's voor de auteur ('auteurskosten'), de vertaalkosten bij vertaalde boeken, redactiekosten, productiekosten zoals omslagontwerp, zetwerk en drukkosten, en vervoerskosten. Bij boekwinkels zijn de belangrijkste directe kosten de inkoopkosten van de boeken en de vervoerskosten.

De brutowinst op een boektitel interpreteren we als de omzet die met die titel wordt gegenereerd minus de directe kosten van die titel. De nettowinst op een boektitel interpreteren we als de brutowinst minus de aan de titel toe te rekenen overheadkosten. Hierop komen wij hieronder terug.

2.2.2 Uitgangspunten voor de indicatoren van kruissubsidiëring

Bij de berekening van indicatoren van kruissubsidiëring zijn keuzes nodig met betrekking tot:

- de boeken waarvoor kruissubsidiëring wordt ingeschat;
- de jaren waarover kruissubsidiëring wordt ingeschat;
- het 'ondernemings'-niveau waarop kruissubsidiëring wordt ingeschat (bijvoorbeeld een specifieke boekwinkel of de keten waartoe een winkel behoort).

De belangrijkste uitgangspunten voor de berekening van indicatoren zijn:

- de indicatoren worden ingeschat voor de boeken die onder de Wet op de vaste boekenprijs vallen;
- bij de uitgevers gaat het om in 2014 en 2015 nieuw verschenen boeken;
- bij de boekwinkels gaat het om in 2014 en 2015 ingekochte boeken;
- bij boekwinkels kijken we op het niveau van de individuele fysieke winkel, bij uitgevers naar de individuele uitgever.

Boeken

Bij het inschatten van een indicatoren voor kruissubsidiëring in de boekensector kunnen alle boektitels worden meegenomen, of alleen die boektitels die onder het bereik van de Wet op de vaste boekenprijs vallen (zie hoofdstuk 1). Het meenemen van *alle* boektitels zou betekenen dat het volledige boekenaanbod wordt betrokken in de analyses. In dat geval zou de kruissubsidiëring worden ingeschat inclusief het segment dat niet onder de Wet op de vaste boekenprijs valt, dus inclusief de winst en het verlies op boeken die niet tot het doelbereik van de Wet behoren. Het voordeel daarvan is dat er geen deel van de kruissubsidiëring buiten beeld blijft. Het nadeel is dat het zicht op de kruissubsidiëring binnen het specifieke Nederlands- en Friestalige segment wordt vertroebeld. We beschouwen de nadelen als groter dan de voordelen. We kiezen er daarom voor om de indicatoren van kruissubsidiëring in te schatten voor de boeken *die onder de Wet op de vaste boekenprijs vallen*.

Jaren en nieuw verschenen/ nieuw ingekochte boeken

Hoe meer jaren er worden meegenomen, hoe meer waarnemingen er zijn over uitgegeven en verhandelde boeken. Het meenemen van meer jaren geeft evenwel ook een last voor de uitgevers en boekwinkels die data aanleveren.

De Wet op de vaste boekenprijs kent twee belangrijke ‘termijnen’. Na een half jaar *kan* de uitgever de vaste prijs aanpassen. Na een jaar *mag* de uitgever besluiten de vaste prijs op te heffen. Om met de invloed hiervan rekening te houden gaan we uit van waarnemingen over 2014 en 2015: een periode van twee jaar. Daarmee bereiken we een evenwicht tussen het streven naar voldoende waarnemingen en een termijn die rekening houdt met de mogelijkheden van de Wet enerzijds; en een beperking van de last van het aanleveren van gegevens anderzijds.

Van belang is dat er naar een periode wordt gekeken waarin de kosten en opbrengsten van specifieke boektitels kunnen worden berekend. Voor de kruissubsidiëring bij de uitgevers houdt dit in dat we kijken naar de in 2014 en 2015 *nieuw verschenen* boeken. Stel, er zou worden gekeken naar de inkomsten van uitgevers in 2014/2015 uit alle verkochte boeken waarop de Wet vaste boekenprijs van toepassing is. Deze inkomsten bestaan uit de verkoop van boeken die al voor 2014 zijn uitgegeven en de verkoop van boeken die in 2014 of 2015 voor het eerst zijn uitgegeven. Voor de boeken die al voor 2014 zijn uitgegeven is een deel van de directe kosten voor 2014 gemaakt. Mogelijk gaan die kosten meerdere jaren terug. Voor een goede inschatting van kruissubsidiëring zouden al die kosten nodig zijn. Dit kan een grote belasting betekenen voor de uitgevers die gegevens aanleveren en een risico dat niet alle gegevens kunnen worden aangeleverd. Vandaar dat de kruissubsidiëring bij de uitgevers wordt ingeschat voor de in 2014 en 2015 nieuw verschenen boeken. Ook daarvoor zijn mogelijk directe kosten van voor 2014 van belang, omdat een boek dat bijvoorbeeld begin januari 2014 is verschenen waarschijnlijk al kosten heeft gekend vóór 2014.

Het meenemen van boeken die al voor 2014 zijn uitgegeven, geeft voor boekwinkels geen specifieke problemen. De vraag is of de kruissubsidiëring wordt ingeschat over alle in 2014/2015 ingekochte of verkochte boeken. Als naar verkochte boeken zou worden gekeken, blijven de boeken buiten beeld die wel ingekocht, maar niet verkocht zijn. Vandaar dat kruissubsidiëring bij de boekwinkels wordt berekend over alle in 2014/2015 *ingekochte* boeken. Boeken die zijn ingekocht vóór 2014 en verkocht in 2014/2015 blijven daarmee buiten beeld. Het ‘probleem’ van gemaakte kosten voor vanaf 2014 ingekochte boeken speelt hier in zeer beperkte mate of helemaal niet.

Niveau van organisaties en verkoop via websites

Als elke fysieke boekwinkel één op zich staande locatie betreft, speelt er geen discussie over het ‘niveau’ van de analyses van kruissubsidiëring. Beslissingen over assortiment en prijs (voor boeken waarvoor inmiddels geen vaste prijs meer geldt) worden dan op het niveau van de betreffende boekwinkel gemaakt.

In werkelijkheid zijn er boekwinkels met bijvoorbeeld meerdere filialen, boekwinkels die onderdeel zijn van een keten en boekwinkels die franchisenemers zijn. De beslissing over assortiment en prijs hoeft dan niet per se te worden gemaakt op het niveau van een specifieke fysieke locatie. Ook kan het zijn dat er een website bestaat die bijvoorbeeld voor alle filialen van een boekhandel geldt.

Om meerdere redenen kiezen we voor *individuele fysieke winkels* als het niveau waarop de indicatoren van kruissubsidiëring worden ingeschat. Ook als beslissingen met betrekking tot assortiment en prijs feitelijk elders worden gemaakt, is de daaruit resulterende kruissubsidiëring nog te meten op het niveau van de betreffende winkel. Voor de omzet en de directe kosten maakt het niet veel uit of naar een individuele winkel wordt gekeken of naar de optelling van bijvoorbeeld meerdere filialen. Het toerekenen van overheadkosten aan titels is waarschijnlijk minder gecompliceerd op

het niveau van één fysieke winkel dan geaggregeerd over bijvoorbeeld meerdere filialen. Voor zover er bij deze winkels een website bestaat die niet specifiek tot een individuele locatie behoort, is de consequentie wel dat de verkopen via deze website op de een of andere manier dienen te worden toegerekend. Dit kan bijvoorbeeld door alleen boeken mee te nemen die op een specifieke locatie worden opgehaald, of door uit te gaan van toerekening aan een hoofdfiliaal.

Het alternatief zou zijn om bij keten- en franchisewinkels of bij winkels met meerdere filialen op het niveau van alle winkels als geheel te kijken, inclusief website. In dat geval zouden de aan titels toe te rekenen overheadkosten ook over al deze winkels moeten worden gesommeerd. Verschillen tussen winkels in de omvang en samenstelling van het assortiment gaan hiermee verloren, evenals verschillen in de afzet en omzet.

Ook voor de uitgevers gaan we uit van het niveau van de *individuele uitgever* waarop de indicatoren van kruissubsidiëring worden ingeschat.

2.2.3 Indicatoren voor kruissubsidiëring

In hoofdstuk 5 en 6 berekenen we de volgende indicatoren voor kruissubsidiëring:

- de verdeling van de afzet van boektitels,
- de verdeling van de omzet van boektitels,
- de verdeling van de relatie tussen directe kosten en omzet van boektitels,
- de verdeling van de brutowinst op boektitels,
- de verdeling van de nettowinst op boektitels.

De hypothese is telkens dat er titels zijn met kenmerken van een relatief *hoge bijdrage aan de winst* en titels die kenmerken hebben van *geen of een negatieve bijdrage aan de winst*. Dus:

- een deel van de titels heeft een hoge afzet, terwijl een ander deel een (veel) lagere afzet heeft;
- een deel van de titels heeft een hoge omzet, terwijl een ander deel een (veel) lagere omzet heeft;
- een deel van de titels kent een hoge omzet ten opzichte van de directe kosten, terwijl een ander deel een (veel) lagere omzet ten opzichte van de directe kosten heeft;
- een deel van de titels heeft een hoge brutowinst, terwijl een ander een (veel) lagere (of zelfs negatieve) brutowinst heeft;
- een deel van de titels heeft een hoge nettowinst, terwijl een ander deel een negatieve nettowinst genereert.

Deze hypothesen zijn alle consistent met het optreden van kruissubsidiëring. Kruissubsidiëring houdt immers in ieder geval in dat er gelijktijdig boektitels bestaan waarop winst wordt gemaakt en boektitels waarop verlies wordt gemaakt. Boektitels met (hogere) winst kunnen worden geassocieerd met een hoge afzet en omzet, maar belangrijker nog met een hoge omzet ten opzichte van de directe kosten en (per definitie) met een positieve (en relatief hoge) bruto- en nettowinst. De nettowinst op boektitels geeft het duidelijkst het verschil tussen winst en verlies op boektitels weer, maar ook een lage afzet en omzet, een lage omzet ten opzichte van de directe kosten en een lage brutowinst kunnen worden geassocieerd met verliesgevendheid.

Hoe meer indicatoren de geformuleerde hypothesen bevestigen, en hoe meer uitgeverijen en boekwinkels in de steekproef daaraan voldoen, des te groter zijn de aanwijzingen dat er sprake is

kruissubsidiëring. De *nettowinst* van boektitels sluit het meest direct aan bij het idee van kruissubsidiëring. Het idee van de *brutowinst* als indicator is dat de omzet van een boektitel ten minste de directe kosten dekt. Deze brutowinst dient ter dekking van de overheadkosten en zorgt voor een winstmarge. Dit betekent dat als er geen titels zijn die brutoverliezen laten zien, dit nog niet inhoudt dat alle titels bijdragen aan de winst. Daarvoor zouden de overheadkosten van de brutowinsten moeten worden afgehaald. Dit levert wel een praktische uitdaging op *hoe* deze overheadkosten op titelniveau van de brutowinst worden afgetrokken. Voor de indicator nettowinst geldt daarom enerzijds dat het de belangrijkste indicator is, anderzijds dat de berekening ervan afhankelijk is van aannames. Hierop komen wij in hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6 terug.

3 Beschrijving steekproeven

Het onderzoek in dit rapport richt zich op kruissubsidiëring door uitgeverijen en boekhandels die boeken aanbieden die onder de Wet vaste boekenprijs vallen. De data-analyses betreffen een steekproef van uitgevers en fysieke boekwinkels. Deze uitgevers en boekwinkels hebben hiervoor data aangeleverd. De data-analyse is te zien als een eerste kwantitatieve illustratie van hoe kruissubsidiëring momenteel plaatsvindt.

3.1 Onderzoekspopulatie uitgevers en boekwinkels

Aangezien het onderzoek is gericht op kruissubsidiëring onder en door de Wet op de vaste boekenprijs, door uitgeverijen en boekhandels, betreft de onderzoekspopulatie in beginsel de uitgeverijen en boekwinkels die boeken aanbieden die onder de Wet vallen. Wel is het zo dat de kleinste uitgeverijen en boekwinkels niet of slechts in zeer beperkte mate aan kruissubsidiëring kunnen doen, omdat daarvoor voldoende variatie in de gevoerde boektitels is vereist.

Uitgevers⁸

Er zijn in Nederland 190 uitgeverijen aangesloten bij het Nederlands Uitgeversverbond (NUV). De grootste groep binnen de NUV wordt gevormd door de Groep Algemene Uitgevers (GAU, 93 leden). Dit betreft Nederlandse boekenuitgevers van literatuur, kinderboeken en non-fictie. De overige groepen zijn de Educatieve Uitgevers (GEU, 39 leden; schoolboeken en digitale leermiddelen) en Media voor Vak en Wetenschap (MVW, 58 leden; professionele, wetenschappelijke en vakinformatieve uitgevers en uitgevers voor het hoger onderwijs). Buiten de NUV zijn er 170 kleinere zelfstandige uitgevers, verenigd in de Vereniging van Zelfstandige Uitgevers.

Als de kleinere uitgevers buiten beschouwing worden gelaten (zie hierboven) en bedacht wordt dat de Wet niet betrekking heeft op schoolboeken, maar wel op wetenschappelijke uitgaven, is de populatie van uitgevers in beginsel 151 uitgevers (93 algemene plus 58 vak en wetenschap). In het verleden is er sprake geweest van het mogelijk afschaffen van de vaste prijs voor wetenschappelijke studieboeken (vergelijkbaar met schoolboeken), iets dat niet is doorgegaan vanwege verwachte handhavingsproblemen in verband met het ontbreken van harde criteria voor het afbakenen van het studieboek ten opzichte van overige wetenschappelijke boeken. Als Media voor Vak en Wetenschap buiten beschouwing wordt gelaten⁹, is de onderzoekspopulatie 93 algemene uitgevers.¹⁰ In het onderzoek richten we ons specifiek op deze algemene uitgevers.

Boekwinkels

Hoeveel fysieke boekwinkels er in Nederland zijn, hangt af van de definitie van een boekwinkel. CBS noteert er in 2014 ongeveer 800¹¹, de Koninklijke Boekverkoopbond KBb telde in 2015

⁸ Zie www.kvb.nl/feiten-en-cijfers/uitgeverij en www.nuv.nl.

⁹ Van deze groep geven 30 ook boeken uit.

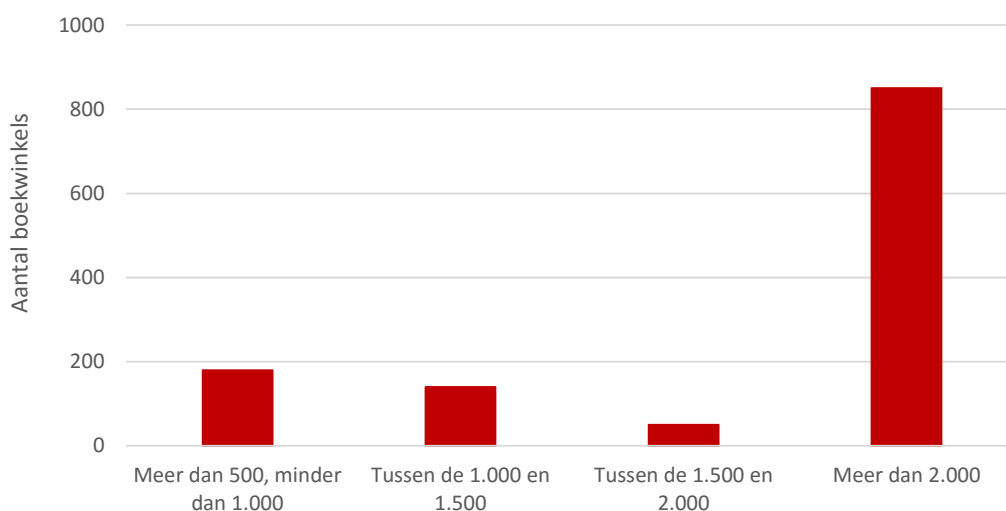
¹⁰ Vrijwel alle professionele uitgeverijen in algemene boeken zijn aangesloten bij de Groep Algemene Uitgevers van het Nederlands Uitgeversverbond.

¹¹ Zie <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2015/10/20-procent-minder-boekwinkels>.

1.008 leden met gezamenlijk 1.358 verkooppunten (2014: 1.471). Het CBS komt op een lager aantal vanwege een nauwere definitie van boekwinkels, zijnde winkels die alléén boeken verkopen.¹² Voor het onderhavige onderzoek is een ruimere definitie van belang en betreft het in beginsel de 1.358 verkooppunten.¹³

Binnen deze verkooppunten zijn de winkels met meer dan 2.000 unieke titels in het assortiment in de meerderheid. Zie Figuur 3.1. De indeling in omvangklasse die SEO in dit onderzoek hanteert begint vanaf 2.000 unieke titels. Voor de kwantitatieve analyses zijn data gebruikt voor boekwinkels vanaf 5.000 unieke titels.

Figuur 3.1 Er zijn 850 boekwinkels die gemiddeld meer dan 2.000 unieke titels inkopen



Bron: Boekwerkmonitor, bewerkingen SEO. Gemiddeld aantal verkooppunten in de periode 2012-2015. Oorspronkelijke bron: CB, distributie ingekochte titels.

3.2 Steekproef uitgevers en boekwinkels data-analyse

De data-analyses in hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6 betreffen een selectie van uitgevers en fysieke boekwinkels die individuele data hebben aangeleverd. Bij zo'n steekproef is de omvang en samenstelling van belang. Hoe groter de omvang, hoe groter de kans dat de steekproef representatief is voor de populatie. Bij een kleinere steekproefomvang is het van belang dat de steekproef voldoende variatie kent: dat vergroot de kans dat resultaten binnen de steekproef ook geldig zijn voor de hele populatie. Voor uitgevers betreft dit vooral variatie in aangeboden genres en voor boekwinkels variatie in omvang van de boekwinkel, regio en type boekwinkel (zelfstandig, onderdeel van een keten of franchise, wel of niet onderdeel van een inkooporganisatie).

Uitgevers

De nadruk in de steekproef ligt op de meer literaire uitgevers. Binnen deze selectie is rekening gehouden met variatie over aangeboden genres. Daarnaast speelde een praktische reden van

¹² Zie <http://persberichten.deperslijst.com/18708/persbericht-boekverkopers-cbs-geven-verkeerd-beeld-van-de-werkelijkheid.html>.

¹³ Vrijwel alle professionele boekverkopers zijn aangesloten bij de KBb.

databeschikbaarheid een rol.¹⁴ Uiteindelijk zijn voor 13 uitgevers van algemene boeken bruikbare data ontvangen. Zie Bijlage B. Dit is een aandeel van ongeveer 14 procent van de onderzoekspopulatie (93 uitgevers). Op het niveau van individuele uitgevers mag worden verwacht dat de variatie in winst-/verliesgevendheid van boektitels kan worden berekend over een voldoende omvangrijk aantal boektitels. Het ‘gedrag’ van deze uitgevers kan evenwel niet zonder meer worden gegeneraliseerd tot alle uitgevers in Nederland, zeker niet omdat de nadruk in de steekproef ligt op de meer literaire uitgevers. De data-analyse op basis van deze steekproef is te zien als een eerste analyse die illustreert hoe kruissubsidiëring momenteel plaatsvindt. Daarbij geldt dat als verschillende uitgeverijen dezelfde patronen in gedrag laten zien, dit een aanwijzing is dat de gevonden patronen breder geldig kunnen zijn.

Boekwinkels

Bij het selecteren van de fysieke boekwinkels voor de data-analyse is rekening gehouden met variatie over locatie (regio en stedelijkheid) en omvang. Daarnaast speelde een praktische reden van databeschikbaarheid een rol.¹⁵ Uiteindelijk zijn voor 16 boekwinkels bruikbare data ontvangen. Zie Bijlage B. Dit is op het totaal ongeveer twee procent. Op het niveau van individuele boekwinkels kan worden verwacht dat de variatie in winst-/verliesgevendheid van boektitels kan worden berekend over een voldoende omvangrijk aantal boektitels. Het ‘gedrag’ van deze boekhandels kan, net als bij de uitgevers, niet zonder meer worden gegeneraliseerd tot alle boekwinkels in Nederland, zeker niet omdat in de steekproef geen winkels met minder dan 5.000 titels in het assortiment voorkomen en geen boekwinkels die onderdeel zijn van een keten of franchise. De data-analyse op basis van deze steekproef is te zien als een eerste analyse die illustreert hoe kruissubsidiëring momenteel plaatsvindt. Daarbij geldt dat als verschillende boekwinkels dezelfde patronen in gedrag laten zien, dit een aanwijzing is dat de gevonden patronen breder geldig zijn.

3.3 Steekproef uitgevers en boekwinkels interviews

Hoofdstuk 7 van dit onderzoeksrapport bevat de uitkomsten uit diepte-interviews gehouden met uitgevers en boekhandels. Deze interviews strekten tevens ter voorbereiding op de data-uitvragen ten behoeve van de analyses in hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6.

De geïnterviewde boekhandels en uitgevers staan vermeld in Bijlage B. Er zijn zeven interviews met boekhandelaren gehouden, waarbij er rekening is gehouden met spreiding in omvangscategorie, regio en stedelijk/landelijk gebied. Om aan te sluiten bij de huidige ontwikkelingen van online verkoop is ook een interview gehouden met bol.com. Er zijn zes interviews met uitgeverijen gehouden, waarbij een spreiding is aangehouden tussen uitgeverijen als onderdeel van een groter concern (VBK en WPG) en zelfstandige uitgeverijen.

¹⁴ We verwachten op theoretische gronden niet dat een selectie van uitgevers op basis van databeschikbaarheid leidt tot een vertekening in de data-analyse over de mate van kruissubsidiëring.

¹⁵ We verwachten op theoretische gronden niet dat een selectie van boekwinkels op basis van databeschikbaarheid leidt tot een vertekening in de data-analyse over de mate van kruissubsidiëring.

4 Samenstelling titelbestand

Dit hoofdstuk geeft enkele beschrijvende statistieken van de verschenen nieuwe titels van de uitgevers in de steekproef en van de omvang en breedte van het assortiment van de boekwinkels in de steekproef.

Bij de samenstelling van het titelbestand in de steekproef gaan we uit van de onderzoeksperiode 1 januari 2014 tot en met 31 december 2015 en beperken we ons tot de boeken die onder de Wet vallen.

4.1 Nieuwe titels uitgevers

Deze paragraaf geeft enkele beschrijvende statistieken van de verschenen nieuwe titels van de uitgevers in onze steekproef. Daarbij wordt bekeken of er een samenhang is tussen oplageklasse en genre en of er verschillen zijn tussen uitgevers. De indeling in genres is gebaseerd op de NUR en Bongers et al. (2014); zie Bijlage C.

Tabel 4.1 geeft links de oplageklasse aan, met het aantal titels binnen een oplageklasse als absoluut getal en als percentage van alle titels. De overige kolommen geven de verdeling per genre over de oplageklassen. Hierbij zijn zeven genres binnen het literair-culturele segment gehanteerd, en een categorie “niet-literair-cultureel”.

Tabel 4.1 Oplagen tussen 1.000-5.000 komen in de meeste genres het meest voor

Oplageklasse	Aantal titels	% titels	Kinder-boeken	Literaire fictie	Literaire non-fictie	Informatieve non-fictie	Theologie	Filosofie	Mens & maatschappij	Niet-literair-cultureel
tot 500	86	3%	1%	4%	4%	5%	10%	4%	3%	4%
500-1.000	263	11%	2%	12%	8%	12%	0%	12%	17%	17%
1.000-2.000	664	27%	9%	30%	31%	41%	20%	48%	31%	30%
2.000-5.000	953	38%	57%	33%	40%	29%	60%	28%	32%	34%
5.000-10.000	320	13%	23%	11%	10%	11%	10%	8%	8%	9%
10.000+	202	8%	8%	10%	7%	3%	0%	0%	9%	6%
Totaal	2.488	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

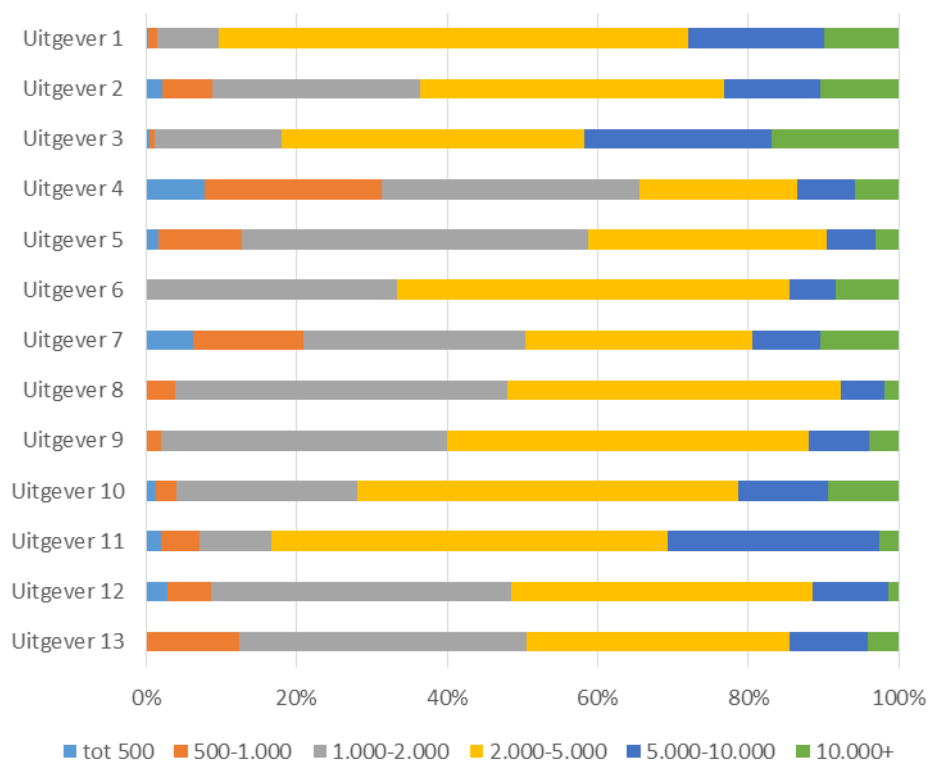
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Voor de meeste genres geldt dat titels in de periode 2014-2015 vooral zijn uitgekomen in de oplageklassen 1.000-2.000 exemplaren en 2.000-5.000 exemplaren. Uitzondering zijn kinderboeken, waar de oplageklasse 5.000-10.000 exemplaren op de tweede plek staat.

Figuur 4.1 geeft de verdeling van oplageklassen over de uitgevers. Te zien is dat bij de meeste uitgeverijen de oplageklassen 1.000-2.000 en 2.000-5.000 exemplaren overheersen (en bij enkele

uitgevers overheersen de oplageklassen 2.000-5.000 en 5.000-10.000 exemplaren). De variatie betreft vooral de verdeling tussen de oplageklassen 1.000-2.000 versus 2.000-5.000.

Figuur 4.1 Oplageklasse per uitgever



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

4.2 Samenstelling assortiment winkels

Deze paragraaf geeft enkele beschrijvende statistieken van de omvang en breedte van het assortiment van de boekwinkels in onze steekproef. Daarbij wordt bekeken of er variatie is tussen boekwinkels.

De maatstaf voor de *omvang* van het assortiment van een boekwinkel is gebaseerd op de inkoop van unieke boektitels (het totaal aantal ingekochte titels per winkel over 2014-2015). Tabel 4.2 geeft voor de steekproef van boekwinkels het gemiddelde en het minimum en maximum. Deze cijfers laten zien dat er een behoorlijke spreiding is in de omvang van het assortiment.

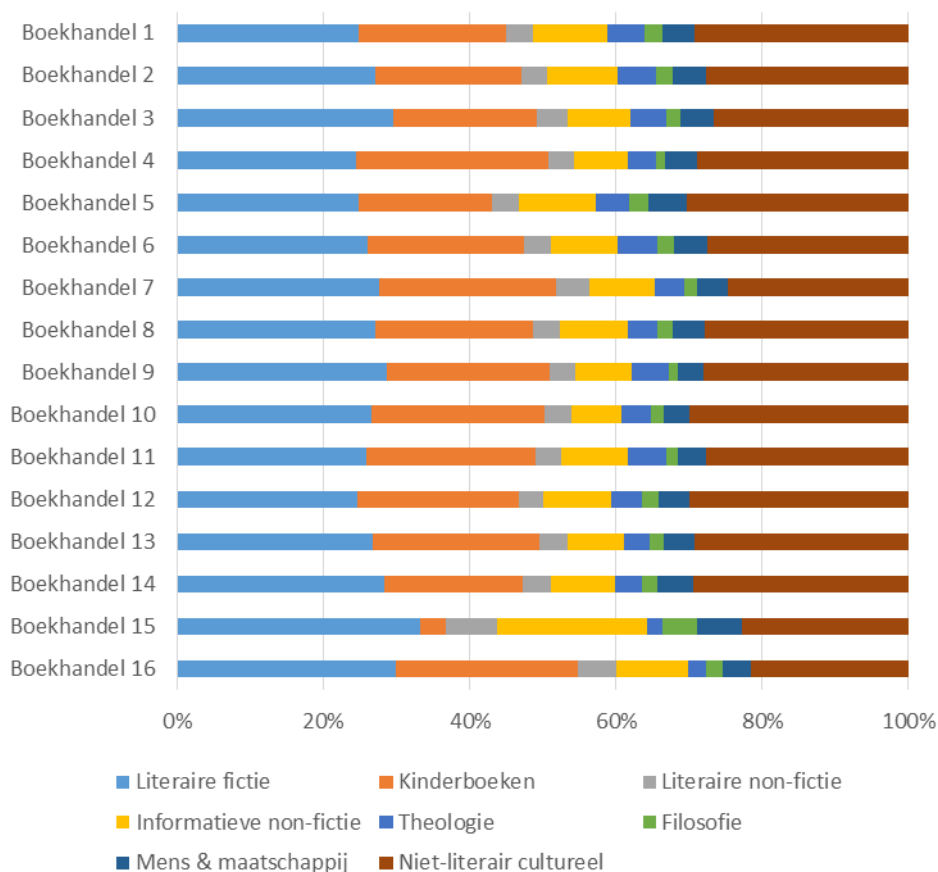
Tabel 4.2 Omvang van assortiment van boekwinkels in de steekproef

	Aantal ingekochte unieke boektitels
Gemiddelde omvang assortiment	20.661
Minimale omvang assortiment	10.418
Maximale omvang assortiment	32.590

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.

Een maatstaf voor de *breedte* van het assortiment van een boekwinkel kan worden gebaseerd op de genres waarin de unieke boektitels worden ingekocht. Per boekwinkel is bepaald welke rubrieken boeken er worden aangeboden en in welke omvang. Dit laatste is gedaan door het aantal ingekochte unieke titels per NUR (zie Bijlage C) op te tellen per rubriek. Zie Figuur 4.2. Bijna alle boekwinkels bieden alle genres aan, maar het aantal titels per genre varieert. Deze variatie is het minst bij Literaire fictie en Niet-literair-cultureel.

Figuur 4.2 Het aantal titels per hoofdgenre varieert per boekhandel



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.

Tabel 4.3 geeft ook voor de subgenres de breedte van het assortiment van de boekhandels weer. Weergegeven zijn de gemiddeldes, het minimum en maximum en de standaardafwijking per genre en subgenre. De variatie is het grootst voor Kinderboeken en Informatieve non-fictie op genreniveau en voor Romans, Vertaalde romans, Overige literaire fictie, Kunst en Geschiedenis op subgenreniveau. Deze titels worden door sommige boekhandels breder aangeboden dan door andere boekhandels. Er lijkt geen relatie te zijn met de totale omvang van de winkels (het totaal aantal aangeboden titels; niet separaat in de tabel weergegeven).

Tabel 4.3 Minimum en maximum aantal ingekochte unieke titels per boekhandel

genre	Gemiddeld	Standaardafwijking	Min	Max
Kinderboeken	21%	5%	3%	26%
Literaire fictie	27%	2%	24%	33%
Romans	6%	9%	5%	30%
Vertaalde romans	9%	13%	7%	39%
Literaire thrillers	4%	7%	2%	28%
Poëzie	2%	3%	1%	11%
Overig	8%	12%	7%	37%
Literaire non-fictie	4%	1%	3%	7%
Informatieve non-fictie	10%	3%	7%	21%
Talen	0%	2%	0%	5%
Kunst	2%	101%	1%	28%
Geschiedenis	5%	24%	4%	58%
Overig	2%	11%	2%	26%
Theologie	4%	1%	2%	5%
Filosofie	2%	1%	1%	5%
Mens & maatschappij	4%	1%	4%	6%
Niet-literair-cultureel	28%	3%	22%	30%

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

5 Kruissubsidiëring door uitgevers

De in dit hoofdstuk berekende indicatoren bevestigen alle de hypothese dat een deel van de titels bij uitgevers verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de bijdrage aan de winstgevendheid. Dit betreft bovendien een relatief klein aandeel titels. Tegenover winstgevend titels staat een belangrijk aandeel van titels dat juist verlies oplevert. Dit geeft sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door uitgevers.

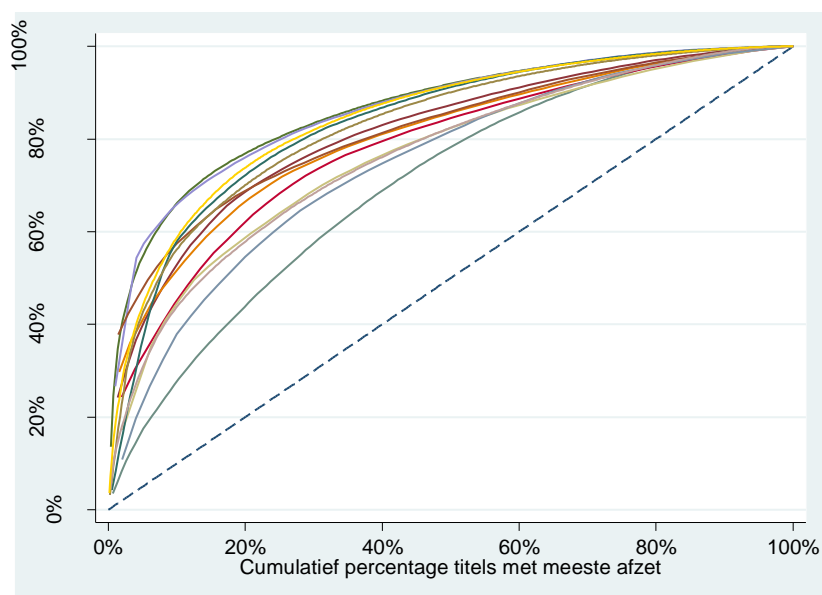
Dit hoofdstuk berekent indicatoren voor kruissubsidiëring (zie subparagraaf 2.2.3) op basis van data van dertien uitgevers. De berekende indicatoren hebben betrekking op boektitels die in de periode 1 januari 2014 tot en met 31 december 2015 nieuw zijn verschenen en onder de Wet vallen, tenzij anders vermeld. In totaal bevat de dataset 2.488 boektitels.

5.1 Bijdrage van titels aan afzet en omzet

De eerste indicator voor kruissubsidiëring door uitgevers betreft de variatie in de bijdragen van titels aan de afzet en de omzet. De hypothese is dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de afzet en de omzet, iets dat consistent is met kruissubsidiëring onder de Wet.

Elk van de dertien uitgevers in de dataset kent een grote variatie in de omzet en afzet van titels. Figuren 5.1 en 5.2 drukken deze variatie uit met behulp van de zogenaamde Lorenz-curven. Voor elke uitgever geeft de Lorenz-curve het aandeel in de totale afzet (dan wel omzet) als functie van het cumulatieve percentage van de meest geleverde titels (dan wel titels met meeste omzet).

Figuur 5.1 Een klein aantal titels genereert een groot deel van de afzet bij een uitgever

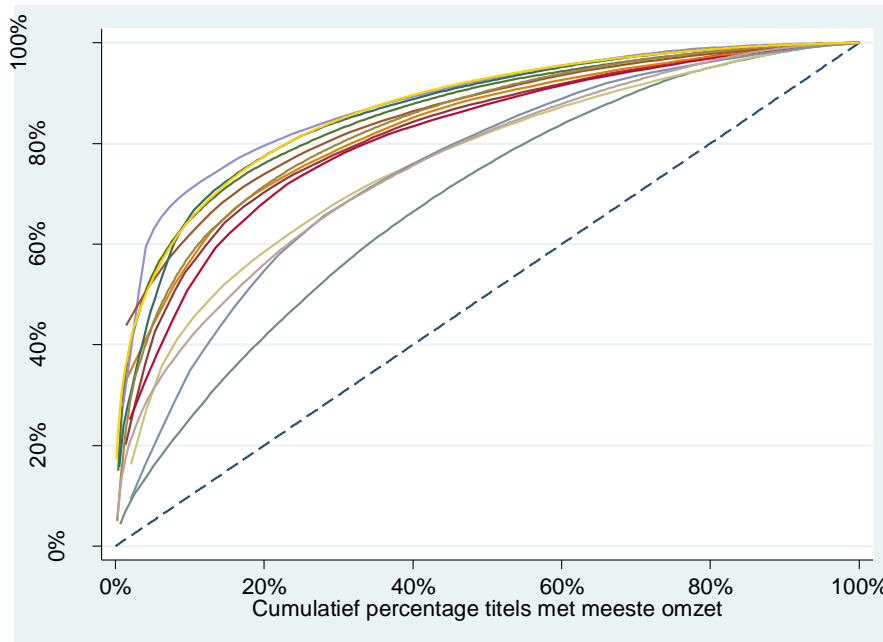


Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Lorenz-curven voor elk van de uitgevers in de steekproef. De stippellijn geeft de theoretische situatie weer dat elke titel dezelfde afzet genereert.

In Figuur 5.1 betekent de x-as (Cumulatief percentage titels met meeste afzet) bijvoorbeeld bij 20 procent de 20 procent titels met de meeste afzet, bij 40 procent de 40 procent titels met de meeste afzet et cetera. Als iedere titel dezelfde (bijdrage aan de) afzet zou hebben, zou de Lorenz-curve de vorm van de stippellijn aannemen. Te zien is dat alle uitgevers uit de steekproef een Lorenz-curve hebben die aangeeft dat een *klein* aantal titels een relatief *groot* aandeel in de afzet heeft. Twintig procent van de titels heeft bijvoorbeeld een aandeel in de afzet van tussen de ruim veertig en bijna tachtig procent. Dit illustreert tevens dat er variatie is tussen de uitgevers.

Figuur 5.2 Ook een groot deel van de omzet komt voort uit een klein aantal titels



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Lorenz-curven voor elk van de uitgevers in de steekproef. De stippellijn geeft de theoretische situatie weer dat elke titel dezelfde omzet genereert.

Figuur 5.2 bevestigt het beeld van Figuur 5.1. Twintig procent van de titels zorgt voor tussen de ongeveer 40 procent en 80 procent van de omzet en er is variatie tussen de uitgevers.

Tabel 5.1 bevat enkele kerngetallen uit de Figuren 5.1 en 5.2: het afzetaandeel van de 10 en 20 procent titels met de hoogste afzet, en het omzetaandeel van de 10 en 20 procent titels met de hoogste omzet.¹⁶

¹⁶ Het omzetaandeel behaald uit de 10 of 20 procent best verkopende titels is iets hoger dan het aandeel van de afzet. Dit duidt erop dat de best verkopende titels *gemiddeld* een iets hogere prijs hebben dan de minder goed verkopende titels.

Tabel 5.1 Meer dan de helft van de totale afzet en omzet komt voort uit 10% van de titels

Cijfers op niveau van uitgever	Gemiddeld	Standaardafwijking	Minimum	Maximum
Afzet van 10% best verkopende titels	52%	12%	27%	66%
Afzet van 20% best verkopende titels	66%	10%	44%	78%
Omzet van 10% titels met meeste omzet	53%	14%	25%	70%
Omzet van 20% titels met meeste omzet	67%	11%	41%	79%

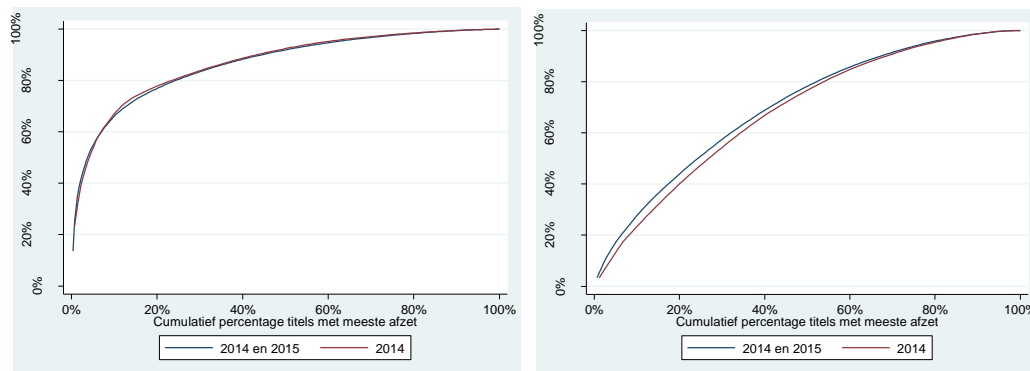
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Verschillen in verschijningsdatum

De afzet (en omzet) hangt gedeeltelijk af van de verschijningsdatum van de titels. Onze dataset bevat namelijk alleen de afzet in 2014 en 2015, voor titels die in deze jaren zijn verschenen. De gemeten afzet van een titel verschenen in januari 2014 is daarom groter dan een titel verschenen in december 2015. De vraag is dan ook: in hoeverre wordt de gevonden variatie beïnvloed door verschillen in de verschijningsdatum?

Figuur 5.3 vergelijkt de Lorenz-curve met betrekking tot de afzet over 2014-2015 (zie Figuur 5.1) van twee uitgevers met de Lorenz-curve voor alleen de titels die in 2014 zijn uitgekomen. Deze laatstgenoemde titels waren dus minstens een jaar verkrijgbaar binnen de periode 2014-2015. De verschillen tussen de twee curven per uitgever zijn klein. De invloed van de verschijningsdatum op de gevonden variatie tussen titels lijkt dan ook gering te zijn.

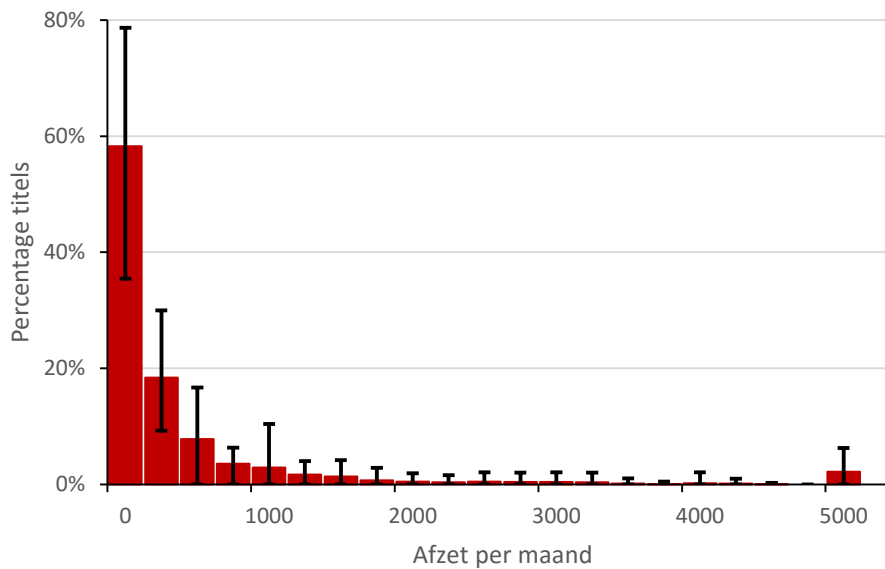
Figuur 5.3 De Lorenz-curven van alleen 2014 verschillen weinig van die over de hele periode



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van twee uitgevers
 NB: Lorenz-curven voor twee uitgevers met een hoge (links) en lage variatie in titels (rechts).

Om expliciet de invloed van de verschijningsmaand mee te nemen, is ook de ‘afzet per maand’ berekend: de afzet van de titel gedeeld door het aantal maanden verkrijgbaar in 2014 en 2015. Figuur 5.4 toont de variatie in afzet per maand voor de gemiddelde uitgever uit de steekproef. Voor de gemiddelde uitgever heeft bijna 60 procent van de titels een afzet per maand van minder dan 250 exemplaren; enkele titels hebben een afzet per maand van meer dan 1.000 of zelfs meer dan 5.000 exemplaren. De zwarte lijnstukken om de top van elke rode balk geven het minimum en maximum percentage over alle uitgevers. Dit levert niet een heel ander beeld op.

Figuur 5.4 Een klein aantal titels heeft een veel grotere afzet per maand dan de meeste titels



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende afzetcategorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

NB: Titels met een afzet per maand groter dan 5.000 zijn samen genomen in de laatste balk.

Voor de totale afzet (over 2014-2015 in plaats van per maand) is de vorm van de verdeling vergelijkbaar met Figuur 5.4. Ook de omzet per maand en de totale omzet zijn op vergelijkbare wijze (ongelijk) verdeeld over de titels.

Genres van goed verkopende titels

De variatie in afzet en omzet tussen titels hangt samen met de grootte van de potentiële doelgroep en daarmee met het genre van de titel. Voor de samenhang tussen genre en bijdragen aan afzet is er een onderscheid aan te brengen in variatie *tussen* genres en variatie *binnen* genres.

Tabel 5.2 brengt de variatie tussen genres in kaart, gemiddeld over alle dertien uitgevers. Voor elk genre en subgenre staat vermeld het aandeel van de titels (d.w.z. het aantal titels binnen een genre als aandeel van het totaal aantal titels) met de bijbehorende aandelen in de afzet en de omzet. De verdeling van titels over genres voor de uitgevers (Tabel 5.2) is anders dan voor het gehele titelbestand bij boekhandels (Tabel 4.2). Zo zijn bij uitgevers de aandelen literaire fictie en literaire non-fictie aanzienlijk hoger dan in het titelbestand, en is het aandeel niet-literair-cultureel lager. Dit verschil wordt verklaard door de keuze van de steekproef van uitgevers, waarbij de nadruk ligt op meer literaire uitgevers.

Tabel 5.2 Titels in de literaire genres (fictie en non-fictie) hebben een relatief grote afzet en omzet bij uitgevers

Genre	Subgenre	Aandeel van de titels	Aandeel van de afzet	Aandeel van de omzet
Kinderboeken		20%	18%	13%
Literaire fictie		44%	53%	54%
waarvan:	Romans	14%	17%	17%
	Vertaalde romans	16%	12%	13%
	Literaire thrillers	4%	12%	12%
	Poëzie	4%	1%	2%
	Overig	6%	10%	10%
Literaire non-fictie		11%	13%	15%
Informatieve non-fictie		7%	4%	5%
waarvan:	Talen	0%	0%	0%
	Kunst	1%	0%	0%
	Geschiedenis	5%	3%	4%
	Overig	2%	1%	1%
Theologie		0%	0%	0%
Filosofie		1%	0%	1%
Mens & maatschappij		5%	4%	4%
Niet-literair-cultureel		12%	8%	8%
Som		100%	100%	100%
Totale omvang binnen steekproef		2.488 titels	9.312.424 ex.	€ 84.381.912

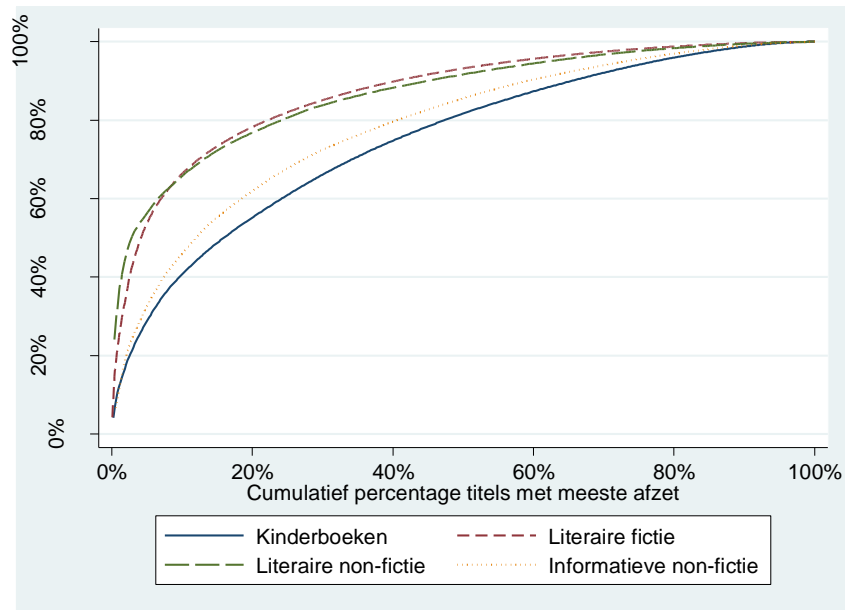
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

De vraag bij Tabel 5.2 is of het aandeel van de afzet en de omzet van een (sub-)genre groter dan wel kleiner is dan het aandeel van de titels. Uit de tabel volgen twee genres waarbij het aandeel in de afzet en omzet *groter* is dan het aandeel titels: literaire fictie en literaire non-fictie. Literaire boeken hebben in deze steekproef dus een grotere afzet en omzet dan de overige genres. De nadere uitsplitsing in de tabel laat zien dat dit effect vooral gedreven wordt door de literaire thrillers. Literaire thrillers beslaan ongeveer 4 procent van het assortiment binnen de steekproef en leveren maar liefst 12 procent van de totale omzet.

Tabel 5.2 laat zien dat literaire titels *gemiddeld* een hogere afzet en omzet genereren dan titels in andere genres. Dit zegt nog niet iets over de variatie van titels binnen genres. De variatie binnen het genre literaire fictie is in de tabel al te zien aan het subgenre poëzie, waarbij de aandelen in de afzet en omzet juist onder het aandeel in de titels ligt.

Literaire boeken kennen een grotere variatie in afzet dan andere genres. Figuur 5.5 plot de Lorenz-curven van de afzet onderverdeeld naar de genres kinderboeken, literaire fictie, literaire non-fictie, en informatieve non-fictie. De Lorenz-curven voor literaire fictie en non-fictie liggen het hoogst en wijzen op de grootste ongelijkheid. De variatie in afzet is het kleinst voor kinderboeken (de Lorenz-curve ligt het laagst).

Figuur 5.5 Binnen literaire boeken is er meer variatie in afzet dan binnen kinderboeken



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Lorenz-curven over alle uitgevers in de steekproef, voor vier genres.

De Lorenz-curven met betrekking tot omzet zijn vrijwel identiek aan Figuur 5.5. Dit komt doordat variatie in boekenprijzen binnen genre kleiner is dan tussen genres. Kinderboeken zijn bijvoorbeeld typisch goedkoper dan boeken voor volwassenen.

Oplageklasse

Voor uitgevers geeft een grote onverkochte oplage aan dat de afzet lager is dan van tevoren verwacht. We bekijken hier of de onverkochte oplage samenhangt met de oplageklasse.

Tabel 5.3 geeft een indeling van de oplages in zes oplageklassen. Bijna 40 procent van de titels heeft een oplage van 2.000 tot 5.000 exemplaren in de jaren 2014-2015. Voor elke oplageklasse geeft de tabel de afzet en onverkochte oplage in 2014-2015 als percentages van de totale oplage binnen die klasse.

Tabel 5.3 Bijna 40 procent van de titels heeft een oplage van 2.000 tot 5.000 exemplaren

Oplageklasse	Aandeel titels	Afzet (% oplage)	Onverkocht (% oplage)	Totaal
0 tot 500 exemplaren	4%	64%	36%	100%
500 tot 1.000 exemplaren	11%	54%	46%	100%
1.000 tot 2.000 exemplaren	27%	57%	43%	100%
2.000 tot 5.000 exemplaren	38%	65%	35%	100%
5.000 tot 10.000 exemplaren	13%	73%	27%	100%
Meer dan 10.000 exemplaren	8%	86%	14%	100%
Totaal	100%			

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Uit Tabel 5.3 blijkt dat het aandeel onverkochte oplage niet sterk samenhangt met de oplageklasse. Alleen de oplageklassen boven de 10.000 exemplaren wijken af van het beeld dat de onverkochte oplage rond de 30-40 procent ligt. Voor deze oplageklasse is de onverkochte oplage slechts 14 procent. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat voor deze titels uitgevers de oplage opvoeren met nieuwe drukken, waardoor er minder risico is op onverkochte exemplaren.

Overigens dient bij de percentages onverkochte oplages te worden aangetekend dat een gedeelte van de oplage op een later moment (vanaf 2016) kan worden verkocht. Dit zal met name het geval zijn voor titels die laat in 2015 zijn uitgebracht. De uiteindelijke percentages onverkochte oplages zullen daarom lager liggen dan vermeld in Tabel 5.3.

Conclusies

Alle uitgevers binnen de steekproef hebben te maken met een grote variatie in afzet en omzet tussen titels. De data-analyses bevestigen de hypothese dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de afzet en de omzet. Daarbij gaat het om een relatief klein aantal titels. Gemiddeld over de uitgevers komt ongeveer de helft van de totale afzet en omzet voort uit 10 procent van de titels. Hierbij is er nog een behoorlijke variatie tussen de uitgevers.

De gevonden variatie hangt deels samen met genre. De literaire genres (fictie en non-fictie) hebben een groter aandeel in de omzet en afzet dan op basis van het aantal titels kan worden verwacht. Binnen genres is de variatie het grootst bij literaire fictieboeken en het kleinst bij kinderboeken.

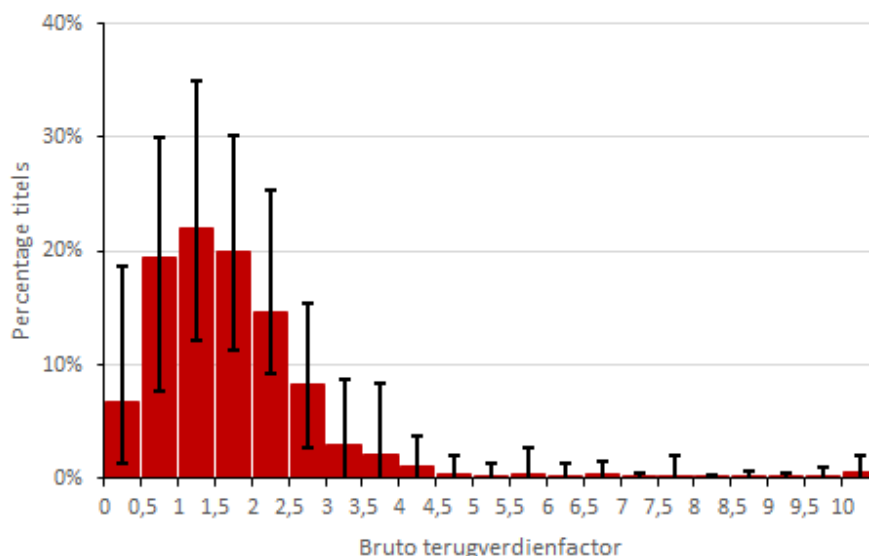
5.2 Relatie directe kosten en omzet

Deze paragraaf behandelt indicatoren voor kruissubsidiëring door uitgevers die uitgaan van de relatie tussen directe kosten (kosten die direct samenhangen met de productie van een specifieke boektitel) en omzet op titelniveau. De hypothese is dat een deel van de titels een relatief hoge ‘terugverdienfactor’ kent, iets dat consistent is met kruissubsidiëring onder de Wet.

De (bruto) terugverdienfactor per titel is gedefinieerd als de omzet gedeeld door de directe kosten. Merk op dat deze maatstaf de winstgevendheid niet in absolute termen weergeeft. Paragraaf 5.3 gaat in op ‘absolute’ maatstaven van de brutowinst.

Figuur 5.6 geeft de verdeling van de terugverdienfactor voor alle titels over de gehele periode 2014-2015, gemiddeld over alle uitgevers. Een factor 2 geeft bijvoorbeeld aan dat in de periode 2014-2015 de omzet van een titel twee keer zo hoog is als de directe kosten van die titel.

Figuur 5.6 De verdeling van de bruto terugverdienfactor over titels



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende categorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

NB: Titels met een terugverdienfactor groter dan 10 zijn samengenomen in de laatste balk.

Figuur 5.6 laat zien dat er tussen factor 0 en 4 een bijna symmetrische verdeling is met een piek voor titels met een bruto terugverdienfactor van 1 tot 1,5. Een relatief klein percentage titels kent vervolgens een hogere bruto terugverdienfactor dan 4, met een opvallend piekje bij groter dan 10.

Tabel 5.4 beschrijft de verdeling van de bruto terugverdienfactor, gemiddeld over alle uitgevers in de steekproef. De meeste titels hebben een bruto terugverdienfactor tussen de 1 en 5. Bij 26 procent van de titels is de omzet uit 2014-2015 evenwel lager dan de directe kosten. Een klein aantal titels (3 procent) heeft een zeer hoge terugverdienfactor van meer dan 5: bij deze titels is de omzet in 2014-2015 meer dan vijf keer zo groot als de directe kosten.

Tabel 5.4 Bij 26% van de titels is de omzet uit 2014-2015 lager dan de directe kosten

Gemiddeld over uitgevers uit de steekproef	Gemiddeld	Standaardafwijking
Percentage titels met bruto terugverdienfactor <1	26%	10%
Percentage titels met bruto terugverdienfactor 1 tot 2	42%	10%
Percentage titels met bruto terugverdienfactor 2 tot 5	29%	11%
Percentage titels met bruto terugverdienfactor >5	3%	3%

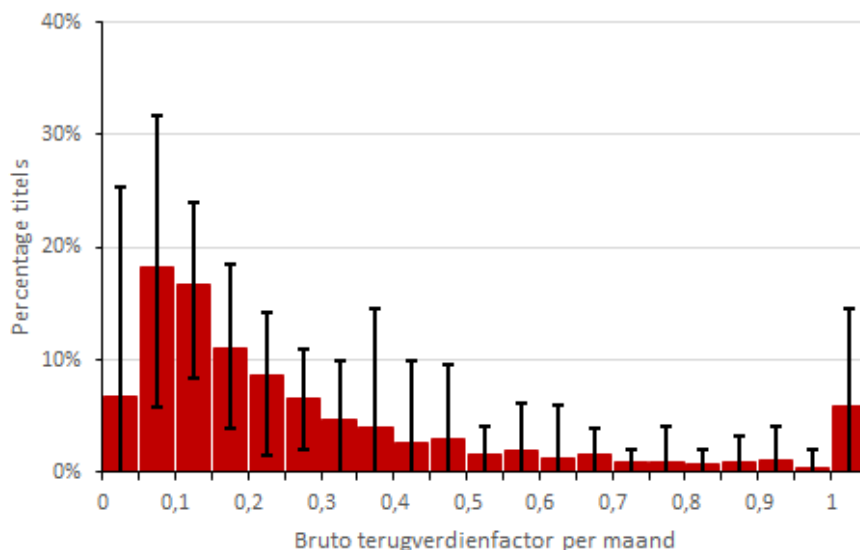
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

De variatie tussen uitgevers wat betreft de terugverdienfactor is hoog, wat blijkt uit de standaardafwijkingen in Tabel 5.4. Dit blijkt ook in Figuur 5.6 uit de lengte van de zwarte lijnstukken die het minimum en maximum over de uitgevers weergeven.

Merk op dat ook bij de bruto terugverdienfactor een mogelijke invloed speelt van verschillende verschijningsdata van nieuwe titels (bijvoorbeeld een boek dat pas in november 2015 is verschenen). Om expliciet de invloed van de verschijningsmaand mee te nemen, is ook de terugverdienfactor per titel per maand berekend: de omzet gedeeld door de directe kosten (beide

over heel 2014 en 2015), gedeeld door het aantal maanden verkrijgbaar in 2014 en 2015.¹⁷ Zie Figuur 5.7.

Figuur 5.7 De verdeling van de bruto terugverdienfactor per maand



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende categorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

NB: Titels met een terugverdienfactor per maand groter dan 1 zijn samengenomen in de laatste balk.

Corrigeren voor het aantal maanden blijkt geen groot effect te hebben op het beeld met betrekking tot de bruto terugverdienfactor: de verdeling in Figuur 5.7 lijkt sterk op die in Figuur 5.6.

Conclusies

Uitgevers hebben te maken met een grote variatie in de bruto terugverdienfactor van titels. Sommige bestsellers leveren een omzet van vijf of tien maal de directe kosten. Hierdoor zijn de directe kosten soms wel binnen één maand terugverdiend.¹⁸ Daar tegenover staat een aanzienlijk aandeel van 28 procent titels waarvoor de omzet in de betreffende periode onvoldoende is om de directe kosten te dekken. De meeste titels zitten tussen deze twee extremen in. De hypothese dat een deel van de titels een relatief hoge bruto terugverdienfactor kent, wordt door de analyses bevestigd.

¹⁷ In formulevorm: $(\text{totale omzet titel over 2014-2015} / \text{aantal maanden vanaf publicatie}) / \text{directe kosten titel m.b.t. 2014-2015} = (\text{totale omzet titel over 2014-2015} / \text{directe kosten titel m.b.t. 2014-2015}) / \text{aantal maanden vanaf publicatie}$.

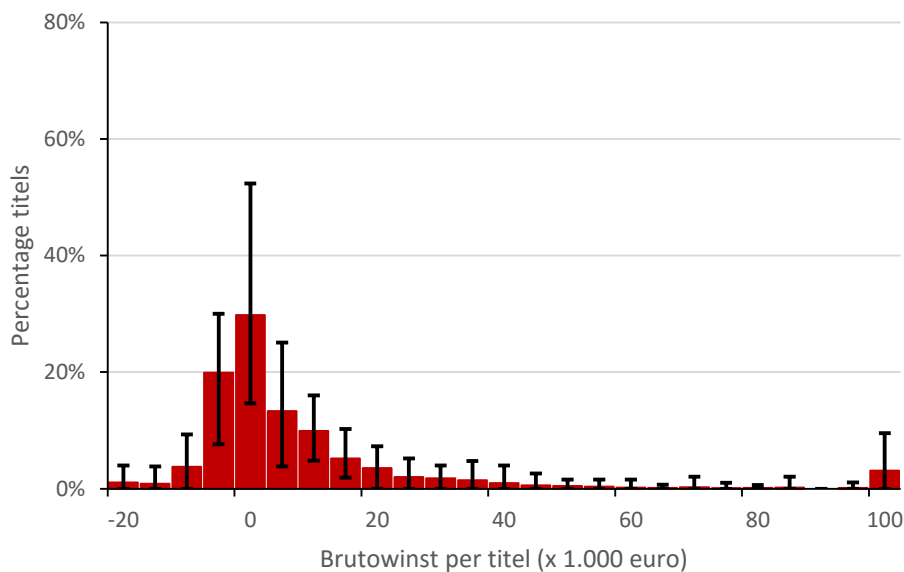
¹⁸ Aangenomen dat de omzet in de eerste maand niet minder is dan gemiddeld per maand over de gehele periode.

5.3 Brutowinst op titels

Deze paragraaf berekent indicatoren die uitgaan van de brutowinst op titels. De brutowinst is de omzet per titel minus de directe kosten van die titel.¹⁹ De hypothese is dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de brutowinst, iets dat consistent is met kruissubsidiëring onder de Wet.

Figuur 5.8 geeft de verdeling van de brutowinst per titel weer. De Figuren 5.9 tot en met 5.11 doen hetzelfde voor variaties in de definitie van de brutowinst. Het beeld in deze figuren is hetzelfde: de verdeling heeft een zeer lange rechterstaart. Dit wijst erop dat de meeste titels een relatief lage brutowinst genereren, terwijl enkele titels juist een zeer grote brutowinst kennen.

Figuur 5.8 De verdeling van de brutowinst per titel



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

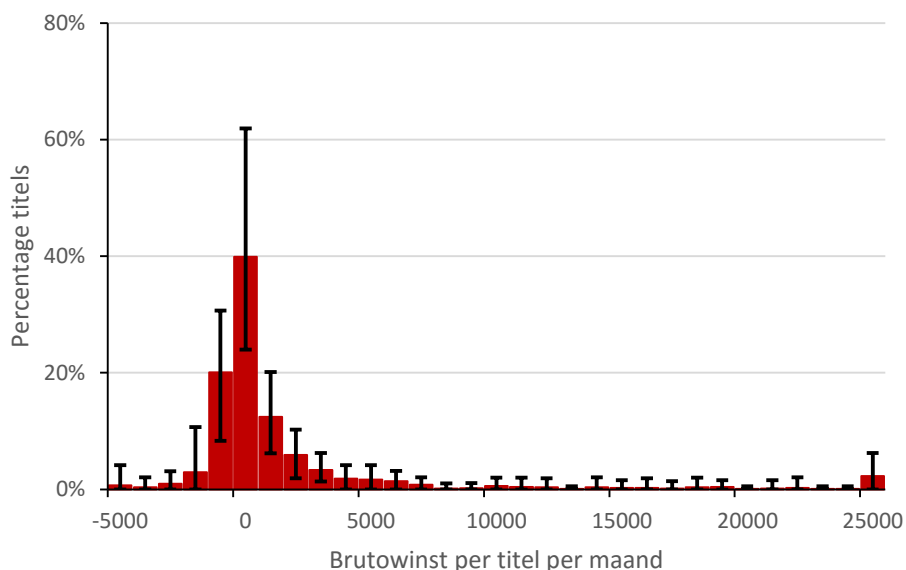
NB: Titels met een brutowinst hoger dan € 100.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

NB: Titels met een brutowinst lager dan € -20.000 zijn samengenomen in de eerste balk.

Om rekening te houden met verschillende verschijningsdata van nieuwe titels, geeft Figuur 5.9 de verdeling van de brutowinst *per maand*. Het patroon is in grote lijnen hetzelfde.

¹⁹ Het gehanteerde winstbegrip heeft betrekking op omzet en kosten zonder rentebetalingen en –ontvangsten, belastingen, bijzondere baten en lasten, afschrijving op en waardevermindering van vaste activa.

Figuur 5.9 De verdeling van de brutowinst per titel per maand



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

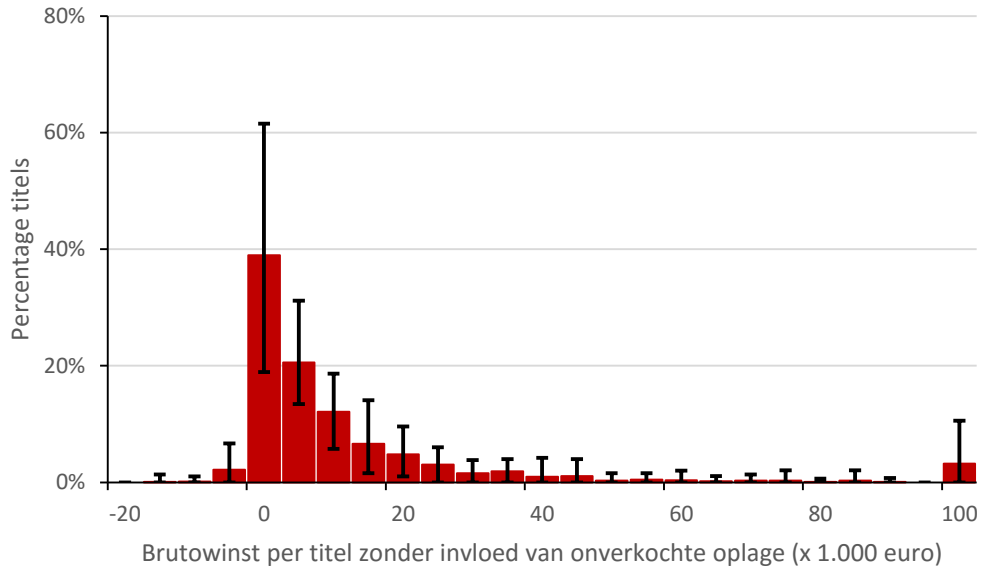
NB: Titels met een brutowinst per maand hoger dan € 25.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

NB: Titels met een brutowinst per maand lager dan € -5.00 zijn samengenomen in de eerste balk.

De volgende twee figuren schakelen de invloed van niet-verkochte boeken uit, dat wil zeggen de invloed van het feit dat boeken die wel gepubliceerd zijn (maar nog niet verkocht), al wel kosten met zich hebben meegebracht. De directe kosten per titel worden daarvoor eerst uitgedrukt als gemiddelde *per gedrukt exemplaar* van die titel. De winstgevendheid per titel wordt vervolgens berekend over alle *verkochte* exemplaren: de omzet daaruit minus de gemiddelde directe kosten per exemplaar. Dit kan weer over 2014-2015 en per maand berekend worden. Zie Figuur 5.10 voor de winstgevendheid per titel over alle verkochte exemplaren in 2014-2015²⁰. Het patroon is wederom in grote lijnen hetzelfde. Opvallend is daarbij dat er titels zijn waarvoor de prijs lager is dan de directe kosten per geproduceerd exemplaar, waardoor zelfs bij verkoop van de volledige oplage in de betreffende periode de directe kosten niet worden terugverdiend.

²⁰ De formule over 2014-2015 is: totale omzet titel – (directe kosten titel/totale oplage titel)*totale afzet titel.

Figuur 5.10 De verdeling van de brutowinst zonder invloed van onverkochte exemplaren



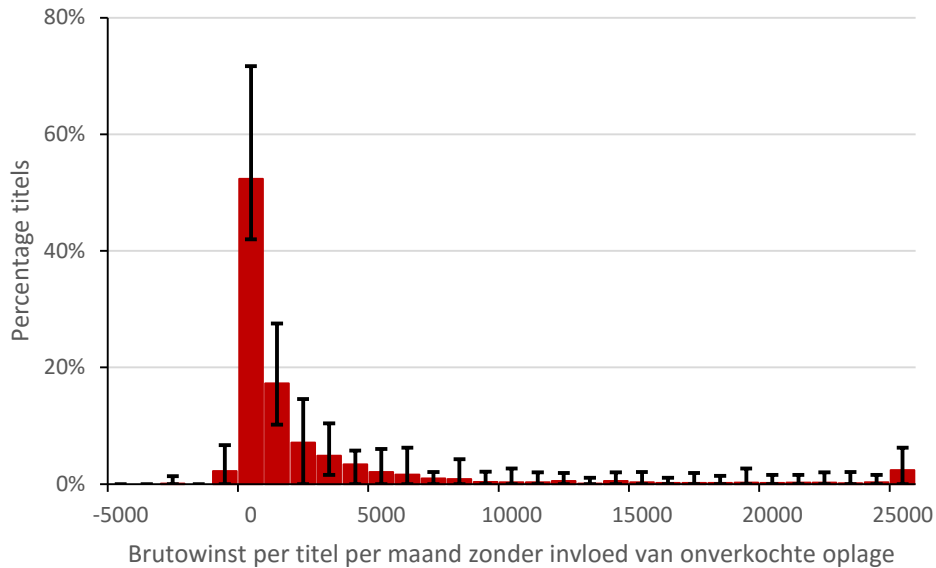
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

NB: Titels met een brutowinst hoger dan € 100.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

Figuur 5.11 geeft de brutowinst zonder invloed van onverkochte exemplaren *per maand*. Het patroon is wederom in grote lijnen hetzelfde.

Figuur 5.11 De verdeling van de brutowinst per maand zonder invloed onverkochte exemplaren



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

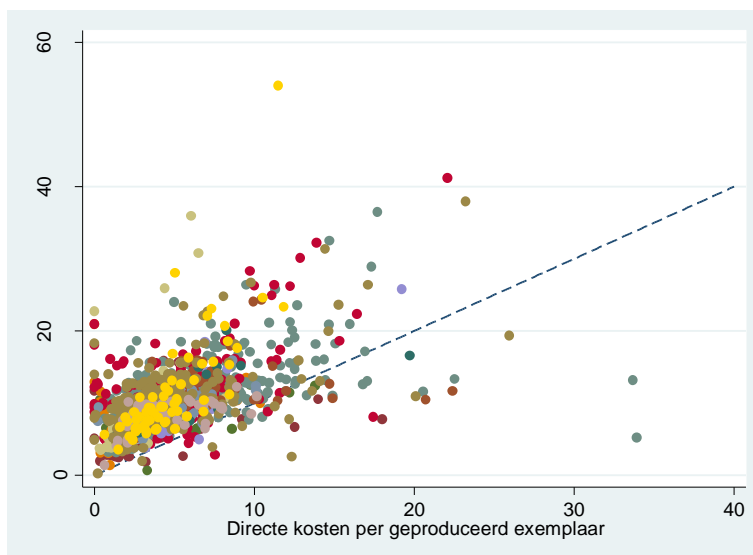
NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

NB: Titels met een brutowinst per maand hoger dan € 25.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

De Figuren 5.10 en 5.11 laten zien dat een correctie voor onverkochte exemplaren leidt tot een kleiner aantal titels met een negatieve brutowinst. De maatstaven van de brutowinst nemen alleen negatieve waarden aan als de omzet van een titel in de betreffende periode te laag is om de directe kosten goed te maken. Wanneer de invloed van niet-verkochte boeken uitgeschakeld wordt, zijn er minder titels met een negatieve brutowinst, omdat een van de oorzaken van verlies (door niet-verkochte boeken) buiten beschouwing wordt gelaten.

Bovenstaande illustreert dat titels verliesgevend kunnen zijn doordat de verkoopprijs te laag is ten opzichte van de kosten per exemplaar (berekend over de hele oplage) of omdat de afzet lager is dan verwacht (bij onverkochte exemplaren). Figuur 5.12 geeft nogmaals aan dat alleen het eerste effect al kan leiden tot verlies. De figuur plot de directe kosten per *geproduceerd* exemplaar tegen de prijs die een uitgever per *verkocht* exemplaar ontvangt. Voor de uitgevers in onze steekproef blijken 58 van de 2.488 titels een prijs te hebben lager dan de directe kosten per geproduceerd exemplaar.

Figuur 5.12 Prijs versus directe kosten per geproduceerd exemplaar



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Punten met dezelfde kleur verwijzen naar titels bij een bepaalde uitgever uitgevers. De stippellijn geeft aan waar de directe kosten per geproduceerd exemplaar gelijk zijn aan de prijs per verkocht exemplaar.

Tabel 5.5 beschrijft de verdeling van de brutowinst per titel, gemiddeld over alle uitgevers in de steekproef. De 26 procent titels met een negatieve brutowinst zijn (per definitie) dezelfde titels die een terugverdienfactor kennen lager dan 1 (zie Tabel 5.4). Ongeveer 6 procent van de titels genereert de helft van de totale brutowinst van uitgevers; ongeveer 16 procent van de titels genereert driekwart van de totale brutowinst.

Tabel 5.5 Bij 26% van de titels is de omzet uit 2014-2015 lager dan de directe kosten

Gemiddeld over uitgevers	Gemiddeld	Standaardafwijking
Percentage titels met negatieve brutowinst	26%	10%
Percentage titels met hoogste brutowinst dat 50% van totale positieve brutowinst genereert	6%	5%
Percentage titels met hoogste brutowinst dat 75% van totale positieve brutowinst genereert	16%	8%
Brutowinst uit titels met negatieve brutowinst	€ -142.742	€ 105.924
Brutowinst uit titels met positieve brutowinst	€ 3.630.017	€ 3.846.546
Totale brutowinst over titels bij alle dertien uitgevers	€ 3.487.275	€ 3.790.083

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Wederom is er aanzienlijke variatie tussen uitgevers, zoals blijkt uit de standaardafwijkingen in Tabel 5.5.

De gevonden variatie in brutowinst over titels roept de vraag op of verliesgevende dan wel zeer winstgevende titels geconcentreerd zijn rond één of enkele genres. Tabel 5.6 toont aan dat dit niet het geval is. Er zou sprake zijn van concentratie als het percentage bij een of enkele (sub)genres in de kolom “Titels met negatieve brutowinst” of “Titels met brutowinst > > € 25.000” (veel) groter zou zijn dan het percentage in de kolom “Alle titels”. In het algemeen zijn verliesgevende of zeer winstgevende titels breed verspreid over genres. Wat wel opvalt is dat onder de verliesgevende titels relatief veel vertaalde romans en poëziebundels voorkomen. Onder de zeer winstgevende titels zijn vooral relatief veel titels in de genres literaire thrillers en geschiedenis.

Tabel 5.6 Verliesgevende of zeer winstgevende titels zijn breed verspreid over genres

Genre	Subgenre	Alle titels	Titels met negatieve brutowinst	Titels met brutowinst > € 25.000
Kinderboeken		20%	14%	13%
Literaire fictie		44%	50%	49%
waarvan:	Romans	14%	15%	18%
	Vertaalde romans	16%	22%	13%
	Literaire thrillers	4%	2%	11%
	Poëzie	4%	6%	0%
	Overig	6%	5%	8%
Literaire non-fictie		11%	11%	12%
Informatieve non-fictie		7%	6%	8%
waarvan:	Talen	0%	0%	0%
	Kunst	1%	1%	0%
	Geschiedenis	5%	2%	7%
	Overig	2%	3%	1%
Theologie		0%	0%	0%
Filosofie		1%	1%	1%
Mens & maatschappij		5%	6%	6%
Niet-literair-cultureel		12%	13%	10%
Som		100%	100%	100%
Totale omvang binnen steekproef		2.488 titels	575 titels	331 titels

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Het beeld van Tabel 5.6 verandert iets indien wordt uitgegaan van de nettowinst in plaats van de brutowinst (zie paragraaf 5.4 voor de berekeningswijze van de nettowinst). Onder de verliesgevende titels komen dan ook relatief veel titels in het subgenre talen voor, onder de zeer winstgevende titels ook relatief veel titels in het genre filosofie en het subgenre overige literaire fictie.

Conclusies

Uitgevers hebben te maken met een grote variatie in de brutowinst van titels. De verdeling van de brutowinst per titel heeft een zeer lange rechterstaart: de meeste titels genereren een relatief lage brutowinst, terwijl enkele titels juist een zeer grote brutowinst kennen. Deze uitkomsten hangen niet af van de specifieke definitie van brutowinst (invloed van verschijningsdatum of onverkochte exemplaren). Ongeveer een kwart van de titels maakt een negatieve brutowinst. De analyses bevestigen de hypothese dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de brutowinst.

5.4 Overhead en nettowinst

Deze paragraaf introduceert de andere kosten naast de directe kosten, oftewel de kosten van de ‘overhead’ van de uitgevers²¹. Hiermee kan de nettowinst worden berekend: de brutowinst minus de overheadkosten.

De hypothese is dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor relatief hoge bijdragen aan de nettowinst en relatief hoge nettowinsten, terwijl een ander deel van de titels negatieve nettowinsten kent. Dit is consistent met kruissubsidiëring onder de Wet.

Wij illustreren eerst het nettoresultaat en de overheadkosten van uitgevers en berekenen vervolgens de laatste indicatoren voor kruissubsidiëring onder de Wet, gebaseerd op de nettowinst per titel.

Bedrijfsresultaat en overheadkosten

Aan de uitgevers is gevraagd de totale overheadkosten en het nettoresultaat. Dit heeft betrekking op alle verkochte boeken van een uitgever, dus niet alleen de nieuw verschenen boeken die onder de Wet vallen. Het nettoresultaat bestaat uit de omzet van alle boektitels minus alle kosten.

Tabel 5.7 geeft de gemiddelde distributiekosten, de overheadkosten en het nettoresultaat per jaar. Het gemiddelde nettoresultaat is ongeveer € 400.000 winst. De variatie tussen uitgevers is hoog; sommige uitgevers maken verliezen in 2014 en/of 2015. Merk op dat distributiekosten in de praktijk niet toewijsbaar bleken aan boektitels en daarom feitelijk als overheadkosten zijn behandeld.

²¹ Vervoerskosten en dergelijke vallen daarbij feitelijk onder de kosten van overhead, omdat deze niet door uitgevers aan specifieke titels worden toegerekend. Het gehanteerde winstbegrip heeft betrekking op omzet en kosten zonder belastingen.

Tabel 5.7 Gemiddeld maken de uitgevers in het databestand €400.000 winst per jaar

Gemiddeld over uitgevers per jaar	Gemiddeld	Standaardafwijking
Distributiekosten over alle titels bij uitgever	€ 683.683	€ 438.388
Overheadkosten over alle titels bij uitgever	€ 2.381.401	€ 2.168.094
Nettoresultaat over alle titels bij uitgever	€ 398.544	€ 855.007

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

Indicator kruissubsidiëring gebaseerd op nettowinst per titel

Een indicator voor kruissubsidiëring gebaseerd op de *nettowinst* per titel vereist dat de overheadkosten worden omgeslagen per titel. Een reden om zo'n indicator te berekenen is dat op deze manier duidelijker wordt dat als alle kosten die samenhangen met het uitgeven van boeken worden meegenomen, minder boeken winstgevend zullen zijn. Daarnaast geeft een indicator gebaseerd op de nettowinst meer informatie over de variatie in winstgevendheid tussen titels dan indicatoren die enkel op brutowinstgevendheid zijn gebaseerd²².

Over wat een 'juiste' toerekening van overheadkosten is, kunnen verschillende argumenten bestaan. Zo ligt het voor de hand dat titels die meer verkopen meer marketingkosten en andere personeelskosten hebben gekend. Andere kostenposten zijn evenwel niet gerelateerd aan het aantal verkopen, zoals huisvestingskosten. Omdat vervoerskosten, opslagkosten en dergelijke geen onderdeel uitmaken van de directe kosten, maar van de overhead, ligt het voor de hand dat ten minste een deel van de overheadkosten 'meebeweegt' met aantallen exemplaren. Een algemene kanttekening is dat het niet altijd gemakkelijk is om overheadkosten van een uitgever vast te stellen of deze te vergelijken tussen uitgevers, bijvoorbeeld als er sprake is van een uitgeversgroep, verhuizingen of samenvoeging van uitgevers.

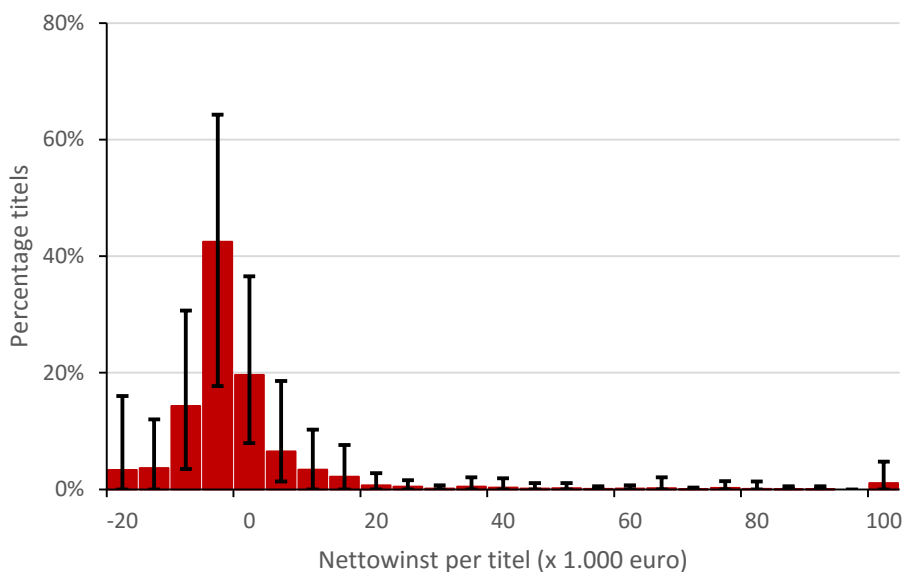
We kiezen er hier voor de totale distributiekosten en overheadkosten om te slaan over het totale aantal (verkochte) exemplaren.²³ Dit levert een toerekening op van distributiekosten en overheadkosten per verkocht exemplaar. Op basis daarvan kunnen 'netto' indicatoren worden berekend van de 'bruto' indicatoren van paragraaf 5.4.

De nettowinst per titel wordt hieronder in vier figuren weergegeven: de totale nettowinst per titel over heel 2014-2015 (Figuur 5.13), de nettowinst per titel per maand (Figuur 5.14), de totale nettowinst per titel over heel 2014-2015 zonder de invloed van niet-verkochte boeken (Figuur 5.15) en de nettowinst per titel per maand zonder de invloed van niet-verkochte boeken (Figuur 5.16). Deze figuren geven eenzelfde type patroon als bij de brutowinsten. Uiteraard maken de titels met de laagste nettowinst een lagere winst dan bij de brutowinst.

²² Deze variatie wordt (afhankelijk van de wijze van toerekening van overheadkosten aan titels) bij het hanteren van de nettowinst in de regel groter. Zouden de overheadkosten bijvoorbeeld worden omgeslagen per titel, onafhankelijk van het aantal exemplaren *per titel*, dan vergroot dit de (procentuele) variatie tussen titels, omdat het effect op de nettowinst bij boeken met een hoge marge en afzet procentueel kleiner is dan op boeken met een lage marge en afzet. Zouden de overheadkosten worden omgeslagen *per exemplaar*, dan vergroot dit de (procentuele) variatie tussen titels eveneens, maar het effect is wel minder groot, omdat er meer overheadkosten worden toegerekend aan beter verkopende titels.

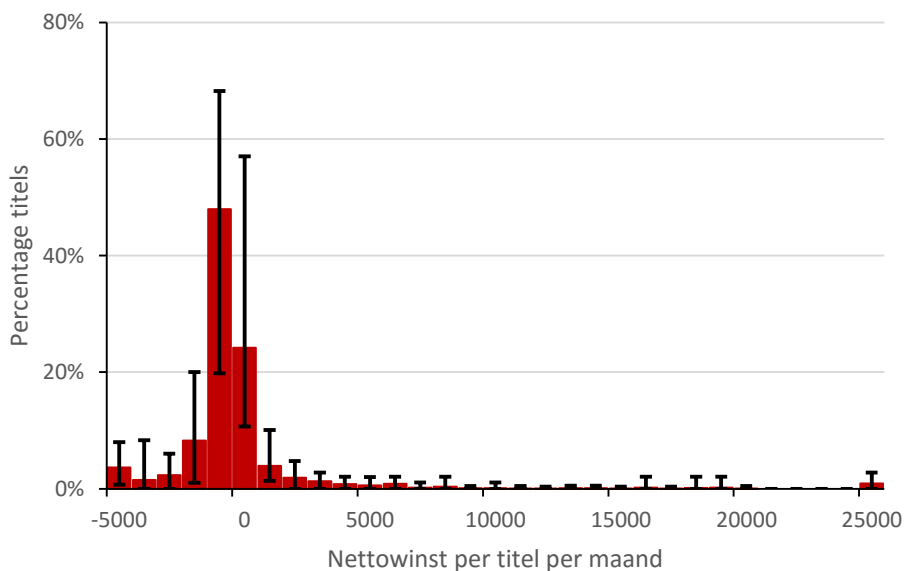
²³ D.w.z. de afzet van *alle* boeken. Het totale aantal *titels* (inclusief niet-nieuwe boeken en boeken die buiten de Wet vallen) per uitgever is niet uitgevraagd.

Figuur 5.13 De verdeling van de nettowinst per titel



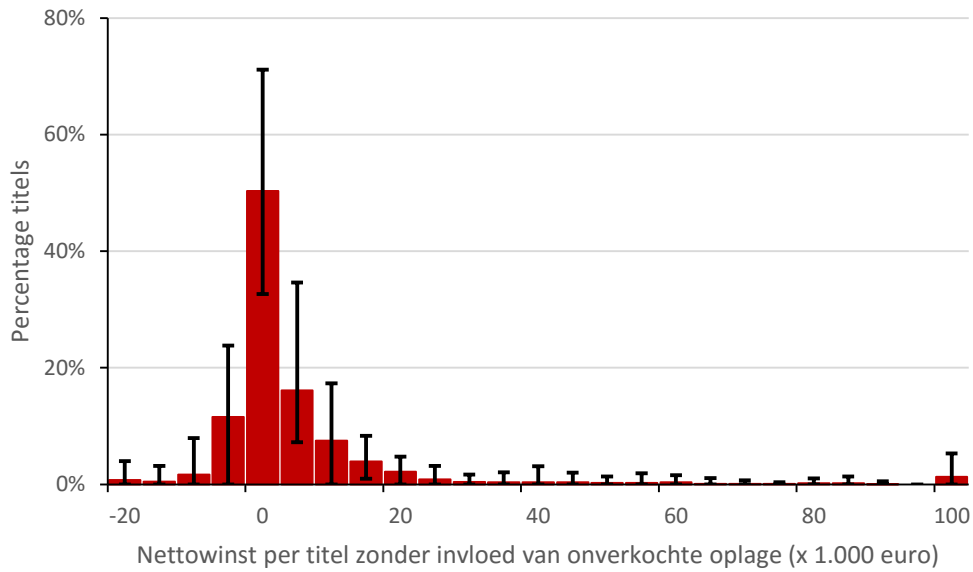
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.
 NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers.
 De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.
 NB: Titels met een nettowinst hoger dan € 100.000 zijn samengenomen in de laatste balk.
 NB: Titels met een nettowinst lager dan € -20.000 zijn samengenomen in de eerste balk.

Figuur 5.14 De verdeling van de nettowinst per maand



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.
 NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers.
 De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.
 NB: Titels met een nettowinst per maand hoger dan € 25.000 zijn samengenomen in de laatste balk.
 NB: Titels met een nettowinst per maand lager dan € -5.000 zijn samengenomen in de eerste balk.

Figuur 5.15 De verdeling van de nettowinst zonder invloed overkochte exemplaren



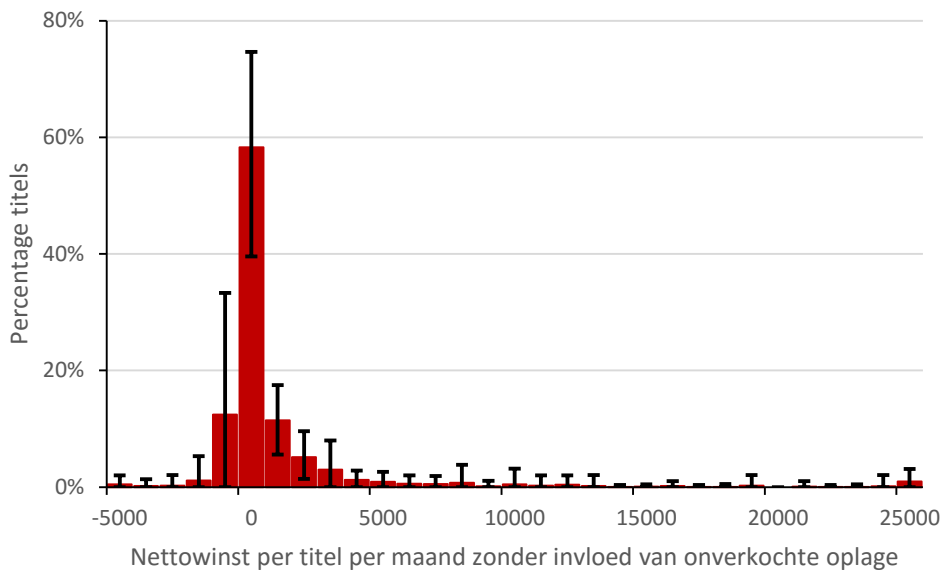
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

NB: Titels met een nettowinst hoger dan € 100.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

NB: Titels met een nettowinst lager dan € -20.000 zijn samengenomen in de eerste balk.

Figuur 5.16 De verdeling van de nettowinst per maand zonder invloed overkochte exemplaren



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende winstcategorie, gemiddeld over alle uitgevers. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de uitgevers.

NB: Titels met een nettowinst per maand hoger dan € 25.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

NB: Titels met een nettowinst per maand lager dan € -5.000 zijn samengenomen in de eerste balk.

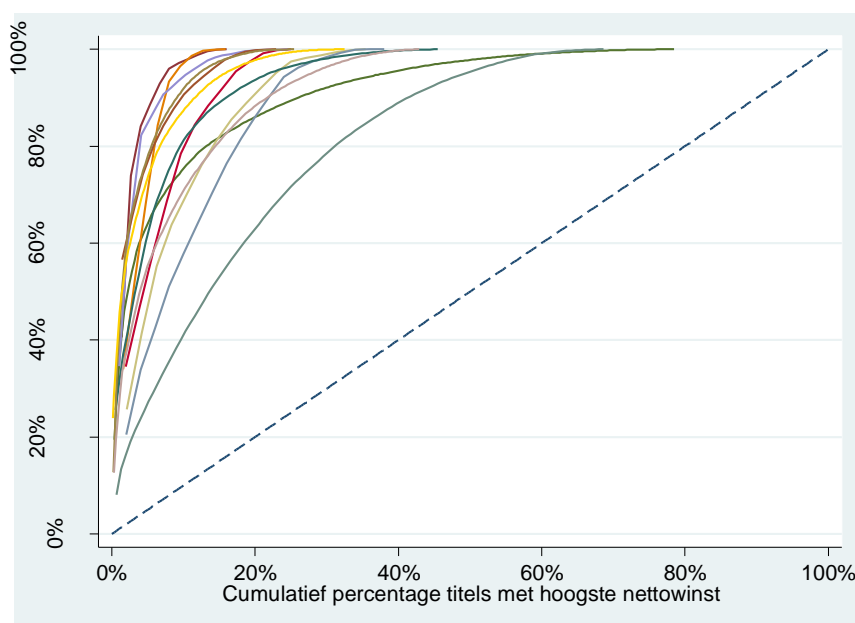
Tabel 5.8 beschrijft de verdeling van de nettowinst per titel, gemiddeld over alle uitgevers in de steekproef. Gemiddeld genomen kent ongeveer 64 procent van alle titels een verlies, nadat de overheadkosten zijn toegerekend. Ongeveer 4 procent van de titels genereert de helft van de totale nettowinst van uitgevers; ongeveer 9 procent van de titels genereert driekwart van de totale nettowinst. Figuur 5.17 illustreert nogmaals dat een klein deel van de titels met positieve nettowinst een groot deel van die nettowinst genereert.

Tabel 5.8 Bij 64% van de titels is de omzet uit 2014-2015 lager dan de totale toegerekende kosten

Gemiddeld over uitgevers	Gemiddeld	Standaardafwijking
Percentage titels met negatieve nettowinst	64%	19%
Percentage titels met hoogste nettowinst dat 50% van totale positieve nettowinst genereert	4%	3%
Percentage titels met hoogste nettowinst dat 75% van totaal positieve nettowinst genereert	9%	7%
Nettowinst uit verlieslatende titels bij uitgever	€ -533.963	€ 535.818
Nettowinst uit winstgevende titels bij uitgever	€ 1.275.312	€ 1.835.750
Totale nettowinst over nieuwe titels bij uitgever	€ 741.349	€ 1.810.601

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Figuur 5.17 Een klein deel van de titels met positieve nettowinst genereert een groot deel van die nettowinst



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 13 uitgevers.

NB: Lorenz-curven voor elk van de boekhandels in de steekproef. De stippellijn geeft de theoretische situatie weer dat elke titel dezelfde (positieve) nettowinst genereert.

Conclusies

Een klein aantal titels is verantwoordelijk voor een groot gedeelte van de nettowinst. Het aandeel titels met een negatieve nettowinst is in de steekproef gemiddeld ongeveer 64 procent. De hypothese dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor relatief hoge bijdragen aan de nettowinst, terwijl een ander deel van de titels negatieve nettowinsten kent wordt door de analyses bevestigd.

5.5 Conclusies

De in dit hoofdstuk berekende indicatoren bevestigen alle de hypothese dat een deel van de titels bij uitgevers verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de bijdrage aan de winstgevendheid. Dit betreft bovendien een relatief klein aandeel titels. Dit geldt voor de afzet, de omzet, de bruto terugverdienfactor, de brutowinst en de nettowinst op boektitelniveau.

Voor de mate van kruissubsidiëring is de variatie in nettowinst tussen boektitels het meest relevant. Het aandeel titels met een *negatieve* nettowinst is in de steekproef gemiddeld ongeveer 64 procent (dat was 26 procent voor het aandeel titels met een negatieve *brutowinst*). Hier staat tegenover dat gemiddeld ongeveer 4 procent van de titels de helft van de totale nettowinst van uitgevers genereert, en gemiddeld ongeveer 9 procent van de titels driekwart van de totale nettowinst. Dit zijn sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door uitgevers.

6 Kruissubsidiëring door boekwinkels

De in dit hoofdstuk berekende indicatoren bevestigen alle de hypothese dat een deel van de titels bij boekhandels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de bijdrage aan de winstgevendheid. Dit betreft bovendien een relatief klein aandeel titels. Tegenover winstgevend titels staat een belangrijk aandeel van titels dat juist verlies oplevert. Dit geeft sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door boekhandels.

Voor de mate van kruissubsidiëring is de variatie in nettowinst tussen boektitels het meest relevant. Het aandeel titels met een *negatieve* nettowinst is in de steekproef gemiddeld ongeveer 47 procent (dit was 22 procent titels met een negatieve *brutowinst*). Hier staat tegenover dat gemiddeld ongeveer 2 procent van de titels de helft van de totale nettowinst van boekwinkels genereert, en gemiddeld ongeveer 9 procent van de titels driekwart van de totale nettowinst. Dit zijn sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door boekwinkels.

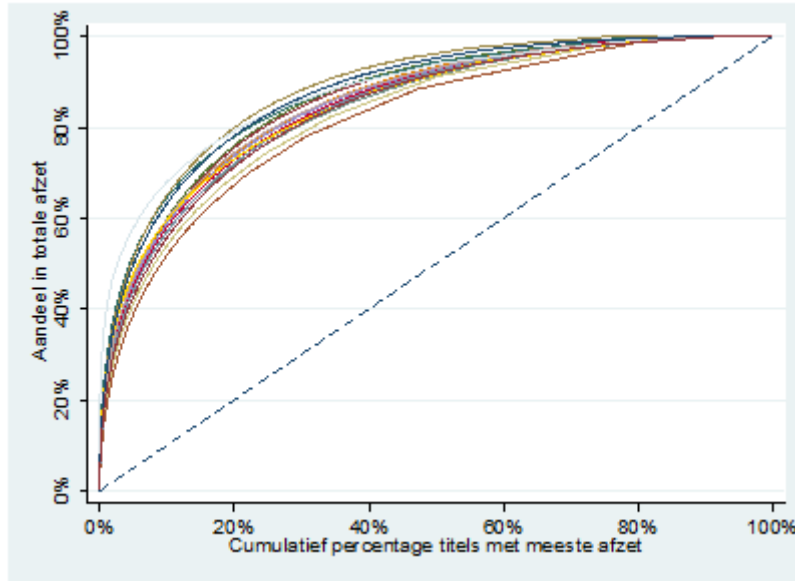
Dit hoofdstuk berekent indicatoren voor kruissubsidiëring (zie subparagraaf 2.2.3) op basis van data van zestien boekhandels. De berekende indicatoren hebben betrekking op boektitels die in de periode 1 januari 2014 tot en met 31 december 2015 zijn ingekocht door de boekwinkels en onder de Wet vallen, tenzij anders vermeld. In totaal bevat onze dataset 58.316 boektitels die door minstens één van de boekwinkels zijn ingekocht.

6.1 Bijdrage van titels aan afzet en omzet

De eerste indicator voor kruissubsidiëring door boekhandels betreft de variatie in de bijdragen van titels aan de afzet en de omzet. De hypothese is dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de afzet en omzet, iets dat consistent is met kruissubsidiëring onder de Wet.

Elk van de zestien boekhandels in de steekproef kent een grote variatie in de omzet en afzet van titels. Figuren 6.1 en 6.2 drukken deze variatie uit met behulp van de zogenaamde Lorenz-curven. Voor elke boekhandel geeft de Lorenz-curve het aandeel in de totale afzet (dan wel omzet) als functie van het cumulatieve percentage van de meest verkochte titels (dan wel titels met de meeste omzet).

Figuur 6.1 Een klein aantal titels genereert een groot deel van de afzet bij een boekhandel

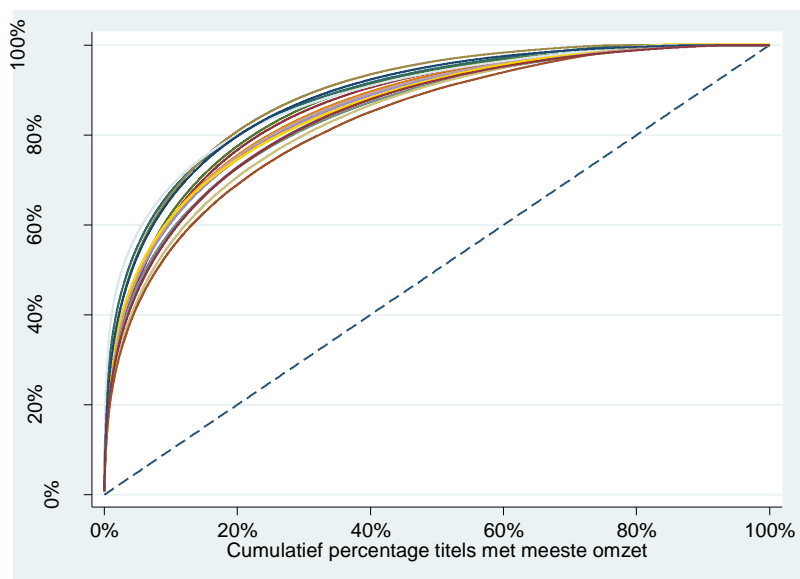


Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.

NB: Lorenz-curven voor elk van de boekhandels in de steekproef. De stippellijn geeft de theoretische situatie weer dat elke titel dezelfde afzet genereert.

In Figuur 6.1 betekent de x-as (Cumulatief percentage titels met meeste afzet) bijvoorbeeld bij 20 procent de 20 procent titels met de meeste afzet, bij 40 procent de 40 procent titels met de meeste afzet et cetera. Als iedere titel dezelfde (bijdrage aan de) afzet zou hebben, zou de Lorenz-curve de vorm van de stippellijn aannemen. Te zien is dat alle boekwinkels uit de steekproef een Lorenz-curve hebben die geeft dat een *klein* aantal titels een relatief *groot* aandeel in de afzet heeft. Twintig procent van de titels heeft bijvoorbeeld een aandeel in de afzet van rond de zeventig procent. Merk op dat de variatie tussen boekwinkels kleiner is dan tussen uitgevers.

Figuur 6.2 Ook een groot deel van de omzet komt voort uit een klein aantal titels



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.
 NB: Lorenz-curven voor elk van de boekhandels in de steekproef. De stippellijn geeft de theoretische situatie weer dat elke titel dezelfde omzet genereert.

Figuur 6.2 bevestigt het beeld van Figuur 6.1. Twintig procent van de titels zorgt voor rond de 75 procent van de omzet.

Tabel 6.1 bevat enkele kerngetallen uit de Figuren 6.1 en 6.2: het afzetaandeel van de 10 en 20 procent titels met de hoogste afzet, en het omzetaandeel van de 10 en 20 procent titels met de hoogste omzet.²⁴

Tabel 6.1 Meer dan de helft van de totale afzet en omzet komt voort uit 10% van de titels

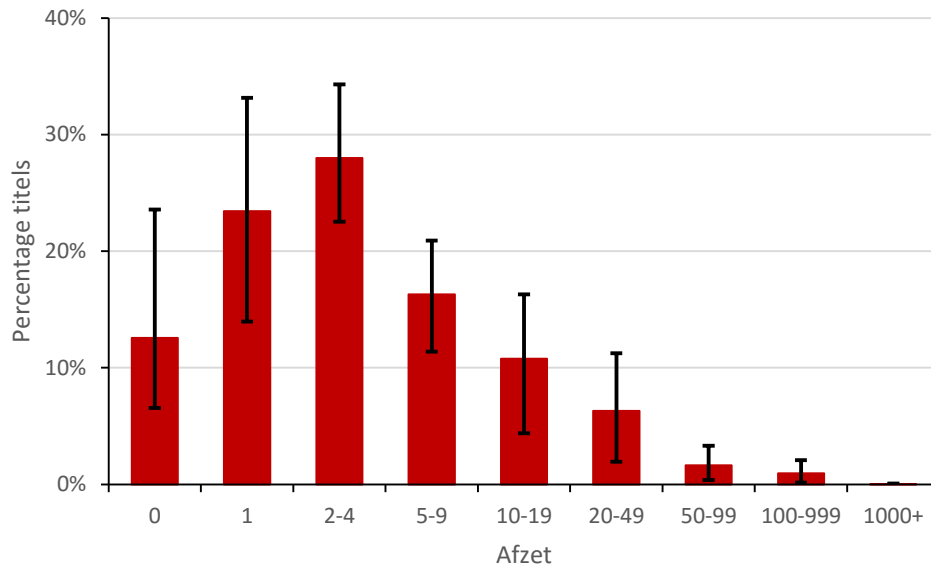
Cijfers op niveau van boekhandels	Gemiddeld	Standaardafwijking	Minimum	Maximum
Afzet van 10% best verkopende titels	59%	4%	52%	68%
Afzet van 20% best verkopende titels	74%	4%	67%	80%
Omzet van 10% titels met meeste omzet	62%	4%	55%	69%
Omzet van 20% titels met meeste omzet	75%	3%	69%	81%

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Een alternatieve manier om de variatie in afzet tussen titels weer te geven is via een histogram. Figuur 6.3 geeft de variatie in afzet voor de gemiddelde boekhandel in de steekproef. De figuur illustreert dat een relatief laag percentage titels (rond de 10 procent) in het geheel niet is verkocht, dat van ongeveer 30 procent van de titels 2, 3 of 4 exemplaren zijn verkocht en dat van een zeer klein aandeel titels 100 of zelfs 1.000 exemplaren zijn verkocht in de periode 2014-2015. De zwarte lijnstukken om de top van elke rode balk geven het minimum en maximum percentage over alle boekhandels.

²⁴ Het omzetaandeel behaald uit de 10 of 20 procent best verkopende titels is iets hoger dan het aandeel van de afzet. Dit duidt erop dat de best verkopende titels gemiddeld een iets hogere verkoopprijs hebben dan de minder goed verkopende titels.

Figuur 6.3 Een zeer klein aandeel titels wordt meer dan 100 keer verkocht



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende afzetcategorie, gemiddeld over alle boekwinkels. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de boekwinkels.

Verschillen in inkoopdatum

De invloed van de eerste datum van inkoop kon niet expliciet worden meegenomen in de analyses, omdat deze data voor de boekhandels niet bekend is. De afzet (en omzet) kan evenwel gedeeltelijk afhangen van deze inkoopdatum. Op basis van de analyses op de steekproef van uitgevers in hoofdstuk 5 kan worden verwacht dat dit geen bepalende invloed heeft op het type uitkomsten²⁵.

Genres van goed verkopende titels

Voor de samenhang tussen genre en bijdragen aan afzet is er een onderscheid aan te brengen in variatie *tussen* genres en variatie *binnen* genres. Tabel 6.2 brengt de variatie tussen genres in kaart, gemiddeld over alle boekhandels in de steekproef. Voor elk genre en subgenre staat vermeld het aandeel van de titels (d.w.z. het aantal titels binnen een genre als aandeel van het totaal aantal titels) met de bijbehorende aandelen in de afzet en omzet. De verdeling van titels over genres bij de boekhandels (Tabel 6.2) is anders dan voor de uitgevers (Tabel 5.2). Zo zijn bij uitgevers de aandelen literaire fictie en literaire non-fictie aanzienlijk hoger dan bij de boekhandels, en is het aandeel niet-literair-cultureel lager. Dit verschil wordt verklaard door de keuze van de steekproef van uitgevers, waarbij de nadruk ligt op literaire uitgevers.

²⁵ Te meer omdat een boekwinkel pas kosten maakt bij de inkoop van titels en hierop slim inkoopbeleid kan voeren.

Tabel 6.2 Titels in de literaire genres (fictie en non-fictie) hebben een relatief grote afzet en omzet

Genre	Subgenre	Aandeel van de titels	Aandeel van de afzet	Aandeel van de omzet
Kinderboeken		20%	19%	15%
Literaire fictie		25%	37%	35%
waarvan:	Romans	5%	10%	10%
	Vertaalde romans	7%	12%	12%
	Literaire thrillers	2%	6%	5%
	Poëzie	2%	1%	1%
	Overig	9%	8%	7%
Literaire non-fictie		3%	6%	7%
Informatieve non-fictie		11%	9%	12%
waarvan:	Talen	0%	0%	0%
	Kunst	3%	1%	2%
	Geschiedenis	5%	5%	6%
	Overig	2%	2%	3%
Theologie		6%	2%	2%
Filosofie		2%	2%	2%
Mens & maatschappij		5%	4%	4%
Niet-literair-cultureel		28%	21%	23%
Som		100%	100%	100%
Totale omvang binnen steekproef		58.316 titels	3.246.127 ex.	€ 56.464.289

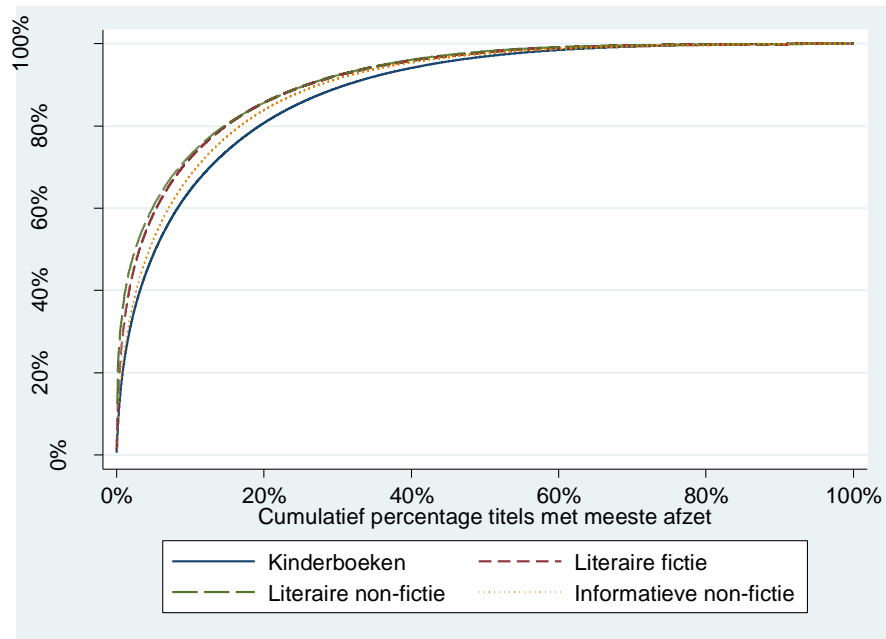
Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

De conclusies aangaande de genres die een groot aandeel van de afzet en omzet genereren zijn hetzelfde als in paragraaf 5.1. Uit Tabel 6.2 volgen twee genres waarbij het aandeel in de afzet en omzet groter is dan het aandeel in de titels: literaire fictie en literaire non-fictie. Literaire boeken hebben dus gemiddeld genomen een grotere afzet en omzet dan de overige genres. Een nadere uitsplitsing laat zien dat dit effect vooral gedreven wordt door de Nederlandstalige en vertaalde romans. Nederlandstalige romans beslaan ongeveer vijf procent van het assortiment van boekhandels, en leveren tien procent van de totale omzet. Vertaalde romans beslaan zeven procent van het assortiment, en leveren twaalf procent van de totale omzet.

Tabel 6.2 laat zien dat literaire titels *gemiddeld* een hogere afzet en omzet genereren dan titels in andere genres. Het zegt nog niet iets over de variatie van titels binnen genres. De variatie binnen het genre literaire fictie is in de tabel al enigszins te zien aan het subgenre poëzie waarbij de aandelen in de afzet en omzet iets onder het aandeel in de titels liggen.

Literaire boeken hebben een iets grotere variatie in afzet dan andere genres. Figuur 6.4 plot de Lorenz-curven van de afzet onderverdeeld naar de genres kinderboeken, literaire fictie, literaire non-fictie, en informatieve non-fictie. De Lorenz-curve voor literaire fictie en literaire non-fictie liggen vrijwel gelijk en wijzen op de grootste ongelijkheid. De variatie in afzet is het kleinst voor kinderboeken (de Lorenz-curve ligt het laagst). Merk op dat de verschillen tussen genres kleiner zijn binnen de steekproef van de boekhandels dan binnen de steekproef van de uitgevers (zie hoofdstuk 5).

Figuur 6.4 Binnen literaire boeken is er meer variatie in afzet dan binnen kinderboeken



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.

NB: Lorenz-curven over alle boekhandels in de steekproef, voor vier genres.

De Lorenz-curven met betrekking tot omzet zijn vrijwel identiek aan Figuur 6.4 voor de afzet. Dit komt doordat de variatie in boekenprijzen binnen genres kleiner is dan tussen genres. Kinderboeken zijn bijvoorbeeld typisch goedkoper dan boeken voor volwassenen.

Dat er in vergelijking met uitgevers minder verschillen zijn tussen boekhandels onderling wat betreft de variatie in afzet en omzet, kan worden verklaard uit het feit dat veel boekhandels een breed en aantrekkelijk aanbod voor hun klanten proberen aan te bieden, en daarom vaak veel verschillende genres aanbieden, gemiddeld genomen meer dan een uitgever.

Conclusies

Alle boekhandels hebben te maken met een grote variatie in afzet en omzet tussen titels. De data-analyses bevestigen de hypothese dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de afzet en de omzet. Dit betreft een relatief klein aandeel titels. Meer dan de helft van de totale afzet en omzet komt gemiddeld voort uit 5 procent van de titels. Merk op dat dit verschilt van de steekproef van uitgevers (zie hoofdstuk 5), waarbij de helft van de totale afzet en omzet gemiddeld voortkomt uit 10 procent van de titels.

De gevonden variatie hangt samen met genre. De literaire genres (fictie en non-fictie) hebben een groter aandeel in de omzet en afzet dan op basis van het aantal titels kan worden verwacht. Binnen genres is de variatie het grootst bij literaire fictie- en non-fictieboeken, en het kleinst bij kinderboeken.

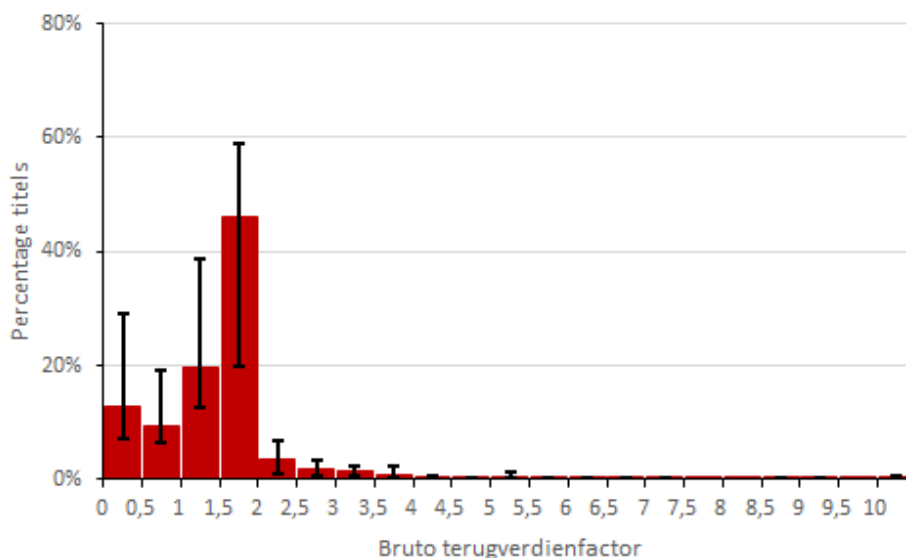
6.2 Relatie directe kosten en omzet

Deze paragraaf behandelt indicatoren voor kruissubsidiëring door boekwinkels die net als bij de uitgevers (zie paragraaf 5.2) uitgaat van de relatie tussen directe kosten (kosten die direct samenhangen met de verkoop van een specifieke boektitel) en omzet op titelniveau.²⁶ De hypothese is dat een deel van de titels een relatief hoge ‘terugverdienfactor’ kent, iets dat consistent is met kruissubsidiëring onder de Wet.

De (bruto) terugverdienfactor is gedefinieerd als de omzet per titel gedeeld door de directe kosten van die titel. Merk op dat deze maatstaf de winstgevendheid niet in absolute termen weergeeft. Paragraaf 6.3 gaat in op ‘absolute’ maatstaven van de brutowinst.

Figuur 6.5 geeft de verdeling van de terugverdienfactor, voor alle ingekochte titels die onder de Wet vallen over de periode 2014-2015, gemiddeld over alle boekhandels.

Figuur 6.5 De verdeling van de bruto terugverdienfactor



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende categorie, gemiddeld over alle boekhandels. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de boekhandels.

NB: Titels met een terugverdienfactor groter dan 10 zijn samengenomen in de laatste balk.

Figuur 6.5 laat zien dat bijna de helft van de titels een terugverdienfactor heeft van tussen de 1,5 en 2. Een relatief klein percentage titels kent hogere terugverdienfactoren.

Tabel 6.3 beschrijft de verdeling van de bruto terugverdienfactor, gemiddeld over alle boekhandels in de steekproef. De meeste titels hebben een terugverdienfactor van tussen de 1 en 2. Bij ongeveer 22 procent van de titels (11 procent + 11 procent) is de omzet uit 2014-2015 lager dan de directe kosten; de helft daarvan blijft in deze periode geheel onverkocht. Een klein aandeel titels (ongeveer

²⁶ Omdat bij de boekwinkels de datum van eerste inkoop niet bekend is, is deze indicator wederom alleen berekend over heel 2014-2015: de directe kosten als aandeel van de omzet per titel.

4 procent) heeft een zeer hoge terugverdienfactor hoger dan 5: bij deze titels is de omzet meer dan vijf keer zo groot als de directe kosten.

Tabel 6.3 Bij 22% van de titels is de omzet uit 2014-2015 lager dan de directe kosten

Gemiddeld over boekhandels	Gemiddeld	Standaardafwijking
Percentage onverkochte titels	11%	5%
Percentage titels met bruto terugverdienfactor 0 tot 1	11%	6%
Percentage titels met bruto terugverdienfactor 1 tot 2	66%	9%
Percentage titels met bruto terugverdienfactor 2 tot 5	8%	3%
Percentage titels met bruto terugverdienfactor >5	4%	2%

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Ten opzichte van de steekproef van uitgevers (zie hoofdstuk 5) is er minder variatie tussen de titels met betrekking tot de bruto terugverdienfactor.

Conclusies

Boekhandels hebben te maken met een variatie in de terugverdienfactor van titels. Sommige bestsellers leveren een omzet van vijf of tien maal de directe kosten. Er is een aanzienlijk aandeel van gemiddeld meer dan 20 procent titels waarvoor de omzet onvoldoende is om in de betreffende periode de directe kosten te dekken. De meeste titels zitten tussen deze twee extremen in. De hypothese dat een deel van de titels een relatief hoge bruto terugverdienfactor kent, wordt door de analyses bevestigd.

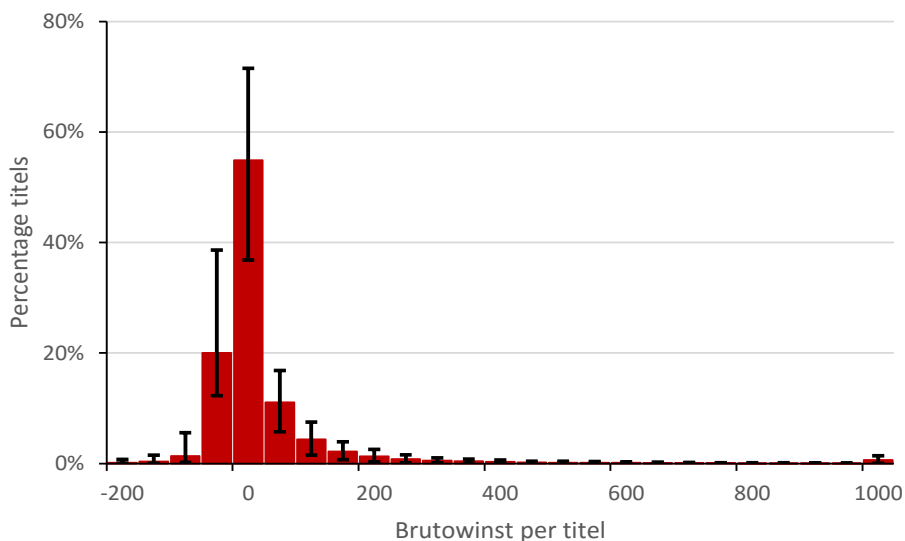
6.3 Brutowinst op titels

Deze paragraaf berekent indicatoren die uitgaan van de brutowinst op titels. De brutowinst is de omzet per titel minus de directe kosten van die titel.²⁷ De hypothese is dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de brutowinst, iets dat consistent is met kruissubsidiëring onder de Wet.

Figuur 6.6 geeft de verdeling van de brutowinst over titels. Deze verdeling heeft een relatief lange rechterstaart. Dit wijst erop dat de meeste titels relatief lage brutowinsten genereren, terwijl enkele titels juist een relatief grote brutowinst genereren.

²⁷ Het gehanteerde winstbegrip heeft betrekking op omzet en kosten zonder rentebetalingen en –ontvangsten, belastingen, bijzondere baten en lasten, afschrijving op en waardevermindering van vaste activa.

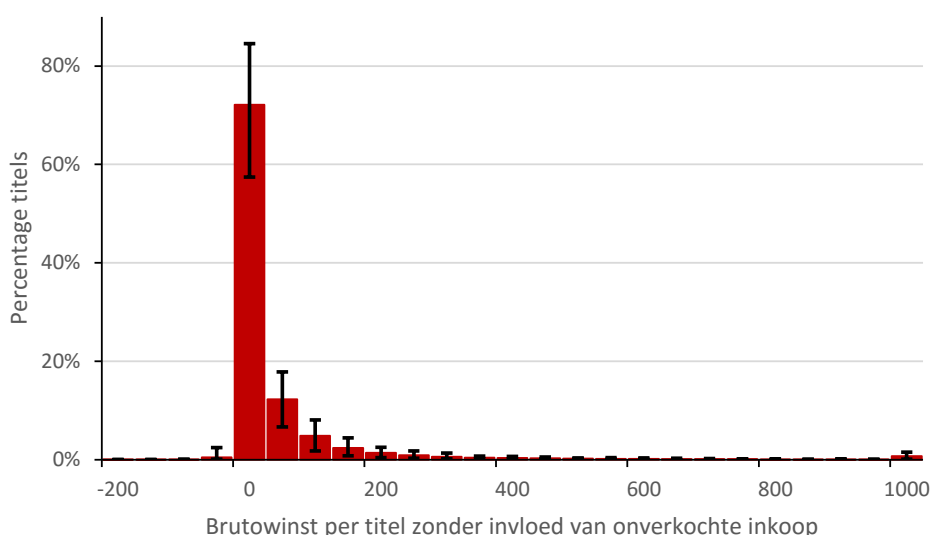
Figuur 6.6 De verdeling van de brutowinst per titel



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.
 NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende categorie, gemiddeld over alle boekwinkels. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de boekwinkels.

NB: Titels met een brutowinst hoger dan € 1.000 zijn samengenomen in de laatste balk. Figuur 6.7 schakelt de invloed van niet-verkochte boeken uit, dat wil zeggen de invloed van het feit dat boeken die ingekocht zijn, al kosten met zich hebben meegebracht, ook als ze nog niet verkocht zijn. De directe kosten per titel worden daarvoor eerst uitgedrukt als gemiddelde *per ingekocht exemplaar* van die titel. De winstgevendheid per titel wordt vervolgens berekend over alle *verkochte* exemplaren: de omzet daaruit minus de gemiddelde directe kosten per exemplaar.

Figuur 6.7 De verdeling van de brutowinst per titel zonder de invloed van onverkochte exemplaren



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels.
 NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende categorie, gemiddeld over alle boekwinkels. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de boekwinkels.

NB: Titels met een brutowinst hoger dan € 1.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

In komen vrijwel geen titels met een negatieve brutowinst voor omdat de invloed van onverkochte exemplaren is uitgeschakeld. Boekhandels maken in de regel op *verkochte* exemplaren een marge per titel: de verkoopprijs is hoger dan de inkoopprijs. Bij uitgevers ligt dit anders, omdat daar geen vaste verhouding bestaat tussen de directe kosten en de verkoopprijs (zie hoofdstuk 5).

Tabel 6.4 beschrijft de verdeling van de brutowinst, gemiddeld over alle boekhandels in de steekproef. De 22 procent titels met een negatieve titels zijn (per definitie) dezelfde titels die een terugverdienfactor hebben lager dan 1 (zie Tabel 6.3). Ongeveer 4 procent van de titels genereert de helft van de totale brutowinst van de boekwinkels; ongeveer 16 procent genereert driekwart van die brutowinst. Deze laatste twee percentages lijken heel erg op die van de uitgevers (zie hoofdstuk 5).

Tabel 6.4 Bij 22% van de titels is de omzet uit 2014-2015 lager dan de directe kosten

Gemiddeld over boekhandels	Gemiddeld	Standaardafwijking
Percentage titels met negatieve brutowinst	22%	9%
Percentage titels met hoogste brutowinst dat 50% van totale positieve brutowinst genereert	4%	1%
Percentage titels met hoogste brutowinst dat 75% van totaal positieve brutowinst genereert	16%	4%
Brutowinst uit titels met negatieve brutowinst bij boekhandel	€ -153.125	€ 176.305
Brutowinst uit titels met positieve brutowinst bij boekhandel	€ 1.336.993	€ 840.884
Totale brutowinst over titels bij boekhandel	€ 1.183.868	€ 800.959

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Evenals bij uitgevers kan de vraag worden gesteld of verliesgevende dan wel zeer winstgevende titels geconcentreerd zijn rond één of enkele genres. Tabel 6.5 toont aan dat dit ook bij boekhandels niet het geval is. Er zou sprake zijn van concentratie als het percentage bij een of enkele (sub)genres in de kolom “Titels met negatieve brutowinst” of “Titels met brutowinst > € 250” (veel) groter zou zijn dan het percentage in de kolom “Alle titels”. In het algemeen zijn verliesgevende of zeer winstgevende titels breed verspreid over genres. Wel valt op dat onder de verliesgevende titels relatief veel kunstboeken voorkomen. Onder de zeer winstgevende titels zijn vooral relatief veel titels in de genres vertaalde romans en literaire thrillers.

Tabel 6.5 Verliesgevende of zeer winstgevende titels zijn breed verspreid over genres

Genre	Subgenre	Alle titels	Titels met negatieve brutowinst	Titels met brutowinst > € 250
Kinderboeken		20%	20%	18%
Literaire fictie		25%	22%	30%
waarvan:	Romans	5%	4%	6%
	Vertaalde romans	7%	5%	10%
	Literaire thrillers	2%	1%	4%
	Poëzie	2%	2%	1%
	Overig	9%	9%	8%
Literaire non-fictie		3%	2%	4%
Informatieve non-fictie		11%	13%	11%
waarvan:	Talen	0%	0%	0%
	Kunst	3%	5%	2%
	Geschiedenis	5%	5%	6%
	Overig	2%	2%	3%
Theologie		6%	6%	3%
Filosofie		2%	2%	2%
Mens & maatschappij		5%	5%	4%
Niet-literair-cultureel		28%	30%	28%
Som		100%	100%	100%
Totale omvang binnen steekproef		58.316 titels	12.072 titels	12.758 titels

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 16 boekhandels. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Hoewel verliesgevende titels breed verspreid zijn over genres, is het wel mogelijk (sub)genres aan te wijzen die kwetsbaarder zijn voor een tegenvallende opbrengst. Naast kunst is een voorbeeld van een kwetsbaar genre poëzie. Van de circa 950 ingekochte poëziebundels (2 procent van in totaal 58.000 ingekochte titels) heeft 29 procent een negatieve brutowinst. Over het gehele titelbestand heeft 21 procent van de titels een negatieve brutowinst. Door afronding is niet in Tabel 6.5 waar te nemen dat poëzie (1,7 procent van de titels) relatief veel titels kent met een negatieve brutowinst (2,4 procent).

Conclusies

Boekhandels hebben te maken met een grote variatie in de brutowinst van titels. De meeste titels kennen een relatief lage brutowinst, terwijl enkele titels juist een relatief grote brutowinst genereren. Het maakt daarbij niet uit of de invloed van onverkochte exemplaren wel of niet wordt meegenomen. Gemiddeld ruim 20 procent van de titels kent een negatieve brutowinst. De analyses bevestigen de hypothese dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de brutowinst.

6.4 Overhead en nettoresultaat

Deze paragraaf introduceert alle andere kosten naast de directe kosten, oftewel de kosten van de ‘overhead’ van de boekwinkels²⁸. Hiermee kan de nettowinst worden berekend: de brutowinst minus de overheadkosten.

De hypothese is dat een deel van de titels verantwoordelijk is voor relatief hoge bijdragen aan de nettowinst en relatief hoge nettowinsten, en dat een ander deel negatieve nettowinsten kent. Dit is consistent met kruissubsidiëring onder de Wet.

Wij illustreren eerst het nettoresultaat en de overheadkosten van boekwinkels en berekenen vervolgens de laatste indicatoren voor kruissubsidiëring onder de Wet, gebaseerd op de nettowinst per titel.

Bedrijfsresultaat en overheadkosten

Aan de boekhandels is gevraagd de totale overheadkosten en het nettoresultaat. Dit heeft betrekking op alle verkochte boeken en andere producten van een boekhandel (tijdschriften, kantoorartikelen, horeca et cetera), dus niet alleen de nieuw ingekochte boeken die onder de Wet vallen. Het nettoresultaat van de boekhandel bestaat uit de omzet van alle boektitels en andere producten minus alle kosten.

Tabel 6.6 geeft de gemiddelde distributiekosten, de overheadkosten en het nettoresultaat per jaar. Het gemiddelde nettoresultaat is ongeveer € 185.000 winst. De variatie tussen boekwinkels is hoog; sommige maakten gemiddeld verlies over 2014 en 2015. Merk op dat distributiekosten in de praktijk niet toewijsbaar bleken aan boektitels en daarom feitelijk als overheadkosten zijn behandeld.

Tabel 6.6 Gemiddeld maken de boekhandels in het databestand €185.000 winst per jaar

Gemiddeld over boekhandels per jaar	Gemiddeld	Standaardafwijking
Distributiekosten over alle producten bij boekhandel	€ 68.032	€ 52.374
Overheadkosten over alle producten bij boekhandel	€ 940.761	€ 681.870
Nettoresultaat over alle titels bij boekhandel	€ 184.653	€ 214.775

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 9 boekhandels.²⁹

Indicator kruissubsidiëring gebaseerd op nettowinst per titel

Een indicator voor kruissubsidiëring gebaseerd op de *nettowinst* per titel vereist net als bij de uitgevers dat de overheadkosten worden omgeslagen per titel. Een reden om zo’n indicator te berekenen is dat op deze manier duidelijker wordt dat als alle kosten die samenhangen met het uitgeven van boeken worden meegenomen, boeken minder winstgevend zijn. Daarnaast geeft een

²⁸ Vervoerskosten e.d. vallen daarbij feitelijk onder de kosten van overhead, omdat deze door de boekwinkels niet aan specifieke titels worden toegerekend. Het gehanteerde winstbegrip heeft betrekking op omzet en kosten zonder belastingen.

²⁹ De analyses in deze paragraaf hebben betrekking op negen boekwinkels, in plaats van zestien zoals in de rest van dit hoofdstuk. Van zeven boekhandels zijn namelijk geen gegevens over de overhead verkregen. Bijlage B beschrijft de steekproef van de negen plus zeven boekhandels.

indicator gebaseerd op de nettowinst meer informatie over de variatie in winstgevendheid tussen titels dan indicatoren die enkel op brutowinstgevendheid zijn gebaseerd.

Een algemene kanttekening is dat het nog moeilijker is dan bij uitgevers om overheadkosten van een fysieke boekwinkel vast te stellen of deze te vergelijken tussen boekwinkels. Sommige boekwinkels zijn onderdeel van een keten of een franchise of zijn onderdeel van een inkoopcombinatie. Sommige boekwinkels kennen meerdere vestigingen. Boekwinkels kunnen van elkaar verschillen in het aandeel non-books.

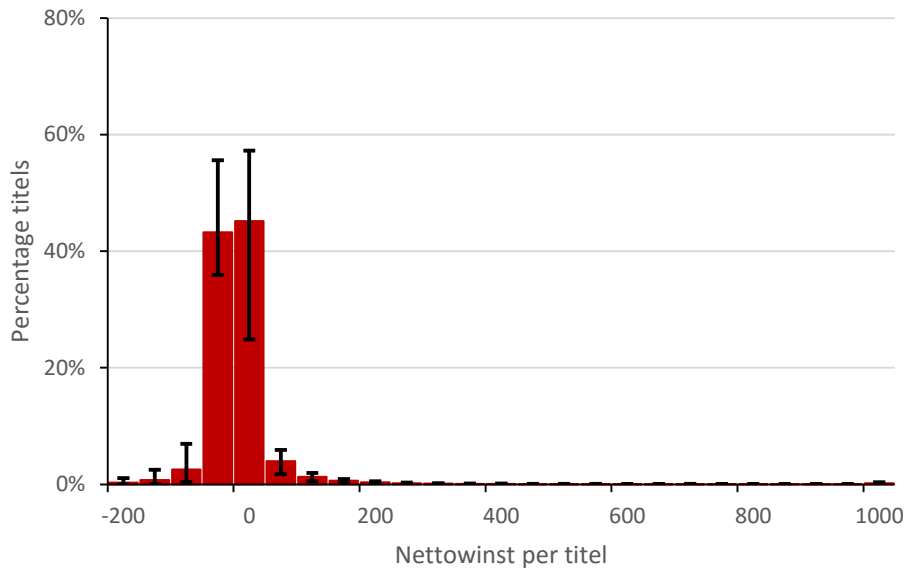
De toerekening van de overheadkosten aan titels gebeurt als volgt.³⁰ Eerst bepalen we welk deel van de totale distributiekosten en overige overheadkosten per boekhandel toe te rekenen is aan titels die in 2014-2015 zijn ingekocht en onder de Wet vallen.³¹ Dat deel van de overheadkosten wordt vervolgens gedeeld door het totaal aantal verkochte exemplaren van alle in 2014-2015 ingekochte titels die onder de Wet vallen, zodat een gemiddelde per exemplaar ontstaat. Dit gemiddelde per exemplaar wordt per titel (die in 2014-2015 is ingekocht en onder de Wet) vermenigvuldigd met het totaal aantal verkochte exemplaren van die titel.

Op basis hiervan kunnen ‘netto’ indicatoren worden berekend van de ‘bruto’ indicatoren van paragraaf 6.3. geeft aldus de nettowinst per titel.

³⁰ Over hoe overheadkosten toegerekend worden aan nieuwe titels, kunnen verschillende argumenten bestaan. Zo ligt het voor de hand dat titels die meer verkopen meer marketingkosten en andere personeelskosten hebben gekend. Andere kostenposten zijn evenwel niet gerelateerd aan het aantal verkopen, zoals huisvestingskosten. Omdat vervoerskosten, opslagkosten en dergelijke geen onderdeel uitmaken van de directe kosten, maar van de overhead, ligt het voor de hand dat ten minste een deel van de overheadkosten ‘meebeweegt’ met aantallen exemplaren.

³¹ Dit baseren we op het aandeel van de titels die in 2014-2015 zijn ingekocht en onder de Wet vallen in de totale omzet. Dit aandeel ligt over de negen boekhandels gemiddeld op 50 procent, met uitschieters van 24 en 74 procent.

Figuur 6.8 De verdeling van de nettowinst per titel



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 9 boekhandels.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende categorie, gemiddeld over alle boekwinkels. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de boekwinkels.

NB: Titels met een nettowinst hoger dan € 1.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

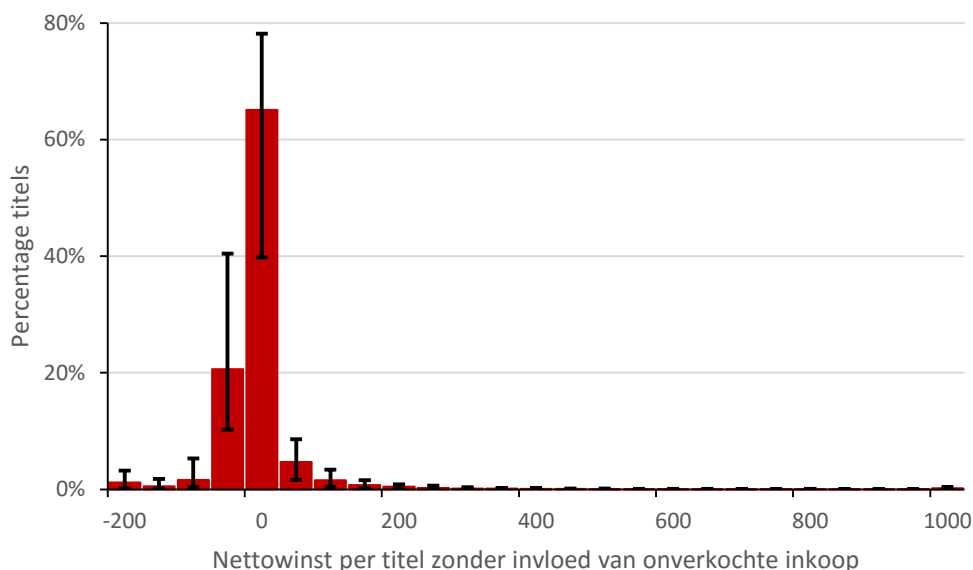
NB: Titels met een nettowinst lager dan € -200 zijn samengenomen in de eerste balk.

De nettowinst per titel kent een zeer sterke concentratie rondom nul. Deze concentratie is sterker dan bij de uitgevers (zie hoofdstuk 5). Slechts enkele titels kennen grotere verliezen of juist grotere winsten. Merk wel op dat de absolute waarden hier minder zeggen dan de spreiding, dit vanwege de wijze waarop de overheadkosten zijn omgeslagen over de titels (de totale overheadkosten zijn omgeslagen over de verkochte exemplaren boeken, terwijl de overhead ook non-books betreft).

Figuur 6.9 geeft de nettowinst per titel, nu zonder de invloed van niet-verkochte boeken³². Het patroon is hetzelfde.

³² In formulevorm: $\text{totale omzet titel} - ((\text{directe kosten titel} + \text{toegerekende overheadkosten titel}) / \text{totale inkoop titel}) * \text{totale afzet titel}$.

Figuur 6.9 De verdeling van de nettowinst per titel zonder invloed oververkochte exemplaren



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 9 boekhandels.

NB: Elke rode balk geeft het percentage titels in de betreffende categorie, gemiddeld over alle boekwinkels. De eindpunten van elke zwarte lijn geven het minimum en maximum percentage over de boekwinkels.

NB: Titels met een brutowinst hoger dan € 1.000 zijn samengenomen in de laatste balk.

NB: Titels met een brutowinst lager dan € -200 zijn samengenomen in de eerste balk.

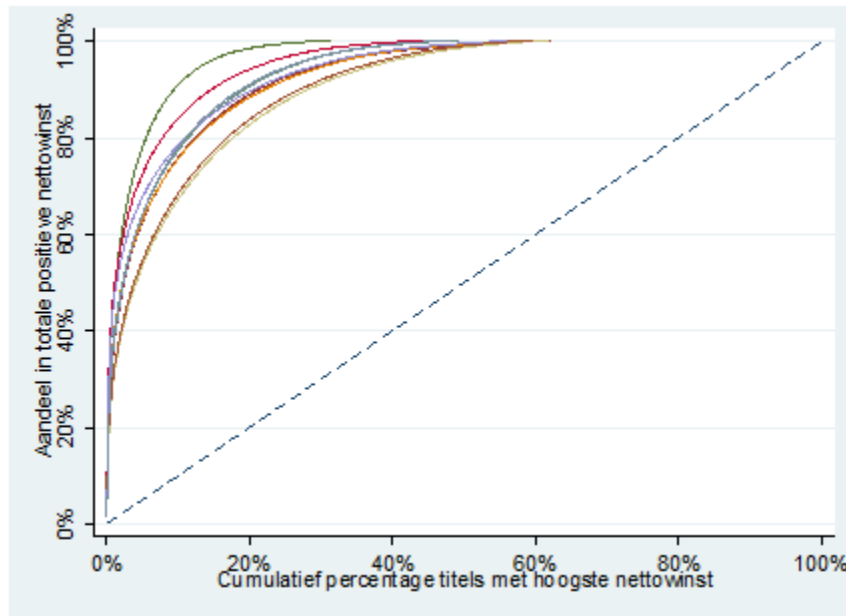
Tabel 6.7 beschrijft de verdeling van de nettowinst per titel, gemiddeld over alle boekhandels in de steekproef. Gemiddeld genomen kent ongeveer 47 procent van de titels verlies, nadat de overheadkosten zijn toegerekend. Dit percentage ligt lager dan bij de uitgevers (zie hoofdstuk 5). Ongeveer 2 procent van de titels genereert de helft van de nettowinst, ongeveer 9 procent genereert driekwart van de nettowinst. De verdeling van de titels is zoals gezegd belangrijker dan de absolute uitkomsten, dit vanwege de wijze van toerekening van de overheadkosten (de totale overheadkosten zijn omgeslagen over de verkochte exemplaren boeken, terwijl de overhead ook non-books betreft). Figuur 6.10 illustreert nogmaals dat een klein deel van de titels met positieve nettowinst een groot deel van die nettowinst genereert.

Tabel 6.7 Bij 47% van de titels is de omzet uit 2014-2015 lager dan de toegerekende kosten

Gemiddeld over boekhandels	Gemiddeld	Standaardafwijking
Percentage titels met negatieve nettowinst	47%	10%
Percentage titels met hoogste nettowinst dat 50% van totale positieve nettowinst genereert	2%	1%
Percentage titels met hoogste nettowinst dat 75% van totaal positieve nettowinst genereert	9%	3%
Nettowinst uit verlieslatende titels bij boekhandel	€ -228.314	€ 155.667
Nettowinst uit winstgevende titels bij boekhandel	€ 419.652	€ 246.342
Totale nettowinst over titels bij boekhandel	€ 191.338	€ 198.033

Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 9 boekhandels. Percentages zijn afgerond op gehele getallen.

Figuur 6.10 Een klein deel van de titels met positieve nettowinst genereert een groot deel van die nettowinst genereert



Bron: SEO Economisch Onderzoek o.b.v. data van 9 boekhandels.

NB: Lorenz-curven voor elk van de boekhandels in de steekproef. De stippellijn geeft de theoretische situatie weer dat elke titel dezelfde (positieve) nettowinst genereert.

Conclusies

Net als bij uitgevers is bij boekhandels een klein aantal titels verantwoordelijk voor een groot gedeelte van de nettowinst.

6.5 Conclusies

De in dit hoofdstuk berekende indicatoren bevestigen alle de hypothese dat een deel van de titels bij boekhandels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de bijdrage aan de winstgevendheid. Dit betreft bovendien een relatief klein aandeel titels. Dit geldt voor de afzet, de omzet, de bruto terugverdienfactor, de brutowinst en de nettowinst op boektitelniveau.

Voor de mate van kruissubsidiëring is de variatie in nettowinst tussen boektitels het meest relevant. Het aandeel titels met een *negatieve* nettowinst is in de steekproef gemiddeld ongeveer 47 procent (dit was 22 procent titels met een negatieve *brutowinst*). Hier staat tegenover dat gemiddeld ongeveer 2 procent van de titels de helft van de totale nettowinst van boekwinkels genereert, en gemiddeld ongeveer 9 procent van de titels driekwart van de totale nettowinst. Dit zijn sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door boekwinkels.

7 Motieven voor kruissubsidiëring

De drie belangrijkste motieven voor uitgeverijen en boekhandels om te kruissubsidiëren worden alle genoemd in de afgenomen interviews: kruissubsidiëring om strategische redenen, kruissubsidiëring ‘achteraf’ omdat vooraf niet met zekerheid kan worden vastgesteld welke titels succesvol worden en individuele oftewel niet-bedrijfsmatige overwegingen.

Dit hoofdstuk behandelt de motieven voor kruissubsidiëring, die zijn onderzocht aan de hand van interviews. Zoals in hoofdstuk 3 is besproken zijn er zes interviews met boekwinkels gehouden, één interview met bol.com en zes interviews met uitgeverijen. Zie Bijlage B voor details over de geïnterviewde partijen.

7.1 Opzet interviews

De drie belangrijkste motieven voor uitgeverijen en boekhandels om te kruissubsidiëren zijn (Appelman & Van den Broek, 2002, zie ook hoofdstuk 2):

1. economies of scope: kruissubsidiëring ‘vooraf’, om strategische redenen: slechter lopende titels verbreden bijvoorbeeld het assortiment van een winkel en trekken daardoor meer klanten;
2. kruissubsidiëring ‘achteraf’ omdat vooraf niet met zekerheid kan worden vastgesteld welke titels succesvol worden;
3. individuele oftewel niet-bedrijfsmatige overwegingen.

In de praktijk kunnen en zullen deze motieven door elkaar lopen. Dit bemoeilijkt het ‘uit elkaar trekken’ van deze motieven. Een strategie om een breed assortiment te voeren, bijvoorbeeld, betekent niet noodzakelijkerwijs een (bewuste) strategie om kruissubsidiëring toe te passen. In het onderzoek naar de motieven zijn de interviewvragen daarom opgedeeld in op elkaar opvolgende blokken of onderdelen, die erop gericht zijn zoveel mogelijk informatie te genereren over de verschillende motieven. Deze onderdelen zijn:

- assortimentskeuze en prijszetting;
- verschillen in rendementen tussen de titels en kruissubsidiëring ‘achteraf’;
- kruissubsidiëring onder de Wet; en
- kruissubsidiëring door de Wet.

De vragen in het blok *Assortimentskeuze en prijszetting* zijn gericht op de wijze waarop boekhandels en uitgevers hun ‘assortiment’ (uit te geven boeken, boeken in de winkel) samenstellen en hun prijzen vaststellen. In dit blok is niet rechtstreeks gevraagd naar kruissubsidiëring. Door te vragen naar de overwegingen bij de assortimentskeuze en prijszetting wordt duidelijk in hoeverre er bijvoorbeeld een breed assortiment wordt gevoerd en in hoeverre dat gebeurt om klanten te trekken, vanwege ‘risicospreiding’ (onzekerheid over welke titels succesvol gaan worden) en vanwege niet-bedrijfsmatige overwegingen.

De vragen in het blok *Verschillen in rendementen tussen de titels en kruissubsidiëring achteraf* gaan over twee samenhangende onderwerpen. Ten eerste over de mate waarin een uitgever of boekhandel zich bewust is van verschillen in rendementen tussen titels. Dit bewijst op zich niets over het wel of niet

plaatsvinden van kruissubsidiëring, maar geeft wel aan in hoeverre kennis van rendementsverschillen een rol kan spelen in beslissingen om al dan niet te kruissubsidiëren. Ten tweede over het belang van het tweede motief: kruissubsidiëring ‘achteraf’. Een belangrijk onderscheidend kenmerk van dat motief is dat een boekhandelaar of uitgever, wetende dat een titel niet heeft bijgedragen aan de winst, achteraf liever die titel *niet* had gevoerd. Er zijn daarom vragen gesteld over de mate waarin een boekhandelaar of uitgever achteraf gezien liever titels niet had uitgebracht of ingekocht, of in mindere mate. Als verliesgevende titels met de kennis achteraf óók wel in het assortiment waren opgenomen, is doorgevraagd naar de motieven daarvoor. Is dit een strategie om via assortimentsverbreding meer klanten te trekken, of spelen vooral niet-bedrijfsmatige overwegingen een rol?

In het blok *Kruissubsidiëring onder de Wet* is gevraagd naar kruissubsidiëring. In welke mate vinden uitgever en boekhandelaar dat zij aan kruissubsidiëring doen, dat wil zeggen: dat goedlopende titels de winst genereren om slechter lopende titels in hun assortiment te kunnen (blijven) opnemen?

Het afsluitende blok *Kruissubsidiëring door de Wet* betreft de vraag wat een uitgever of boekhandelaar anders zou doen, zou de Wet worden afgeschaft (en een soortgelijke prijsbinding niet terug zou komen). Wat betekent dat voor assortimentskeuze, prijsstelling en kruissubsidiëring?

7.2 Uitkomsten interviews

De uitkomsten presenteren we per onderdeel, waarbij we ons richten op overeenkomsten en verschillen tussen boekwinkels onderling en uitgever onderling³³ en ook tussen uitgever enerzijds en boekwinkels anderzijds.

Assortimentskeuze en prijszetting

Bij de geïnterviewde *uitgevers* is een terugkerend element dat per boek een contract wordt afgesloten, terwijl er tegelijkertijd wel een langetermijnrelatie met auteurs wordt opgebouwd. Er bestaat nog steeds wel zoiets als een ‘gentleman’s agreement’ tussen uitgever en auteur, maar inmiddels stappen auteurs vaker over.

Het is volgens alle geïnterviewde uitgever van belang dat de boeken aansluiten bij de identiteit, het imago (en het specialisme) van de uitgever. Aangezien consumenten vaak niet weten bij welke uitgever een auteur zit of bij welke uitgever een bepaald boek is verschenen, gaat het hierbij om het imago richting auteurs, richting boekwinkels en richting de media.

Bij de meeste geïnterviewde uitgever is de verwachte winstgevendheid van een nieuwe titel niet een overheersende factor om een specifiek boek in het uitgeverfonds op te nemen. Vijf van de zes geïnterviewde uitgever accepteren een hoger risico op een verliesgevend boek (of zelfs een bijna-zekerheid dat een boek zichzelf niet zal terugverdienen) vanwege de binding met de auteur of omdat het boek heel goed past bij de identiteit van de uitgeverij.

³³ Bij de uitkomsten uit de interviews onder uitgever is geen onderscheid gemaakt tussen meer commerciële en meer literaire uitgever. Ten eerste is dit onderscheid moeilijk vast te stellen, en ten tweede omdat antwoorden hiermee herleidbaar zouden kunnen worden tot individuele uitgever.

De meeste geïnterviewde uitgevers zeggen dat je bijna nooit precies weet welk boek het goed gaat doen en vier van de zes geïnterviewde uitgevers concluderen daaruit dat je voldoende titels nodig hebt om de ‘succesfactor’ af te dwingen.

De exacte overwegingen om een boek in het uitgeversfonds op te nemen verschillen tussen de geïnterviewde uitgevers, met name in de manier waarop er van tevoren bij een nieuwe boektitel wordt berekend wat de omzet moet zijn om voldoende bij te dragen aan de winstgevendheid van de uitgeverij (dekking van overhead) en hoe vaak verliesgevende boeken (waarbij dat van tevoren al bekend is) worden geaccepteerd. Eén geïnterviewde uitgever zegt nooit boeken uit te geven waarvan van tevoren bekend is dat ze verliesgevend zullen zijn.

Vijf van de zes geïnterviewde uitgevers zeggen dat er (per genre) een maximumprijisperceptie is bij de consument, waarboven je een boek moeilijk verkocht krijgt. Hier wordt rekening mee gehouden. Prijzen worden soms verlaagd om een nieuwe impuls te geven aan de verkoop, maar vaker (bij juist goedlopende boeken) in de vorm van midprice-edities en pocketedities.

Bij de geïnterviewde *boekhandels* wordt vaak genoemd dat de track record van de auteur, het prestige en de inspanningen van de uitgeverij en het passen bij de (brede) assortimentssamenstelling (uitstraling richting consument/klantenkring, niet zozeer risicospreiding) belangrijk zijn bij de inkoopbeslissing. Ook worden ‘must haves’/ ‘must stocks’ genoemd. Er wordt meerdere malen gesteld dat je een boek alleen inkoopt als je verwacht dat het wordt verkocht, terwijl twee van de zes boekhandels zeggen dat sommige titels enkel voor de assortimentsbreedte worden ingekocht. Boekhandels binnen een inkoopcombinatie bepalen hun assortiment vrijwel geheel zelfstandig; bij niet-zelfstandige winkels beslist een winkel niet geheel zelf of helemaal niet zelf.

Een *online winkel* heeft als voordeel dat een groot assortiment kan worden aangeboden, wat de vraag kan aanwakkeren. Een fysieke winkel geeft meer persoonlijk contact en kennis en de fysieke aanwezigheid kan aankoopbevorderend werken.

Verschillen in rendementen tussen titels en kruissubsidiëring ‘achteraf’; kruissubsidiëring onder de Wet op dit moment

De helft van de geïnterviewde uitgevers geeft in de interviews expliciet aan dat ze zich ervan bewust zijn dat een bepaald percentage van de uitgegeven boeken relatief veel winst genereert waarmee het verliesgevende deel van boeken kan worden gedekt. De genoemde percentages verschillen. De meeste overige uitgevers geven desgevraagd aan dat er sprake is van kruissubsidiëring. In een enkel geval geeft een geïnterviewde uitgever aan in beginsel geen verlies op een boek te accepteren.

Alle geïnterviewde uitgevers doen actief aan nacalculaties of het op andere wijze bijhouden ‘hoe de boeken het doen’. Dit kan consequenties hebben voor de huidige marketing of de toekomstige samenstelling van het fonds, maar niet elke geïnterviewde uitgever noemt dit.

Vijf van de zes geïnterviewde *boekhandels* zeggen dat er sprake is van kruissubsidiëring (d.w.z. verschil in winstgevendheid van titels), maar de mate waarin dit plaatsvindt (en de mate waarin er bewust naar wordt gekeken) verschilt tussen de geïnterviewden. Boeken die beter verkopen kennen een hogere inkoopkorting én hogere verkoopaantallen. De helft van de geïnterviewden noemt expliciet het verschil en de relatie tussen ‘rendement’ (de bestsellers) en (breedte van het) ‘assortiment’. Minder goed lopende boeken worden in kleinere oplages ingekocht.

Een *online winkel* kent waarschijnlijk minder variatie in winstgevendheid van boektitels dan een fysieke winkel.

Kruissubsidiëring door de Wet

In dit onderdeel kregen uitgevers en boekhandels de vraag voorgelegd wat zij anders zouden doen indien de Wet zou worden afgeschaft (en een soortgelijke prijsbinding niet terug zou komen).

De door de geïnterviewde *uitgevers* vaakst genoemde consequenties zijn:

- Er vindt een prijsdrukkend effect plaats;
- Er zal een verschuiving plaatsvinden naar bekende schrijvers en bestsellers; nieuwe auteurs krijgen het moeilijker; uiteindelijk betekent dit minder titels;
- Er zal een verschuiving plaatsvinden naar grotere retailers;
- (Literaire) boekwinkels gaan failliet en uitgeverijen gaan geen of minder literaire boeken uitgeven;
- De risico's voor de uitgever worden groter. Prijsdalingen zullen (voor de uitgevers) niet worden gecompenseerd door verkoopstijgingen;
- Marktaandeel online zal toenemen.

De door de geïnterviewde *boekhandels* vaakst genoemde consequenties zijn:

- Grote retailers gaan lage prijzen (voor bestsellers) hanteren, daar kunnen de (zelfstandige) boekwinkels niet tegenop;
- Vershraling van het assortiment; de totale markt neemt af. De prijsdalingen leiden niet tot voldoende vraagvergroting. Uitgevers zullen afzien van boeken die daarvoor in relatief kleine oplages verschenen;
- De prijs van niet-bestsellers zal gelijk blijven of stijgen;
- Verschuiving naar online;
- Boekwinkels zullen (meer) andere producten gaan aanbieden.

7.3 Conclusies

De drie belangrijkste motieven voor uitgeverijen en boekhandels om te kruissubsidiëren worden alle genoemd in de interviews: economies of scope om strategische redenen, kruissubsidiëring 'achteraf' omdat vooraf niet met zekerheid kan worden vastgesteld welke titels succesvol worden en individuele oftewel niet-bedrijfsmatige overwegingen. Hoewel wordt onderkend dat vooraf weinig is te voorspellen over verkoopaantallen van een specifiek boek, is de indruk uit de interviews dat de samenstelling van het fonds/de assortimentsbreedte om strategische redenen een belangrijkere rol speelt. In ieder geval gaan uitgevers en boekwinkels daar bewust mee om.

Bij de geïnterviewde uitgevers lijken niet-bedrijfsmatige redenen iets meer een rol te spelen dan bij de geïnterviewde boekwinkels (bij de keuze voor boeken). In plaats daarvan lijken boekwinkels iets meer gebruik te maken van kruissubsidiëring 'achteraf' dan uitgevers. Zowel binnen de uitgevers als binnen de boekwinkels is er variatie in de mate waarin risico's op verliesgevendheid of minder winstgevendheid worden geaccepteerd. Enkele geïnterviewden zeggen een boek niet uit te geven of in te kopen als van tevoren 'bekend' is dat het verliesgevend c.q. slecht-verkopend zal zijn.

8 Interpretatie en synthese

Studies naar de effecten van verticale prijsbinding op de boekenmarkt in andere landen zijn niet zonder meer bruikbaar voor eenduidige kwantitatieve inschattingen van effecten van de Wet op de financiële ruimte voor kruissubsidiëring. Op de vraag welke additionele financiële ruimte de Wet biedt voor kruissubsidiëring heeft dit onderzoek dan ook geen antwoord kunnen geven. Op basis van de kwantitatieve analyses kan wel het huidige belang van kruissubsidiëring kwantitatief worden geïllustreerd.

Paragraaf 8.1 bespreekt de inzichten uit eerdere literatuur, gericht op empirisch bewijsmateriaal met betrekking tot de gevolgen van het introduceren of afschaffen van prijsbinding op de boekenmarkt. Paragraaf 8.2 gebruikt de uitkomsten uit hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6 om het belang van de huidige kruissubsidiëring kwantitatief te illustreren. Paragraaf 8.3 zet de inzichten van het onderzoek op een rij. Paragraaf 8.4 sluit af met een korte indruk van de wijzigingen die zouden kunnen optreden in de markt voor boeken indien er geen wettelijke verticale prijsbinding meer zou bestaan.

8.1 Inzichten uit eerdere literatuur

Het literatuuronderzoek in deze paragraaf is gericht op empirisch bewijsmateriaal met betrekking tot de gevolgen van het introduceren of afschaffen van prijsbinding op de boekenmarkt. Dit betreft empirisch bewijsmateriaal voor de volgende gedragsreacties:

- het effect van introductie of afschaffing van prijsbinding op de boekenmarkt op prijsconcurrentie, prijzen en prijsdifferentiatie;
- het effect van introductie of afschaffing van prijsbinding op de financiële ruimte voor kruissubsidiëring;
- het effect van introductie of afschaffing van prijsbinding op de samenstelling van het aanbod van boeken;
- het effect van prijsveranderingen op het aankoopgedrag van de consument (dit is afhankelijk van de prijselasticiteit van de vraag naar boeken).

Daarnaast is literatuur gezocht die empirisch bewijs levert voor verschillen tussen landen in termen van prijzen, de samenstelling van het aanbod van boeken en kruissubsidiëring veroorzaakt door verschillen in de mate van verticale prijsbinding. Bij de beoordeling van de literatuur is gekeken naar de toepassing op de Nederlandse situatie in de huidige tijd en de wetenschappelijke onderbouwing van de uitkomsten. Resultaten uit andere landen hoeven niet zonder meer toepasbaar te zijn op de Nederlandse situatie, bijvoorbeeld als het landen betreft die een 'internationale' taal hebben en (mede daardoor) een groter verspreidingsgebied. Resultaten uit het verleden houden mogelijk geen rekening met de invloed van internetboekwinkels en ebooks.

8.1.1 Eerdere evaluaties Nederland en kruissubsidiëring

De eerste evaluatie van de Wet (Notenboom et al., 2009) richtte zich met name op de bijdrage van de Wet aan de pluriformiteit van het titelaanbod, de brede beschikbaarheid van het boek en de publieksparticipatie. De tweede evaluatie (Bongers et al., 2014) ging naast pluriformiteit en

beschikbaarheid in op studieboeken en wetenschappelijke boeken en op digitalisering. Ook vond een actualisatie plaats van de analyse naar de effectiviteit en efficiëntie van de vaste boekenprijs zoals in 2002 uitgevoerd door Appelman en Van den Broek³⁴. Appelman en Van den Broek maakten vooral gebruik van kwalitatieve analyses (literatuuronderzoek en interviews) en voerden daarnaast enig kwantitatief onderzoek uit. Dit betrof onder meer een schatting van de gevolgen van het afschaffen van kruissubsidiëring in termen van euro's onrendabele boeken die kunnen worden gesubsidieerd. Deze analyse was evenwel noodzakelijkerwijs grotendeels gebaseerd op veronderstellingen (blz. 176-177). De analyses van Baarsma et al. (2001) betreffen schoolboeken in het voortgezet onderwijs³⁵. Buss (Bestsellers en badsellers, 2015) presenteert een verband tussen omzet en kosten en winstgevendheid per cluster, maar het betreft hier deels 'modelmatig' bepaalde kosten, 'gewogen aannames' en 'fictieve omzet'.

8.1.2 Effecten van introductie of afschaffing verticale prijsbinding op de boekenmarkt

Verenigd Koninkrijk

Dearnley en Feather (2001) beschrijven de ontwikkelingen van de boekenmarkt in het *Verenigd Koninkrijk* in de periode voor en na de afschaffing van de vaste boekenprijs (1995-2001)³⁶. Het betreft een empirische studie waarin gekeken wordt naar correlaties tussen variabelen. Er wordt een beeld geschetst van de ontwikkeling van het aantal boekhandels, het aantal titels en de boekenprijzen. Hierbij wordt gebruikgemaakt van statistieken van de boekverkopersassociatie en het Britse nationale statistiekbureau. Hiernaast zijn er interviews met 12 boekhandelaren afgenomen, eenmaal in 1997 en eenmaal in 2000. Het aantal boekhandels dat lid is van de boekverkopersassociatie is in de periode 1995-2001 gedaald met zes procent. Vooral het aantal kleine, onafhankelijke boekwinkels met tussen de 1 en 5 vestigingen is afgenomen. Alleen de grote boekhandels zijn in aantal toegenomen. De aanbevolen verkoopprijs (zonder kortingen, dus niet de consumentenprijs) is toegenomen ten opzichte van de inflatie. Consumentenuitgaven aan boeken zijn in deze periode gestegen. Het aantal titels wordt bekeken over de periode van 1997 tot 1999. Het aantal titels is in deze periode gestegen. De conclusie is dat de afschaffing van de vaste boekenprijs tot minder turbulentie heeft geleid op de boekenmarkt dan aanvankelijk werd verwacht. Er dient echter wel opgemerkt te worden dat deze studie dateert uit de periode voordat internetboekhandels groot werden.

De afschaffing van de vaste boekenprijs in het *Verenigd Koninkrijk* is ook onderzocht door Fishwick (2008) in een empirische studie waarin correlaties tussen variabelen worden bekeken, aangevuld met interviews. Er is gebruikgemaakt van diverse databestanden, waaronder data van het Britse nationale statistiekkantoor, boekverkopers- en uitgeversassociaties. De studie toont aan dat, sinds de afschaffing van de vaste boekenprijs, Britse boekenprijzen harder gestegen zijn dan de inflatie. Consumenten krijgen procentueel een hogere korting, maar de aanbevolen verkoopprijs is nog harder gestegen. De boekverkoop is meer geconcentreerd geworden (dat wil zeggen vindt plaats via minder aanbieders), vooral voor bestsellers. Dit heeft ertoe geleid dat uitgevers de aanbevolen

³⁴ Zie ook hoofdstuk 2.

³⁵ Zie ook hoofdstuk 2.

³⁶ De 'Net Book Agreement' was een prijsafspraken tussen de uitgeversvereniging en ondertekenende uitgevers over de verkoopprijs voor boeken. Sinds 1995 kon ervan worden afgeweken. Officieel is de afspraak afgeschaft in 1997.

verkoopprijs hebben verhoogd. Het marktaandeel van grote boekhandels en van gespecialiseerde boekhandels is gedaald, net als het aandeel van boekenclubs. Het aandeel van supermarkten en het internet is daarentegen sterk gestegen. Supermarkten bieden een iets grotere *range* van titels aan dan voordat de vaste boekenprijs werd afgeschaft. Ook kunnen supermarkten, samen met internetwinkels, bijna alles in hun assortiment met korting aanbieden, terwijl boekwinkels en boekenclubs hier meer moeite mee hebben. Er wordt echter niet ingegaan op de verhoudingen van assortimentsgrootte tussen de verschillende categorieën verkooppunten, waardoor er geen harde conclusies kunnen worden getrokken over of dit alleen bestsellers betreft, of ook minder courante titels. Ondanks de afgenomen marktaandelen van grote boekhandels en gespecialiseerde boekhandels is er geen directe indicatie dat het aanbod in termen van aantal titels is gedaald. Tevens lijkt het erop dat er geen afname is in de totale leesgeneigdheid.

Noorwegen

Løyland & Ringstad (2012) onderzoeken in een empirische studie, gericht op causale relaties tussen variabelen, welk systeem beter is: een vaste of een vrije(re) boekenprijs. In 2005 is de Wet voor vaste boekenprijzen versoepeld in Noorwegen; de periode van vaste prijzen is verkort³⁷ en er is een maximumkorting ingesteld waar alle verkooppunten gebruik van kunnen maken; voorheen konden alleen boekenclubs kortingen bieden³⁸. Voor de analyse wordt gebruikgemaakt van data uit diverse bronnen, waaronder statistieken van boekenverkopers, consumenten-enquêtes en algemene statistieken van het Noorse statistiekbureau. Deze data komen zowel van voor als na de verandering in het Noorse systeem van boekenprijvaststelling³⁹. De gebruikte methode is voor-en-na-analyses, waarbij de periode voor en na de introductie van de nieuwe boekenwet door middel van een ‘dummy’-variabele (een variabele die de waarde 0 of 1 aanneemt) wordt meegenomen om zo het verschil tussen de situatie voor en na de introductie van de nieuwe boekenwet te schetsen. De gebruikte techniek is het schatten van een regressievergelijking, waarbij de invloed van variabelen op het aantal verkochte boeken statistisch wordt onderzocht. In de regressievergelijking zijn controlevariabelen meegenomen voor tijd, consumentensentiment, het aantal boekwinkels per inwoner, aantal boeken geleend bij de lokale bibliotheek en verscheidene demografische variabelen, elk voor 88 regio’s. De afhankelijke variabele is het aantal verkochte boeken in deze regio’s, onderverdeeld in vier subcategorieën: fictie, crime, poëzie en korte verhalen, en non-fictie. De boekenprijzen zijn licht afgenomen, waarschijnlijk door de maximumkorting. Er zijn meer boeken verkocht, voornamelijk fictie. De diversiteit van het fictie-aanbod gemeten in marktaandeel is licht gedaald, maar dit was al een trend voordat de Wet werd ingevoerd. Gemeten in aantallen beschikbare titels is het fictie-aanbod licht gestegen. Voor non-fictie is het aanbod vrijwel stabiel gebleven. Uit de studie wordt geconcludeerd dat de vaste boekenprijs in zijn geheel minder gunstig was dan de nieuwe, versoepelde regeling.

Discussie

De hierboven behandelde studies betreffen verschillende veranderingen, namelijk een afschaffing (Engeland) versus een versoepeling (Noorwegen) van een Wet vaste boekenprijs. Dit kan ten dele

³⁷ Waar voorheen de vaste prijs gold tot het eind van het volgende kalenderjaar, geldt deze onder de nieuwe regelgeving tot 30 april van het volgende jaar (<https://snl.no/Bokavtalen>).

³⁸ Ook is het exclusieve recht voor boekwinkels om schoolboeken te verkopen afgeschaft. Dit aspect, en de effecten hiervan, zijn hier buiten beschouwing gelaten.

³⁹ In Noorwegen wordt een aantal exemplaren van elk boek gekocht door de overheid ten behoeve van bibliotheken (www.kulturradet.no/innkjopsordningene). Voor zover ons bekend heeft dit geen invloed op de analyses van Løyland & Ringstad (2012).

het verschil in gevonden effecten verklaren, zoals het effect op de consumentenprijzen van boeken. Een overeenkomst is dat voor Noorwegen en voor Engeland geen negatieve effecten op het aantal beschikbare titels worden gevonden. In Engeland lijken door de afschaffing de marktaandeelen van supermarkten en internetwinkels te zijn gestegen ten koste van boekhandels en de boekverkoop van vooral bestsellers geconcentreerder te zijn geworden, zonder overigens een vastgesteld effect op leesgedrag. Bijkomende vragen zijn of resultaten gevonden voor Engeland wel kunnen worden gebruikt voor Nederland, dat bijvoorbeeld een kleiner taalgebied kent; en of studies uit 2001 en 2008 voldoende recent zijn om rekening te houden met de huidige trends in het aanbod van boeken via webshops. Meer in het algemeen kunnen andere factoren dan verticale prijsbinding van invloed zijn op uitkomsten als titelaanbod, prijzen en leesgedrag.

8.1.3 Vergelijking tussen landen

Een overzicht van verschillende argumenten voor en tegen de vaste boekenprijs wordt gegeven door Ringstad (2004). Op basis van theoretische argumenten en het bestuderen van vergelijkende studies en ex-ante/ex-post studies wordt besproken wat de voor- en nadelen van een vaste boekenprijs zijn ten opzichte een vrije boekenprijs. Deze studie heeft een meer kwalitatief karakter. Uit de theoretische analyse blijkt dat er veel onzekerheden zijn, waardoor een puur theoretische analyse niet volstaat. In twee vergelijkende studies wordt gekeken naar de Scandinavische landen (Noorwegen (vaste boekenprijs), Zweden (geen vaste boekenprijs), Finland (geen vaste boekenprijs) en Denemarken (hybride systeem)) en naar Australië (geen vaste boekenprijs), Canada (geen vaste boekenprijs), het Verenigd Koninkrijk (vaste boekenprijs) en de Verenigde Staten (vaste boekenprijs). Uit deze studies komt geen sluitend bewijs waaruit blijkt dat een van beide systemen superieur is over het andere. In de ex-post/ex-ante studies wordt gekeken naar Zweden, Australië en Engeland voor en na de afschaffing van de vaste boekenprijs. In Zweden is een aantal veranderingen zichtbaar, maar deze passen in een langere trend en zijn soms nog sterker in Noorwegen, waar de vaste boekenprijs niet was afgeschaft in dezelfde periode. In Australië zijn er geen dramatische veranderingen te zien. In het Verenigd Koninkrijk zijn er wel enkele verschillen te zien: bestsellers worden op meer plaatsen aangeboden, boekenprijzen voor nicheboeken zijn gestegen (door een relatief inelastische vraag voor nicheboeken heeft dit niet geleid tot een verhoudingsgewijs even sterke afname van de vraag, en dus wel tot een hogere omzet voor boekhandels)⁴⁰, over het algemeen zijn uitgevers en boekhandels beter af en het titelaanbod is toegenomen. Het kan echter niet met zekerheid gezegd worden dat deze effecten puur door de afschaffing van de vaste boekenprijs zijn veroorzaakt. In deze periode kende Engeland een periode van economische groei. Concluderend valt er geen uitspraak voor het ene of andere systeem te doen.

Larsen et al. (2012) (gebaseerd op Rønning et al., 2012) vergelijken de overeenkomsten en verschillen van *West-Europese* landen met en zonder vaste boekenprijs⁴¹. Ze stellen vast dat deze landen veel verschillen kennen in marktstructuur, concentratie van de verkoop van boeken (dat wil zeggen veel aanbieders van boeken of juist weinig) en dergelijke, dat er geen uniforme Europese statistieken bestaan en dat ervaringen in het ene land niet zomaar kunnen worden geprojecteerd op een ander land. Uit bestudering van vergelijkende onderzoeken zou blijken dat er geen verschil is in totale boekenverkoop, maar dat in landen met een vrije boekenprijs meer bestsellers worden

⁴⁰ Op niet-courante boeken en nicheboeken wordt doorgaans weinig korting gegeven.

⁴¹ We behandelen hier de uitgebreidere (en Engelstalige) studie van Rønning et al. (2012).

verkocht, terwijl er in totaal minder titels worden aangeboden. Het is onduidelijk hoe deze conclusies precies tot stand zijn gekomen: er lijken geen causale verbanden te worden bedoeld. In termen van gemiddelde prijzen en concentratie van het aanbod zouden er geen verschillen waarneembaar zijn. Verwarrend genoeg wordt in hetzelfde rapport (blz. 63) geconcludeerd dat gemiddelde prijzen sterker stijgen bij een systeem van vrije prijzen, wat interpretatie van dit rapport bemoeilijkt.

De studie van Larson et al. (2012) is recenter en omvat meer landen, maar de studie is beschrijvend van aard. Ringstad (2004) lijkt diepgravender, maar kijkt naar een beperkter aantal landen en gebruikt oudere literatuur (uit 1985 tot en met 2001).

Het Nordic Book Statistics Report (Forlaeggerforeningen et al., 2014) maakt gebruik van data van de uitgeversverenigingen in Denemarken, Noorwegen, Zweden, Finland en IJsland. Data van verkochte boeken, aantallen gepubliceerde titels, aantallen boekwinkels en verkochte boeken per genre zijn gegeven over de periode 2010 tot en met 2014. De vaste boekenprijs is in 2011 afgeschaft in Denemarken en getracht is vergelijkingen te maken met de andere landen waar geen beleidswijziging plaatsvond. Niet voor elke variabele zijn evenwel voor de hele periode data beschikbaar, en een analyse van causale relaties vindt niet plaats. Een van de conclusies is dat over het algemeen de trend in Denemarken niet sterk lijkt af te wijken van de andere Scandinavische landen.

Discussie

Uit bovenstaande studies wordt duidelijk dat in zijn algemeenheid niet een uitspraak kan worden gedaan over de wenselijkheid van een systeem met of zonder vaste boekenprijs. Het optreden van verschillen tussen landen in termen van uitkomsten op de boekenmarkt kan niet zomaar worden toegeschreven aan verschillen in het al dan niet bestaan van een vaste boekenprijs.

8.1.4 Het effect van prijsverandering op het aankoopgedrag van de consument

De prijselasticiteit van de vraag naar boeken is de procentuele verandering in de vraag naar boeken als gevolg van een procentuele verandering in de prijs van boeken. Het teken van deze elasticiteit is naar verwachting negatief: een hogere prijs van boeken zorgt voor een lagere vraag naar boeken. Als een hogere prijs leidt tot een minder dan evenredig lagere vraag, is er sprake van een 'prijsinelastische' vraag. Als een hogere prijs leidt tot een evenredige of meer dan evenredige lagere vraag, is er sprake van een 'prijselastische' vraag.

De prijselasticiteit van de vraag naar boeken wordt geschat door Bittlingmayer (1992). Hiervoor worden data gebruikt van 1.000 titels, van *West-Duitse* uitgevers over de periode 1979 tot 1986, welke prijsinformatie, en informatie over kwantiteit, marges, royalty's en inventaris bevatten. In deze periode kende de West-Duitse boekenmarkt een vaste boekenprijs, die door uitgevers werd vastgesteld. De studie richt zich op het onderzoeken van causale relaties tussen prijsverandering en boekverkoop. De onderzochte titels worden gekenmerkt als academisch/intellectueel. Er worden twee elasticiteiten geschat, doordat uitgevers zowel de vaste verkoopprijs van boeken bepalen als de korting voor de verkoper. De prijselasticiteit wordt geschat door te kijken naar veranderingen in de prijs en de volgende vraagreacties, per boektitel. Hierbij wordt tevens gekeken naar de

elasticiteit op basis van de zogenaamde Lerner Index, om te corrigeren voor endogene veranderingen in de prijs (dat wil zeggen een verandering in de prijs als gevolg van een verandering in de vraag). De elasticiteit voor deze steekproef ligt tussen de -1,5 en de -3. Een prijsstijging leidt dus tot een procentueel grotere daling in de vraag naar een boek (en omgekeerd: een prijsdaling leidt tot een procentueel grotere stijging in de vraag).

De vraagprijselasticiteit van fictieboeken is ook geschat door Barrot et al. (2015). De schatting is gemaakt op basis van 608 titels gepubliceerd in *Duitsland* tussen 2003 en 2005. In deze periode kende de Duitse boekenmarkt een vaste boekenprijs. In deze steekproef zijn alleen boeken opgenomen die zowel als hardcover als paperback zijn uitgebracht, en waarvan meer dan 1.500 exemplaren zijn verkocht. Deze studie richt zich op het vinden van causale verbanden tussen de boekenprijs en de boekenverkoop. De schatting van de elasticiteit is gedaan op basis van een regressieanalyse. Het verkochte aantal exemplaren is gebruikt als afhankelijke variabele. Naast de verkoopprijs zijn er tal van andere variabelen meegenomen om te corrigeren voor overige effecten, waaronder het aantal pagina's, het genre en de bekendheid van de schrijver. Tevens wordt er op basis van de boekgrootte en dikte van de pagina's gekeken of er sprake is van endogeniteit van de prijsvaststelling. Uit de analyse volgt dat de prijselasticiteit van hardcovers en paperbacks sterk negatief is. Hardcover hebben een lagere prijsgevoeligheid dan paperbacks; respectievelijk een prijselasticiteit van -3,7 en -4,3.

Over deze studie kan het volgende worden opgemerkt. Ten eerste wordt de prijselasticiteit geschat op basis van verkopen van individuele boektitels, waarbij de variatie tussen boektitels wordt gebruikt. Ondanks het gebruik van meerdere verklarende variabelen heeft dit als risico dat relevante kenmerken worden gemist, zeker bij een markt als de boekenmarkt, waarbij er geen sprake is van homogene producten. Ook is het onduidelijk in hoeverre de gevonden prijsgevoeligheid op deze manier kan worden vertaald naar de volledige markt⁴². Ten tweede wordt slechts onderscheid gemaakt naar genres doordat 'novel' (roman) en 'thriller' als verklarende variabelen zijn opgenomen. Ten derde is de lagere prijsgevoeligheid van hardcovers ten opzichte van paperbacks bijna een open deur. Het eerst uitbrengen van hardcovers (tegen hogere prijzen) is een vorm van economische 'prijsdiscriminatie' om winsten te maximaliseren.

Barrot et al. (2015) geven tevens enkele resultaten uit eerdere studies, welke variëren van 0 tot -9,8. Een gedegen analyse van de (oorzaken voor) verschillen ontbreekt. Opvallend is dat de enige genoemde studie die de markt als geheel beschouwt, lagere prijselasticiteiten laat zien (tussen -1,3 en -1,4).

Goudriaan et al. (2008) schatten de prijselasticiteit van de totale vraag naar boeken in Nederland in de periode 1976-2005 en komen tot de waarde -0,84, dit in tegenstelling tot bovenstaande studies die een prijselastische vraag schatten. Onduidelijk is hoe ze de prijzen van boeken gewogen hebben tot een gemiddelde prijs. Ze geven een overzicht van eerdere studies (1982-2003), waar elasticiteiten worden gevonden tussen -3 en -0,3. Specifiek voor Nederland worden twee studies vermeld met waarden van -0,8 en -0,9. Goudriaan et al. geven als verklaring aan dat schattingen op basis van

⁴² Dat binnen een steekproef van titels, gecorrigeerd voor andere invloeden, boeken met een hogere prijs minder afzet kennen, hoeft nog niet te betekenen dat een algehele prijsverhoging eenzelfde afzetverlaging voor de gehele markt inhoudt.

individuele boektitels tot grotere prijsgevoeligheid zullen leiden dan schattingen voor de gehele markt(vraag).

Appelman & Van den Broek (2002) behandelen eerder onderzoek (drie studies), waarin de elasticiteit tussen -1,4 en -0,6 ligt. Over een Deense schatting van de prijselasticiteit van -1,4 (ook in Barrot et al. (2015) en Goudriaan et al. (2008) genoemd) wordt gesteld dat deze niet naar specifieke substituten kijkt. De enige Nederlandse studie komt uit 1989 (eveneens genoemd door Goudriaan et al., 2008) met als gevonden waarde -0,8. Appelman & Van den Broek komen op basis van macrogegevens tot een schatting van -0,9 (genoemd in Goudriaan et al., 2008).

Van der Ploeg (2004) analyseert in een theoretische studie gebaseerd op wiskundige modellen de theorie achter het idee van een vaste boekenprijs. Omdat het geen empirie betreft, is deze studie voor de huidige doeleinden van minder belang, maar geeft wel relevante achtergrondinformatie over onder meer prijselasticiteiten. Van der Ploeg beargumenteert dat de 'opportuïteitskosten' van het lezen van boeken moeten worden meegenomen in de prijs. Deze kosten bestaan uit de tijd en moeite die het kost om een boek te lezen, tijd die ook anders besteed had kunnen worden. Als deze kosten worden meegenomen, is de prijselasticiteit van de vraag naar boeken in absolute zin lager. Dit geldt specifiek voor boeken die tijd en moeite vergen om gelezen en begrepen te worden. Bestsellers, die doorgaans makkelijk te lezen en begrijpen zijn, hebben daarom een (absoluut gezien) hogere prijselasticiteit dan literaire werken (de vraag reageert sterker op prijs). Ook de mate van substitutie is een indicator voor de prijselasticiteit: het ene woordenboek kan vrij eenvoudig voor het andere worden vervangen. Boeken waarvoor een alternatieve keuze mogelijk is, hebben ook een hogere prijselasticiteit.

Met het argument dat kruissubsidiëring vraagt om enige 'monopoliewinsten' is de conclusie Van der Ploeg dat kruissubsidiëring niet correct kan werken⁴³. Theoretisch gezien zullen volgens Van der Ploeg boeken waarvan de vraag erg prijsgevoelig is met weinig overwinst verkocht kunnen worden, waardoor minder courante titels niet op veel kruisfinanciering kunnen rekenen. Bij deze conclusie kunnen evenwel vraagtekens worden gezet. Ten eerste is de analyse puur theoretisch: een empirische toetsing van veronderstellingen of conclusies vindt niet plaats. Ten tweede kan regulering in de vorm van bijvoorbeeld een Wet vaste boekenprijs er juist voor zorgen dat 'monopoliewinsten' op goedverkopende boeken kunnen ontstaan. Ten derde worden van bestsellers per definitie veel exemplaren verkocht (en van overige boeken minder), zodat er per verkocht exemplaar niet noodzakelijk veel overwinst hoeft te worden gemaakt om de overige boeken te kunnen 'steunen'.

Discussie

De schattingen van de prijselasticiteit van de vraag naar boeken lopen zeer sterk uiteen. Het is daarom lastig om één getal hiervoor te geven. Sterk van -1 afwijkende prijselasticiteiten zijn opvallend, omdat ze kunnen duiden op gemiste winsten door uitgevers en boekwinkels. Immers, bij bijvoorbeeld een zeer sterk negatieve prijselasticiteit zal een prijsverlaging leiden tot een veel meer dan evenredige afzetverhoging en daarmee een omzetstijging. In de regel zullen de kosten per verkocht boek dalen bij een grotere afzet, zodat de winst toeneemt. Dit vergroot het vermoeden dat elasticiteiten als -3,7 en -4,3 waarschijnlijk niet voor de boekenmarkt als geheel gelden. De voor Nederland gevonden waarden van rond de -0,8, -0,9 voor de gehele markt lijken realistischer.

⁴³ Deze conclusie wordt herhaald in Canoy et al. (2006).

8.1.5 Conclusies

In Engeland zijn consumentenprijzen gestegen na afschaffing van de vaste boekenprijs, terwijl ze in Noorwegen zijn gedaald na een versoepeling. Vergelijkend landenonderzoek geeft geen duidelijke verschillen op gemiddelde prijzen van boeken tussen de systemen met en zonder vaste boekenprijs. Voor Noorwegen en Engeland worden geen negatieve effecten op het aantal beschikbare titels gevonden. In zijn algemeenheid kan niet een uitspraak worden gedaan over de wenselijkheid van een systeem met of zonder vaste boekenprijs. Het optreden van verschillen tussen landen in termen van uitkomsten op de boekenmarkt kan niet zomaar worden toegeschreven aan verschillen in het al dan niet bestaan van een vaste boekenprijs.

Empirisch gefundeerd onderzoek naar de ruimte voor kruissubsidiëring is ons niet bekend. In Engeland lijken door de afschaffing de marktaandeelen van supermarkten en internetwinkels te zijn gestegen ten koste van boekhandels, zonder een vastgesteld effect op leesgedrag. Hier is het de vraag in welke mate een studie over een Engelstalig land (met een groter taalgebied dan Nederland) in een periode waarin internetwinkels minder prominent aanwezig waren iets zegt over Nederland anno nu.

De schattingen van de prijselasticiteit van de vraag naar boeken lopen zeer sterk uiteen. Voor Nederland lijkt deze rond de -0,8, -0,9 te liggen voor de markt als geheel.

Onze conclusies uit bovenstaande zijn dat resultaten uit andere landen niet zomaar overdraagbaar zijn naar de Nederlandse situatie, en dat de resultaten zich niet goed lenen voor eenduidige kwantitatieve inschattingen van effecten van de Wet op de financiële ruimte voor kruissubsidiëring.

8.2 Kwantitatieve illustratie belang kruissubsidiëring

Een antwoord op de vraag welke additionele financiële ruimte de Wet biedt voor kruissubsidiëring vereist een inschatting van wat er zonder de Wet zou gebeuren. De kwantitatieve analyses van hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6 zijn gericht op de huidige kruissubsidiëring. De gehouden interviews (hoofdstuk 7) en het literatuuronderzoek (paragraaf 8.1) geven niet voldoende onderbouwing voor kwantitatieve inschattingen van het effect van de Wet op de financiële ruimte voor kruissubsidiëring. In plaats daarvan illustreren wij op basis van de kwantitatieve uitkomsten van hoofdstuk 5 en hoofdstuk 6 het belang van de huidige kruissubsidiëring.

Uitgevers

De opgetelde nettowinst over alle beschouwde uitgevers is € 9.637.533⁴⁴. Dit bestaat uit 1.497 titels met een negatieve nettowinst (–€ 6.941.516) en 991 titels met een positieve nettowinst (€ 16.579.050). Als percentages van de in totaal 2.488 titels in de steekproef is dit 60 procent titels met een negatieve nettowinst en 40 procent titels met een positieve nettowinst.⁴⁵

⁴⁴ Zie Tabel 5.8: 13 uitgevers maal gemiddeld € 741.349.

⁴⁵ Dit verschilt van de in hoofdstuk 5 berekende 64 procent titels met een negatieve nettowinst (zie Tabel 5.8). In hoofdstuk 5 worden eerst percentages per uitgever berekend (omdat het inzicht in de mate van kruissubsidiëring per uitgever betreft) en worden deze percentages daarna (ongewogen) gemiddeld over de uitgevers in de steekproef. Hier nemen we alle titels bij elkaar. Van alle titels heeft 60 procent een negatieve nettowinst. Hieruit valt af te leiden dat de uitgevers met meer titels gemiddeld genomen een (iets) lager aandeel titels hebben met een negatieve nettowinst.

Als we de titels met de hoogste nettowinst beschouwen, blijkt het volgende. De 1 procent titels met de hoogste nettowinst genereert een nettowinst van € 7.108.667. Dit is (meer dan) voldoende winst om het nettoverlies op alle verlieslatende titels goed te maken.

Stel dat uitgevers winst uit titels die de grootste nettowinst genereren zouden moeten missen. Bij hoeveel titels zou de totale nettowinst op nul uitkomen? Gebaseerd op de cijfers geaggregeerd over alle beschouwde uitgevers komt de nettowinst op nul uit indien 2,3 procent van de titels met de hoogste nettowinst wordt gemist. Dit geeft een indruk van het belang van de winstgevende titels voor het kunnen voeren van de verliesgevende titels. Immers, met een nettowinst van nul kunnen er niet méér winstgevende titels worden gemist, zonder dat verliesgevende titels dienen te worden ‘geschrapt’ om te voorkomen dat een uitgever onder de streep verlies gaat maken.

Deze berekening is slechts bedoeld als kwantitatieve illustratie van het belang van kruissubsidiëring. Een uitgever met een nettowinst van nul heeft geen buffer voor tegenvallers en geen vermogen om te investeren. Het schrappen van verliesgevende titels zou de overheadkosten niet verlagen.

Boekhandels

De opgetelde winst over alle beschouwde boekhandels is € 1.722.040⁴⁶. Dit bestaat uit 25.598 titels met een negatieve nettowinst (–€ 1.513.446) en 23.450 titels met een positieve nettowinst (€ 3.235.486). Als percentage van de in totaal 49.048 titels in de steekproef is dit 52 procent titels met een negatieve nettowinst en 48 procent titels met een positieve nettowinst.⁴⁷

Als we de titels met de hoogste nettowinst beschouwen, blijkt het volgende. De 1 procent titels met de hoogste nettowinst genereert een nettowinst van € 1.602.334. Dit is (meer dan) voldoende winst om het nettoverlies op alle verlieslatende titels goed te maken.

Stel dat boekhandels winst uit titels die de grootste nettowinst genereren zouden moeten missen. Bij hoeveel titels zou de totale nettowinst op nul uitkomen? Gebaseerd op de cijfers geaggregeerd over alle beschouwde boekhandels komt de nettowinst op nul uit indien 1,3 procent van de titels met de hoogste nettowinst wordt gemist. Dit geeft wederom een indruk van het belang van de winstgevende titels voor het kunnen voeren van de verliesgevende titels.

8.3 Synthese

De verschillende onderzoekssporen hebben geleid tot de volgende inzichten:

Kruissubsidiëring onder de huidige Wet

- Kruissubsidiëring in de boekensector heeft betrekking op het fenomeen dat op een deel van de boektitels verlies wordt gemaakt, terwijl op een ander deel winst wordt gemaakt. Er kan

⁴⁶ Zie Tabel 6.7: 9 boekwinkels maal gemiddeld € 191.338.

⁴⁷ Dit verschilt van de in hoofdstuk 6 berekende 47 procent titels met een negatieve nettowinst (zie Tabel 6.7). In hoofdstuk 6 worden eerst percentages per boekwinkel berekend (omdat het inzicht in de mate van kruissubsidiëring per boekwinkel betreft) en worden deze percentages daarna (ongewogen) gemiddeld over de boekwinkels in de steekproef. Hier nemen we alle titels bij elkaar, waarbij de nettowinsten per titel over de boekhandels worden opgeteld. Van alle titels heeft 52 procent een negatieve nettowinst. Hieruit valt af te leiden dat de boekwinkels met meer titels gemiddeld genomen een (iets) hoger aandeel titels hebben met een negatieve nettowinst.

onderscheid worden gemaakt naar de feitelijke vraag in hoeverre er momenteel sprake is van kruissubsidiëring enerzijds en de mate waarin de Wet zorgt voor extra ruimte voor kruissubsidiëring anderzijds (*Hoofdstuk 1*);

- Er kunnen verschillende motieven zijn voor kruissubsidiëring: kruissubsidiëring om strategische redenen (bijvoorbeeld omdat een breed assortiment bij een boekwinkel meer klanten trekt), kruissubsidiëring achteraf omdat vooraf niet met zekerheid kan worden vastgesteld welke titels succesvol worden, en kruissubsidiëring om niet-bedrijfsmatige overwegingen. Kruissubsidiëring om strategische redenen houdt in dat een individuele titel verlies kan maken, terwijl de aanwezigheid van zulke titels wel bijdraagt aan de winst, via de verkoop van andere boektitels of andere producten (*Hoofdstuk 2*);
- De interviews met uitgeverijen en boekhandels bevestigen het bestaan van de drie motieven om kruissubsidiëring toe te passen (*Hoofdstuk 7*);
- De voor de uitgevers berekende indicatoren van kruissubsidiëring bevestigen alle de hypothese dat een deel van de titels bij uitgevers verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de bijdrage aan de winstgevendheid. Dit betreft bovendien een relatief klein deel van de titels. Dit geldt voor de afzet, de omzet, de bruto terugverdienfactor, de brutowinst en de nettowinst op boektitelniveau. Het aandeel titels met een negatieve nettowinst is in de steekproef gemiddeld ongeveer 64 procent. Daar staat tegenover dat gemiddeld ongeveer 4 procent van de titels de helft van de totale nettowinst van uitgevers genereert, en gemiddeld ongeveer 9 procent van de titels driekwart van de totale nettowinst (*Hoofdstuk 5*);
- De kwantitatieve analyses met betrekking tot de uitgevers betreft 13 uitgevers van algemene boeken. De nadruk ligt hierbij op de meer literaire uitgevers. Hoewel de uitkomsten op basis van deze kwantitatieve analyses niet zonder meer kunnen worden gegeneraliseerd tot alle uitgevers in Nederland, geven ze wel sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door uitgevers. De resultaten zijn gebaseerd op een voldoende aantal boektitels. Er is binnen de selectie van uitgevers rekening gehouden met variatie over aangeboden genres, en de uitgeverijen laten dezelfde patronen zien (*Hoofdstuk 3, hoofdstuk 5*);
- De voor de boekwinkels berekende indicatoren van kruissubsidiëring bevestigen eveneens alle de hypothese dat een deel van de titels bij boekhandels verantwoordelijk is voor een relatief groot deel van de bijdrage aan de winstgevendheid. Dit betreft ook hier een relatief klein deel van de titels. Dit geldt voor de afzet, de omzet, de bruto terugverdienfactor, de brutowinst en de nettowinst op boektitelniveau. Het aandeel titels met een negatieve nettowinst is in de steekproef gemiddeld ongeveer 47 procent. Daar staat tegenover dat gemiddeld ongeveer 2 procent van de titels de helft van de totale nettowinst van boekwinkels genereert, en gemiddeld ongeveer 9 procent van de titels driekwart van de totale nettowinst (*Hoofdstuk 6*);
- De kwantitatieve analyses met betrekking tot de boekwinkels betreft 16 boekwinkels. Dit zijn geen winkels met minder dan 5.000 titels in het assortiment en geen boekwinkels die onderdeel zijn van een keten of franchise. Hoewel ook deze uitkomsten op basis van de kwantitatieve analyses niet zomaar kunnen worden gegeneraliseerd tot alle boekwinkels in Nederland, geven ze wel sterke aanwijzingen voor het bestaan van kruissubsidiëring tussen boektitels door boekwinkels. De resultaten zijn gebaseerd op een voldoende aantal boektitels. Er is binnen de selectie van boekwinkels rekening gehouden met variatie over locatie (regio en stedelijkheid) en omvang, en de boekwinkels laten dezelfde patronen zien (*Hoofdstuk 3, hoofdstuk 6*);
- Verliesgevendende en zeer winstgevendende titels zijn niet geconcentreerd rond één of enkele specifieke genres (*Hoofdstuk 5, hoofdstuk 6*).

Effect van de Wet op kruissubsidiëring en belang van kruissubsidiëring

- Inzichten uit eerdere literatuur met betrekking tot de effecten van verticale prijsbinding op de boekenmarkt zijn niet zomaar overdraagbaar naar de Nederlandse situatie en lenen zich niet voor eenduidige kwantitatieve inschattingen van effecten van de Wet op de financiële ruimte voor kruissubsidiëring (*Paragraaf 8.1*);
- Op de vraag welke additionele financiële ruimte de Wet biedt voor kruissubsidiëring heeft dit onderzoek geen antwoord kunnen geven. Dit hangt samen met de moeilijkheid om in te schatten wat er zonder de Wet zou zijn gebeurd of zou gebeuren (*Hoofdstuk 1, Hoofdstuk 2, Paragraaf 8.2*);
- Op basis van de kwantitatieve analyse op de uitgevers kan wel het belang van kruissubsidiëring kwantitatief worden geïllustreerd. De 1 procent titels met de hoogste nettowinst genereert een nettowinst die meer dan voldoende is om het verlies op de verlieslatende titels goed te maken. Als meer dan 2,3 procent titels met de hoogste nettowinst zou worden gemist, komt het uitbrengen van de (ex post) verlieslatende titels in gevaar (*Paragraaf 8.2*);
- Op basis van de kwantitatieve analyse op de boekhandels kan eveneens het belang van kruissubsidiëring kwantitatief worden geïllustreerd. De 1 procent titels met de hoogste nettowinst genereert een nettowinst die meer dan voldoende is om het verlies op de verlieslatende titels goed te maken. Als meer dan 1,3 procent titels met de hoogste nettowinst zou worden gemist, komt het inkopen van de (ex post) verlieslatende titels in gevaar. (*Paragraaf 8.2*).

8.4 Slotbeschouwing

Als gedachtenexperiment eindigen wij dit rapport met een beschouwing van de mechanismen die een rol spelen, zou – hypothetisch – de Wet worden afgeschaft, zonder dat hier alternatief overheidsbeleid voor in de plaats komt.

Prijsbeslissingen uitgevers en boekwinkels

Zonder de Wet vaste boekenprijs kan worden verwacht dat uitgevers en boekwinkels andere prijsbeslissingen gaan nemen. Boekwinkels gaan onderling concurreren op prijs en mogelijk treden er nieuwe aanbieders toe (bijvoorbeeld buiten het segment van fysieke boekwinkels) die met lage prijzen proberen een deel van de markt naar zich toe te trekken. Een consumentenprijsdaling ligt dan voor de hand. Dit beïnvloedt de dynamiek tussen aanbieders van boeken en uitgevers. Aanbieders van boeken zullen proberen ook bij uitgevers prijsverlagingen te bedingen.

Effect op winstgevendheid

Lagere prijzen kunnen bij boekwinkels en uitgevers leiden tot lagere winsten. Een lagere prijs kan evenwel ook een nieuwe vraag naar boeken uitlokken. Als de schattingen van de prijselasticiteit van de vraag naar boeken uit het verleden kloppen (zie paragraaf 8.1), zal de vraagstijging de prijsdaling niet compenseren en zullen boekwinkels en uitgevers minder winst of verlies gaan maken.

Effect op aanbod titels op de kortere termijn

Gezien de huidige indicaties voor kruissubsidiëring is het moeilijk voorstelbaar dat de samenstelling van het titelaanbod en de verkoopkanalen van boeken onveranderd zullen blijven. Paragraaf 8.2 illustreerde immers dat als rond de 1 à 2 procent van de boektitels met de hoogste nettowinst zou worden gemist, het uitbrengen (uitgevers) en inkopen (fysieke boekwinkels) van de (ex post)

verlieslatende titels in gevaar komt. Het verlies door boekwinkels van titels die de meeste winst genereren, zal betekenen dat een deel van de boektitels niet meer zal worden ingekocht. Uitgevers zullen hun bestsellers uiteraard nog wel kwijt kunnen, maar tegen een lagere prijs en met minder mogelijkheden om met de hogere winsten minder courante uitgaven te financieren. Daarbij is het bijvoorbeeld de vraag of het aanbod via kanalen buiten de huidige boekwinkels gepaard zal gaan met eenzelfde mate van kruissubsidiëring.

Effecten op langere termijn

Op langere termijn is niet goed te voorspellen hoe alle effecten op de boekenmarkt uitpakken. Uitgevers en fysieke boekwinkels kunnen met een flexibeler prijsbeleid wellicht een deel van de negatieve effecten opvangen. Fysieke boekwinkels gaan zich misschien richten op ander aanbod. Consumenten worden enerzijds geconfronteerd met een goedkoper boekenaanbod, anderzijds verdwijnen er waarschijnlijk verkoopkanalen zoals fysieke boekwinkels. Mogelijk gaan de boekenprijzen van bestsellers omlaag en die van het minder courante segment omhoog.

Of op de langere termijn daadwerkelijk minder variatie in uitgegeven boektitels resulteert, is met de huidige inzichten te beschouwen als een open vraag. Enerzijds zal minder financiële ruimte leiden tot een prikkel om minder risico te lopen bij het uitgeven en inkopen van boeken, anderzijds lijken er markten te bestaan zoals de muziekmarkt waarbij er geen vaste prijzen worden gehanteerd terwijl er wel variatie in het aanbod is. Bij dat laatste dient te worden aangetekend dat de boekenmarkt en de muziekmarkt niet één op één vergelijkbaar zijn, bijvoorbeeld in termen van het verdienmodel. Ook zijn er in de loop van de tijd steeds meer fysieke muziekwinkels verdwenen.

Literatuur

- Appelman, M., & Van den Broek, A. (2002), *Boek en markt*.
- Baarsma, B., Theeuwes, J. & Zijdeveld, C. (2001), *De vaste boekenprijs voor schoolboeken in het voortgezet onderwijs*, in opdracht van Centraal Planbureau, Sociaal en Cultureel Planbureau, rapport-nr. 577.
- Barrot, C., Becker, J.U. Clement, M. & Papiés, D. (2015), Price elasticities for hardcover and paperback fiction books, *Schmalenbach business review*, 67, 73-91.
- Bittlingmayer, G. (1992), The elasticity of demand for books, resale price maintenance and the Lerner index, *Journal of institutional and theoretical economics*, 148:4, 588-606.
- Bongers, F., Notenboom, A., Veldkamp, J., Schrijvershof, C. & Gielen, M. (2014), *Tweede evaluatie op de wet vaste boekenprijs*, 4 februari 2014, Utrecht.
- Buss, H. (2015), *Bestsellers & badsellers – naar andere strategieën voor het uitgeven van boeken*, Desset Publishers.
- Canoy, M., Van Ours, J.C. & F. van der Ploeg (2006), *The economics of books*, in: Handbook of the economics of art and culture, volume 1, chapter 21.
- Dearnley, J. & Feather, J. (2002), The UK bookselling trade without resale price maintenance: an overview of change 1995-2001, *Publishing Research Quarterly*, 17(4), 2002.
- Fishwick, F. (2008), Book prices in the UK since the end of resale price maintenance, *International journal of cultural policy*, 15:3, 359-377.
- Forlaeggerforeningen, Finlands Förlagsförening, Svenska Förläggare Föreningen, Félag Íslenskra Bókautgefenda, Den Norske Forleggerforening (2014), Nordic Book Statistics Report 2014, zie: www.forleggerforeningen.no/wp-content/uploads/2015/12/Nordic-Book-Statistics-Report-2014.pdf
- Goudriaan, R., De Groot, N., Notenboom, A., Schrijvershof, C. en C. van Hout (2008), *Evaluatie van het verlaagde BTW-tarief voor cultuur en media*, Ape rapport nr. 522, Den Haag, september 2008.
- Larsen, H., Rønning, H. & Slaatta, (2012), Europeisk bokpolitikk; prisregulering som kulturpolitisk virkemiddel, *The Nordic journal of cultural policy*, 1, 121-148.
- Løyland, K. & Vingstad, V. (2013), Fixed or free book prices: is a hybrid system superior?, *International journal of cultural policy*, 18:2, 238-254.

Notenboom, A. Schrijvershof, C., Goudriaan, R. (2009), *Evaluatie van de wet op de vaste boekenprijs*, Ape rapport nr. 650, Den Haag, augustus 2009.

Ploeg, F. van der (2004), Beyond the dogma of the fixed book price agreement, *Journal of cultural economics*, 28, 1-20.

Ringstad (2004), On the cultural blessings of fixed book prices, *International journal of cultural policy*, 10:3, 351-365.

Rønning, H., Slaatta, T., Torvund, O., Larsen, H. & T. Colbjørnsen (2012), *Books - At what price?* Report on policy instruments in the publishing industry in Europe, 15 februari 2012.

Bijlage A Samenstelling begeleidingscommissie

Anita Groeneveld	ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
Carla de Rooi	ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
Ilse Peters	ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
Jeroen Debets	ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
Martijn David	Nederlands Uitgeversverbond
Michael van Everdingen	Koninklijke Boekverkopersbond
Henk Kraima	Koninklijke Boekverkopersbond
Foppe de Vries	ministerie van Economische Zaken
Michiel Bijlsma	Centraal Planbureau

Bijlage B Steekproeven en geïnterviewde partijen

Tabel B.1 Uitgevers in de steekproef voor de data-analyse (hoofdstuk 5)

Uitgever	Omschrijving
De Arbeiderspers	Algemene boeken, literair en non-fictie (onderdeel van Singel Uitgeverijen)
Athenaeum	Algemene boeken, klassieke fictie, non-fictie en poëzie (onderdeel van Singel Uitgeverijen)
Nijgh & van Ditmar	Algemene boeken, literair en non-fictie (onderdeel van Singel Uitgeverijen)
Uitgeverij Q	Algemene boeken, m.n. thrillers (onderdeel van Singel Uitgeverijen)
Querido	Algemene boeken, m.n. Nederlandse literatuur (onderdeel van Singel Uitgeverijen)
Kluitman	Kinderboeken
Meulenhoff	Algemene boeken, romans, literaire non-fictie, filosofie en poëzie
Prometheus	Algemene boeken, literair en non-fictie
Van Oorschot	Algemene boeken, literair en non-fictie
A.W. Bruna	Algemene boeken, literair en non-fictie (onderdeel van WPG Uitgeverijen)
De Bezige Bij	Algemene boeken, literair en non-fictie (onderdeel van WPG Uitgeverijen)
WPG Kindermedia	Kinderboeken (onderdeel van WPG Uitgeverijen)
Atlas Contact	Algemene boeken, literair en non-fictie (onderdeel van VBK)

NB: De analyses in hoofdstuk 5 zijn voor deze 13 uitgevers.

Tabel B.2 Boekwinkels in de steekproef voor de data-analyse (hoofdstuk 6)

Boekwinkel	Omvangscategorie*	Provincie	Stad / Dorp	Keten/franchise
Athenaeum	Mega-assortimentwinkels	Noord-Holland	Stad	Nee
Dekker van de Vegt**	Mega-assortimentwinkels	Gelderland	Stad	Nee
Donner**	Mega-assortimentwinkels	Zuid-Holland	Stad	Nee
Drukkerij Middelburg**	Mega-assortimentwinkels	Zeeland	Stad	Nee
Gianotten-Mutsaers**	Mega-assortimentwinkels	Noord-Brabant	Stad	Nee
Koperen Tuin**	Assortimentwinkels Plus	Zeeland	Stad	Nee
Linnaeus	Assortimentwinkels Plus	Noord-Holland	Stad	Nee
Osinga**	Assortimentwinkels Plus	Gelderland	Dorp	Nee
Dominicanen**	Mega-assortimentwinkels	Limburg	Stad	Nee
Blokker**	Mega-assortimentwinkels	Noord-Holland	Dorp	Nee
Broekhuis**	Mega-assortimentwinkels	Overijssel	Stad	Nee
Broese**	Mega-assortimentwinkels	Utrecht	Stad	Nee
Daan Nijman**	Assortimentwinkels Plus	Drenthe	Dorp	Nee
Iwema**	Assortimentwinkels Plus	Drenthe	Stad	Nee
Van der Velde**	Mega-assortimentwinkels	Friesland	Stad	Nee
Waanders**	Mega-assortimentwinkels	Overijssel	Stad	Nee

NB De meeste analyses in hoofdstuk 6 zijn voor bovenstaande 16 boekwinkels. De analyses in paragraaf 6.4 zijn uitgevoerd voor alleen de negen boekwinkels in zwart.

* Bij omvangscategorie is de volgende indeling gehanteerd (aangeleverd door KBb): Assortimentswinkel mega: boven de 10.000 titels in het assortiment; Assortimentswinkel plus: tussen de 5.000 en 10.000 titels in het assortiment; Assortimentswinkels: tussen de 2.000 en 5.000 titels in het assortiment.

** Centrale inkoop via Libris. In- en verkoopdata aangeleverd via Libris.

Tabel B.3 Geïnterviewde boekhandels en uitgevers (hoofdstuk 7)

Boekhandels	Omschrijving	Gesprekspartners
Athenaeum	Amsterdam en Haarlem, zelfstandige boekwinkel, vijf vestigingen	Maarten Asscher en Margreet Alblas
Iwema	Assen, zelfstandige boekwinkel, Libris-lid	Ingrid Verbruggen
Mulder	Amsterdam, zelfstandige boekwinkel, lid van Plantage/RDC	Fred Breedt
Linnaeus	Amsterdam, zelfstandige boekwinkel	Anja Duitsmann
Daan Nijman	Roden en Groningen, zelfstandige boekwinkel tevens drie webshops, Libris-lid, twee vestigingen	Daan Nijman
Bruna	Bedum (Groningen)	Zwanet Tichem
Bol.com	Webwinkel	Daniël Ropers
Uitgevers	Omschrijving	Gesprekspartners
Luitingh Sijthoff	Algemene boeken, genres onder andere thrillers, non-fictie en jeugd/YA	Thille Dop
Ploegsma	Kinderboeken tot circa 15 jaar (onderdeel van WPG Kindermedia)	Martine Schaap
Singel Uitgevers	Algemene boeken, veelal literaire fictie en non-fictie (omvat: Nijgh & Van Ditmar, Querido, De Arbeiderspers, Athenaeum, De Geus, Uitgeverij Q)	Paulien Loerts
Toth	Non-fictie uitgaven	Kees van den Hoek
Atlas Contact	Algemene boeken, literair en non-fictie (onderdeel van VBK)	Mizzi van der Pluijm
Ambo Anthos	Algemene boeken, literair en non-fictie, en literaire thrillers (onderdeel van VBK)	Tanja Hendriks

Bijlage C NUR-indeling⁴⁸

Literair-cultureel:

- Kinderboeken: 200-294
- Literaire fictie: 300-373 minus 320-325
 - Romans (literaire roman, novelle): 301
 - Vertaalde romans: 302
 - Literaire thrillers: 305
 - Poëzie: 306
 - overig (300-373 minus: 301, 302, 305, 306, 320-325)
- Literaire non-fictie: 320-325
- Informatieve non-fictie: 600-699
 - Talen: 630-634
 - Kunst: 640-658
 - Geschiedenis: 680-699
 - overig (600-699 minus: 630-634, 640-658, 680-699)
- Theologie: 700-728
- Filosofie: 730-739
- Mens & maatschappij: 740, 741, 745, 747-752, 754-758, 761, 763-770, 775, 791

Niet-literair-cultureel (non-fictie):⁴⁹

- Vrije tijd: 400-494
- Reizen: 500-533
- Beroep/bedrijf/wetenschappelijk: 800-898, 900-997 en 742-794 minus: 745, 747-752, 754-758, 761, 763-770, 775, 791

⁴⁸ Bronnen: OCW, Bongers et al. (2014), NUR-codes (www.isbn.nl/wp-content/uploads/NUR-lijst-versie-2011.pdf).

⁴⁹ 400-494, 500-533, 800-898, 900-997 en 742-794 minus 745, 747-752, 754-758, 761, 763-770, 775, 791.



seo economisch onderzoek

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