

Boekwerk Monitor 2017 – De Markt

1. Marktcijfers 2012 – 2016

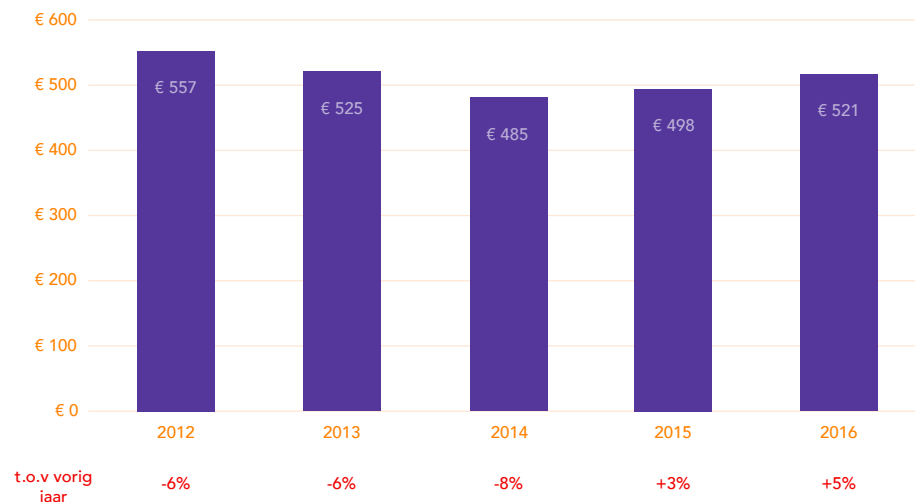
Op 19 januari 2017 presenteerden we de marktcijfers over 2016. In de markt heerste al een voorzichtige optimistische stemming over de verkopen. Dat werd gestaafd door goede cijfers. Daaruit bleek dat na een stijging van de omzet van 3% in 2015 de algemene boekenmarkt in 2016 opnieuw een omzetstijging noteerde, nu van 5%. De omzet steeg van € 498 miljoen in 2015 naar € 521 miljoen. De afzet steeg van 39 miljoen algemene boeken naar 41 miljoen, eveneens een groei van 5%. Deze cijfers komen als geroepen na jaren van forse verliezen in de periode 2009 tot en met 2014.

Economische groei

Net als de Nederlandse economie zit de markt voor het Nederlandstalige boek weer in de lift. Mensen kopen weer meer boeken, al zijn het er nog niet zoveel als in de topjaren van de markt. In 2016 zette het herstel van 2015 zich voort. Titels als *Judas* van Astrid Holleeder, *Harry Potter en het vervloekte kind* van J.K. Rowling, *Jack Thorne & John Tiffany*, *Huidpijn* van Saskia Noort en de autobiografie van Johan Cruijff, *Mijn verhaal*, stuwden de boekverkoop op.

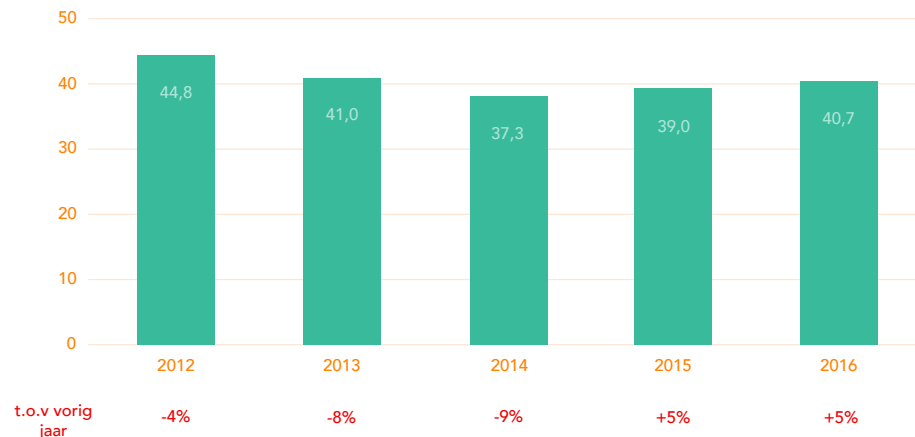
De Top 100 als geheel groeide harder dan de markt en draagt voor een belangrijk deel bij aan de totale groei: van de titels in de top 100 werden zo'n 15% meer papieren exemplaren verkocht dan van de bestverkochte 100 boeken in 2015. Ter vergelijking: de markt voor het papieren Nederlandstalige boek steeg 3%. Het aandeel van de Top 100 in totale verkoop (afzet) kwam uit op 13,6% (11,9% in 2015).

Figuur 1: Omzet algemene boeken in miljoen euro 2012–2016 (inclusief e-books)



Omzetontwikkeling van algemene boeken in miljoen euro voor de jaren 2012–2016 (inclusief e-books).
Bron: KVB Boekwerk/GfK

Figuur 2: Afzet algemene boeken in miljoen exemplaren 2012–2016 (inclusief e-books)



Ontwikkeling marktaandeel (aantal verkochte exemplaren) van algemene boeken in miljoen exemplaren voor de jaren 2012–2016 (inclusief e-books). Bron: KVB Boekwerk/GfK

Ongelijk verdeeld

In deze monitor kijken we vooral naar de trends en verschuivingen in de markt. De groei is natuurlijk niet gelijk verdeeld over genres, typen boeken of titels. In de meeste gevallen is er wel sprake van groei, maar er gaat ook marktaandeel verloren. In deze monitor kijken we vooral naar de achtergrond van de cijfers en de mogelijke oorzaken, zoals in koop- en leesgedrag. Dat zegt meer over het functioneren van de markt dan de cijfers zelf.

Bestsellermarkt?

Maar van een echte hausse aan bestsellers is de afgelopen jaren geen sprake geweest. Zowel in 2015 als in 2016 gingen er van slechts zeven titels meer dan 100.000 exemplaren over de toonbank. In het topjaar 2009, toen de boeken van Stieg Larsson, Tatiana de Rosnay, Dan Brown, Herman Koch en Saskia Noort niet aan te slepen waren, gold dat voor twintig titels (Bron: CPNB Top 100). Overigens zijn bestsellers niet te voorspellen, zorgvuldig geplande marketingcampagnes en boekverfilmingen hebben invloed, maar soms komen bestsellers zomaar uit de lucht vallen, blijkt uit onderzoek van Erica van Boven (*Bestsellers in Nederland, 1900-2015*). De belangrijkste oorzaak van het ontstaan van een bestseller of een hype blijft dat mensen elkaar aansteken. In deze monitor geven we voor het eerst inzicht in de verdeling van de markt in boeken met een hoge omloopsnelheid (bestsellers) en de longtail.

Stabiele markt

Het aantal verschillende Nederlandstalige titels dat de consumenten kochten, steeg afgelopen jaar minimaal, van 131.000 in 2015 tot 132.000 in 2016. Van de bijna 132.000 Nederlandstalige titels behoorden 74.000 titels tot het zogenaamd literair-culturele segment. Dat betekent een lichte stijging in vergelijking met 2015, toen er van 73.000 literair-culturele titels minimaal één exemplaar werd gekocht. Het aandeel van het literair-culturele segment bleef wel gelijk, op 56% van het totaal, zowel in omzet als afzet.

Anderstalige titels

Opvallend is dat in 2016 het aantal anderstalige titels enorm steeg, met ruim 12% (+ 30.000 titels). Ook het aandeel van de verkochte exemplaren steeg van 7% in 2012 naar 10% in 2016.

E-books

De stijging in het aantal verkochte e-book-titels is minder opvallend omdat uitgevers nog steeds bezig zijn de *backlist* te digitaliseren. We besteden in deze monitor ook aandacht aan het groeitempo van de e-bookmarkt. In de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk is er zelfs sprake van een daling van de verkoop van e-books.

Concurrentie tussen genres

In aanloop naar de Boekenweek kopte *NRC Handelsblad* dat de romans moeten inschikken. Dat is een correcte observatie: ook uit cijfers van KVB Boekwerk blijkt dat het marktaandeel van fictie de afgelopen vijf jaar is afgenomen. Gezien de stijging van de totale markt betekent deze afname dat er andere genres zijn die in belang toenemen. Een van de goedlopende genres is kinder- en jeugdboeken, dat in omvang aanzienlijk groter is dan in 2012. Een ander genre dat groeit is non-fictie. Er is meer concurrentie tussen de genres. Dat duiden we in deze monitor, waarbij we ook stilstaan bij het verschijnsel dat we meer boeken kopen dan we lezen.

Meer informatie over het onderzoek

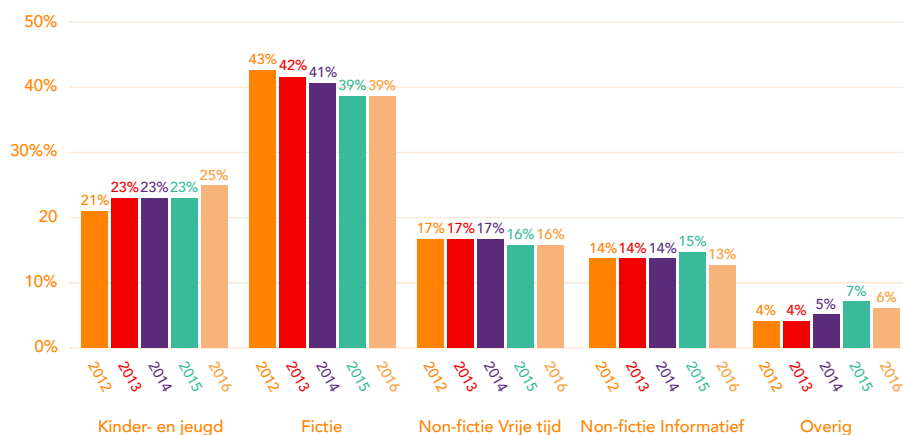
De onderzoeksverantwoording is beschreven op de [website](#) van KVB Boekwerk. Hier vindt u tevens meer informatie over de gebruikte begrippen en leest u over belangrijke aandachtspunten bij het interpreteren van de GfK-gegevens.

2. Concurrentie voor fictie

Als we inzoomen op het Nederlandstalige boek, zien we dat de consumenten in 2016 weer iets meer fictie zijn gaan kopen: 4% meer exemplaren dan een jaar eerder. De stijging wordt voor een groot deel veroorzaakt door een stijging in digitale fictieboeken. De verkoop van papieren fictieboeken groeide met 1,5%.

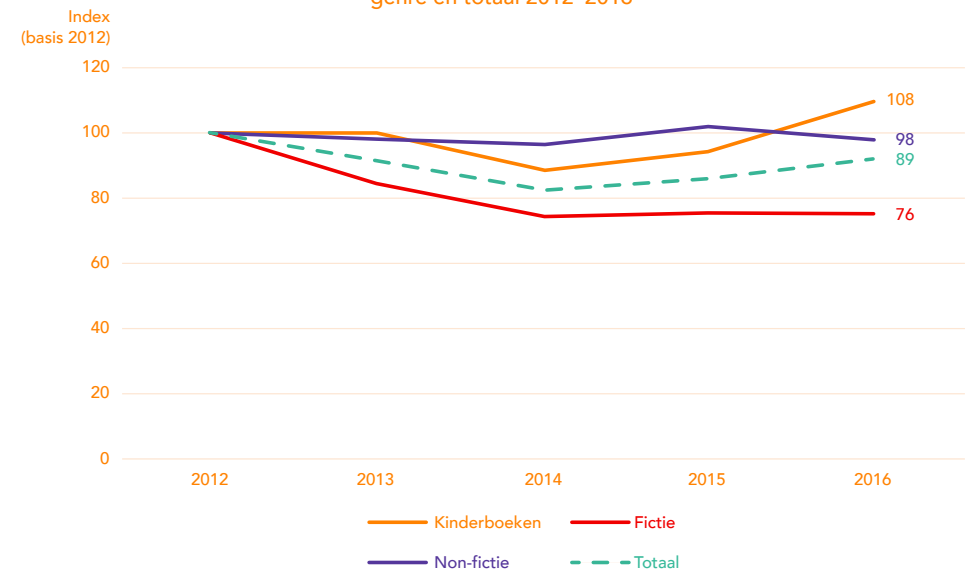
Het herstel van het grootste segment van de markt blijft echter achter bij de groei van de totale markt. In vergelijking met 2015 is het afzetaandeel van fictie in de verkoop van algemene boeken nagenoeg gelijk gebleven (van 39,1 tot 39,0%), maar in 2012 was fictie nog goed voor 43% en in het topjaar 2009 zelfs voor bijna 47%. Het omzetaandeel van fictie is over de laatste jaren eveneens afgenomen, van 44% in 2012 tot 40% in 2016. In 2009 was het nog 46%.

Figuur 3: Afzetaandeel per genre 2012-2016



Marktaandeel (aantal verkochte exemplaren) van de hoofdgenres kinder- en jeugdboeken, fictie, non-fictie vrije tijd en non-fictie informatief en overige boeken in de jaren 2012-2016. Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

Figuur 4: Ontwikkeling afzet literair-cultureel segment naar genre en totaal 2012-2016



De afzetontwikkeling van het totale literair-culturele segment en naar genre: fictie, kinder- en jeugdboeken, non-fictie in de jaren 2012-2016 (2012 = het basisjaar). Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

Literair-culturele fictie

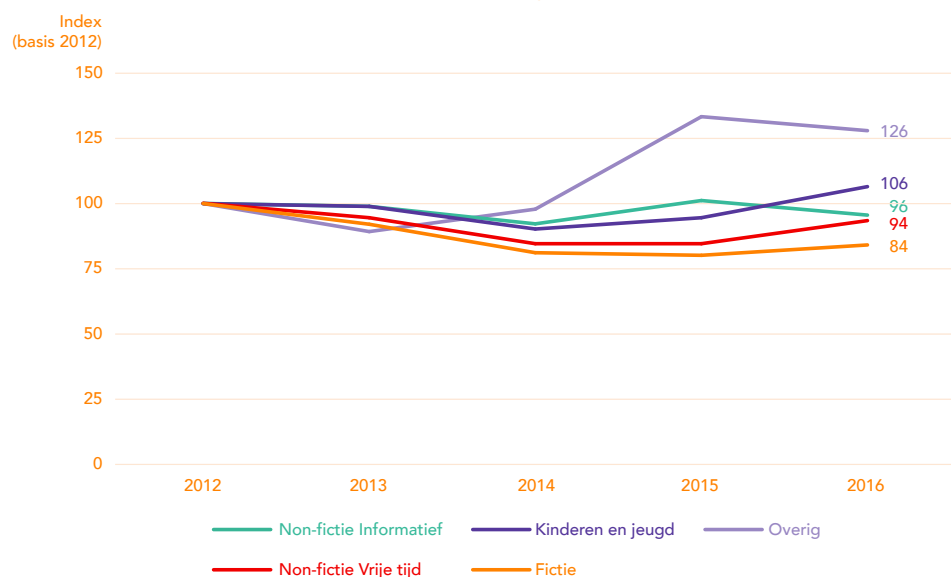
Het broze herstel van fictie wordt nog eens onderstreept wanneer we kijken naar het literair-culturele segment. De ontwikkeling van het literair-culturele segment gaat min of meer gelijk op met die van de totale Nederlandstalige markt. Literair-culturele kinderboeken maken een opmars, zo ook literair-culturele non-fictie. Literair-culturele fictie blijft echter achter. De boekenkoper heeft de weg naar de literair-culturele fictie dus nog niet echt teruggevonden. Zowel de afzet als de omzet van dit segment is tussen 2012 en 2014 jaar op jaar gedaald. In 2015 en 2016 stegen de verkopen minimaal; voornamelijk door de stijging in e-books in dit genre.

De interesse in literair-culturele non-fictie piekte in 2015 en bleef in 2016 iets achter. Dat de kopers toch 5,4% meer boeken uit het literair-culturele segment hebben gekocht, is te danken aan de kinderboeken. Door de lagere gemiddelde prijs van kinderboeken is de omzetgroei van dit segment echter minder groot: al met al gaven consumenten in 2016 2,4% meer uit aan het totale aanbod van literair-culturele boeken.

Non-fictie

De afname van het belang van fictie voor de markt betekent dat er andere genres zijn die in belang toenemen, de stijging van de totale markt in aanmerking genomen. Een van die goedlopende genres is kinder- en jeugdboeken, dat in omvang groter is dan in 2012 (zie volgende paragraaf). Het andere belangrijke genre is non-fictie. Zowel de vrijetijds- als de informatieve non-fictie laten een beter herstel zien dan fictie. Door de hogere gemiddelde prijs van non-fictie is dit vooral zichtbaar in de omzetontwikkeling (zie figuur 5).

Figuur 5: Omzetontwikkeling per genre 2012–2016



De omzetontwikkeling van de hoofdgenres fictie, kinder- en jeugdboeken, non-fictie vrije tijd en non-fictie informatief en overig in de jaren 2012-2016 (2012 = het basisjaar). Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

De populairste (in omzet) non-fictieboeken vallen in genres als geschiedenis, psychologie, boeken over eten en drinken, sportverhalen en reisgidsen. Bestsellers geven het genre een flinke boost, zoals in 2015 *Het kan niet waar zijn* van Joris Luyendijk en *Gouden jaren* van Annegreet van Bergen hebben gedaan. Ook sportboeken komen veelvuldig voor in de bestsellerlijsten. De populariteit van tv-programma's als Voetbal Inside (voorheen VI) zorgt voor een nieuw lezerspubliek. Kookboeken behoren al jaren tot de bestlopende genres. Dit genre doet het vooral goed in de decembermaand, als cadeau. Verder zorgen de continue trends in gezondheid en diëten voor een nieuwe aanwas aan titels.

Koop- versus leesgedrag

Het koopgedrag steekt positief af bij de ontwikkelingen in het leesgedrag van Nederlanders. Volgens onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) besteden die steeds minder tijd aan het lezen van boeken. Die ontwikkeling is al gaande sinds de jaren vijftig en lijkt onomkeerbaar.

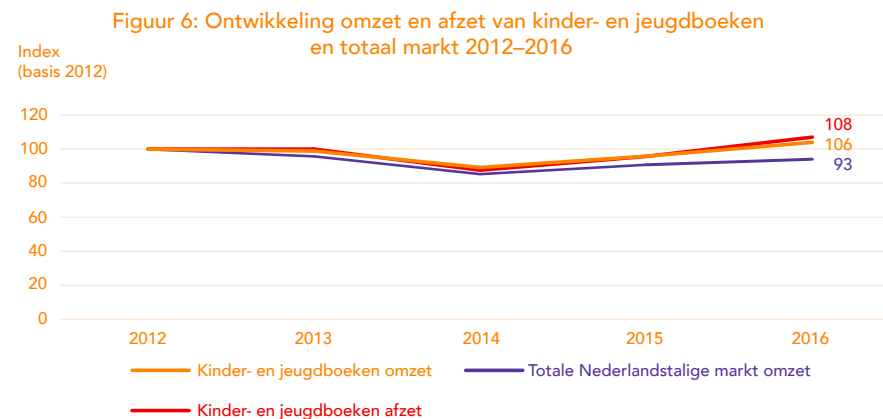
De tijd die wij op een doorsnee dag aan lezen besteden, dus ook kranten, tijdschriften en online, neemt tamelijk snel af, van 42 minuten in 2013 tot 37 minuten in 2015. Het aantal mensen dat boeken leest, is tussen 2013 en 2016 gedaald van 84% tot 77%: 45% leest af en toe, 32% leest geregeld en 23% leest nooit een boek, volgens het Media: Tijd-onderzoek van het SCP uit 2016. We besteden de meeste tijd aan kijken en luisteren. Uit het onderzoek blijkt dat de daling van de leestijd wordt veroorzaakt door de daling van het aantal lezers in de bevolking. De leestijd van mensen die lezen loopt niet (significant) terug.

Toch groeit de boekenmarkt. Er zijn verschillende verklaringen denkbaar voor de kloof tussen lezen en kopen. De meest voor de hand liggende is de rol die het boek vervult als cadeau. Boeken worden gekocht, weggegeven, maar blijven ongelezen in de kast staan. Uit consumentenonderzoek van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB) blijkt dat 17% van de Nederlanders die recent boeken hebben aangeschaft, zegt dat dit boek (of deze boeken) een cadeau voor iemand anders was (meting 35 januari 2016). Een vergelijkbare conclusie komt uit de *Customer Journey* van de boekenkoper: 14% zei dat een boek voor iemand anders was (meting 32, mei 2015).

Een andere mogelijke verklaring is dat onderzoekers en respondenten andere definities hanteren. Het is immers van belang te weten welke boeken minder gelezen worden. Bij consumentenonderzoek is niet altijd goed vast te stellen of de respondent het doornemen van een recept uit een kookboek of het bladeren in een reisgids voor de volgende vakantie als het 'lezen' van een boek ziet. Als de daling van de leestijd vooral fictieboeken betreft, zou dat het broze herstel van dit genre kunnen verklaren. Verder is het de vraag of de groeiende markt van kinderboeken direct te verbinden is met resultaten uit het SCP-onderzoek, aangezien het de mediabesteding van Nederlanders ouder dan 13 jaar in kaart brengt.

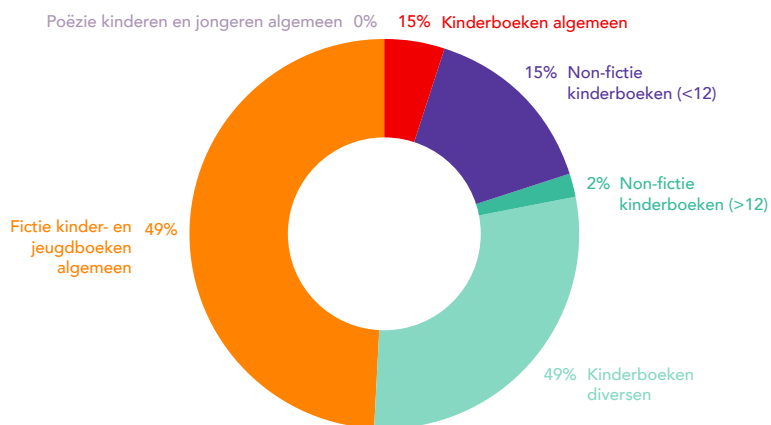
3. Kinderboeken winnen aan populariteit

Kinderboeken mogen zich verheugen op een groeiende populariteit onder boekenkopers. In 2012 bedroeg het aandeel van kinderboeken in de totale verkoop 21%, in 2015 was dat doorgroeid tot 23% en in 2016 was het aandeel 25%. De prijzen van kinderboeken liggen vaak lager dan die van andere boeken (ca. 3 euro goedkoper), maar ook in de omzetcijfers is die ontwikkeling waar te nemen: het aandeel groeide naar 18% in 2016. Kinderboeken zijn het laatste waar ouders op bezuinigen, kopte *De Telegraaf* in 2015 nog op basis van de aanhoudende positieve kinderboekencijfers.



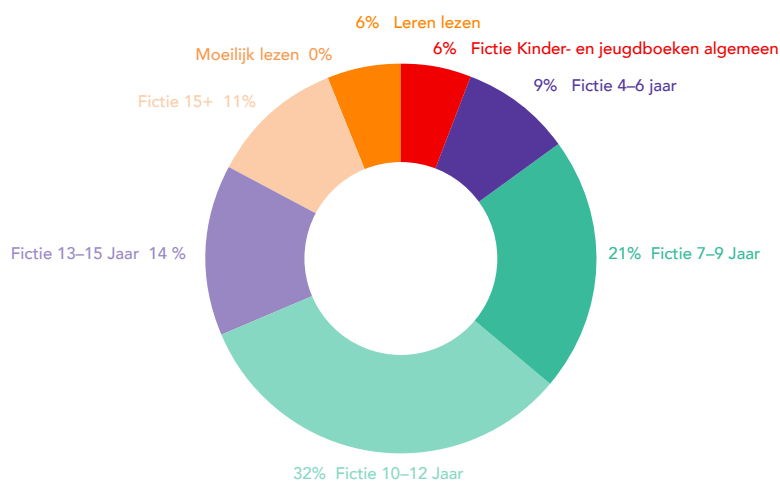
De omzet- en afzetontwikkeling van het hoofdgenre kinder- en jeugdboeken en de omzetontwikkeling van de totale Nederlandstalige algemene boekenmarkt in de jaren 2012-2016 (2012 = het basisjaar). Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

Figuur 7: Kinder- en jeugdboeken naar genre 2016



Marktaandeel in omzet van de zes genres binnen Nederlandstalige kinder- en jeugdboeken 2016. Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

Figuur 8: Genres binnen fictie kinder- en jeugdboeken algemeen 2016



Marktaandeel in omzet van de acht genres binnen Nederlandstalige fictieboeken voor kinderen 2016. Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

Fictie populairst

Bij kopers van Nederlandstalige kinderboeken is fictie verreweg het populairst. Men heeft daar ook het meeste geld voor over. Het omzetaandeel komt al jaren uit rond de 48%. Maar de interesse in non-fictie voor kinderen groeit. De verkoop van non-fictieboeken voor kinderen onder de 12 jaar neemt jaar op jaar toe, waardoor het aandeel in 2016 uitkomt op 15% (in 2012 op 13%).

Meer dan de helft is voor 7-12 jarigen

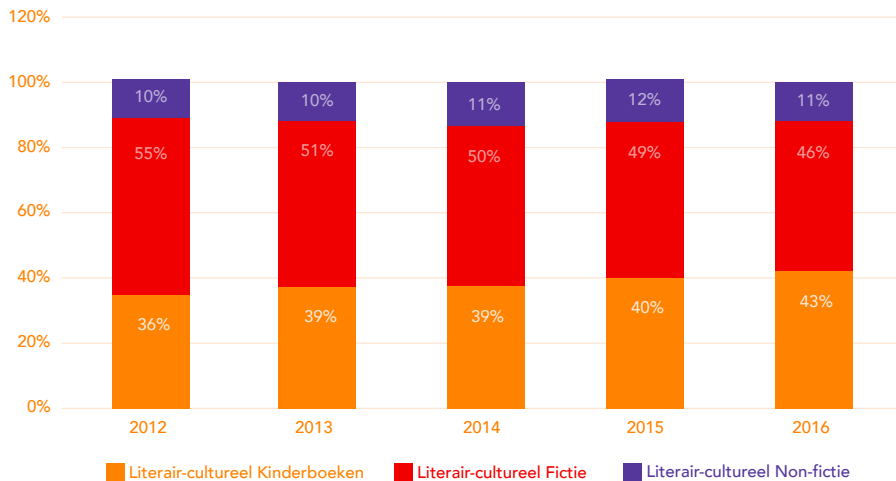
Binnen het fictiesegment worden boeken voor diverse leeftijdsgroepen onderscheiden. De helft van de omzet van fictieboeken wordt behaald door boeken voor 7- tot 12-jarigen, in 2015 was het aandeel zelfs bijna 60%. Boeken die binnen fictie voor 10- tot 12-jarigen vallen zijn het populairst. Series als *Het leven een loser* van Jeff Kinney, *Dagboek van een muts* van Rachel Renee Russell en *De waanzinnige boomhut* van Andy Griffiths en Terry Denton zullen hun invloed op deze cijfers niet hebben gemist. Niet alleen worden deze boeken goed verkocht, ook bij de openbare bibliotheek voeren ze uitleenlijsten aan.

Het marktaandeel van het segment voor de 13- tot 15-jarigen liet in 2016 een opmerkelijke groei zien. In 2012 was deze leeftijdscategorie goed voor 9% van de fictieomzet, in de jaren daarna nam dat iets af, maar in 2016 sprong het aandeel naar 14%. Dat is ongetwijfeld te danken aan *Harry Potter en het vervloekte kind*, het op een na bestverkochte boek van 2016.

Literair-cultureel: bijna evenveel kinderboeken als fictie

In het literair-culturele segment kochten mensen in 2016 bijna net zoveel kinderboeken als fictie. Het verschil is 1 miljoen exemplaren. Het kinderboek heeft een aandeel van 43%, fictie een aandeel van 46%. In 2012 zag die verhouding er nog totaal anders uit. Destijds werden er 4 miljoen minder kinderboeken dan fictieboeken verkocht (36% kinderboek vs. 55% fictie). Maar door het verschil in de gemiddelde verkoopprijzen geven de boekenkopers in het literair-culturele segment nog steeds veel meer uit aan fictie dan aan kinderboeken. In 2016 was fictie goed voor 52% van de omzet en waren de kinderboeken verantwoordelijk voor 32%.

Figuur 9: Afzetaandeel genres binnen literair-cultureel segment 2012–2016

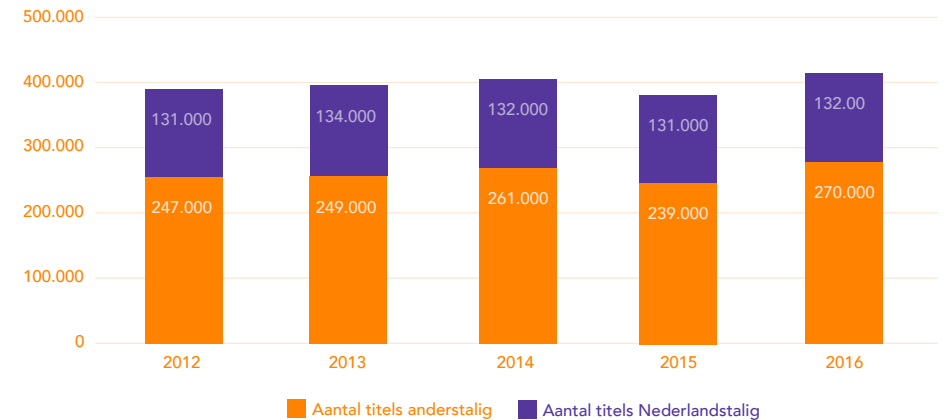


Marktaandeel (in verkochte exemplaren) van literair-culturele kinderboeken, fictie en non-fictie binnen het literair-cultureel segment 2012-2016. Bron: GfK-panel, voor extrapolatie

4. Anderstalig groei

Het boekenaanbod in 2016 bestond uit ruim 402.000 verschillende titels waarvan minimaal één exemplaar verkocht werd. Dat is 8,6% meer dan in 2015, toen het totaal aantal titels 371.000 bedroeg. Het leeuwendeel van deze groei kwam voor rekening van anderstalige boeken. Van de circa 32.000 extra titels die zijn gekocht, waren ongeveer 1.000 Nederlandstalig en bijna 31.000 anderstalig.

Figuur 10: Aantal papieren Nederlandstalige en anderstalige titels 2012–2016



Ontwikkeling aantal papieren Nederlandstalige en anderstalige titels (uniek ISBN) waarvan minimaal een exemplaar verkocht is op de Nederlandse markt 2012-2016. Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

14% van de omzet

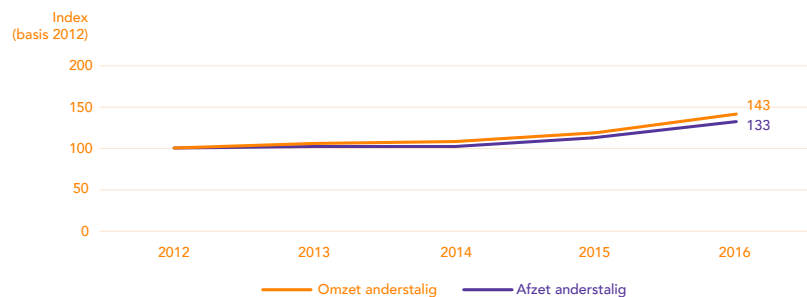
Ook de afzet en de omzet van anderstalige boeken neemt toe. Het aantal anderstalige boeken dat consumenten in 2016 kochten, maakte 10% van het totaal uit (in 2012 7%). De groei laat zich het beste zien in een vergelijking met Nederlandstalige verkoop.

In vergelijking met 2015 kocht men 3,3% meer Nederlandstalige boeken en maar liefst 18% meer anderstalige boeken. De omzet van anderstalige boeken is binnen het panel van GfK sinds 2012 fors gestegen, met 18 miljoen euro naar 65 miljoen euro in 2016. Inmiddels is het anderstalige boek goed voor 14% van de totale papieren marktomzet. De gemiddelde prijs van een papieren anderstalig boek is 16 euro, ruim 4 euro hoger dan een Nederlandstalig papieren boek.

Engelstalig, tweetalig

De groeiende populariteit van anderstalige boeken komt grotendeels voor rekening van Engelstalige boeken. Mogelijk spelen het groeiende aantal expats en het tweetalige onderwijs hierin een rol. Sommige grote Engelstalige titels doen het in de oorspronkelijke taal beter dan in de vertaalde versie, met name wanneer de Engelstalige versie goedkoper is. Uit consumentenonderzoek van SMB (meting 37, juli 2016) blijkt verder dat een derde van de consumenten wel eens een anderstalig boek koopt. Er blijken twee belangrijke redenen te zijn om boeken in een andere taal te kopen. De eerste is dat men er de voorkeur aan geeft het boek in de originele taal te lezen. De tweede is dat het boek niet verkrijgbaar is in het Nederlands. Met name jongere consumenten kopen Engelstalige boeken.

Figuur 11: Ontwikkeling afzet en omzet van anderstalige boeken in Nederland 2012–2016



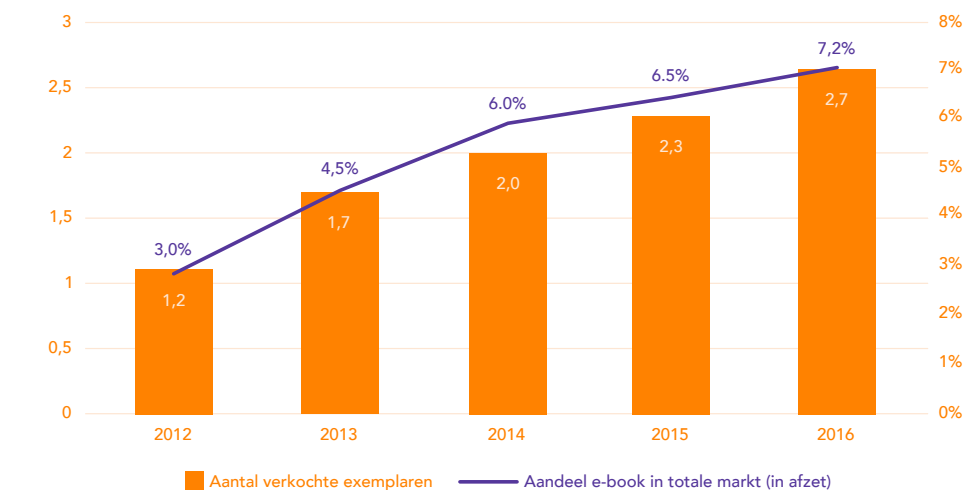
Ontwikkeling van de afzet en omzet van verkoop anderstalige boeken in Nederland in 2012- 2016. Bron: GfK-panel, voor extrapolatie.

5. E-books groeien gestaag door

Het aantal verkochte e-books in Nederland neemt elk jaar nog toe. De afzet steeg in vergelijking met 2015 met 16%. Het literair-culturele segment bleef daar iets bij achter, met een afzetstijging van 9% voor de literair-culturele e-books. De 2,7 miljoen verkochte e-books hebben een marktaandeel van 7,2% in afzet (Nederlandstalige boeken).

De omzet die deze verkoop oplevert nemen we niet mee in deze monitor. Omdat er in 2016 door GfK een andere methodiek gebruikt is, kunnen er geen uitspraken gedaan worden over zuivere groei of daling van omzet. In 2017 wordt dit opgepakt. Voorts is het van belang te melden dat deze cijfers niet gaan over omzet en afzet behaald uit abonnement- en streamingdiensten.

Figuur 12: Aantal verkochte e-books in miljoenen en het afzetaandeel op totale markt 2012-2016



Ontwikkeling van het aantal verkochte e-books in Nederland in miljoenen exemplaren (linker as) en het aandeel van e-books op het totaal aan Nederlandstalige verkochte exemplaren (rechter as) in 2012-2016. Bron: GfK

Meer titels

Het aantal verschillende titels dat lezers digitaal aanschaffen groeit jaar op jaar. In 2016 hebben zij bijna 37.000 verschillende e-booktitels gekocht, 8% meer dan in 2015. In vergelijking met 2012 is het aantal titels dat mensen digitaal kochten, zelfs ruim verdubbeld: destijds ging het nog om circa 17.000 verschillende titels. Het digitaal beschikbaar komen van de backlist is ongetwijfeld een van de redenen hiervoor.

Van de 10 verkochte e-books vallen er 8 binnen fictie (romans, spanning, romantiek). Kinderboeken hebben een aandeel van 5% en digitale non-fictie beslaat circa 14% van de markt. Het aantal verschillende literair-culturele titels dat in digitale vorm wordt gekocht, groeit eveneens nog steeds: dat is sinds 2012 gestegen van 51% tot 55%. De verhouding bij e-books is nu dus bijna dezelfde als bij de papieren boeken (56%).

Daling in het buitenland

Dat de markt nog steeds groeit is interessant tegen het licht van de signalen die komen uit de Verenigde Staten en Groot-Brittannië. Daar daalt de verkoop van e-books sinds 2015. Dat is door onder meer de Association of American Publishers, marktonderzoeksbureau Nielsen en het Engelse vakblad *The Bookseller* vastgesteld. Waarom de e-bookverkoop dalen is niet helemaal duidelijk en ligt genuanceerd. Aanhangers van digitaal lezen zeggen dat er meer gratis wordt gelezen, tegenstanders wijzen op een soort digitale vermoeidheid. Het Amerikaanse vakblad *Publishers Weekly* deed onderzoek naar de motieven van kopers van boeken en een aanzienlijk deel zegt minder tijd te willen doorbrengen met hun digitale apparaten. Of deze tendens ook in Nederland speelt en welke invloed deze gaat hebben op de verkoop van e-books zal moeten blijken.

Papier en scherm

Uit het Media:Tijd-onderzoek van het SCP blijkt dat het lezen van papier in 2015 nog altijd favoriet was. Op een doorsnee dag leest 39% van de Nederlanders een krant, tijdschrift of boek van papier en 11% van een scherm. Dat is aanmerkelijk meer dan in 2008, toen het aandeel van de schermen nog verwaarloosbaar was, maar tussen 2013 en 2015 is dat percentage nauwelijks toegenomen. Tevens blijkt uit consumentenonderzoek van SMB (meting 38, december 2016) dat 90% van de e-booklezers zowel papier als digitaal leest. 10% van de e-booklezers leest uitsluitend digitale boeken. Het e-book heeft duidelijk een eigen plek in de markt. Dat is wellicht een van de redenen dat KOBO en Bol.com nieuwe vormen van digitaal lezen aanbieden.

Illegaal downloaden

Tot slot nog dit. De cijfers zouden ongetwijfeld een stuk rooskleuriger zijn geweest wanneer minder e-books illegaal verkregen zouden zijn. Uit een onderzoek van Deloitte in opdracht van het Bureau voor intellectuele eigendom van de Europese Unie blijkt dat 10% van de Europeanen in 2016 doelbewust illegale content heeft gestreamd of gedownload. In de leeftijdsgroep tussen 15 en 24 jaar is dat zelfs 27%. Daarbij kan het om films of muziekopnames gaan, maar ook om boeken. Er is ook nog een groep die niet beseft dat er zoiets als auteursrecht bestaat. De helft van de Europeanen is bovendien van mening dat de regels voor intellectueel eigendom niet goed werken in combinatie met internet.

De vraag is of hiermee ook een verklaring gevonden is voor het langzame herstel van fictie in de boekenmarkt. Fictieboeken zijn relatief makkelijk te publiceren in digitale vorm en zullen daarom ook veel aanwezig zijn op websites waar illegaal gedownload wordt. Het is dus goed mogelijk dat illegaal downloaden vooral de fictie treft.

6. Bestsellers versus longtail

Is de boekenmarkt een bestseller markt of een *long tail* markt? Waarbij we in dit geval bestsellers ruim definiëren als de top 100 of de 50% best lopende titels in een jaar. De long tail theorie van Chris Anderson (2004) veronderstelt dat door de betere vindbaarheid en de constante stroom aan aanbevelingen de consument het totale boekenaanbod eerder vindt. Daar staat de theorie van de *blockbuster* (Anita Elberse, 2009) tegenover. Deze veronderstelt dat de aandacht van de consument steeds meer verschuift naar de kop van de markt, naar de *blockbusters* of *bestsellers*. Volgens de eerste theorie neemt het belang van het totale aanbod voor de omzet toe. De tweede stelt dat een steeds groter deel van het publiek een steeds kleiner deel van het boekenaanbod koopt.

Uit de vorige editie van de KVB Boekwerk monitor bleek dat in de periode 2012-2015 de honderd bestverkochte titels van het jaar gemiddeld 16% van de markt omzet genereerden. Deze analyse is dit jaar uitgebreid om na te gaan welke theorie van toepassing is op de boekensector: de bestseller of de long tail. De analyse is gebaseerd op papieren titels.

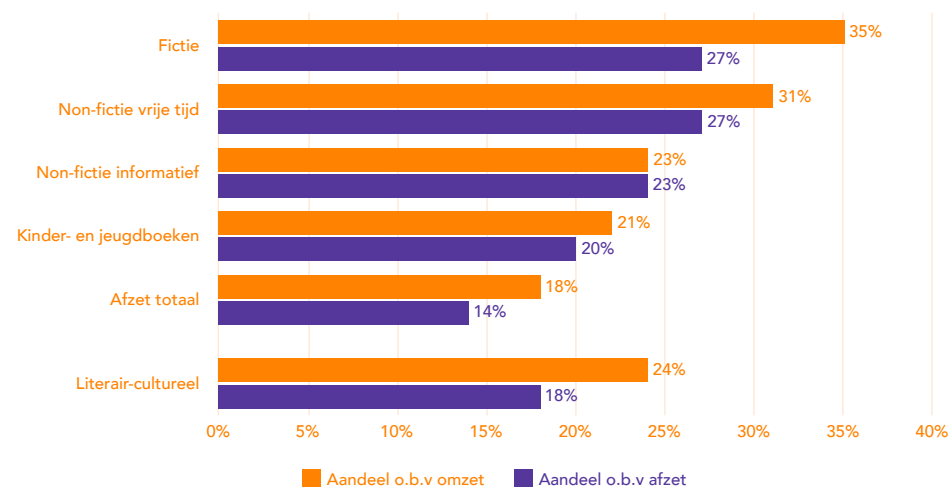
Top 100

Uit de data van GfK blijkt dat de top 100 bestverkochte boektitels goed is voor bijna een vijfde van de omzet (18%). Dit is overigens niet uniek voor de boekensector, ook andere entertainmentmarkten zoals de filmsector en muzieksector laten zien dat de top van de markt erg belangrijk is voor de omzet. Dit speelt nog sterker bij games (bron: GfK). Zoals blijkt uit figuur 13 is dit in de boekenmarkt vooral van toepassing voor de genres fictie en non-fictie vrije tijd. Dit is een aanwijzing voor een bestseller markt.

Long tail: 50% van de omzet

De long tail is de tegenhanger van de traditionele regel dat 20% van het aanbod verantwoordelijk is voor 80% van de vraag. Bij long tail is de regel: dat bij een groot assortiment, de totale omzet van de minder populaire producten gezamenlijk groter kan zijn dan de vraag naar de meest populaire titels. Kanttekening is dat een onderscheid tussen e-commerce en fysieke boekwinkels niet mogelijk is op basis van de beschikbare data.

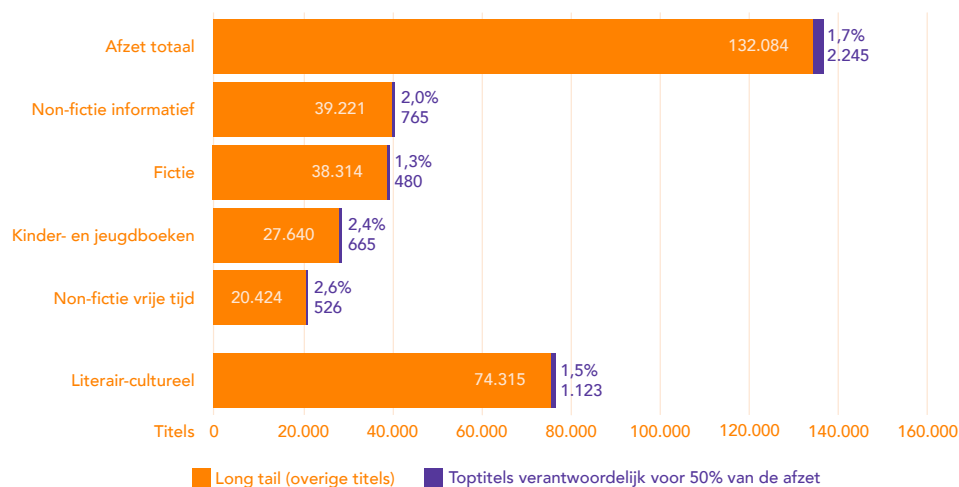
Figuur 13: Marktaandelen top 100 bestverkochte boektitels in 2016 per hoofdgenre



Marktaandelen op basis van afzet en omzet van de top 100 bestverkochte papieren boektitels in 2016, voor de totale papieren markt en uitgesplitst voor de hoofdgenres en het literair-cultureel segment. Het gaat om boektitels in fysieke verschijningsvorm (papier). Bron: GfK, voor extrapolatie.

De grafiek op de volgende pagina maakt in één oogopslag duidelijk dat deze regel voor de boekensector niet opgaat. Ook niet als er ingezoomd wordt op de hoofdgenres, waarbij de percentages variëren tussen de 1 en 3%. Hoewel de grafiek duidelijk maakt dat de long tail niet van toepassing is, blijkt de kracht van het brede en diverse aanbod.

Figuur 14: Percentage van de papieren toptitels dat verantwoordelijk is voor 50% van de afzet (2016)



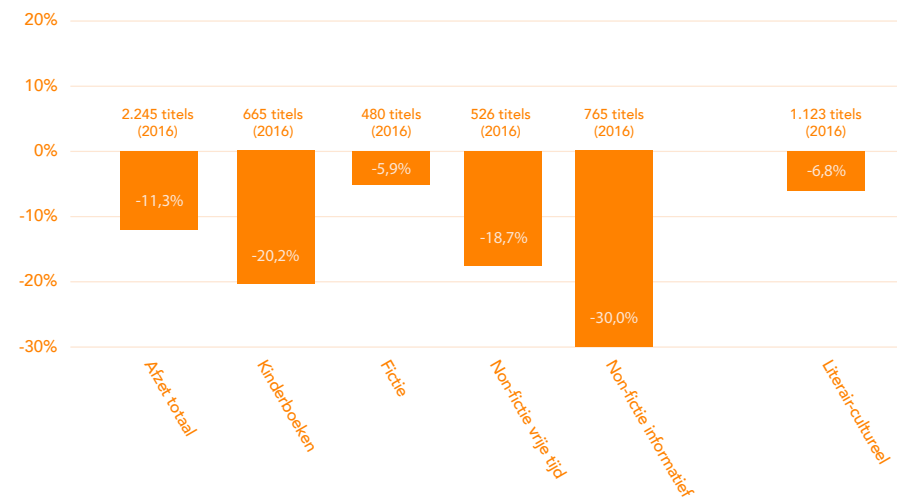
Percentage papieren toptitels dat verantwoordelijk is voor 50% van de afzet, uitgesplitst voor de totale papieren markt, per hoofdgenre en voor het literair-cultureel segment. Leesvoorbeeld: in 2016 waren 2.245 papieren toptitels nodig om 50% van de afzet te kunnen behalen, het gaat om 1,7% van het totaal aan papieren boektitels. Bron: GfK, voor extrapolatie.

Het geeft namelijk aan dat het aanbod een grote groep consumenten trekt. De long tail laat een grote aantrekkingskracht zien op consumenten om allerlei boeken te kopen en te lezen.

Top 50% van de markt

Voor elke genre geldt dat een relatief kleine groep toptitels zorgt voor 50% van de afzet (het parse deel van de staaf in de figuur hierboven). Voor de totale afzet van boeken gaat het om 1,7% van de toptitels dat verantwoordelijk is voor de helft van de afzet. Bij het genre fictie ligt dit percentage nog lager en is het bestseller principe meer van toepassing. Een grafiek op basis van omzet geeft hetzelfde beeld.

Figuur 15: Procentuele verandering van het aantal papieren toptitels benodigd voor 50% van de afzet (2016 t.o.v. 2012)



Ontwikkeling (2016 ten opzichte van 2012) van het aantal papieren toptitels dat zorgt voor 50% van de afzet, voor de totale papieren markt, per hoofdgenre en voor het literair-cultureel segment. Leesvoorbeeld: In 2016 waren er in totaal relatief 11,3% minder papieren toptitels nodig om 50% van de afzet te kunnen behalen. Het gaat om 2.245 papieren toptitels. Bron: GfK, voor extrapolatie.

Bestsellerisering

Neemt het belang van bestsellers toe of af? Met behulp van de paneldata van GfK is onderzocht wat de ontwikkeling is van het aandeel van papieren titels dat verantwoordelijk is voor 50% van de afzet. Dit is gedaan door het aandeel dat nodig is om het 50%-omslagpunt te behalen tussen 2012 en 2016 te vergelijken. Als er relatief meer titels nodig zijn om het omslagpunt te bereiken, dan is het percentage positief. Is het percentage negatief, dan zijn er relatief minder boektitels nodig om het 50%-omslagpunt te bereiken. Dit laatste duidt op *bestsellerisering*.

In bovenstaande grafiek is te zien dat het aandeel toptitels op het totaal aantal boektitels kleiner wordt. Deze ontwikkeling geldt voor alle genres. Bij kinderboeken bijvoorbeeld zijn er relatief 20% minder toptitels nodig om 50% van de afzet te kunnen behalen. Een kleiner deel van de toptitels zorgt voor een groter afzetaandeel.

KVB Boekwerk is een initiatief van:

groep algemene uitgevers *Nederlands* uitgeversverbond

Lezen
.....
STICHTING LEZEN

Nederlands
letterenfonds
dutch foundation
for literature

Stichting Collectieve
Propaganda van het
Nederlandse Boek

