

**Samenvatting eerste rapport Booksellers Association
door Adriaan Langendonk**

**Brave New World, Digitisation of Content: the opportunities for
booksellers and The Booksellers Association**

Inleiding

In november 2006 is door een werkgroep van The Booksellers Association (BA) het rapport *Brave New World, Digitisation of Content: the opportunities for booksellers and The Booksellers Association* opgeleverd. Het rapport gaat in op de belangrijkste ontwikkelingen, kansen en bedreiging voor boekverkopers en boekverkopersbond op het gebied van digitalisering. Dit rapport is inmiddels gepresenteerd tijdens vergaderingen van diverse gremia zoals de bestuursvergadering van de EBF. Het gehele rapport is digitaal in te zien op www.booksellers.org.uk. Hieronder een bewerking/vertaling van de samenvatting en de belangrijkste conclusies en aanbevelingen voor Britse boekverkopers en BA.

Het rapport

Het rapport bevat 11 hoofdstukken verdeeld over 122 pagina's. De eerste drie hoofdstukken zijn inleidend en samenvattend, de hoofdstukken 4 tot en met 10 geven een zeer grondig beeld van de marktontwikkeling, de waargenomen trends, digitalisering (o.a. e-boek ontwikkeling) in het boekenvak en andere branches, de digitale strategie van uitgevers, zoekmachines (Google, MSN, Yahoo) en internetboekhandels (met name Amazon) en een analyse van kansen die boekverkopers hebben in de digitale wereld. Het laatste hoofdstuk betreft conclusies en aanbevelingen. Overigens sluit ieder hoofdstuk af met de belangrijkste punten en overwegingen voor boekverkopers en BA op basis van deze punten.

Samenvatting

Ontwikkelingen

- In de wetenschappelijke wereld is digitalisering al een zeer bekend fenomeen hoewel de verkoop van e-boeken slechts 1 procent vormt van de folio-omzet. Ontwikkelingen gaan momenteel razend snel en zullen een groot effect teweeg brengen op de consumentenmarkt. Boekverkopers moeten zich hierop voorbereiden.
- Het rapport wijst daarbij op de muziekmarkt waar consumenten legaal en illegaal muziek zijn gaan downloaden op hun iPods en andere MP3 spelers. Doorslaggevend hierbij zijn het grote aantal breedbandverbindingen bij consumenten thuis geweest. Overigens is het aantal breedbandverbindingen in Nederlandse huishoudens in verhouding met UK hoger.
- Verder rukken de grote wereldwijd opererende zoekmachines (Google Book search) snel op in het boekenvak. Veel boeken worden in zijn geheel gescand en hoewel slecht enkele pagina's bekeken kunnen worden is de stap naar het downloaden van een compleet boek niet ver meer.
- Daarnaast wordt de hardware om digitale boeken te lezen steeds beter en sneller (zie bijv het Boekblad bericht). Het rapport geeft enkele tot de verbeelding sprekende voorbeelden zoals het feit dat straks alle 160 miljoen Chinese studenten de beschikking krijgen over een e-boek lezer.
- Uitgevers, de wetenschappelijke voorop, zijn druk bezig hun boeken te (laten) inscannen. Random heeft bijvoorbeeld al 25.000 titels gedigitaliseerd. Ook Nederlandse uitgevers zijn hiermee bezig.

De rol van boekverkopers in de verkoop van digitale informatie

Het rapport stelt dat uitgevers ongetwijfeld bekijken hoe de digitale informatie het best (meest voordelig) verkocht kan worden. Toch heeft de boekverkoper een duidelijke rol waar het de verkoop van digitale producten betreft. Het rapport noemt de volgende punten:

- Boekverkopers kunnen een duidelijke keuze bieden aan consumenten, ze leveren immers informatie van een zeer groot aantal uitgevers.
- Boekverkopers zijn voor consumenten een zeer vertrouwde partij.

- Boekverkopers kunnen aan de selectie en promotie van e-boeken een toegevoegde waarde leveren.
- Boekverkopers ondersteunen lokale leesinitiatieven (leesgroepen, leesbevordering, contacten met scholen).
- Boekverkopers introduceren het lezen van boeken bij veel mensen.
- Het winkelstraat kanaal (The High Street Channel) is erg belangrijk en dient door de uitgevers in het digitale tijdperk ondersteund te worden.

Het rapport geeft hierbij aan dat de muziekproducenten indertijd besloten de muziekdetailisten buitenspel te zetten om direct te handelen met de consument om zo hun marge veilig te stellen. Dit bleek echter een rampzalig scenario te zijn. De producenten hadden bij de consumenten geen naamsbekendheid en leverden bovendien een te gelimiteerde service (alleen hun eigen producten). Consumenten bleken juist specifieke wensen te hebben op gebied van bepaalde werken of artiesten en de producenten wisten onvoldoende van elkaar waar zaken te krijgen waren. Dit betekent dat boekverkopers een sleutelfunctie kunnen vervullen richting uitgevers waar het de verkoop van e-boeken en andere digitale informatie betreft. De BA geeft aan in het rapport dat ze op dit terrein samen wil werken met individuele uitgevers en het uitgeversverbond.

Zaken die boekverkopers dienen te overwegen:

Het is geen kwestie of digitalisering belangrijk wordt, maar eerder wanneer dit het geval is. Wat nog onduidelijk is wat het omslagpunt zal bewerkstelligen en wanneer dit zich aandient. Een terugblik op de beginperiode van internet leert echter dat weinig boekverkopers het serieus namen en niet investeerden. Achteraf hebben met name enkele grote boekverkopers hier spijt van gekregen. Dit betekent dat leden van de BA bij de digitalisering er goed aan doen nu al een strategie te ontwikkelen als ze dat nog niet gedaan hebben. Zo is de verwachting dat digitale audioboeken binnen een mum van tijd in grote hoeveelheden gedownload zullen gaan worden. Boekverkopers die binnen de komende 'digitale revolutie' een rol willen spelen doen er goed aan de volgende zaken te overwegen:

- Aanwezigheid op internet
- Goed notie nemen van digitale marktontwikkelingen (iPod), speciaal vwb het downloaden van e-boeken en audioboeken.
- Klantsystemen opzetten om na te gaan wat de individuele klanten kopen en wat hun wensen zijn
- Ervoor zorg dragen dat er een dialoog mogelijk is, zodat klanten nuttige informatie (via internet) aan de boekhandel kunnen terugspelen.
- Je als boekverkoper aanprijzen als 'de betrouwbare partij' in het digitale tijdperk
- Toegevoegde waarde bieden door te selecteren en extra informatie te bieden zoals recensies
- Ontwikkel blogs of podcasts voor lokale auteurs
- Wees bereid in ieder 'format' te verkopen maar zorg er tegelijkertijd voor dat je voor de consument steeds de bovenliggende partij bent en blijft als het op de verkoop van boeken, e-boeken en audio-downloads aankomt.
- Aansluiting bij (collectieve) initiatieven die gezamenlijk zorgen voor 'brede en diepe' digitale content
- Aansluiting bij de grote zoekmachines en initiatiefnemers digitalisering, maar zorg er daarbij voor dat je de belangrijkste schakel richting consument bent en blijft
- Zorg ervoor dat klanten (draadloos) kunnen internetten en promoot dan direct je eigen internetsite met digitale content
- Zorg voor technologie voor klanten om direct downloads op je winkelvloer te verkrijgen
- Zorg voor print-on-demand
- Zorg als algemeen boekverkoper ervoor dat je via internet een bepaald specialisme (niche) ontwikkelt

De samenstellers van het rapport doen de aanbeveling dat iedere boekverkoper een eenvoudige SWOT-analyse (zie hoofdstuk 10) qua digitalisering uitvoert om zo vast te stellen waar de boekhandel staat qua sterkte/zwakte en waar de bedreigingen en kansen liggen.

Zaken die BA dient te overwegen:

- Wees het informatiekanaal voor je leden
- Ontwikkel cursussen op het gebied van bijvoorbeeld webmarketing en de verkoop van digitale content
- Promoot de fysieke winkels en internetsites van de leden via zoekmachines
- Zorg voor marktonderzoek naar gedrag en behoefte van consumenten waar het digitale content betreft
- Zorg dat de Boekenbon via internet te verkrijgen en in te wisselen is
- Onderhandel tbv leden met distributeurs van digitale content
- Ontwikkel een B-to-B portaal om de verkoop van digitale content via BA-leden te faciliteren
- Ontwikkel het B-toB portaal verder tot een B-to-C initiatief

Conclusie

Hoewel het rapport veel informatie bevat stellen de samenstellers dat veel onzeker is en dat op veel vragen geen makkelijk antwoord te geven is. Toch stellen ze tevens vast dat digitalisering niet te stoppen valt en dat het zich in een steeds hoger tempo ontwikkelt. Daarom concluderen ze dat het vraagstuk digitalisering prioriteit 1 van de leden van de BA zou moeten zijn. Het negeren ervan door individuele leden is zeer gevaarlijk voor de continuïteit van de boekhandel.

NB: in hoofdstuk 10 komen onderstaande voorbeelden voor die volgens de samenstellers kansen bieden voor boekverkopers. Het leek me goed om ze in dit memo op te nemen.

Voorbeelden

1. Mel gets home very late. She's not yet tired and wants to read a book. She logs onto her local bookstore and searches for its recommended reads. She's delighted that the bookshop suggests the latest Zadie Smith 'On Beauty' because she had posted a review on 'White Teeth' saying how much she'd enjoyed it. She read other reviews posted by readers about "On Beauty" which further confirmed her selection and her interest. Mel is a regular at her local bookshop so she purchases the title without any need to key in her payment details and the book then downloads to her reader.
2. Gill is wandering around Kingston-upon-Thames on a nice sunny day and spots her local book store. As the weather is so nice she decides that she will spend the rest of the day in the park reading a book. She walks into her local store and over to the in-store kiosk, where she can access thousands of digital books. Her friend has recommended the latest Harlan Coben novel. She keys it into the kiosk, reads a review and downloads it to her e-reader. While she there she also decides that as she is driving to Edinburgh next week that she could also buy an audiobook. She picks up the headphones next to the kiosk and listens to a couple of samples. In the end she decides to purchase Karin Slaughter's "Faithless". She docks her MP3 player in the kiosk and downloads the audiobook.
3. David is on his way to the airport as he's off for a short break to Venice. He pops into his local bookshop to pick up a city guide to Venice. Unfortunately the assistant says the shop is out of stock. However, the assistant says they have a digital version available. As always David has his PDA with him so he asks the assistant if he can have a look. The local bookstore has sampling rights for the title, so David can browse for free. The digital version is excellent as it is interactive and has online 85 links to restaurant and theatre reservations and an integrated language translation for common words. David purchases his guide to Venice.
4. Frank is an avid reader and on his journey home reads about the latest Wilbur Smith. When he gets home he logs onto his local bookstore and scans the site for the shop's own review and views a video interview of the author talking about the book. Frank pre-orders his digital copy to arrive 00.01am on

the day of release. As Frank uses the site so much for his book purchasing, he has signed up for the subscription service where he pays a monthly fee and can borrow as many books as he likes. He downloads the latest Bernard Cornwell audio and knows he has about 2 weeks to listen to it while commuting.

5. Kathy has guests coming round for dinner at short notice. She has plenty of ingredients in the cupboards but has lost all inspiration to think of a recipe and wants to impress. She logs onto a specialist food and cook bookshop website she has used many times via the PC integrated into the fridge and selects a book by her favourite chef. Viewing the table of contents and a random sample page gives her the confidence to buy. The book is downloaded to her PC and a successful night is enjoyed by all.

6. On planning a long drive to see his parents Bill wants something to listen to. He logs onto his favourite bookstore that specialises in his favourite subject science fiction and scrolls down the available audiobooks to find one that stimulates. He selects one of his favourite authors, Anthony Horowitz's latest book, and downloads it to his PC. He then transfers it to his MP3 player which fits neatly into a docking station in his car and can be remotely controlled by the radio controls on his steering wheel.

7. Flying to the US, Mark looks at the in-flight entertainment and finds a section sponsored by a major UK bookchain that he often uses. He views a number of video trailers, reviews and author interviews and selects his audiobook, relaxes and enjoys his journey. On landing he still has not finished the book and is captivated by it. He notes and activates the special option to receive the download free of charge. Later that day he receives confirmation and the downloaded file in an email.

8. Tom is given a National Book Token from his grandmother for Christmas. He isn't a big reader and spends more time listening to music or playing PC games. He logs onto a UK bookseller's site his friends had told him redeems Book Tokens online. He sees one which catches his eye as it carries a wide range of graphic novels and he notes it stocks some Manga titles he has not seen before. He redeems his tokens buying one download e-book and a printed book that he will collect from the store. He now can visit a local bookstore that he didn't know about previously.

9. Jane receives an email alert from her local bookshop that Kate Mosse is to release a new title next month and that it will be available in hardback, e-book and audio. She reads a sample and listens to a podcast by Kate about the book but is torn as to which format to buy. Jane is going on a business trip and the audio download would be great to listen to whilst travelling but she may not have time to finish it and there is an appealing gap in her collection of hardbacks on her bookcase. She decides to buy both and gets a special price deal based on taking two formats.

10. John lives in Bath and visits his local bookstore to find out what books are available about the city and its history. The bookseller shows him some of the many books and one that is written by a local historian and guide that is both different and appeals to John. He buys the books and the bookseller immediately runs off another copy for stock from the small print-on-demand press he shares with three other local stores.

Whichever way you view the above, consumers' book buying habits are often eclectic, very personalised and are a mixture of impulse and qualification. In other words, they are not predictable.

Samenvatting tweede rapport Booksellers Association
Door Adriaan Langendonk

Embracing the digital age

In november 2007 is een vervolg uitgekomen op het rapport van de Booksellers Association (BA) *Brave New World, Digitisation of Content: the opportunities for booksellers and The Booksellers Association*. Dit tweede rapport heet 'Embracing the Digital Age' en is te vinden www.booksellers.org.uk. Hieronder een bewerking/vertaling van de samenvatting en de belangrijkste conclusies en aanbevelingen:

- Digitalisering geeft boekverkopers en uitgevers in de 21^{ste} eeuw een unieke kans om de boekenmarkt en de markt voor digitale content verder te ontwikkelen, hoewel het de verwachting is dat de komende tijd toch vooral papieren boeken verkocht blijven worden.
- De ontwikkeling is alleen succesvol wanneer boekverkopers en uitgevers samenwerken, is dat niet het geval dan zullen andere partijen de markt ontwikkelen ten koste van de traditionele spelers.
- Ondanks dat niet te voorspellen is hoe snel ontwikkelingen gaan, is het belangrijk nu aan digitalisering serieus te werken en het niet op z'n beloop te laten.
- Hoewel uitgevers digitale inhoud direct aan eindafnemers (gaan) verkopen zullen ze willen samenwerken met boekverkopers omdat die ook een deel van de marktontwikkeling voor hun rekening nemen, dit betekent wel dat boekverkopers richting uitgevers van zich moeten laten horen.
- Boekverkopers moeten nieuwe technieken actief inzetten om hun klanten te benaderen en op deze wijze meer boeken te verkopen. Er moeten nieuwe geavanceerde systemen komen zodat boekverkopers makkelijk en snel promotionele zaken van uitgevers kunnen gebruiken in hun communicatie.
- Consumenten zullen gebruik willen maken van een betrouwbare herkenbare bron, ook waar het digitale boeken betreft. De boekverkoper moet die plek innemen door hun huidige klanten ook digitaal te benaderen en te betrekken.
- Er is leiderschap nodig om alle partijen in het boekenvak op één lijn te krijgen zodat de digitale kansen succesvol en snel benut kunnen worden.

Er zijn twee fundamentele essentiële punten om de digitale algemene markt succesvol te ontwikkelen: een overeenkomst over de te gebruiken digitale standaarden voor ontsluiting en gebruik van digitale producten en implementatie daarvan in de vakinfrastructuur zodat succesvol gecommuniceerd kan worden tussen partijen.

Verder doet de BA voorstellen voor een samenhangende vakinfrastructuur in het digitale tijdperk:

- Iedere boekhandel moet een goede website hebben met een webwinkel. Enerzijds kunnen producten gekocht worden, anderzijds kunnen klanten kijken welke activiteiten er zijn.
- Er moet een goede informatieve titeldatabase zijn waarin een basisbestand, aangevuld met uitgeversinformatie aantrekkelijk wordt gepresenteerd aan de klant. De boekhandel moet ook een titelselectie tonen aan vaste klanten, bij voorkeur met een mogelijkheid om titels deels online te bekijken.
- Door goed gebruik van digitale technieken kan de lokale boekhandel zich profileren als het informatiecentrum in zijn gemeenschap. Op die manier werpt de boekhandel zich op als de betrouwbare partij die op een neutrale wijze de klant gidst in de digitale wereld.
- Er moeten duidelijke boekhandelscategorieën ontwikkeld worden, zodat uitgevers hun digitale marketing goed kunnen afstemmen op bepaalde type boekhandels.
- Er moet goed onderzoek zijn naar het gedrag van klanten.
- Het vak moet warm gemaakt worden voor digitalisering door middel van nieuwsbrieven, fora en een groot digitaliseringscongres begin 2008.

-
- Boekverkopers moeten beter opgeleid worden in digitale aspecten.
 - Er zal een bepaalde periode van experimenten plaats gaan vinden waarin nieuwe systemen worden getest binnen het vak.

Het rapport sluit af met de constatering dat er een zeer actieve werkgroep digitalisering gevormd moet worden van boekverkopers en uitgevers om alle plannen in goede banen te leiden.