

---

André Nuchelmans en Heleen Tersteeg

# Nieuwe dynamiek door digitalisering

## Muziek- en boekenbranche krabbelen op

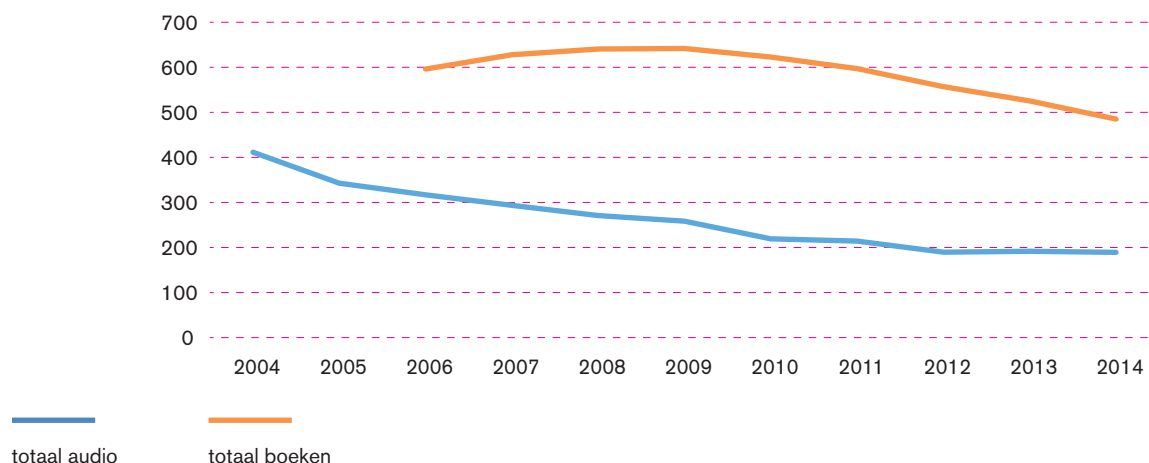
Platen-/cd-winkels en boekhandels schuiven qua assortiment naar elkaar toe. Muziekwinkels verkopen steeds vaker boeken en een toenemend aantal boekwinkels verkoopt muziek. Wat betekent dit voor de twee branches? Wat zijn de ontwikkelingen op beide markten en welke rol speelt digitalisering daarin?

---

**T**ussen 1995 en 2000 waren de consumentenbestedingen voor muziek en boeken nog redelijk constant. Voor muziek daalden die van 520 naar 494 miljoen euro (NVPI 2009) en voor boeken van 409 naar 399 miljoen euro (KVB 2001). Inmiddels zijn de consumentenbestedingen voor muziek<sup>1</sup> tot onder de 200 miljoen euro gedaald en zijn die voor boeken na het topjaar 2009 (642 miljoen euro) gedaald naar 485 miljoen euro in 2014 (zie figuur 1).

In het najaar van 2013 maakte de NVPI, de branchevereniging voor de entertainment-industrie, de halfjaarcijfers van de muziek-industrie van dat jaar bekend. Daaruit werd al duidelijk dat er voor het eerst in twaalf jaar sprake was van een stijging van de consumentenbestedingen.<sup>2</sup> In juli 2015 was het ook in de boekenbranche zo ver: de halfjaarcijfers van de Nederlandse boekenmarkt stegen voor het eerst

---



**Figuur 1. Consumentenbestedingen (in miljoenen euro's)**

Bron: NVPI en KVB-SMB/GfK (de audiocijfers voor 2013 en 2014 zijn schattingen op basis van het verleden en NVPI-bevindingen). De cijfers hebben betrekking op fysieke dragers en downloads, niet meegenomen zijn streaming bij muziek en abonnementservices en streaming bij boeken.

sinds 2009, en wel met 3,2 procent. Na een paar turbulente jaren, met als sluitstuk in het voorjaar van 2014 het faillissement van boekhandelsketen Polare en boekenclub ECI, lijkt de boekenmarkt zich dit jaar te herstellen. En in de muzieksector lijkt sprake van een stabilisatie. Liet 2014, na de stijging in 2013, weer een kleine daling zien, de cijfers van de eerste zes maanden van 2015 tonen opnieuw een stijging. Wanneer de voorspelling in de boekensector op basis van de halfjaarcijfers 2015 uitkomt, is ook daar de daling een halt toegeeroepen en was die bovendien van kortere duur. De daling lijkt daar vooral samen te vallen met de economische crisis. Digitalisering heeft wel invloed op het boekenvak, maar manifesteert zich vooral in de concurrentie met andere vormen van (online) vrijetijdsbestedingen. De neergang van de muziekindustrie is daarentegen een directe consequentie van de digitalisering binnen de sector zelf.

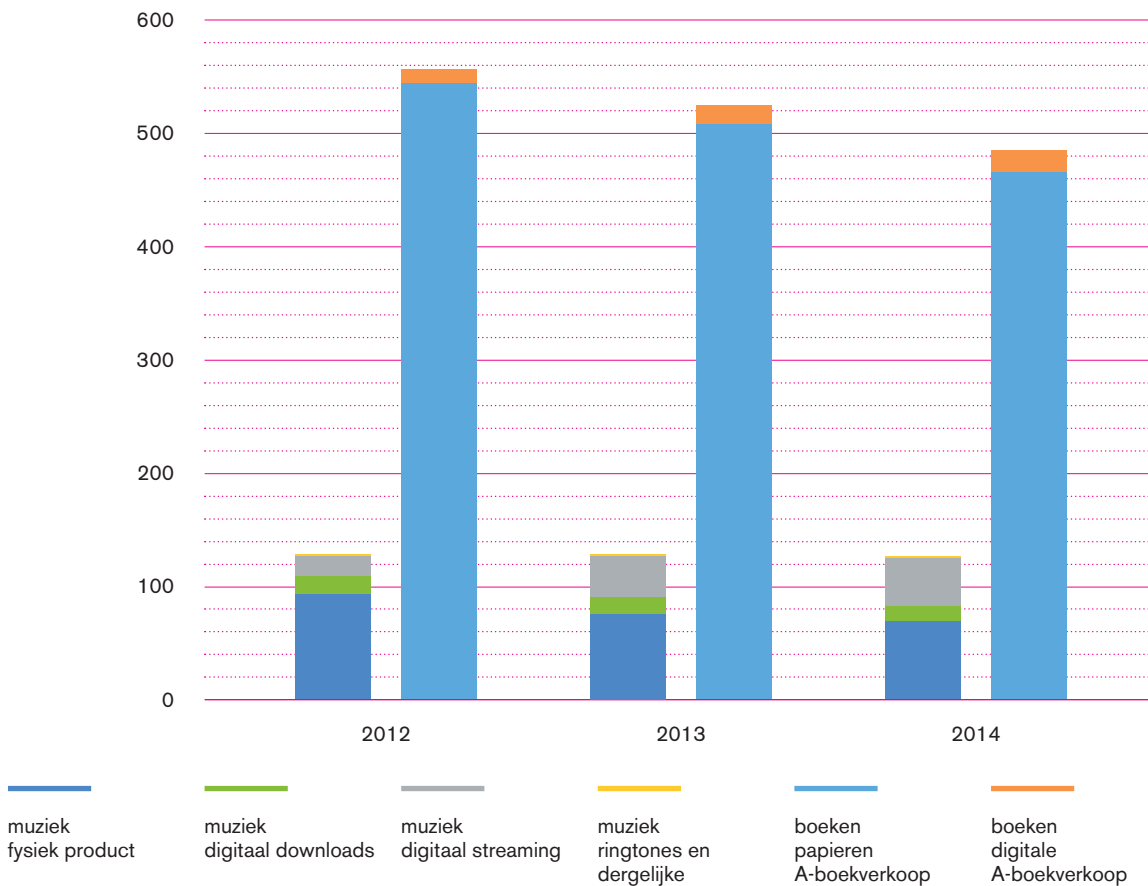
### Van bezit naar toegang

Een specifiek inzicht in de muziekmarkt geven de cijfers die de NVPI sinds 2012 openbaar maakt: de omzet van de Nederlandse muziekindustrie (figuur 2). Hierbij zijn in tegenstelling tot bij de consumentenbestedingen ook de inkomsten uit streamingdiensten als Spotify en Deezer meegenomen.<sup>3</sup> Deze cijfers laten zien dat de stabilisatie van omzet uitsluitend te

danken is aan de inkomsten uit streaming. De verkoopcijfers van de Nederlandse boekenmarkt<sup>4</sup> geven hetzelfde beeld als die van de muziekindustrie zonder streaming zouden laten zien. Belangrijk verschil is dat het digitale boek de afgelopen drie jaar elk jaar meer omzet (en ook afzet!) genereert, terwijl de omzet van digitale downloads in de muzieksector alweer een tijdje op zijn retour is. Die daalt zelfs sterker dan de omzet in het fysieke product (cd's en vinyl) (van 2013 naar 2014 -9,9 procent tegenover -8,9 procent). Op beide markten neemt de fysieke drager vooralsnog het merendeel van de omzet voor zijn rekening, al is dit aandeel op de boekenmarkt in 2014 fors groter dan bij muziek (96,2 procent tegenover 54,3 procent).

De eerste editie van de Cultuurindex Nederland (2013) liet al zien dat de muziekmarkt vooroploopt in de trend van bezit naar toegang: de verkoop van fysiek product en downloads loopt terug, terwijl de totaalomzet dankzij streaming groeit. Waarom een kast vol cd's of een pc vol mp3-bestanden als je met een streamingabonnement op pc, laptop, tablet en smartphone altijd over het nagenoeg complete muziekaanbod kunt beschikken?

De boekenkoper geeft vooralsnog duidelijk de voorkeur aan het fysieke papieren boek. Het aandeel van het aantal verkochte e-boeken was in Nederland in 2014 5,4 procent: van de →



**Figuur 2. Omzetcijfers muziekindustrie en omzet A-boekenmarkt<sup>6</sup> Nederland (opgesplitst, in miljoenen euro's)**

Bron: NVPI & KVB-SMB/GfK.

37,3 miljoen boeken waren er 2 miljoen verkocht in digitale vorm. De afgelopen vijf jaar is dat aandeel toegenomen, maar niet zo hard als velen hadden gedacht.

### Digitaal boekenaanbod

Ook op de boekenmarkt zijn met streaming vergelijkbare initiatieven in opkomst. De circa 1000 vestigingen van de openbare bibliotheek spelen een belangrijke rol. Omdat de bibliotheken hun uitleningen van (vooral informatieve) boeken zagen teruglopen, zijn er de laatste tijd stappen gezet om de digitale en fysieke wereld bij elkaar te brengen. In 2013 werd de VakantieBieb-app gelanceerd, een van de populairste apps op leesgebied. Met de VakantieBieb-app kunnen Nederlanders (leden en niet-leden van de bibliotheek) kiezen uit een selectie van titels en die (gratis) op de digitale boeken-

plank neerzetten. De boeken blijven de hele zomer beschikbaar om te lezen. In de zomer van 2015 heeft een kwart miljoen mensen voor het eerst gebruikgemaakt van deze mogelijkheid.<sup>7</sup> Tevens is de openbare bibliotheek gestart met het uitlenen van e-boeken. Ook uitgeverijen en boekverkopers experimenteren volop met abonnementsvormen voor e-boeken. Het eBook-abonnement Elly's Choice is daar een mooi voorbeeld van. Leden kunnen voor 2,99 euro per maand 10 e-boeken kiezen die altijd en overal te lezen zijn.<sup>8</sup> Daarnaast biedt Bliyoo, de abonnementsdienst van boekhandelsketen Bruna, voor 9,95 euro per maand een onbeperkte keuze uit duizenden boeken.<sup>9</sup> Het is nog op bescheiden schaal, maar de interesse in deze nieuwe digitale diensten laat zien dat deze vorm van aanbod lezers aanspreekt.

### Fysieke boekhandel belangrijk

Zowel het aantal boekwinkels als het aantal winkels gespecialiseerd in beeld- en geluid-dragers is sinds 2007 afgenomen, al gaat het in de muziekbranche een stuk sneller dan in de boekenbranche (nog maar een vijfde van het aantal platen-/cd-winkels is over, zie figuur 3). In de boekenbranche houdt de neergaande lijn in 2014 zelfs op. De sluiting van Polare en ECI dat jaar blijkt niet alleen maar een negatief effect op het aantal boekwinkels te hebben gehad. Achter deze cijfers gaat veel dynamiek schuil. De succesvolle acties om winkels open te houden, geven aan dat veel particulieren de fysieke boekhandel als een belangrijk instituut in hun lokale omgeving zien. De doorstart van 16 van de 21 Polarewinkels, de overname van ECI door Novamedia en kort geleden nog de crowdfundingactie van boekverkoper Nathalie Scheffer te Weesp waarbij 120.000 euro binnen 2,5 uur werd opgehaald zijn daar prachtige voorbeelden van. Een fysieke boekhandel doet er toe. Maar ook de boekwinkel krijgt te maken met de realiteit van de winkelstraten die leeglopen. De hedendaagse consument shopt graag vanuit

zijn eigen huis, of onderweg. Online bestedingen nemen jaar op jaar toe. Door deze ontwikkelingen vinden winkels zichzelf opnieuw uit: door samen te werken in de buurt, door nieuwe relaties aan te gaan met lezers (organiseren van lezingen, activiteiten, de boekverkoper is degene naar wie je toegaat voor een tip of advies), door na te denken over een online aanwezigheid of door het opnemen van muziek in het aanbod.

### Tradities (her)leven

Wat dat betreft lijkt de boekwinkel zijn positie binnen de totale markt beter te handhaven dan de platen-/cd-winkel. Alhoewel beide inmiddels niet meer zonder een onlinefiliaal kunnen, bleek de fysieke boekwinkel in 2014 de belangrijkste aankoopplaats voor het papieren boek. Voor vakantiegangers geldt zelfs dat er een uitgesproken voorkeur is voor de fysieke winkel.<sup>10</sup> De platen-/cd-winkel lijkt meer concurrentie van onlineaanbieders te ondervinden. Wellicht is het internationale aanbod hier een oorzaak. Een cd of lp van een internationale artiest kan net zo goed bij Amazon in het Verenigd Koninkrijk of de Verenigde Staten besteld →



**Figuur 3. Aantal mediawinkels (beeld en geluid) en boekwinkels**

\* Bron: Locatus \*\* Bron: KBb (de cijfers over 2015 waren ten tijde van de publicatie nog niet bekend).

worden als bij een onlinewinkel in Nederland. Voor een Nederlandse boektitel wordt dat een stuk moeilijker. De vooruitzichten voor de fysieke muziekwinkel zijn wat dat betreft niet florissant. De verwachting is dat in 2020 63 procent van de fysieke media- en entertainment-producten online wordt aangeschaft (NVPI 2015, 15). Tegenover de terugloop in platen-/cd-winkels staat een toename van tweedehands-platenzaken, als gevolg van de vinylopleving. De beheerder van het overzicht van nieuwe en tweedehandsplatenzaken op [www.plaatzaken.nl](http://www.plaatzaken.nl) spreekt van een toename van enkele tientallen per jaar.

Overheerste jarenlang de overtuiging dat het e-boek het fysieke boek zou verdringen, inmiddels wint de gedachte dat het papieren boek een blijvertje is terrein. Ook onder jongeren blijkt het populair (bijvoorbeeld Nijsen 2015). Zij zijn er bovendien grotendeels verantwoordelijk voor dat een oude drager terug is van weggeweest: vinyl. Eigenaren van platen-/cd-zaken zijn het erover eens dat er een nieuw jong publiek voor vinyl is, naast de oudere liefhebbers die nooit gestopt zijn met vinyl kopen.

De hernieuwde aandacht voor vinyl laat zien dat traditionele, fysieke cultuurdragers een comeback kunnen maken, als reactie op het alom heersende gevoel van digitale vluchtigheid. Dit geldt voor muziek. Bij het boek ligt dit anders. Daar is überhaupt geen sprake van een comeback. Het papieren boek is nooit verdrongen door een andere drager. En de drager is niet bepalend voor de wijze van consumeren: papier, digitaal of stream, een boek schaf je aan omdat je het graag wilt lezen. De liefde voor de fysieke drager is sterk in deze markt. Niets wijst er dan ook op dat het papieren boek de komende jaren zal verdwijnen. ●

#### Literatuur

- KVB (2001) *Jaarverslag 2000*. Den Haag: Koninklijke Vereniging van het Boekenvak.
- Nijsen, J. (2015) 'Uitgeversdroom: het boek is dood, leve het boek'. In: *Vrij Nederland*, jrg. 76, nr. 39, 66-73.
- NVPI (2009) *Marktinformatie Audio 2008*. Hilversum: NVPI.
- Stoel, J. van der (hoofdred.) (2014) *NVPI report 2014*. Hilversum: NVPI.
- Stoel, J. van der (hoofdred.) (2015) *NVPI report 2015*. Amsterdam: NVPI.

#### Noten

- 1 De hier gebruikte cijfers voor consumentenbestedingen verschillen van de Cultuurindex Nederland, die inflatiegecorrigeerd zijn.
- 2 In 2000 en 2001 was er voor het laatst sprake van een lichte stijging in consumentenbestedingen. De daling zette echter al in vanaf 1997.
- 3 De omzetcijfers liggen een stuk lager dan de consumentenbestedingen. Voornaamste reden voor dit verschil zijn de btw en winstmarge van de detailhandel, lichte NVPI-directeur Paul Solleveld toe.
- 4 De cijfers hebben betrekking op Nederlandstalige en anderstalige boeken, verkocht in Nederland. Echter: de e-boekcijfers gaan alleen over Nederlandstalige e-boeken.
- 5 In afzet is het aandeel fysiek 94,6 procent.
- 6 De A-boekenmarkt betreft alle boeken in alle talen verkocht op de Nederlandse markt uitgezonderd studie- en wetenschappelijke boeken.
- 7 [www.kb.nl/ob/nieuws/2015/vakantiebieb-2015-groot-succes](http://www.kb.nl/ob/nieuws/2015/vakantiebieb-2015-groot-succes)
- 8 [www.ellyschoice.nl/](http://www.ellyschoice.nl/)
- 9 [blyoo.bruna.nl/](http://blyoo.bruna.nl/)
- 10 [www.kvb.nl/feiten-en-cijfers/consumentenonderzoek \(meting 33 2015\)](http://www.kvb.nl/feiten-en-cijfers/consumentenonderzoek%20(meting%2033%202015)).