



**Books and bookshops  
at the dawning of  
the digital age**

**Caroline Damwijk  
cdamwijk@intres.nl**

"In the short term, we tend to overestimate technology and in the long term, we tend to underestimate technology."

Arthur C. Clarke

# "There will be blood"

- "Alles via Internet moet gratis" lobby is sterk
- E-books mogen niet duurder zijn dan 10 euro
- Auteurs kunnen zelf gaan uitgeven en verkopen
- Klanten kopen rechtstreeks via het internet
- Boekhandels achterhaald: fotovakzaak, muziekwinkel
- In Amerika: 15% van alle beschikbare titels is een e-book
- Jongeren 100% focus op digitale informatie

# Illegaal downloaden is geen stelen.....

De digitale revolutionaire aanbieders van gratis content ten strijde tegen de kapitalisten van uitgevers & boekverkoper

# Ontwikkeling winkelgebied

- Afname aantal passanten in de winkelstraat : -10%
- Leegstand winkelpanden neemt toe
- Huren komen onder druk te staan
- Grote winkels hebben veel bezoekers en kopers nodig, kleinere winkels (250 m<sup>2</sup>) hebben minder bezoekers en kopers nodig

# Ontwikkeling doelgroep

Doelgroep 50+ neemt flink toe (van 5,6 naar 7 miljoen ):  
In 2020 meer dan de 40% van de bevolking is ouder dan 50 jaar.

# Ontwikkeling Internet

- Nederlandse consument webwinkelt veel (71%)
- Grote bekende A-merken zoeken het Internet op (Ziggo)
- Grote bekende Internet merken zoeken fysieke winkels op
- Succesvol op internet = groot zijn in volume of groot zijn in specialisme
- Omnipresence: offline zijn bestaat niet meer
- Consument het internet altijd tot zijn beschikking wil hebben

# Ontwikkeling koopgedrag

- In de boekhandel 70% "snuffelt" eerst, weet niet van tevoren wat ze gaan kopen
- Op internet 70% koopt doelgericht: meteen bestellen zonder de site te bekijken



De huidige crisis staat in de schaduw van een veel grotere crisis: de overlevingscrisis "all over the place" (klimaat, water, olie)

Fundamentele, hoogwaardige, duurzame leefbaarheid is daarmee in het geding

A photograph of a library with numerous books falling from the shelves, creating a chaotic scene. The books are in various colors and sizes, and the shelves are mostly empty. The text "Gevolgen voor het papieren boek?" is overlaid on the image.

Gevolgen voor het papieren boek?

# Boek ideale vorm..

- Boek is meer dan alleen maar een drager van informatie,
- Boek is iets wat je graag bezit, iets wat je graag cadeau krijgt en geeft,
- Een boek vertegenwoordigt een culturele waarde
- Een boek heeft een emotionele waarde

Echter wie blijft denken vanuit papier krijgt zijn  
onlinemodel nooit van de grond

Online het gehele boek in pdf-formaat aanbieden is  
niet echt innovatief

- Digitale informatie gemakkelijk "*verrijkt* " wordt aangeboden
- Tekst-ebooks & ebooks met multimedia

# Effect Internet

- Opkomst nieuwe aanbieders: Google, Amazon, Apple, maken gebruik van een ander verdienmodel
- Internet : de plek om content te plaatsen en/of te vinden ; [www.nu.nl](http://www.nu.nl) vs. sites van kranten
- (Jongeren) Focus op "toegang tot" en minder op "bezit van""
- Verkoop ebooks stimuleert verkoop papieren boek
- Effect op waardeperceptie boek?



Gevolgen voor de boekhandel?

# Ebook klant = boekenkoper = lezer

1. 94% leest thuis (bed & bank) ; 17% onderweg (trein, vliegtuig)
2. Doelgroep: 40 +, Vrouwen 60%, Mannen 40%
3. Vrouwen lezen alles, mannen vooral non-fictie
4. Ook vrouwen, raken verliefd op de e-reader!
5. Voordelen e-reader: op vakantie, lettertype, gemak..

# Wat willen klanten graag?

1. Meeste klanten weten nog niet wat ze willen gaan kopen
2. Klanten willen graag "begeleid" worden in het zoeken
3. Persoonlijk contact zowel bij vragen als afhandeling klachten (offline /online)
4. In de winkel een boek zien, gebruik smart phone om recensies / aanbevelingen te bekijken

# Wat is de toegevoegde waarde van de boekhandel ?

1. Inhoudelijke kennis van de boeken
2. Kennis over de auteurs, genre, uitgevers
3. Gepassioneerde lezers
4. Groot aanbod van nieuwe titels, breed assortiment
5. Etalage voor auteurs; auteurs een publiek bezorgen
6. 2000 medewerkers bij Libris voor persoonlijk advies
7. Jaarlijks 3 miljoen bezoekers

# Alternatieve businessmodellen

## Learning by doing

# Voorlopige conclusie

1. Nieuwe kansen voor nieuw ondernemerschap
2. Best of both worlds
3. Doelgroep Boekhandel neemt fors toe
4. Door multimediale crisis oog voor duurzaamheid
5. Nieuwe producten ; ebooks met multimedia
6. Via Internet forste groei fysieke boeken en ebooks

Tandpasta kan nu eenmaal niet terug in  
de tube