

Jaarverslag

2006

Interneteditie

Inhoudsopgave

<i>Voorwoord</i>	3
<i>De markt</i>	4
<i>De boekhandel en distributie</i>	8
<i>Nationaal Titelbestand (NTB)</i>	8
<i>De boekhandel en ICT</i>	9
<i>Promotie</i>	10
<i>Personeel</i>	11
<i>Onderzoek</i>	12
<i>Wet op de Vaste Boekenprijs</i>	13
<i>Boek & Bedrijf</i>	13
<i>Contact tussen boekverkopers</i>	14
<i>NBb</i>	15
<i>Samenstelling besturen, commissies en werkgroepen</i>	16

Voorwoord

In dit digitale tijdperk heeft de NBb er dit jaar voor gekozen het jaarverslag over 2006 alleen via de website www.boekbond.nl beschikbaar te maken voor leden en andere geïnteresseerden.

Het tweede jaar van de Wet op de Vaste Boekenprijs heeft bevestigd dat de boekhandel nadrukkelijk de plaats bij uitstek blijft om het zeer brede aanbod dat uitgevers produceren te verkopen. Het mag dan zo zijn dat bestsellers in media en op winkelvloer steeds nadrukkelijker en langduriger het beeld bepalen, cijfers geven aan dat deze bestsellers nog steeds 'maar' voor ongeveer 15% van de omzet verantwoordelijk zijn. Het grootste deel van de omzet wordt gemaakt door die veelheid van titels die onze boekhandels rijk zijn. Door die grote opnamebereidheid van boekhandels kunnen uitgevers nog steeds veel titels in de breedte produceren. Cijfers van Centraal Boekhuis geven aan dat het aantal nieuwe titels dat in voorraad wordt gehouden nog immer stijgt.

Omzetmatig is 2006 voor de boekhandel een goed jaar geweest. De totale omzet is met een kleine 6% gestegen. Hoewel vooral de grotere boekhandels(ketens) de gedetailleerde omzetenquête hebben ingevuld en daarmee enigszins dominant in de cijfers naar voren komen, wordt de opgaande trend breed bevestigd. Dit geldt echter niet voor de rendementsontwikkeling van de boekhandel. Boek & Bedrijf geeft aan dat het rendement van de gemiddelde boekhandel niet veel meer dan 1,5% van de omzet bedraagt. Bovendien staat dit rendement onder druk door toenemende kostenverhogingen.

Zoals uit deze eerste alinea's al blijkt, is het van groot belang dat de boekhandel beschikt over goede betrouwbare cijfers. In 2006 is het eindelijk gelukt om met ingang van 2007 branchebreed marktonderzoek op te tuigen. De NBb heeft grote onderzoeksambities die niet alleen door Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB) moeten worden waargemaakt maar ook door Boek & Bedrijf. SMB zorgt daarbij, vanuit het perspectief van de NBb, vooral voor macrocijfers. Boek & Bedrijf voor cijfers die de individuele boekhandel ondersteunen bij het economisch gezond maken en houden van zijn bedrijf. Om economisch te overleven wordt het 'sturen op cijfers' steeds belangrijker voor de boekhandel.

3
E

Als we het over de boekhandel hebben gaat het ook steeds over de internetboekhandel, die zich ieder jaar beter manifesteert. Dit geldt overigens niet alleen voor de grote gevestigde internetboekhandels. Veel boekhandels hebben in 2006 hun internetstrategie bepaald of geëvalueerd, vooral na de lancering van het Koppelvlak Boekbalie in het voorjaar van 2006. Zo ging de innovatieprijs van de NBb in 2006 naar Van Stockum, de boekhandel met de beste webwinkel naast zijn fysieke winkel. De NBb blijft zich sterk maken voor een goede internetpositie van alle leden naast prachtige fysieke boekhandels. Het is nodig dat boekhandels een sterke positie hebben in de straat en op internet. Dit is de enige manier om geluiden te ontzenuwen van organisaties als het Ruimtelijk Planbureau dat voorspelt dat fysieke boekhandels door toenemende internetverkoop uit het straatbeeld zullen verdwijnen.

Als NBb hechten we veel belang aan de introductie van een degelijk titelbestand, eenduidig van opzet en tegen lage kosten voor iedereen beschikbaar. Wij dagen de branche uit dit gezamenlijk te doen en niet ieder voor zich. Laten we wat dit betreft een voorbeeld nemen aan (gezamenlijke) instituten als de CPNB en het CB, die ieder jaar weer betere prestaties bereiken dan in voorafgaande jaren. Binding tussen boekhandel, bibliotheek en uitgeverij is het fundament onder een sterk, daadkrachtig en slagvaardig boekenvak.

Op 24 april 2006 heeft Wim Karssen het voorzitterschap neergelegd. Hij was voorzitter sinds 1992. De gouden speld met briljant van de KVB en een Koninklijke onderscheiding waren de hoogtepunten van een afscheidsprogramma in het Spoorwegmuseum in Utrecht. De NBb is Wim Karssen veel dank verschuldigd.

Dick Anbeek,
voorzitter

De markt

De boekhandel in de markt

De Nederlandse boekhandel, lid van de NBb, heeft een goed jaar achter de rug. In opdracht van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB) heeft GfK Benelux een omzetenquête gehouden onder de 1.100 NBb-leden met in totaal ruim 1.400 verkooppunten. Uit de resultaten blijkt (tabel 1) dat de omzet bij de leden gestegen is van 1.206 miljoen tot 1.274 miljoen euro, een stijging van bijna 5,6% ten opzichte van 2005.

	2005	2006	verschil	mutatie
Totale omzet (incl. andere productgroepen dan boeken)	1.206	1.274	68	+5,6%
Omzet uit boekenverkoop in Nederland	910	967	57,3	+6,4%
Omzet uit verkoop andere productgroepen in Nederland	287	295	7,7	+2,7%
Omzet W-boeken in Nederland (incl. losbladigen)	132	138	6,0	+4,5%
Omzet E-boeken in Nederland (incl. verhuur en tweedehands)	281	307	26,0	+9,3%
Omzet A-boeken in Nederland	497	522	25,4	+5,1%
Omzet kinderboeken in Nederland	81	83	2,2	+2,8%
Omzet fictie in Nederland	197	206	9,3	+4,7%
Omzet non-fictie in Nederland	218	232	13,8	+6,3%
Omzet uit export (boeken + andere productgroepen)	9	12	2,8	+31,3%

4
7

Jaaromzet in miljoenen euro's excl. BTW

Omzetenquête onder 1107 NBb-leden die samen 1429 verkooppunten uitbaten

Tabel 1: Omzetoverzicht Nederlandse boekhandel (lid NBb) 2005 en 2006

Cijfers zijn verzameld door GfK Benelux. Analyse van de response geeft aan dat vooral de per saldo grotere boekhandels hun resultaten gedetailleerd hebben ingestuurd. Dit heeft een relatief extra positief effect tot gevolg, met name bij de omzet educatieve en wetenschappelijke boeken.

Rendement

De omzetgroei mag dan tot tevredenheid stemmen, dit geldt zeker niet voor het rendement van de boekhandel. Naast de duidelijk toenemende kosten, vooral op het gebied van huisvesting en personeel, staat de marge onder druk, zeker waar het studie- en wetenschappelijke boeken betreft. Dit heeft tot gevolg dat het gemiddelde rendement van de boekhandel eerder afneemt dan toeneemt. Na aftrek van de ondernemersbeloning constateert Boek & Bedrijf dat het gemiddelde rendement van de boekhandel rond 1,5% van de omzet is. De geconstateerde omzetstijging is dan ook noodzakelijk om de continuïteit te waarborgen.

Bestsellers en brede beschikbaarheid

Het merendeel van de dieetboeken van Sonja Bakker, de hype van 2006, wordt via de boekhandel verkocht, net als alle andere bestsellers. Hoewel steeds meer winkels boeken verkopen, blijkt de boekhandel toch met afstand het verkooppunt voor nieuwe boeken. Successen in andere kanalen zijn vooral eigen uitgaven. Maar het zijn niet alleen bestsellers die verkocht worden, in de breedte blijft de boekhandel ook duidelijk groeien. Het is daarbij een goed teken in het kader van de brede beschikbaarheid dat het aantal nieuwe leverbare titels in 2006 weer verder is toegenomen (zie tabel 2), een bewijs temeer dat het cultuurpolitieke doel van de vaste boekenprijs wordt bereikt (een pluriform aanbod dat breed beschikbaar is). De sombere geluiden uit uitgeveryskring dat de boekhandel steeds minder breed inkoop, herkent de NBb dan ook niet. Het tegenovergestelde gebeurt.

Tabel 2

boeksoort	2003	2004	2005	2006	1 ^e druk	2 ^{de} druk en hoger
					2006	2006
Algemeen (A)	9.849	10.633	11.586	12.488	10.544	1.944
Educatieve boeken (S)	2.396	2.546	2.162	2.274	1.611	663
Wetenschappelijk (W)	1.745	2.056	2.331	2.096	1.783	313
Overig	1.227	1.566	1.420	2.541	2.389	152
Totaal	15.217	16.801	17.499	19.399	16.327	3.072

Tabel 2: aantallen nieuw verschenen titels bij Centraal Boekhuis per boeksoort

Bron: Centraal Boekhuis

De algemene markt

Op het terrein van algemene boeken weten betrokken verkooppunten uit de omzetenquête 522 miljoen euro omzet te behalen. Een stijging van 5% (25 miljoen) ten opzichte van 2005 (497 miljoen). De kinderboekenomzet stijgt in 2006 met meer dan 2 miljoen naar 83 miljoen euro. Fictie stijgt met ruim 9 miljoen naar 206 miljoen euro, plus 4,7% in vergelijking met 2005. Vooral non-fictie doet het goed, de omzet komt uit op 232 miljoen euro, een stijging van 6,3% ten opzichte van 2005. Het effect dat bestsellers steeds langer doorlopen, is ook in 2006 zichtbaar.

De wetenschappelijke markt

Volgens de omzetenquête is de markt nu 138 miljoen euro groot. Dat is ten opzichte van 2005 een stijging met 4,5%. De wetenschappelijke boekenmarkt inclusief studieboeken (voor HBO- en Wetenschappelijk onderwijs) ontwikkelt zich dus positief, ondanks toenemende digitalisering binnen het segment. Internet zorgt namelijk dat veel informatie (al dan niet tegen betaling) in digitale vorm direct beschikbaar is. Boekverkopers binnen het segment melden nadrukkelijk dat deze digitalisering met name de afzet van de papieren versies van losbladigen en wetenschappelijke tijdschriften negatief beïnvloedt. De verschuiving naar elektronische informatie verloopt in 2006 in een hoger tempo dan in 2005. Een belangrijke ontwikkeling in het afgelopen jaar is dat steeds meer (wetenschappelijke) uitgeverij hun boeken ter digitalisering ter beschikking stellen aan Google. Dit ondanks de lopende discussie over auteursrecht op gedigitaliseerde boeken. Meer over de invloed van digitalisering kunt u lezen op pagina 9.

5
5**De educatieve markt**

Hoe worden de schoolkosten en dan met name de schoolboekenkosten in de hand gehouden? Dit is de centrale vraag in 2006. OC&W publiceert het rapport van PWC over de gebruikskosten van schoolboeken in het voortgezet onderwijs. Ook publiceert OC&W het rapport van TNS NIPO over de gedragscode schoolkosten. Belangrijkste conclusie is dat de kosten steeds beter in de hand worden gehouden en steeds meer scholen de gedragscode onderschrijven.

Deze conclusie wordt ook bevestigd door de cijfers uit Open Boek (een onderzoek naar het kostenniveau van schoolboeken), waaruit blijkt dat de gemiddelde prijs van schoolboekenpakketten niet gestegen is. Een gemiddeld schoolboekenpakket kost € 304,-. Scholen kijken steeds kritischer naar de prijs van schoolboekenpakketten, waardoor deze gemiddeld steeds minder boeken bevatten. In 2006 stijgt de omzet van educatieve boeken volgens de omzetenquête met ruim 9% tot 307 miljoen euro. Deze ontwikkeling is vooral te danken aan een betere meting van de cijfers.

Een andere conclusie uit bovenstaande rapporten, is het gebrek aan prijsprikkels bij docenten. Scholen beslissen immers welke boeken moeten worden gekocht, maar de ouders moeten deze betalen. Dit besef en de roep van ouders om de schoolkosten verder te verlagen, resulteert eind 2006 in een motie (motie 25) voor gratis schoolboeken in de vorm van lumpsum financiering aan scholen. De belangrijkste vraag hierbij is: welke leermiddelen vallen onder het begrip gratis schoolboeken?

Om inzicht te bieden in de rol van de educatief specialist komt NBB-Educatief naar buiten met de notitie "Schoolboeken en de educatief specialist; recente ontwikkelingen". In deze notitie wordt aangegeven hoe de educatief specialisten scholen ondersteunen in onder andere het in de hand houden van schoolkosten.

Onder de educatief specialisten staat concentratie centraal. Verschillende boekhandels stoten hun educatieve tak af of verkopen deze aan de grote educatief specialisten. De marges van deze boekhandels staan dermate onder druk dat het niet langer rendabel is om schoolboeken te blijven verkopen. De trend van 2005 waarin educatieve uitgeverijen de marges individueel vaststellen en in de meeste gevallen naar beneden bijstellen, zet zich door. Bovendien blijven de educatieve uitgeverijen adviesprijzen hanteren, die in de perceptie een vast karakter krijgen. Hierbij kan de marktwerking in het geding komen, zo mag men afleiden uit een onderzoek dat de NMA onder handen heeft.

Tijdschriften

Betapress laat een lichte omzetsijging zien in 2006. De verkoopkanalen boekhandel, tabak en supermarkt realiseren allen een groter marktaandeel. Dit kan enigszins verklaard worden door een stijging van de koopkracht. Daarnaast is duidelijk te onderkennen dat er steeds minder tijdschriften per meter gevoerd worden. Dit vermindert de keuzedruk bij de consument en laat een stijging van het gemiddelde bonbedrag alsmede een totale omzetsijging zien.

De omzet van Aldipress blijft nagenoeg gelijk in 2006. De verkoopkanalen tabak en supermarkt hebben beiden een groter marktaandeel veroverd. De losse verkoop van tijdschriften staat enigszins onder druk. De consument neemt steeds meer informatie tot zich door middel van andere informatiekanalen, bijvoorbeeld internet. Het is aan de boekhandel om zijn toegevoegde waarde te bewijzen in zijn rol als specialist. De supermarkten komen steeds meer in het vaarwater van de boekhandel, zij erkennen tijdschriften steeds meer als een bron van inkomsten.

6
9

Tabel 1

Marktaandelen van de verkoopkanalen (in% van de totale omzet Betapress)

Jaar	Boekhandel	Tabak	Supermarkt	Overig	Totaal
2001	44,7	11,5	32,8	11	100
2002	43,3	11,5	34,8	10,4	100
2003	41,3	11,7	37,2	9,8	100
2004	41,6	11,2	38,2	9	100
2005	42,5	11,2	37,7	8,6	100
2006	42,8	12	37,9	7,3	100

Tabel 2

Marktaandelen van de verkoopkanalen (in% van de totale omzet Aldipress)

Jaar	Boekhandel	Tabak	Supermarkt	Overig	Totaal
2001	30,8	10,8	52	6,4	100
2002	30,7	10,5	52,1	6,7	100
2003	30,2	10,5	52,5	6,8	100
2004	30,5	9,9	52,5	7,2	100
2005	30,8	9,8	52	7,4	100
2006	30,2	10,2	52,7	6,9	100

In tegenstelling tot 2005 groeit de afzet van tijdschriften licht in 2006. Tijdschriften worden ook steeds duurder. Hoewel de boekhandel traditioneel een belangrijke plaats inneemt in het afzetkanaal, staat de verkoop van tijdschriften steeds meer ter discussie in verband met het geringe rendement. De tijdschriftenvakhandel (boek- en kantoorboekhandel en tabaksdetailhandel) onderscheidt zich door breedte van het aanbod rondom het product. Deze toegevoegde waarde van de tijdschriftenvakhandel leidt er toe dat NBB en NSO (brancheorganisatie voor de tabaksdetailhandel) de handen ineen slaan om

het belang van de vakhandel duidelijk te maken richting distributeurs en uitgevers. Zo wordt onder andere in opdracht van NBb en NSO door AC Nielsen een studie verricht naar de rentabiliteit van het tijdschrift in de winkel. De studie geeft aan dat het product tijdschrift in de boekhandel vooralsnog niet onder grote rendementsdruk staat, dit in tegenstelling tot de tabaksdetailhandel waar met name het relatief grote aandeel huisvestingslasten een zware druk oplevert op de rentabiliteit van de productgroep tijdschrift.

Vanaf het voorjaar in 2006 zitten vertegenwoordigers van Aldipress, Betapress, NBb en NSO regelmatig aan tafel om een verbetering te bewerkstelligen van de operationele prestatie van het tijdschrift in de winkel. Tevens wordt gekeken naar gezamenlijke promotionele kansen specifiek voor de vakhandel. Resultaat van deze overleggen komt onder andere tot uiting in de verbeterde logistieke afhandeling rond retournering van pakketten en het opstarten van een klantenforum van winkeliers en distributeurs. Het initiatief voor een Week van het Tijdschrift, voor het eerst te organiseren in het najaar van 2007, komt mede voort uit dit overleg.

Multimedia

Multimediale producten maken bij veel boekhandels deel uit van het assortiment. Zo verkopen nagenoeg alle boekhandels een collectie luisterboeken. Circa tweederde van de boekhandels verkoopt daarnaast DVD's, CD's en/of CD-roms. Vaak worden deze producten, ondanks de lagere marge, gezien als essentiële serviceproducten in de winkel. Met name producten die dicht tegen het boek aanliggen, worden door de boekhandel in het assortiment opgenomen. Uitgevers spelen hierop steeds vaker in met zogenaamde multimediale uitgaven zoals luisterboeken, DVD-boek of CD-boek combinaties.

Luisterboek

Het product luisterboek krijgt in navolging van landen als Duitsland en Groot-Brittannië steeds meer aandacht. De markt is groeiende, hoewel het verkopen van luisterboeken nog steeds met moeite gepaard gaat. 2006 is goed voor zo'n 400 titels. Diverse boekhandels richten delen van de winkel speciaal in voor de verkoop van het luisterboek, u kunt hierbij denken aan luisterzuilen en speciale displays. Begin november vindt voor de tweede maal de Week van het Luisterboek plaats, een gezamenlijk initiatief van een aantal luisterboekuitgevers en boekhandels. Tijdens de Week van het Luisterboek krijgen kopers van een luisterboek een luisterboek cadeau, getiteld "Luistergoed, verhalen voor volwassenen en kinderen met als thema Sinterklaas." Voor het eerst wordt een vakprijs voor het beste luisterboek uitgereikt. "Het satijnen hart" van Remco Campert wint deze vakprijs.

7
L

Kantoorartikelen

Volgens onderzoek van GfK Benelux verkopen circa 900 (kantoor)boekhandels kantoorartikelen. Gemiddeld wordt bijna een kwart van het assortiment gevuld met kantoorverbruiksartikelen, schrijfgerei en computersupplies. Van deze verkoop vindt circa 80% plaats in de consumentenmarkt, het overige in het zakelijke kanaal.

Kantoorartikelen worden vaak door branchevreemde kanalen aan de consument verkocht, denkt u hierbij aan bijvoorbeeld de Hema maar ook het Kruidvat. Hoewel de verkoop van kantoorartikelen voor het vierde opeenvolgende jaar onder druk staat, neemt de (kantoor)boekhandel in de totale markt voor kantoorartikelenverkopen in sommige assortimentsgroepen een sterke positie in. Met name in de consumentgeoriënteerde markten is deze positie sterk. In het segment "pennen" vertegenwoordigt de boekhandel bijvoorbeeld 17% van de totale markt (tegenover 31% voor de "mass merchandisers" en 52% voor de kantoorvakhandel). Ook cartridges en papier verkopen goed. De (kantoor)boekhandel onderscheidt zich van de branchevreemde kanalen op kwaliteit, service en breedte van het aangeboden assortiment.

Een trend die zichtbaarder wordt, is dat steeds meer boekhandels zich aansluiten bij inkoopformules op het gebied van kantoorartikelen zoals Hameco, Thuiskantoor of Quantore. Een groot deel van het assortiment wordt daar betrokken. Deze boekhandels onderscheiden zich door daarnaast in te spelen op de lokale behoefte met onder andere aanvullingen in met name het cadeausegment.

De boekhandel en distributie

Depotovereenkomst en brede beschikbaarheid

In 2006 dienen boekverkopers, uitgevers en Centraal Boekhuis een nieuwe Depotovereenkomst te sluiten die ingaat op 1 januari 2007. Dit lukt niet omdat de besprekingen tussen boekhandel en uitgeverij stroef verlopen. Besloten wordt om een vernieuwde overeenkomst per 1 augustus te laten ingaan, zodat een speciaal ingestelde werkgroep kan adviseren over de inhoud van een vernieuwde overeenkomst. De inzet van de NBb is om, naast het waarborgen van de brede beschikbaarheid, perspectief te krijgen op verbetering van condities met het oog op versterking van het schamele rendement van de boekhandel.

De ontwikkeling van het aantal nieuwe titels en de volumeontwikkeling in het Centraal Depot zijn in 2006 positief, een bewijs dat de kernfunctie – zo breed mogelijk aanbod van titels voor directe distributie beschikbaar houden – stevig overeind blijft.

De NBb hecht veel belang aan deze kernfunctie vanwege de cultuurpolitieke doeleinden (een pluriform boekenaanbod dat breed beschikbaar is) van de Wet op de Vaste Boekenprijs. Daarbij is het met name in het belang van de consument dat boekhandels tegen zo gunstig mogelijke condities (in termen van marge en distributiekosten) de boeken kunnen verkrijgen, zodat bestellen geen belemmeringen kent. De NBb zal uitgevers dan ook stimuleren zich bij het Centraal Depot aan te sluiten.

Retourproblematiek

Op initiatief van de NBb heeft een denktank van boekverkopers, uitgevers en CB het onderwerp retouren in 2006 geagendeerd. Uit Engels onderzoek is gebleken dat veel distributiekosten in de keten voortkomen uit de retourenstroom. Na gericht ingrijpen zijn in Engeland veel besparingen bereikt door het terugbrengen van het aantal retouren. In 2007 wordt in Nederland in samenwerking met enkele boekverkopers, enkele uitgevers en Centraal Boekhuis een pilotproject retouren ondernomen, teneinde te onderzoeken waar precies kosten worden veroorzaakt en welke maatregelen genomen kunnen worden om kosten binnen de keten terug te dringen.

8
8

Centraal Boekhuis

In 2006 heeft Centraal Boekhuis ruim 61 miljoen exemplaren verwerkt, waarvan ruim 54 miljoen in Nederland. Deze groei is gerealiseerd door enerzijds het aantrekken van nieuwe opdrachtgevers en anderzijds de groei van afzet door (internet)boekhandels. De dienstverlening rond Central Bookhouse ontwikkelt zich goed, zowel het aantal titels als het aantal afnemers neemt toe.

De door de NBb gewenste aandacht voor kostenverlaging is door Centraal Boekhuis per 1 januari in praktijk gebracht: de tot en met 2006 bestaande aparte tarieven voor aanlevering en vervoer van boeken zijn per 1 januari 2007 samengevoegd en verlaagd. Afhankelijk van het aantal aansluitdagen levert dit voor boekhandels een besparing op van € 300,- tot € 1.500,- per jaar.

Brede beschikbaarheid

Het in 2005 in gang gezette project Brede Beschikbaarheid is in 2006 zeer succesvol, zie tabel 2. Steeds meer uitgevers sluiten zich aan bij deze service. In het kader van de Wet op de Vaste Boekenprijs kan de NBb niet anders concluderen dan dat dit project uitstekend past binnen de geformuleerde cultuurpolitieke doelstellingen. In 2007 zal de NBb uitgevers die nog niet zo ver zijn, stimuleren zich aan te sluiten.

Nationaal Titelbestand (NTB)

De doelstelling van boekverkopers met het Nationaal Titelbestand (NTB) is om de consument tegen zo laag mogelijke kosten optimaal te informeren over boeken en natuurlijk om meer boeken te verkopen, ook via internet. Dit is nadrukkelijk tevens in het belang van de gehele keten van zowel distributeurs als uitgevers. De NBb streeft dan ook dat het beheer van het NTB neutraal geschiedt binnen een aparte stichting. Belangrijk is dat de boekhandel de beschikking krijgt over een kwalitatief en kwantitatief optimaal boektitelbestand.

De bedoeling is dat via het Nationaal Titelbestand op drie niveaus informatie verkregen wordt. Een basisniveau met titelinformatie, een tweede niveau met meer commerciële informatie (prijs van het boek, flaptekst en coverfoto) en een derde niveau waarin het bijvoorbeeld mogelijk is een gedeelte van een boek te raadplegen. Hierbij worden vier kwaliteitseisen gehanteerd: uniciteit, volledigheid, actualiteit en juistheid. De NBB ziet het Boekbaliebestand als een belangrijk uitgangspunt. Het is de bedoeling dat zowel uitgevers, boekverkopers en bibliothecarissen bij één loket terecht kunnen. Om voor de NBB onbegrijpelijke redenen weigeren de georganiseerde uitgevers vooralsnog aan het initiatief mee te werken.

Omdat het NTB in het belang is van het gehele boekenvak, hebben zowel NBB, VOB en GAU een notitie geschreven over wat het NTB voor hen betekent. Over deze notities en het tot stand komen van het NTB zal onder leiding van de KVB verder gesproken worden in 2007.

De boekhandel en ICT

Internet

Meer en meer Nederlanders surfen op het web en kopen via internet. Zo hebben volgens onderzoeksbureau Blauw Research ongeveer 6,6 miljoen Nederlanders wel eens iets via internet gekocht, waarvan 5,12 miljoen ook in de eerste helft van 2006. De consument die op internet koopt, lijkt qua profiel steeds meer op de consument in de winkel. Consumenten verwachten dat ze bij hun favoriete winkel ook via internet kunnen bestellen. Boeken verkopen goed via internet. Zo zijn er in 2006 27% meer boeken verkocht via dit kanaal. Een belangrijke ontwikkeling, waar de fysieke boekhandel niet bij achter kan blijven.

Tijdens de NBB-ledenvergadering op 24 april wordt Koppelvlak Boekbalie gepresenteerd. Eindelijk zijn boekhandels in staat om de Boekbaliedatabase in te zetten op hun eigen website en zo mee te gaan in de ontwikkelingen van Clicks en Bricks. De presentatie krijgt extra effect doordat iedere boekhandel een folder en usb-stick met presentatie en het logo van Boekbalie krijgt toegestuurd.

9
6

De mogelijkheid om de eigen website in een webwinkel te veranderen, maakt veel los bij boekhandels. Velen beginnen na te denken over hun internetstrategie en maken plannen voor of bouwen compleet nieuwe websites. Ruim veertig boekhandels maken inmiddels gebruik van Koppelvlak Boekbalie. Twee boekhandels gebruiken de zogenaamde titelserveroptie, waarbij zij de beschikking krijgen over de gehele database.

De NBB stimuleert boekhandels om geld vrij te maken om te investeren in internet. Daarom biedt de NBB Koppelvlak Boekbalie en de Websiteautomaat aan. Voor 2007 is het begrip webwinkel zelfs opgenomen in het actieplan. Boek & Bedrijf speelt in op dit thema door twee zeer goed bezochte thema-avonden te organiseren met als thema webwinkel.

Boekbalie zelf is ook grondig aangepakt. De gehele database wordt opnieuw opgezet, waardoor Boekbalie nu nog krachtiger en sneller is. Daarnaast verandert de zoekfunctie, waardoor het nu mogelijk is om op twee titelwoorden zoals schaduw en wind te zoeken en het boek "Schaduw van de wind" snel te vinden.

Binnen de educatieve en wetenschappelijke markt speelt voornamelijk digitalisering een grote rol. Informatie komt steeds meer exclusief in elektronische vorm ter beschikking van scholen en universiteiten. Denk daarbij aan werkboeken, tijdschriften en vervolgwerken. Studenten en leerlingen kunnen met behulp van een wachtwoord bij de door hen aangekochte informatie komen. Boekverkopers in deze markt staan voor de taak om hun toegevoegde waarde duidelijk naar voren te laten komen, intermediair te zijn tussen de klant en de uitgeverij en de scholen en universiteiten maximaal te faciliteren bij het laten draaien van het digitale materiaal in hun eigen elektronische leeromgeving.

Digitalisering

Komt het nu eindelijk? Het boek als e-book? Krijgt de boekhandel te maken met downloadpraktijken

zoals in de muziekindustrie heel gewoon zijn geworden? iLiad denkt de komende jaren tienduizenden nieuwe e-books te verkopen en verwacht een Nederlandse hardwaremarkt van miljoenen exemplaren op de lange termijn. De laatste maanden is het aantal downloads uit de gratis boekwinkel marybooks.net verdubbeld.

Digitalisering is in het afgelopen jaar vooral in het nieuws gekomen door de initiatieven van Google booksearch. Ook andere software-reuzen waaronder Microsoft maken bekend een boekenzoekmogelijkheid aan te gaan bieden. John McNamee, president van de European Booksellers Federation, houdt tijdens de Frankfurter Buchmesse onder andere een betoog over het gebrek van aandacht bij het grootste gedeelte van het boekenvak voor digitalisering en de e-reader. Hij vindt dat Google zich steeds meer als boekverkoper gedraagt en dat boekhandels er razendsnel bij moeten zijn om de slag straks niet te verliezen. Google digitaliseert in een hoog tempo miljoenen boeken. Wetenschappelijke uitgeverijen bieden soms alleen nog digitale producten aan en er zijn scholen die gaan experimenteren met de e-reader. Het gaat er niet om met betrekking tot e-readers en downloads wat er nog niet is, maar wat er straks komt. Zowel de educatieve als wetenschappelijk markt lopen wat dat betreft voorop.

De uitspraken van John McNamee worden bevestigd in het rapport "Brave New World", dat de Engelse Boekverkoopersbond heeft laten opstellen. De belangrijkste conclusie voor de boekhandel is dat de markt zeer snel kan verschuiven richting e-books en downloads, met alle gevolgen van dien. Voor boekverkoopers en de NBB de taak om zich voor te bereiden. Waar staat de boekhandel nu, welke stappen kan hij nemen en hoe kan de NBB de boekhandel daarbij ondersteunen.. Dit zijn belangrijke vragen voor 2007.

Winkelautomatisering

In 2006 is een nieuwe trend ontstaan op het gebied van winkelautomatisering: kleine voorraadautomatiseringspakketten voor de (kleinere) boekhandel. Verschillende leveranciers bieden deze pakketten aan. Hierdoor is het mogelijk dat elke boekhandel zijn voorraad automatiseert en beschikt over managementinformatie tegen niet al te hoge kosten. Het voordeel van deze kleinere pakketten is dat de kosten en investeringen lager liggen dan de gangbare grote pakketten. Uiteraard zijn de mogelijkheden wel beperkter. De NBB stimuleert het gebruik van winkelautomatisering. Door goed gebruik van winkelautomatisering kan het rendement van een boekhandel aanzienlijk verbeteren.

RFID

Door het vroege gebruik van Radio Frequency Identification (RFID) in de detailhandel onderscheidt het boekenvak zich. In samenwerking met Selexys wordt in 2006 door Centraal Boekhuis een pilot tot stand gebracht met van RFID-voorzien boeken. Toepassing van deze nog relatief jonge identificatietechniek biedt voordelen bij de verwerking van ontvangen goederen en de inventarisatie; het verbetert de vindbaarheid van een boek in de winkel en is tevens inzetbaar voor de beveiliging.

Promotie

CPNB

De inspanningen van de CPNB resulteren in een jaar vol aandacht voor het boek. De Boekenweek 2006, met als motto "Boem, paukeslag" zorgt voor een overweldigende aandacht van zowel de consument als de pers. Het Boekenweekgeschenk breekt wederom alle records door een oplagestijging van 63.000 en komt uit op een totale oplage van 813.000 stuks. Het is dit jaar voor het eerst dat het Boekenweekgeschenk ook voor nieuwe bibliotheekleden beschikbaar is. De nieuwe aanmelders krijgen een Boekenbon van € 5,- en een voucher waarmee in de boekhandel een Boekenweekgeschenk te halen is.

In Juni - Maand van het Spannende Boek - wordt de misdaadliteratuur gepromoot. Gelijk daaropvolgend gaat 27 juni de buitencampagne Zomerlezen van start. Deze campagne is bedoeld om het lezen tijdens de vakantie te stimuleren. "De leeuw is los! - Boeken over dieren," is het thema van de Kinderboekenweek 2006 die van 3 tot en met 14 oktober loopt. Het geschenk "Laika" van Bibi Dumon Tak vliegt over de toonbank bij de boekhandel.

De relatie tussen Stichting CPNB en de boekhandel is een vruchtbare. Vooral wat betreft de Boekenweek en Nederland Leest is er een intensieve samenwerking die resulteert in hoge verkoopcijfers. Een onverwacht effect van Nederland Leest, waarbij 725.000 exemplaren van "Dubbelspel" van Frank Martinus Arion worden verspreid, is de stijging van verkoop van Surinaamse en Antilliaanse boeken. Voor 2007 wil de CPNB de nieuwe campagnes Zomerlezen en Nederland Leest vervolgen.

Boekverkopersinvesteringen CPNB in 2006 (aantallen/bedragen afgerond op duizendtallen)

Campagne	Aantal exemplaren	Bedrag in euro
Vaste bijdrage voor bureau en basisactiviteiten	n.v.t.	€ 392.337,-
Boekenweekgeschenk	813.000,-	€ 536.580,-
Kinderboekenweekgeschenk	401.000,-	€ 216.540,-
Geschenk Maand van het Spannende Boek	498.000,-	€ 249.000,-
Totaal		€ 1.394.457,-

De Boekenbon

De boekhandel heeft in 2006 voor € 32 miljoen Boekenbonnen verzilverd, een stijging van 7,64% ten opzichte van 2005. Ook op de zakelijke markt heeft de Boekenbon het goed gedaan.

In maart worden de Boekenbon van € 25,- en de Kinderboekenbon van € 5,- opgenomen in het rentespaarprogramma van de Postbank. Ze blijken ongekend populair en de voorraad is al snel uitverkocht. Ook opvallend waren de Boekenboncampagnes in juni (Maand van het spannende boek) en december. De Boekenbon is tijdens de campagnes prominent aanwezig op plekken waar veel reizigers langskomen: tankstations en de stations van de NS. De Boekenboncampagne in december wordt extra ondersteund door advertenties in de gratis dagbladen die intensief worden gelezen door forensen. Ook is de Boekenbon tijdens de campagnes goed zichtbaar in de boekhandel.

11
11

Intern gaat het de Nederlandse Boekenbon b.v. goed af. Van de boekverkopers is 60% de afgelopen jaren overgestapt op het digitaal bestellen van Boekenbonnen en verwerken van reductiecoupons. Dit levert voordeel op voor de boekverkoper: besparingen op briefpapier en portokosten en de boekverkoper heeft direct een volledig overzicht van de cijfers op het scherm. Er wordt ook positief gereageerd op de (promotie)producten die via de site te bestellen zijn.

Na de zomervakantie wordt de nieuwe verpakking van de Boekenbon geïntroduceerd. De verpakking refereert meer aan het boek en is feestelijker. De oude "vouwverpakking" gaat eruit en de nieuwe wordt gelijk vanaf de introductie veelvuldig besteld en omschreven als chique eigentijds, modern en stijlvol.

Om de dienstverlening van de Nederlandse Boekenbon b.v. optimaal te houden, wordt er in oktober en november een enquête gehouden onder boekverkopers. Uit deze enquête blijkt dat Boekenbondeelnemers positief zijn over de dienstverlening van de Nederlandse Boekenbon b.v. De meerderheid vindt de dienstverlening betrouwbaar, duidelijk en snel. Men is tevreden over de administratieve afhandeling, levertijden en de geleverde verkoopondersteuning. Daarnaast komt naar voren dat het gros van de Boekenbondeelnemers de Boekenbon als betaalmiddel accepteert voor het gehele assortiment.

Gezien de snelle digitale ontwikkelingen heeft de Boekenbon bv het beleidsvoornemen om in 2007 een digitale Boekenbon te introduceren naast de papieren Boekenbon.

Personeel

Opleidingen

De NBB zet in 2006 de eerste stappen om te komen tot een specialisatie boekhandel op MBO-niveau. Vanuit de boekverkopers is er een redelijk duidelijk plaatje waar toekomstige werknemers aan

moeten voldoen. Nu is het de taak deze eisen te vangen in competenties zoals deze worden vastgesteld in het MBO-onderwijs.

In samenwerking met de NBb, SOD en andere brancheorganisaties bieden diverse onderwijsinstellingen een ondernemersopleiding van twee jaar aan op HBO-niveau. Deze experimentele erkende HBO-opleiding leidt op voor ondernemer in de detailhandel. De volgende stap zal zijn om ook boekverkopsvaardigheden aan te bieden.

In 2006 vindt een "brainstorm" plaats met diverse boekverkopers over hoe jongeren geënthousiasmeerd kunnen worden voor de boekhandel; zowel als klant en als toekomstige werknemer. De conclusie is dat er veel gedaan kan worden in combinatie met scholen. Snuffelstages, gastlessen etc. Om stages te ondersteunen, biedt de NBb ook de cursus leidinggeven en het opleiden van werknemers aan.

Het opleiden van boekverkopers wordt door de NBb in 2006 ondersteund met een korting van 10% op de prijs van basismodules van de VOB/Boekacademie en het in stand houden van de website www.werkenindeboekhandel.nl, de online introductie in de boekhandel en de cursus computerrijbewijzen.

Ook ondersteunt de NBb jonge boekverkopers. Zo worden vijf boekverkopers gesponsord om naar het International Congress of Young Booksellers te gaan. Dit jaar een week in Essen, waar zij veel leren over het vak, inspiratie opdoen en internationale contacten leggen. Daarnaast biedt de NBb subsidie aan boekverkopers om naar de Elspeet conferenties te gaan.

Hiermee wil de NBb onderstrepen dat je als boekverkoper nooit bent uitgeleerd.

CAO voor de boekhandel

De NBb slaagt erin om in mei 2006 een nieuwe CAO voor de Boekhandel af te sluiten, dit neemt voor de NBb veel tijd in beslag. De nieuwe CAO voor de Boekhandel 2006-2008 loopt van 1 januari 2006 tot en met 31 maart 2008. Naast een viertal loonsverhogingen gedurende de looptijd wordt een eenmalige uitkering afgesproken. CAO-partijen spreken daarnaast onder meer af de looptijd van de CAO te benutten om tot een nieuwe CAO voor de Boekhandel & Kantoorvakhandel te komen en ernaar te streven deze CAO op 1 april 2008 in werking te doen treden. De nieuwe CAO zal een eigentijds en flexibel karakter hebben, goed leesbaar en praktisch hanteerbaar zijn, er zal een functiewaarderingssysteem worden geïmplementeerd met bijbehorende geactualiseerde functies en er zullen nieuwe salaristabellen worden geïntroduceerd. Uitgangspunt van het vernieuwingstraject zal een over het geheel genomen budgettaire neutraliteit zijn.

Onderzoek

In oktober 2006 wordt de Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB) opgericht en een convenant tussen GAU en NBb gesloten. De onderzoekambities van de NBb lagen aanmerkelijk hoger dan het thans behaalde resultaat in samenwerking met de uitgevers. Boek & Bedrijf zal daarom een belangrijke rol spelen in het totstandkomen van onderzoek dat specifiek op de economische positieverbetering van de boekhandel is gericht.

Het bestuur van de SMB bestaat uit twee boekverkopers, twee uitgevers en twee assessoren vanuit de bonden. GAU en NBb coördineren gezamenlijk. Gekozen wordt voor onderzoeksbureau GfK Benelux, omdat dit al voor eigen rekening en risico gestart is met het verzamelen van data.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen kwantitatief en kwalitatief onderzoek en tussen het collectief en marktpartijen aan boekhandel- en uitgeverijkant. Boekhandels betalen niet voor kwantitatief onderzoek, maar leveren cijfers aan. De uitgevers wel, naar rato van hun omzet. Het uitgangspunt van de financiering is: 50% door collectief en 50% door marktpartijen. NBb en GAU betalen jaarlijks € 70.000 per organisatie voor kwantitatieve en kwalitatieve informatie en de omzetenquête. CPNB gaat een bijdrage leveren voor gebruik en publicatie van de wekelijkse top 100.

Bij het kwalitatieve onderzoek wordt onderzocht waarom mensen een boek kopen en wat ze kopen. Waarom mensen een boek lezen en waarom ze niet lezen. Het is de bedoeling dat vier keer per jaar een serie vragen voorgelegd wordt aan een steekproefpopulatie binnen een internetpanel groter dan 100.000 mensen.

Wet op de Vaste Boekenprijs

Op 1 januari 2005 trad de Wet op de Vaste boekenprijs in werking en ongeveer een half jaar later het Besluit Vaste Boekenprijs. Inmiddels lijkt de regeling z'n plek binnen het boekenvak te hebben gevonden. Hantering van de wet blijkt niet op noemenswaardige problemen te stuiten, terwijl de indruk bestaat dat boekverkopers grosso modo bijzonder content met de regeling zijn. Helaas blijkt het voor het Commissariaat voor de Media ook in 2006 niet tot de mogelijkheden te behoren de website in gebruik te nemen waarop uitgevers en importeurs de voor ieder kenbare vaste prijs kunnen vermelden. Daarop moet nog tot medio april 2007, bijna twee en een half jaar na inwerkingtreding van de wet, worden gewacht.

De door het Commissariaat voor de Media in 2006 gedane uitspraken zijn in aantal betrekkelijk beperkt en hebben over het algemeen ook geen onverwachte effecten teweeg gebracht. Uitzondering daarop vormt het besluit van het Commissariaat voor de Media terzake de Kluwer College Bundel. Het Commissariaat voor de Media heeft zich, naar wij menen ten onrechte, op het standpunt gesteld dat deze uitgave een almanak is in de zin van de Wet op de Vaste Boekenprijs en om die reden uitgezonderd van de werking van de wet. Ook na gemaakt bezwaar is het Commissariaat voor de Media niet op dit oordeel teruggekomen.

Boek & Bedrijf

13
E1

Na een succesvolle start in 2005 wordt de dienstverlening van Boek & Bedrijf in 2006 verder uitgebouwd. Boek & Bedrijf is de adviesdienst voor de boekhandel die leden van de NBb ondersteunt in het ondernemerschap als boekverkoper en heeft als doel de branche als geheel gezonder te maken. In 2006 worden meer dan 50 adviestrajecten door Boek & Bedrijf uitgevoerd, daarmee gestalte gevend aan de toegevoegde waarde die het boekverkopers biedt door de specifieke branchekennis en – contacten van Boek & Bedrijf.

Behoeftte aan ondersteuning op het gebied van bedrijfsoverdracht blijft onmiskenbaar één van de belangrijkste vraagstukken die bij Boek & Bedrijf wordt neergelegd. Gemiddeld één op de vijf ondernemers is actief bezig met de voorbereiding en realisatie van de verkoop van zijn of haar onderneming, een ontwikkeling die ook de boekenbranche niet voorbijgaat. Boek & Bedrijf biedt ondernemers professionele ondersteuning in het traject van bedrijfsoverdracht, van voorbereiding tot en met het daadwerkelijke afronden van de koop.

Een nieuw ontwikkeld een veelvuldig gebruikt adviesproduct van Boek & Bedrijf is het vestigingsplaatsonderzoek. In lijn met de groeiambities van menig gevestigd boekverkoper en de wens van vele starters een boekhandel te beginnen, bestaat er behoefte aan een concreet advies over de potentie een boekhandel uit te breiden of te starten in een bepaald marktgebied. Boek & Bedrijf heeft een methodiek ontwikkeld die antwoord geeft op de vraag of er ruimte zit in een specifieke locatie en of een exploitatie van een boekhandel op die locatie rendabel gevoerd kan worden.

Naast individuele advisering heeft Boek & Bedrijf in 2006 ook collectief onderzoek uitgevoerd voor groepen binnen de NBb. Voorbeelden hiervan zijn het Open Boek onderzoek naar schoolboekenkosten in het voortgezet onderwijs in opdracht van NBb-Educatief en het benchmarkonderzoek voor de Groep Verzend- en Abonnementhandel (GVA).

Themabijeenkomsten

Ook in 2006 organiseert Boek & Bedrijf weer drukbezochte themabijeenkomsten met actuele en

interessante thema's voor NBb-leden. Het succesvol verkopen van multimedia en kantoorartikelen en internet als verkoopkanaal worden door deskundigen uitgebreid toegelicht. Gezien het succes van de eerste themabijeenkomst internet wordt een aanvullend workshopprogramma aangeboden, dat relevante facetten van internetverkoop de revue laat passeren.

Contact tussen boekverkopers

De NBb heeft verschillende groepen, die ledenvergaderingen en themamiddagen organiseren.

NBb-groepen

NBb-Educatief kent een rumoerig najaar. De discussie rond gratis schoolboeken in de vorm van lumpsumfinanciering barst los. NBb-Educatief komt in 2006 met een notitie "Schoolboeken en de educatief specialist, recente ontwikkelingen", die de rol van de educatief specialist nader toelicht en ingaat op diverse onderzoeken over de beheersing van de school(boeken)kosten. Ook ondersteunt NBb-Educatief OC&W met cijfers en argumenten in de discussie rond gratis schoolboeken. In 2006 heeft NBb-Educatief diverse gesprekken met OC&W, de schoolleidersvereniging en bewindspersonen. Belangrijke onderwerpen zijn de cijfers van Open Boek, de beheersing van de school(boeken)kosten, het inzichtelijk maken van de rol van de educatief specialist en digitalisering. In 2007 zal het plan van "gratis" schoolboeken worden uitgevoerd en een passend antwoord op de verdergaande digitalisering worden gevonden. Voor de **Groep Verzend- & Abonnementhandel (GVA)** is het van belang om inzicht te krijgen in de markt. Een benchmarkonderzoek is een van de instrumenten die ingezet wordt. Het **Overleg Algemene Boekhandels (OAB)** is een groep van ongebonden en zelfstandige boekverkopers. Belangrijke thema's binnen het OAB zijn: distributie, bedrijfsvergelijkend onderzoek, Wet op de Vaste Boekenprijs en internet. Leden van de **Groep professionele boekverkopers van het Christelijke Boek (GCB)**, ontwikkelen gezamenlijk promotiemateriaal. Daarnaast richten zij zich op verdere professionele samenwerking en organiseren zij themamiddagen onder andere over websites. Het **Overleg Kinderboekhandels** sluit zich aan bij de combinatie Scholtens-Boekenpartners. Belangrijk daarbij is dat vrijwel iedere kinderboekhandel zijn boeken al bij deze Limburgse grossier koopt.

14
L

Ledenvergaderingen

In 2006 worden maar liefst vijf ledenvergaderingen georganiseerd, waarvan drie buitengewone. In april vindt de eerste zeer feestelijke algemene ledenvergadering plaats, die wordt georganiseerd in het Spoorwegmuseum in Utrecht. Wim Karssen neemt afscheid als voorzitter en overhandigt de voorzittersketting en -hamer aan de nieuwe voorzitter Dick Anbeek. Tijdens deze bijeenkomst wordt onder andere Koppelvlak Boekbalie gepresenteerd en een contributieverlaging aangekondigd. Sprekers van de middagbijeenkomst zijn Thijs Chanowsky, bijzonder hoogleraar Multimedia Interactie aan de Universiteit van Amsterdam en Pieter Paul Verheggen, directeur van onderzoeksbureau Motivaction over veranderend Nederland en het boek.

Op 19 juni vindt een speciale ledenvergadering plaats met betrekking tot het onderhandelingsresultaat voor de CAO voor de boekhandel 2006-2008. Het resultaat wordt unaniem geaccordeerd. Op 6 november wordt de najaarsledenvergadering gehouden. In de vergadering komt onder andere de soms moeilijke relatie met uitgevers naar voren op dossiers als de nieuwe Depotovereenkomst. De middag staat in het teken van webwinkels. Zo vertelt Eric Kaizer hoe Boekwinkeltjes.nl zo'n succes is geworden en hoe belangrijk de "long tail" is. Matthijs Suidman praat over Lulu.com en Joost Steins Bisschop kondigt de winnaar van de Innovatieprijs 2006 aan: boekhandel Van Stockum uit Den Haag. Op 11 december en 29 december vinden tot slot twee buitengewone ledenvergaderingen plaats over de statutenwijziging die de NBb in staat stelt de leden te vertegenwoordigen bij onder andere het Commissariaat voor de Media.

Innovatieprijs

In 2006 wordt de Innovatieprijs uitgereikt aan de boekhandel met de beste webwinkel: Boekhandel Van Stockum uit Den Haag. De jury, bestaande uit Joost Steins Bisschop (adviseur bij JungleRating, columnist van het Financiële Dagblad en lid jury van de Thuiswinkel), Jan Willem Janssen (E-business

adviseur HBD, lid jury van de Thuiswinkel) en Lucie Vermij (hoofdredacteur Boekblad) verkoos Van Stockum unaniem uit de top drie: Boekhandel Speelboek uit Amersfoort, The American Bookcenter uit Amsterdam en van Stockum uit Den Haag.

Peter van Andel, eigenaar van boekhandel Van Stockum, heeft flink geïnvesteerd in zijn webwinkel. De jury prijst zijn webwinkel, omdat het mogelijk is door zijn website te dwalen als door de gewone winkel en volop inspiratie op te doen. De website gaat bijvoorbeeld in op de actualiteit met rubrieken als Tweede Kamerverkiezingen. Ook is bij de aanbevelingen duidelijk in welke vestiging welk boek op voorraad is. Daarnaast beschikt de website over een zeer goede zoekfunctie in meerdere talen en uiteraard een uitgebreide winkelwagen met een adequate orderafhandeling.

NBb

Afscheid Wim Karssen

Op 24 april neemt Wim Karssen afscheid als voorzitter van de NBb tijdens een historische ledenvergadering in het Utrechtse Spoorwegmuseum. 's Middags is er onder de titel Tandenk(n)arssend afscheid een feestelijk programma, waarbij Wim Karssen na 14 jaar de voorzittershamer overdraagt aan Dick Anbeek.

Dick Anbeek schildert zijn voorganger af als iemand die geniet van vergaderen en van de boekhandelsbezoeken door het hele land. Wim Karssen is gehecht aan mensen en aan het boekenvak. Daarnaast noemt Dick Anbeek zijn eigen agenda: de economische positie van de boekverkoper verbeteren. Dat wordt komende jaren de topprioriteit voor de NBb.

De overdracht wordt onder meer vormgegeven door de voordracht van een aantal gedichten. De jonge dichters Tsead Bruinja, Sylvia Hubers en Marije Langelaar dragen gedichten voor, speciaal geschreven voor het afscheid van Karssen. De bundel met deze gedichten wordt ook aan alle NBb-leden verstrekt. De middag wordt luister bijgezet door muzikale optredens van Marijke Boon (accordeon) en Michel Lamers (klarinet). Middagvoorzitter is Maria Heiden.

15
51

Als klap op de vuurpijl wordt de scheidend NBb-voorzitter benoemd tot Officier in de Orde van Oranje Nassau. Burgemeester van Bodegraven, mr. drs. Andre Borgdorff, spelt Wim Karssen de orde op. De burgemeester roemt Karssen niet alleen om zijn inzet voor het boekenvak, maar ook voor de samenleving in Bodegraven. Voor het boekenvak is de winst van zijn inzet duidelijk: onder het voorzitterschap van Wim Karssen heeft het vak een grote mate van professionalisering doorgemaakt en is de Wet op de Vaste Boekenprijs tot stand gekomen.

NBb-reizen

Begin oktober reizen ruim twintig boekverkopers per trein af naar Frankfurt om daar de Frankfurter Buchmesse te bezoeken. Deze reis is geheel gratis voor boekverkopers. Daarnaast bezoeken tien boekverkopers en twee NBb-medewerkers op 5 maart de London Book Fair, waar deelgenomen wordt aan verschillende seminars.

Overleden

Op 5 februari overlijdt op 75-jarige leeftijd Pier Rienk Rienks. Hij is directeur van onder andere de VU Boekhandel geweest. Hij is de eerste die een zogenaamde campus-boekhandel opent en wel op de campus van de toen nieuwe VU in Amsterdam. Naast het werk in zijn eigen bedrijven heeft hij verschillende bestuurlijke functies vervuld. In 1981 komt hij in het bestuur van de Groep Wetenschappelijke Boekverkopers en in hetzelfde jaar in het NBb-bestuur. Al na een jaar wordt hij benoemd tot vice-voorzitter. Op de heer Rienks wordt niet gauw tevergeefs een beroep gedaan: hij maakt deel uit van het bestuur van de VUT Stichting van de wetenschappelijke boekverkopers en van de Stichting Beheer Aandelen Centraal Boekhuis. Ook is hij commissaris bij Centraal Boekhuis. Het boekenvak verliest in Pier Rienk Rienks een humorvol vakgenoot en een gedegen bestuurder.

Op 16 september 2006 overlijdt op 91-jarige leeftijd Mevrouw Creyghton-Van de Weijer van boekhandel Plantijn te Den Haag. Mevrouw Creyghton is oud-bestuurlid en voor de duur van één jaar secretaris van de Nederlandse Boekverkopersbond geweest. Zij is van mei 1968 tot en met 1974 bestuurslid geweest van de NBB. Op 1 februari 1969 wordt zij opgevolgd door de heer Weyenberg, die wordt benoemd tot NBB-secretaris. Mevrouw Creyghton is van onschatbare waarde geweest voor de NBB en zijn bureau.

Op 19 oktober 2006 overlijdt op 65-jarige leeftijd Marleen van Vollenhoven. Zij is 26 jaar lang het gezicht en de secretaris van de KVB geweest en was van groot belang voor de vaste boekenprijs. Vanaf het begin van haar aantreden in 1975 heeft zij zich altijd met hart en ziel ingezet voor de instandhouding van de vaste boekenprijs. Men zou haar kunnen typeren als de soldaat van de vaste prijs (citaat van Aad Nuis). Marleen van Vollenhoven nam in januari 2001 afscheid van de KVB waar zij het stokje vaste boekenprijs overdroeg aan Aad Nuis. Mede dankzij haar inspanningen is de Wet op de Vaste Boekenprijs realiteit geworden.

Ledenbestand

Ereleden	4	
Buitengewone leden	19	
Plusleden	1093	
Basisleden	14	
Totaal	1130	Vestigingspunten 1452

Samenstelling besturen, commissies en werkgroepen

Samenstelling besturen, commissies en werkgroepen Per 31 december 2006

16
91

NBB-Bestuur

D.	Anbeek	Dick	voorzitter
M.H.	Bohlken	Maarten	
C.A.M.	Damwijk	Caroline	
A.C.	Doeser	Ari	directeur
J.P.L.M.G.	Gelauff	Hans	penningmeester
R.	Luckerhof	Rob	vice-voorzitter
A.	Luykx	Arjen	
D.H.H.D.	Ropers	Daniel	
G.	Talsma	Gelly	

Bestuur GCB

A.J.	Groenveld	Alida	secretaris
W.	Kalkman	Wim	vice-voorzitter/penningmeester
C.J.	Vroon-Scherpenzeel	Corrie	voorzitter

Bestuur GVA

M.H.	Bohlken	Maarten	voorzitter
Th.P.M.	Meijel, van	Theo	
D.H.H.D.	Ropers	Daniel	
R.	Wristers	Reinder	secretaris
R.E.	Overeynder	Evert	penningmeester

Bestuur NBB-Educatief

A.C.	Doeser	Ari	secretaris
A.M.	Looff, de	Lex	vice-voorzitter
A.	Peper	Bram	voorzitter

H.	Schuppen, van	Henk	
W.J.	Wind, van der	Hans	
R.	Wink	Ruud	penningmeester

Raad van Advies Boek & Bedrijf

W.J.	Hiemstra	Pim	voorzitter
M.P.A.	Hoogeveen	Marcel	
J.M.N.	Los	Mark	
F.S.G.	Paagman	Fabian	
F.J.F.S.	Peerdeman	Joan	
S.T.G.	Stumpel	Steeff	

Bestuur Stichting NBB-fonds

D.	Anbeek	Dick	
A.C.	Doeser	Ari	
R.	Luckerhof	Rob	
T.J.G.M.	Nelissen	Trees	
J.B.	Polak	Joost	
J.P.L.M.G.	Gelauff	Hans	

Tijdschriftencommissie

A.C.	Bijnen, van	Arno	voorzitter
G.	Carbo	Godfried	
J.	Engberink	John	secretaris
A.	Guliker	Andries	
J.M.N.	Los	Mark	
M.L.	Mulder	Marcel	
J.D.	Osinga	Joop	
M.	Oudejans	Martin	
R.	Sluijter	Rob	
K.	Werde, van	Kitty	

17
21

Onderhandelingsdelegatie CAO

A.C.	Doeser	Ari	secretaris
L.	Gons	Lenneke	
J.J.A.	Kattenberg	Alberty	
J.M.	Peters	Hans	voorzitter
H.	Kuiten	Heleen	

Bestuur Stichting VUT CAO

P.M.	Berg, van den	Paul	
A.C.	Doeser	Ari	

Bestuur VUT Stichting GWB

C.N.J.	Beijer	Carla	
A.C.	Doeser	Ari	

Kernteam distributie

C.A.M.	Damwijk	Caroline	
J.P.L.M.G.	Gelauff	Hans	
R.	Luckerhof	Rob	
W.A.	Langendonk	Adriaan	secretaris

Distributiepanel

E.	Itterzon, van	Erik	
W.A.	Langendonk	Adriaan	secretaris
J.D.	Osinga	Joop	
F.	Paagman	Fabian	
N.	Smaal	Niek	
G.C.	Sprang, van	Gerard	
F.	Tilburg, van	Frans	
M.	Vlaming	Martin	

Vertegenwoordigingen in de boekenbranche

Bestuur KVB			
D.	Anbeek	Dick	
R.	Luckerhof	Rob	

Bestuur CPNB

M.W.B.	Asscher	Maarten	
J.M.	Peters	Hans	

Raad van Commissarissen Nederlandse Boekenbon b.v.

D.	Anbeek	Dick	
W.	Karssen	Wim	president
G.	Maar, van der	Gerard	

Stichting tot Beheer van de Aandelen Nederlandse Boekenbon b.v.

D.	Anbeek	Dick	voorzitter
A.C.	Doeser	Ari	secretaris
J.P.L.M.G.	Gelauff	Hans	penningmeester
R.	Luckerhof	Rob	vice-voorzitter

Raad van Commissarissen SAB b.v.

D.	Anbeek	Dick	
W.	Karssen	Wim	voorzitter
G.	Maar, van der	Gerard	

Stichting Bestemmingsfonds CAO

A.C.	Doeser	Ari	
J.M.	Peters	Hans	

Raad van Commissarissen Centraal Boekhuis

H.	Boomker	Henk	
M.	van der Lely	Matthijs	

Stichting tot Beheer van de Aandelen van Centraal Boekhuis

D.	Anbeek	Dick	
A.J.	Edel	Arjen	
J.M.N.	Los	Mark	

Bestuur Stichting Boekportaal

A.C.	Doeser	Ari	assessor
D.H.H.D.	Ropers	Daniel	

G.	Sprang, van	Gerard	
J.	Straalen van	Jaap	

Bestuur Stichting Boekpromotie

D.	Anbeek	Dick	voorzitter
G.	Schut	Guus	
A.C.	Doeser	Ari	assessor

Bestuur Stichting Marktonderzoek Boekenvak

H.	Belois, van	Hubert	penningmeester
A.	Vingerling	André	vice-voorzitter

Vertegenwoordigingen in andere organisaties

Bestuur Hoofdbedrijfschap Detailhandel

A.C.	Doeser	Ari	
------	--------	-----	--

Bestuur Koninklijke MKB Nederland/Nationale Winkelraad

A.C.	Doeser	Ari	
------	--------	-----	--

Bestuur Nederlandse Bibliotheek Dienst NBD, tevens vergadering van Aandeelhouders NBD/ Bibliion B.V.

M.H.	Bohlken	Maarten	Penningmeester-secretaris
G.	Schut	Guus	

Nederlandse Taalunie, Overleg Nederlandstalige Uitgeverij en Boekhandel

A.C.	Doeser	Ari	
------	--------	-----	--

European Booksellers Federation (EBF)

A.C.	Doeser	Ari	
------	--------	-----	--

International Booksellers Federation (IBF)

A.C.	Doeser	Ari	
------	--------	-----	--

International Congress of Young Booksellers (ICYB)

E.W	Bres, de	Elise	President
-----	----------	-------	-----------

19
61

Medewerkers per 1 januari 2007

Rachid Ajjaji	Medewerker verrekenadministratie (1fte)
Elise de Bres	Beleidsmedewerker (0,8fte)
Paula van Dijk	Medewerker Boekenbonadministratie (0,5fte)
Ari Doeser	Directeur (1fte)
John Engberink	Adviseur Boek & Bedrijf (0,95fte)
Jeannete Estourgie	Bureaumedewerker (1fte)
Gert Kalkman	Medewerker ledenadministratie/systeembeheerder (1fte)
Alberty Kattenberg	Juridisch medewerker (0,6fte)
Adriaan Langendonk	Beleidsmedewerker (0,5fte)
Marc Pontier	Stagiair
Diane van Schaik	Administrateur (0,95fte)
Jeroen Tilma	Marketing Boekenbon (1fte)
Elke van Wageningen	Communicatiemedewerker (0,85fte)