

Jaarverslag 2012

Koninklijke Boekverkopersbond



Inhoudsopgave

Jaarverslag Koninklijke Boekverkopersbond 2012

Voorwoord door de KBb vice-voorzitter

Hoofdstuk 1: De markt in 2012

- 1.1 Inleiding
- 1.2 De algemene markt
- 1.3 De wetenschappelijke markt
- 1.4 De educatieve markt
- 1.5 De tijdschriftenmarkt
- 1.6 Brede beschikbaarheid

Hoofdstuk 2: De ontwikkelingen in 2012

- 2.1 Digitalisering
- 2.2 Distributie
- 2.3 Duurzaamheid
- 2.4 Wet op de Vaste Boekenprijs
- 2.5 Onderzoek
- 2.6 Opleiding
- 2.7 Promotie
- 2.8 CAO voor de Kantoor en Boekhandel
- 2.9 Boek & Bedrijf
- 2.10 Boekenbon
- 2.11 KBb-Educatief

Hoofdstuk 3: Kalender 2012

Hoofdstuk 4: Overzicht leden, bestuur, medewerkers, vertegenwoordiging in vak

- 4.1 De leden
- 4.2 Het KBb bestuur
- 4.3 Medewerkers
- 4.4 Samenstelling besturen, commissies en werkgroepen
- 4.5 Vertegenwoordiging in de boekenbranche
- 4.6 Vertegenwoordiging in andere organisaties



Hoofdstuk 1

Voorwoord

2012 was een lastig jaar, versterkt door het feit dat de jaren ervoor ook al geen bijster succesvolle jaren waren als het gaat om omzet en behoud van het financiële resultaat voor de boekhandel.

De oorzaken voor de druk van het financiële resultaat bij de meeste ondernemers zijn bekend: uiteraard de crisis waarvan helaas het einde nog niet in zicht is, en minstens zo belangrijk, het veranderend koopgedrag van de consument. Beide oorzaken zijn niet specifiek des boekhandels, hoewel de pers het publiek graag iets anders wil laten geloven.

Over de crisis hoef ik u niets te vertellen; we zitten er met zijn allen flink in en we hopen met zijn allen dat de bodem snel bereikt zal zijn.... Maar met het veranderende zoek-, koop- en leesgedrag ligt het iets anders. Op dit moment bevinden wij ons in een **Revolutionaire Omwenteling** als het gaat om het winkel- en koopgedrag van de consument.

Als we over 20 jaar terugkijken naar de jaren 2010 – 2015 zullen we met elkaar constateren dat het winkellandschap en het kopen van producten definitief is veranderd. De vanzelfsprekendheid dat als je als consument iets wilde kopen automatisch naar een fysieke winkel ging, is in deze periode voorgoed verdwenen. We kopen net zo gemakkelijk via internet als bij een fysieke winkel. En voor sommige consumenten is internet dé oplossing van de eeuw: geen winkel in, winkel uit, sjouwen met volle tassen en maar zoeken naar dat ene jasje, jurk, of schoenen. Zeker als we precies weten wat we willen is internet een uitkomst. Met een paar drukken op de knop is het gewenste product besteld, vaak ook al betaald, en wordt het binnen enkele dagen thuis bezorgd of waar u ook maar wilt. En als het niet bevalt, kan het retour. Kortom: gemak siert de mens, en tijd is kostbaar.

Wat we hier ook van vinden: het maakt eigenlijk niet zoveel uit waarom dit gebeurt. U zult als ondernemer lastige keuzes moeten maken hoe u uw klant wilt blijven bedienen: Via de winkel met een

breed of smal assortiment boeken; met aanvullend niet boek producten, en/of via internet en/of via downloads. Keuzes die niet altijd makkelijk zullen zijn maar wel bewust gemaakt moeten worden. Vaak gevolgd door noodzakelijke(financiële) investeringen, dat ook niet altijd meer mogelijk zal zijn. Feit is dat klanten óók graag winkelen via internet (of boeken of muziek willen downloaden). Tegelijkertijd betekent dit een verschuiving van omzet (de crisis even niet meegerekend) van de winkel naar internet. Ook al is dat 'maar' een verschuiving van 10% - 20%, het gaat ten koste van de omzet in de winkel. Ondernemers van fysieke winkels zullen hier dus actief en alert mee om moeten gaan.

De trieste verwachting is dan ook dat er meer winkels gedwongen moeten sluiten. Winkels die niet meer vervangen zullen worden door een nieuwe winkel: de leegstand zal dus toenemen. Maar tegelijkertijd is er ook sprake van een correctie op de forse groei, van ruim 25% in de afgelopen 10 jaar met betrekking tot het aantal m2 winkelloppervlakte in Nederland. In dezelfde periode is de omzet in de non-food slechts met 1% gestegen tegelijkertijd met de verschuiving van omzet uit de winkels, 10%, naar omzet online. Met als gevolg dat in Nederland sprake is van een behoorlijke overbewinkeling.

Het gevolg is dat de meeste ondernemers zoekende zijn: hoe voorkom ik dat ik nog meer omzet verlies vanuit de winkel?; Welke andersoortige producten moet ik toevoegen aan mijn assortiment om de consument te blijven verleiden om vooral naar de fysieke boekhandel te blijven komen? Hoe zorg ik dat ik via internet mee kan doen, dat klanten mij kunnen vinden en dat ik er uiteindelijk ook geld aan kan verdienen? Hoe kan ik de komende jaren op het gebied van eBooks een rol als verkoper van boeken op eisen? Dan wel een rol blijven spelen samen met de uitgevers binnen de boekbeleving van de consument?

Allemaal relevante vragen waarvoor het lastig is om goede antwoorden te vinden. De verdienmodellen op het internet en

voor digitale uitgaven zijn – zoals dit ook voor de uitgevers geldt - financieel minder aantrekkelijk dan het verdienmodel van de fysieke boekhandel. Maar zoals in het verleden de verkoop van studieboeken en losbladige abonnementen een minder gunstig verdienmodel hadden, maar wel bijdroegen aan het totale resultaat, geldt dit ook voor de twee nieuwe kanalen.

In 2012 is vanuit de KBb hard gewerkt om u als ondernemer met bovenstaande vragen zo goed mogelijk te kunnen ondersteunen. Tegelijkertijd probeerden we ook politieke kwesties als de vaste boekenprijs en de BTW structureel hoog op de agenda te houden. Om zowel een sterke partner te zijn voor de boekhandel in een hevig veranderende markt, als een aanspreekbare partner voor zowel de uitgevers als de politiek, zal de structuur van de KBb veranderen.

Bijzondere dank aan Dick Anbeek

Als slot wil ik graag mijn bijzondere dank uitspreken aan Dick Anbeek. Hij heeft door ziekte helaas eerder afscheid moeten nemen van zijn functie als voorzitter dan bedoeld. Wat u vaak niet ziet maar wij als bestuur wel, is dat Dick ontzettend hard heeft gewerkt aan het realiseren van het nieuwe KBb 2.0.

Met het enthousiaste KBbteam, een nieuwe directeur en een nieuwe voorzitter zal er veel inzet gerealiseerd worden om u als ondernemer effectief te kunnen ondersteunen in kennis, opleiding, innovaties en verkoopbevorderingen.

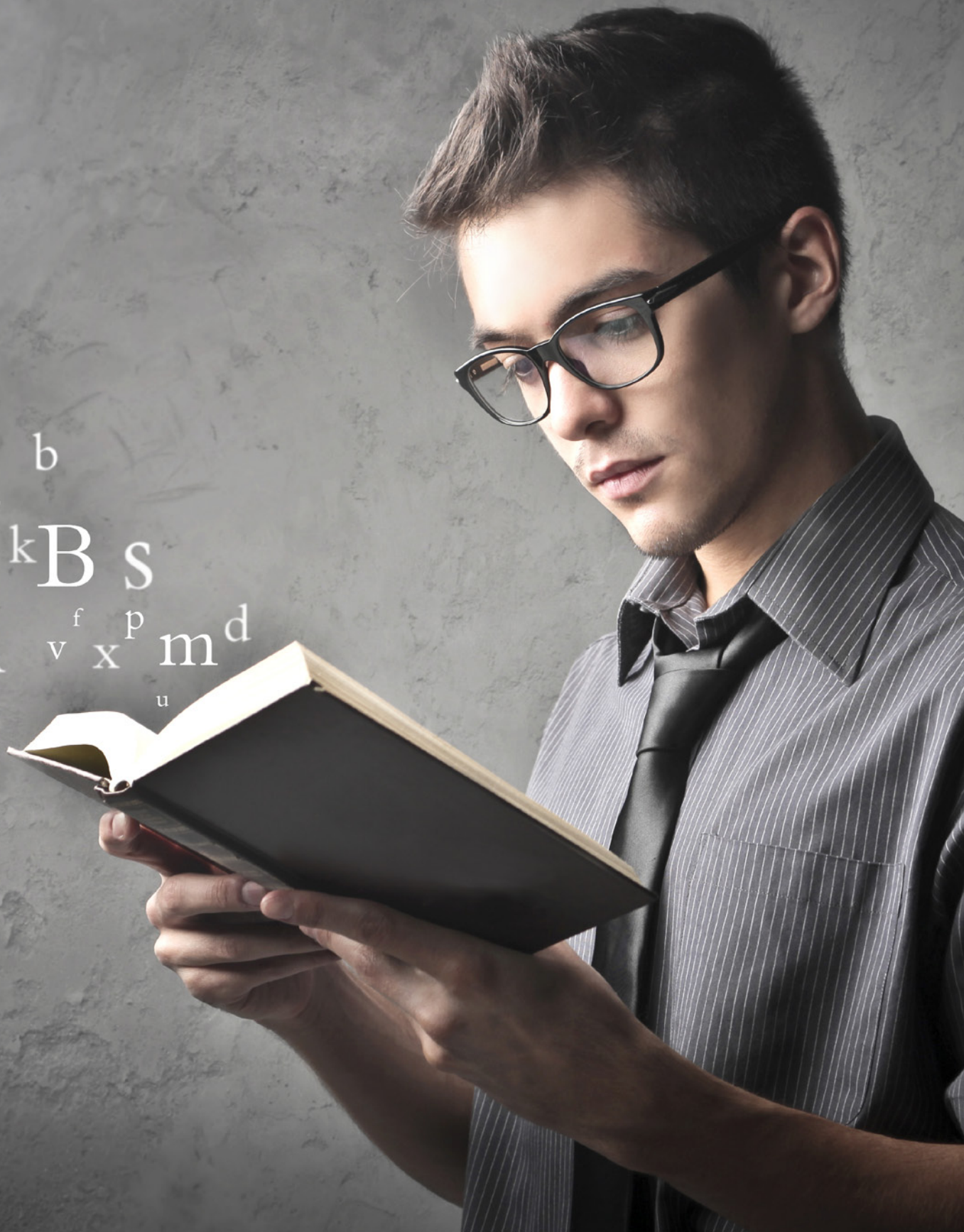


Caroline Damwijk

vice-voorzitter KBb
Bilthoven, april 2013



v
d
c a b
w o
f k B s
A v x p m d
u



Hoofdstuk 1

De markt in 2012

1.1 Inleiding

De toekomst van de boekhandel is in 2012 wederom een veelvuldig gespreksonderwerp geweest. Het zijn roerige tijden voor de boekenbranche, denk alleen al dit jaar aan de doorstart van Selexyz en het faillissement van distributeur Libridis. De aanhoudend onzekere economische situatie en het dalende consumentenvertrouwen werd de invloed hiervan op de boekhandel in 2012 voelbaar. In dit hoofdstuk geven wij u een overzicht van de belangrijkste ontwikkelingen en trends met betrekking tot de totale boekenmarkt en afzonderlijke genres in 2012.

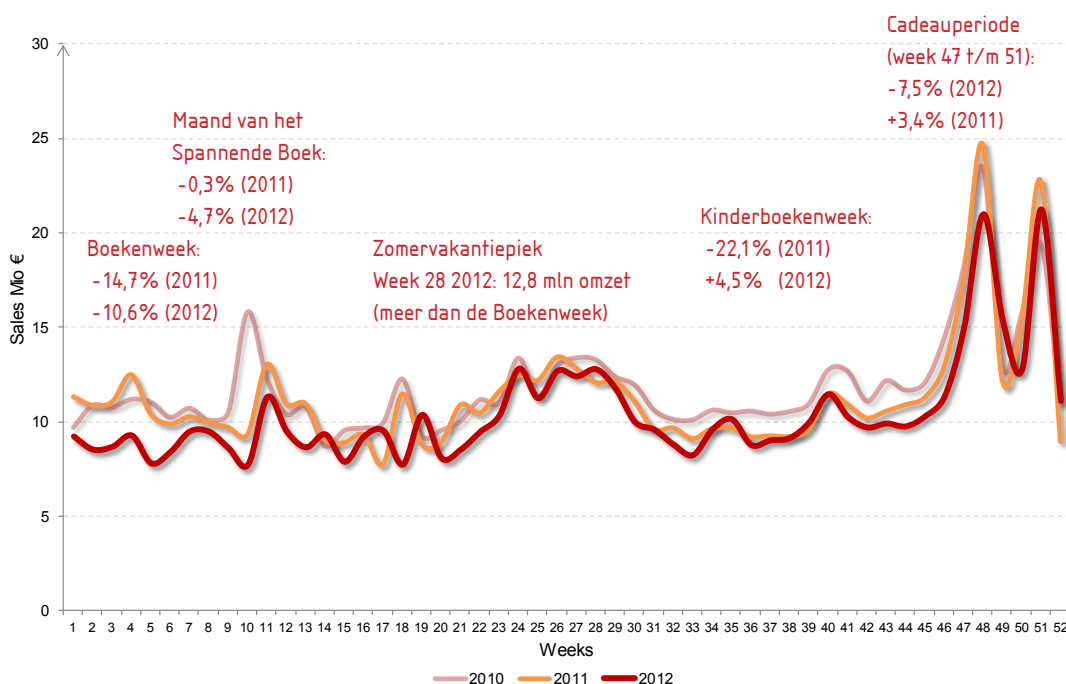
Het merendeel van de cijfers uit dit hoofdstuk is afkomstig van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB) die met behulp van GfK de verkoopontwikkelingen van de A-Boekenmarkt in beeld brengt. GfK maakt hiervoor gebruik van het Boekpanel Nederland waarmee wekelijks de absolute verkopen van boeken via kassa- en online registraties in de boekhandel, de entertainmentkanalen en overige kanalen (o.a. supermarkten, warenhuizen en drogisterijen) worden verzameld. De deelnemende panelleden uit bovengenoemde afzetkanalen representeren een marktdekking in 2012 van circa 84% voor de totale omzetontwikkeling.

In dit hoofdstuk rapporteren we over de ontwikkeling in de totale boekenmarkt en afzonderlijke genres in 2012.

1.2 De algemene markt

Op basis van het GfK-boekpanel 2012 is de geëxtrapoleerde totale omzet algemene boeken via kassa- en internetverkoop € 544,8 miljoen euro binnen de drie gevolgde kanalen. Dat is 7,3% minder dan in 2011. Er werden 43,5 miljoen boeken verkocht, 5,5% minder dan in 2011. Daarmee zet een dalende trend zich voort. De gemiddelde prijs voor een A-boek in 2012 was € 12,52. Dit is een prijsdaling van € 0,26 (- 2%) ten opzichte van de gemiddelde prijs in 2011. De boekhandel (fysiek en online) behaalde met circa 84,3% het merendeel van deze omzet. Dit is een lichte daling van het omzetaandeel van de boekhandel ten opzichte van 2011 (- 1,3%). Vanwege de gevolgde methode is deze omzet inclusief BTW vermeld.

Figuur 1 laat zien op welke wijze de omzet algemene boeken zich in 2012 ten opzichte van 2011 heeft ontwikkeld:



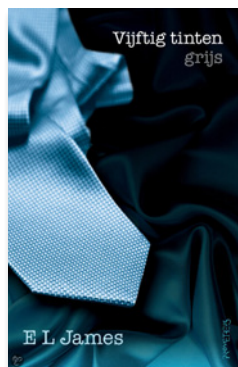
Figuur 1

Omzetontwikkeling van het A-boek in de totale markt in 2012 ten opzichte van 2011 en 2010. (Bron: GfK boekpanel | geëxtrapoleerde omzet)



Hoofdstuk 1

De markt in 2012



2012 was een lastig jaar voor de A-Boekenmarkt. De omzet bleef op weekbasis achter bij de ontwikkelingen in 2011 en 2010. Ook tijdens de 'piekmomenten' waren de omzetten minder. Zo liet de Boekenweek een flinke omzetzdaling zien (-10,6%) evenals De Maand van het Spannende Boek (-4,7%). Positieve uitschieters waren de zomervakantiepiek met hogere omzetcijfers (+ € 12,8 mln) dan in de Boekenweek en de Kinderboekenweek (+4,5%). De piekmomenten in de december bleven achter bij het voorgaande jaar, maar waren wederom belangrijk voor de omzet in 2012.

De twee grootste genres in de Nederlandse markt daalden beiden in 2012. Informatieve non-fictie daalde in omzet met 14,3%. Het genre Fictie daalde met 6,1%. Het genre vrijetijdnon-fictie steeg in 2012 het meest in omzet (+5,7%). Fictie bleef het grootste genre met een omzetaandeel van 42,4%. In vergelijking met 2011 liep het omzetaandeel Fictie met 0,3 procentpunt terug. De omzet van kinderboeken steeg in 2012 met 1,2% en kwam uit op een omzetaandeel van 15,2%.

Het jaar 2012 kende weer een echte bestseller. Auteur E.L. James van uitgever Prometheus bezet de top 3 met respectievelijk Vijftig tinten grijs, Vijftig tinten donkerder en Vijftig tinten vrij. Op plek vier staat Gijp van Michel van Egmond (Voetbal International) en op nummer vijf staat En dan nog iets van Paulien Cornelisse (Atlas Contact) (Bron: CPNB Top 100 2012 – januari 2013).

Rubrieken

Als toevoeging aan de omzetontwikkeling van de totale markt is in onderstaande tabel de omzetverdeling en -ontwikkeling op rubrieksniveau weergegeven:

Omzetverdeling rubrieken	2012	2011	Vershil marktaandeel (procentpunt)	Omzetmutatie (%)
Totale omzet * mln	544,8	587,5	-30,1	-7,3%
Kinderboeken	15,2%	14,2%	+1,0	+1,2%
Fictie	42,4%	42,7%	-0,3	-6,1%
Non-fictie vrije tijd	18,2%	16,3%	+1,9	+5,7%
Non-fictie informatief	21,9%	24,4%	-2,5	-14,3%

Tabel 1 omzetverdeling rubrieken in 2012.
Bron: GfK boekpanel | geëxtrapoleerde omzet

Wanneer we kijken naar de omzetontwikkeling van de verschillende genres zien we een wisselend beeld.

Fictie en literaire non-fictie

Van de totale omzet in 2012 was 42,4% afkomstig uit de rubriek fictie. Ten opzichte van de omzetverdeling in 2011 is dit een daling van 0,3 procentpunt. Het aantal verkochte boeken uit deze rubriek daalde met 6,1% ten opzichte van vorig jaar. De rubriek fictie blijft de grootste, zowel in stuks als in waarde. De omzetzdaling van 6,1% in deze rubriek werkt dan ook fors door op de totale omzetzdaling van het algemene boek.

Kinderboeken

Van de totale omzet in algemene boeken in 2012 is 15,2% toe te schrijven aan kinderboeken. In omzet kende het genre kinderboeken in 2012 een lichte stijging van 1,2%. De twee populairste titels waren: Nederland (Uitgeverij Lemniscaat) en Achtste-groepers huilen niet! (Uitgeverij Van Holkema & Warendorf) (Bron: CPNB Top 100 2012 – januari 2013).





Hoofdstuk 1

De markt in 2012

1.3 De wetenschappelijke markt

Non-fictie vrije tijd

Vrijtijdsnon-fictie nam 18,2% van de totale omzet in algemene boeken voor haar rekening. Deze rubriek realiseerde in 2012 5,7% meer omzet dan in 2011. Dit komt mede door de populariteit van Gijp (Voetbal International) en En dan nog iets (Uitgeverij Atlas Contact).

Non-fictie informatief

Deze rubriek liet in 2012 een omzetzakking zien met 14,3%. Ook het aandeel in de totale omzet liep behoorlijk terug naar 21,9%.

Aandeel boekhandelskanaal

Het boekhandelskanaal (offline en online) behaalde in 2012 een omzetaandeel van 84,3%. Hoewel het boekhandelskanaal verreweg het grootste omzetaandeel laat zien, daalde de omzet met 6,9%. De branchevreemde kanalen lieten hun omzet groeien in 2012. De entertainmentspecialisten groeiden in 2012 met 1,1%. De mass merchandisers groeiden met 5,2%. Boekhandels presteerden zeer uiteenlopend in 2012. De internet- en inloopwinkels deden het goed, zowel in het boekenvak als in andere branches binnen de detailhandel. Het beeld bij de (grotere) algemene boekhandels is minder eenduidig, hoewel het merendeel een omzetzakking liet zien.

E-boeken

In 2012 komt de omzet van e-boeken uit op een totaal van € 12,2 miljoen. Van de totale omzet algemene boeken is 2,6% in 2012 gerealiseerd met e-boeken. Deze omzet is gerealiseerd met ruim 16.000 verschillende e-boektitels. Dit is 4% van het totaal aantal boektitels.

(Bron: rapportage e-boeken GfK, dec 2012).

Evenals in voorgaande jaren is in 2012 echt te merken dat klanten en de overheid zijn gaan bezuinigen als gevolg van de Europese recessie. Dit uitte zich in opzegging van abonnementen, faillissementen en daling van het aantal boekbestellingen. De verwachting is dat deze bezuiniging voor de komende jaren vooral bij de overheid merkbaar blijft met als gevolg dat de omzet van de wetenschappelijke boekhandels steeds verder onder druk komt te staan. Daarnaast is de verwachting dat schaalvergroting in deze markt voor boekhandels onontbeerlijk zal zijn.

De overheid verzorgt de landelijke aanbestedingen namens nagenoeg alle ministeries en diensten waardoor steeds minder boekhandels aan de overheid gaan leveren. Op lager overheidsniveau lijken de aanbestedingen vooral te zijn gericht op een zo hoog mogelijke korting met tegelijkertijd sterke teruggang in het besteedbare budget. Ook de marges lopen terug bij het W-boek. Tevens blijft de digitalisering zich ook in deze markt onverminderd voortzetten. Kortom: de boekhandel in wetenschappelijke boeken komt steeds verder in het nauw en zal zich moeten toeleggen op aanvullende dienstverlening voor bestaande of nieuwe klanten.

1.4 De educatieve markt

Het afgelopen jaar zagen we in alle segmenten van de educatieve boekverkopers (distributeurs) veel activiteiten. In het Voortgezet Onderwijs is deze zomer door de KBB-E een position paper uitgebracht met betrekking tot de Wet op de Gratis Schoolboeken en de relatie met digitaal leren. Deze paper is in Den Haag zeer goed ontvangen en KBB voorzitter de heer Nijpels heeft zijn invloed kunnen aanwenden om deze paper in de media de nodige aandacht te geven alswel op de

verschillende betrokken departementen (Algemene Zaken, bij de kabinetsformatie en OC&W) bekend te maken. De paper heeft mogelijk een rol gespeeld bij de keuze van de regering om in het regeerakkoord het voornemen om de Gratis Schoolboeken weer af te schaffen aan te kondigen. De wetswijziging wordt nu door het departement van OC&W voorbereid en nog dit jaar aan de Kamer aangeboden. De KBB-E is als partij betrokken bij de formulering van dit voorstel. De invoering staat gepland voor het schooljaar 2015-2016. Inhoudelijk ten slotte kan gezegd worden dat bij de formulering van het wetsvoorstel nu wel rekening wordt gehouden met de trend van het digitaal leren.

In het Hoger Onderwijs en Wetenschappelijk Onderwijs segment is - na een onverwacht amendement van Kamerlid de Liefde om het W-boek te ontheffen van de Wet op de Vaste Boekenprijs - veel lobbywerk verricht door de KBB. Deze lobby heeft uiteindelijk een bijzonder succes opgeleverd omdat de minister besloot het amendement voorlopig niet uit te voeren. Afgesproken is nu dat er nader onderzoek zal worden gedaan gedurende 2013 en in dat in januari 2014 de mogelijke consequenties opnieuw worden bekeken. De KBB en het NUV hebben een werkgroep gevormd ter voorbereiding van de volgende evaluatie op de Wet op de Vaste Boekenprijs en het thema W-boek / voorgeschreven studieboek voor het HBO/WO is hierbij een specifiek onderwerp van gesprek en onderzoek. Ten slotte zijn vanuit de KBB-E de banden met de GEU aangehaald en is overleg gepleegd over een gezamenlijke agenda.



Hoofdstuk 1

De markt in 2012



1.5 De tijdschriftenmarkt

De verkoop van tijdschriften via tabaks- en gemakswinkels stijgt licht, het aandeel via de kantoor- en boekhandel blijft stabiel.

Distributiekanaal (in procenten)	Mutatie 2012 t.o.v. 2011	2012	2011	2010	2009	2008
Tabak en Gemakswinkels	0,8%	13,1%	12,3%	12,2%	11,9%	11,9%
Supermarkten	-1,0%	37,3%	38,3%	39,5%	39,9%	37,5%
Kantoor- & Boekhandel	0,9%	45,2%	44,3%	42,6%	41,6%	42,6%
Overig	-0,6%	4,5%	5,1%	5,7%	5,7%	6,7%

Tabel 2a. omzetverdeling tijdschriften
Bron: Betapress

Distributiekanaal	Mutatie 2012 t.o.v. 2011	2012	2011	2010	2009	2008
Tabak en Gemakswinkels	1,2%	31,9%	30,7%	30,4%	30,3%	9,6%
Supermarkten	0,6%	11,9%	11,4%	10,7%	10,6%	54,6%
Kantoor- & Boekhandel	-1,1%	52,0%	53,1%	53,5%	53,5%	29,5%
Overig	-0,7%	4,2%	4,8%	5,4%	5,6%	6,3%

Tabel 2b. omzetverdeling tijdschriften
Bron: Aldipress

1.6 Brede beschikbaarheid

In december 2012 lagen er 86.638 titels op voorraad bij CB Logistics, 1,3% minder t.o.v. december 2011. Onderstaande tabel biedt een overzicht van nieuwe beschikbare titels die via CB Logistics beschikbaar zijn voor de consument.

Boeksoort	Mutatie 2012 t.o.v. 2011	2012	2011	2010	2009	2008
Algemeen	-908	14.249	15.157	14.978	14.695	14.435
Educatief (S)	-1.895	2.210	4.105	3.344	2.536	2.333
Wetenschappelijk (W)	-482	2.074	2.556	2.203	2.246	2.111
Overig (O)	622	3.728	3.106	2.836	1.860	1.874
Eindtotaal	-2.663	22.261	24.924	23.361	21.337	20.753

Tabel Beschikbare nieuwe titels bij het CB Logistics
Bron: CB Logistics





Hoofdstuk 2

Ontwikkelingen

De Koninklijke Boekverkoopersbond spant zich op diverse terreinen in voor leden. Dit hoofdstuk biedt een overzicht van de belangrijkste ontwikkelingen in 2012 op de verschillende onderwerpen.

- Digitalisering
- Distributie
- Duurzaamheid
- Wet op de vaste boekenprijs
- Onderzoek
- Opleiding
- Promotie
- Vakinfrastructuur
- Boek & Bedrijf
- Boekenbon
- KBb-werkgroepen

2.1 Digitalisering

Digitaal Platform

In 2011 was de KBb via de stuurgroep en de klankbordgroep actief betrokken bij de verdere ontwikkeling van het digitaal platform. In de stuurgroep hebben bestuursleden van GAU en KBb zitting, in de klankbordgroep hebben experts (werkzaam bij uitgeverijen of boekverkoopers) zitting die dagelijks met e-boeken te maken hebben.

Er is in 2012 gewerkt aan een aantal onderwerpen:

- Invoering van ISTC, een "super ISBN" waarmee de boekverkoopers kan zien welke verschijningsvormen een werk heeft. ISTC is in samenwerking met CB, GAU en Meta4Books ingevoerd.
- Verhuren van e-boeken net als bij films die online verhuurd worden, kunnen e-boeken ook verhuurd worden. CB heeft het technisch mogelijk gemaakt dat e-boeken verhuurd gaan worden, er zijn 9 verschillende periodes geformuleerd, waarbij de uitgever bepaalt of een e-boek verhuurd mag worden en tegen welke prijs en periode. Eind 2012 zijn voorbereidingen

getroffen voor een pilot om op de site van boekhandel de Drukkerij e-boeken te gaan verhuren.

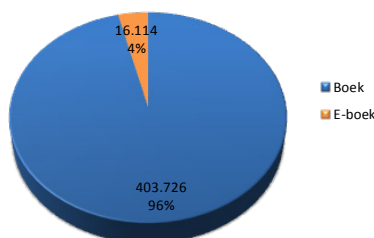
- **Watermerkbeveiliging**
Er is een inhaalslag gemaakt, uitgever kregen via CB de mogelijkheid om versneld voor een groot aantal titels over te stappen van de gebruikelijke Adobe DRM naar watermerkbeveiliging. Er zijn eind 2012 ruim 8.000 titels versneld overgezet naar watermerkbeveiliging.
- **Titelcatalogus/ Metadata**
De GAU heeft aan haar leden gevraagd om ontbrekende covers en flapteksten aan te vullen zodat de titelcatalogus completer wordt.
- **Het percentage aanwezige covers lag in december 2012 op 87%.**
Het aantal aanwezige flapteksten lag in december 2012 op 57%.
Doordat de titelinformatie completer wordt, zal de informatie die boekverkoopers op hun websites tonen flink verbeteren.

Omzet e-boek / papieren boek

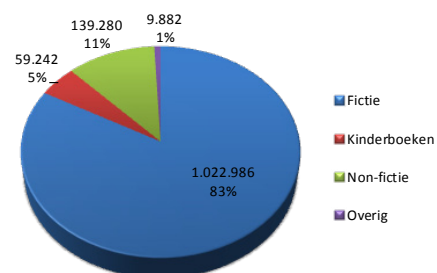
Uit de KVB-SMB e-boekrapportage blijkt dat het afzetaandeel van e-boeken over heel 2012 december 2012 3.1 % was, een jaar eerder was dit nog 1.6%. Het omzetaandeel was 2.6%, in december 2011 was dit 1.3%. De afzet van e-boeken is het grootst in fictie, 6% van alle Nederlandstalige fictie wordt als e-boek verkocht. Bij Kinderboeken wordt 0,7% digitaal verkocht en bij non-fictie is dit 1.1%. Het aantal Nederlandstalige titels dat digitaal beschikbaar is, is gestegen, in december 2012 waren 19.727 titels als e-boek te koop, in dec. 2011 lag dit op 12.146. Per genre zijn grote verschillen te zien, bij fictie-titels is 7% van de titels als e-boek te koop, bij kinderboeken 3% en bij non-fictieboeken 2%.



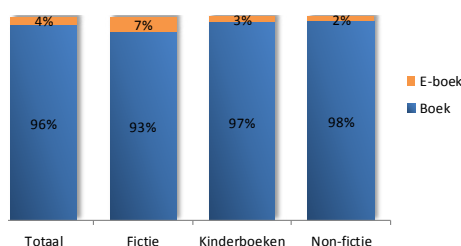
Titelaandeel e-boek / boek YTD december 2012



Genreverdeling e-boek in afzet YTD december 2012



Titelaandeel per genre YTD december 2012



Hoofdstuk 2

Ontwikkelingen



2.2 Distributie

In 2012 werd het boekenvak opgeschrikt door het faillissement van Libridis. Deze distributeur was de hofleverancier van de RDC winkels en bediende ook daarbuiten enkele tientallen ongebonden KBb-leden waaronder een aantal in kinderboeken gespecialiseerde of esoterische/spirituele boekhandels. Door adequaat en snel optreden van RDC en de Koninklijke Boekverkoopersbond kon de schade voor deze winkels beperkt blijven. Andere KBb-leden hebben zelfstandig de overstap naar CB moeten maken, en dat ging niet in alle gevallen zonder slag of stoot.

Libridis fungeerde als groothandel en speelde een belangrijke rol in de assortimentering van veel KBb leden. De overstap van deze leden naar CB heeft de nodige impact gehad op de bedrijfsvoering, omdat de assortimentering opeens bij de winkel kwam te liggen. Gevolg was dat een aantal tot het faillissement ongebonden leden zich heeft aangesloten bij één van de inkoopcombinaties.

De KBb heeft zich voor gedupeerde leden gewend tot de curator van Libridis. Diverse winkels hadden nog voorraden met recht van retour liggen. Bij een retourzending was niet zeker of Libridis (of haar curator) kon crediteren. Doordat de boeken al wel betaald waren, maar dus niet verkocht drukte dit zwaar op de liquiditeit. Een aantal boekhandels is hierdoor in problemen gekomen.

2.3 Duurzaamheid

In het kader van duurzaamheid heeft de KBb in 2012 een aantal eigen processen gedigitaliseerd om zo de papierconsumptie te verlagen. Het jaarverslag en de nieuwsbrieven zijn net als vorig jaar alleen nog online gepubliceerd.

Het inspiratie boek dat Boek & Bedrijf heeft uitgegeven is als e-boek verstuurd naar leden. De facturatie en administratie van de KBb is in 2012 gedigitaliseerd.

De Boekenboncadeaukaarten die in september 2012 zijn ingevoerd, worden gerecycled en hergebruikt; boekverkoopers kunnen gebruikte kaarten verzamelen in een CB verzenddoos of in een envelop sturen naar een antwoordnummer van het CB.



2.4 Wet op de Vaste Boekenprijs

Naar aanleiding van de evaluatie van de Wet op de Vaste Boekenprijs, vond de plenaire evaluatie-behandeling van de Wet op de Vaste Boekenprijs door de Tweede Kamer plaats in december 2011. De als gevolg van de evaluatie voorgestelde wetswijzigingen werden alle geaccordeerd. Geheel onverwacht werd een aantal amendementen ingediend. Meest in het oog springend was het amendement De Liefde/ Voordewind, inhoudende dat voor het onderwijs vervaardigde en voorgeschreven boeken voor het WO en HBO niet langer onder de werking van de wet zouden vallen. Daarnaast werd de evaluatietermijn van de wet van vijf naar vier jaren verkort.

Het instellen van een vrije prijs voor het voorgeschreven HBO- en WO-boek baarde boekverkoopers grote zorgen. KBb en KBb-Educatief wendden zich in januari 2012 daarom gezamenlijk tot de Eerste Kamer, teneinde die er van te overtuigen dat, anders dan MVW-uitgevers vonden, het doorvoeren van deze wijziging een zeer slechte zaak zou zijn, vanwege met name de onuitvoerbaarheid van de regeling. Lopende het jaar 2012 ontstond een discussie en werden in meerdere rondes vragen door senatoren aan de Staatssecretaris gesteld. Het voorstel tot wijziging van de wet werd uiteindelijk geagendeerd voor plenaire behandeling in februari 2013. In relatie tot deze behandeling zond de nieuw aangetreden minister van OC&W een brief dat zij de inwerkingtreding van de wijziging naar aanleiding van het amendement De Liefde/ Voordewind laat afhangen van nader onderzoek naar de afschaffing van de vaste prijs voor het wetenschappelijke boek als onderdeel van de eerstkomende evaluatie van de wet, welke evaluatie in januari 2014 aan de Eerste en Tweede Kamer zal worden gezonden. De Eerste Kamer besloot daarop de voorgestelde wijzigingen van de Wet op de Vaste Boekenprijs unaniem te accorderen.



Hoofdstuk 2

Ontwikkelingen

2.5 Onderzoek

Onderzoek is één van de speerpunten van de KBb. Zonder actuele en objectieve cijfers van de boekenbranche is het onmogelijk ontwikkelingen te signaleren en boekhandels te adviseren. Daarnaast zijn deze cijfers noodzakelijk om de boekhandel goed te kunnen vertegenwoordigen in de politieke overlegorganen met betrekking tot bijvoorbeeld de CAO, de Wet op de Vaste Boekenprijs en in de media.

Brancheonderzoek naar omzet- en afzetcijfers is grotendeels uitbesteed aan Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB). In 2012 heeft SMB naast de wekelijkse markttrends nog een aantal kwalitatieve onderzoeken laten uitvoeren, zoals het onderzoek naar het lees- en aankoopgedrag van consumenten (voorjaar en zomer 2012).

De KBb heeft in 2012 de samenwerking met prof. dr. Jaap Boter, bijzonder hoogleraar Boekhandel aan de Uva, verder geïntensiveerd. Diverse boekhandels werkten enthousiast mee aan afstudeeronderzoeken van studenten. Deze onderzoeken werden gepubliceerd op de [website van de KBb](#), zodat de resultaten voor KBb leden beschikbaar zijn.

Het streven van de KBb blijft om de boekhandel verder cijfermatig in beeld te brengen. Het bedrijfsvergelijkend onderzoek van Boek & Bedrijf speelt hierbij een belangrijke rol. Daarnaast zal er verder gewerkt worden aan de vertaalslag van de landelijke beschikbare onderzoeksgegevens naar de dagelijkse praktijk in de boekhandel. Tevens is de KBb nauw betrokken bij het onderzoek voor de evaluatie van de Wet op de Vaste Boekenprijs.

Boekverkopersbarometer

De KBb heeft in het najaar van 2012 een groot onderzoek gehouden onder haar leden. Ruim 170 leden hebben de online enquête ingevuld. De boekhandels hebben aangegeven hoe ze zichzelf vinden presteren op verschillende gebieden die relevant zijn voor de boekhandel, zoals positionering, marktstrategie, klantbenadering, assortiment en digitalisering. Alle deelnemende boekverkopers hebben een uitgebreide rapportage ontvangen met een stappenplan dat ze kunnen doorlopen om hun resultaten te verbeteren.

2.6 Opleiding

Toekomsttraining

voor de Boekhandel | Vakopleiding

Na een grondige revisie van de Vakopleiding Boekhandel in 2011, heeft de Vakopleiding sinds 2012 een nieuwe naam: de Toekomsttraining voor de Boekhandel. De vernieuwde opleiding is in maart en in september gestart, met zowel recent gestarte als ook ervaren boekverkopers.

Uit evaluaties blijkt dat de deelnemers de behandeling van de toekomst en nieuwe producten, de diverse trainers, de uitwisseling met andere boekverkopers en de verdieping in persoonlijke verbreding/ontwikkeling als grote pluspunten ervaren.

Trainingen voor de boekhandel

Naast de Vakopleiding biedt Boek & Bedrijf trainingen aan vanuit de behoefte van de boekverkoper. Ook vanuit de ontwikkelingen in de markt en het vak wordt er gekeken naar oplossingen en toepassingen. Deze zijn vertaald naar concrete en praktische trainingen. In 2012 waren dat: Webwinkel starten, Guerrillamarketing, Het nieuwe retaillandschap door Cor Molenaar, Beleving & Hospitality, Social media, Module marketing en Sturen op cijfers.

Voor de training Beleving & Hospitality heeft Boek & Bedrijf in 2012 onderzoek gedaan naar koopgedrag en consumentbehoefte. Met diverse klantenpanels gevuld met verschillende soorten consumenten is er gekeken naar welke aspecten een rol spelen waarom een klant trouw blijft of niet. Hoe is de gastvrijheidsbeleving op dit moment in de boekhandel? Wat heeft een boekhandel nodig volgens de eisen van de (nieuwe) consument en wat wenst een consument eigenlijk van een boekverkoper? De klantenwensen en –verwachtingen zijn vertaald naar een scorekaart die gebruikt wordt in de training om het hele winkelteam aan te kunnen sturen op gastvrijheidsbeleving met omzetgroei als resultaat.

<http://www.boekenbedrijf.nl/toekomsttraining-voor-de-boekhandel/>





2.7 Promotie

Zeker in tijden dat het boek en de boekhandel onder druk staan, is collectieve promotie erg belangrijk. Samen met de uitgeverij en bibliotheken heeft de KBb deze taak ondergebracht bij de CPNB. Namens de boekverkopers is de KBb vertegenwoordigd in het CPNB-bestuur en denkt mee over het beleid en de ontwikkelingen binnen de CPNB en evalueert de campagnes.

Feestdagencampagne 2012

De succesvolle Feestdagencampagne die in 2011 door de KBb geïnitieerd werd, is herhaald eind 2012. Samen met uitgeverij, het Centraal Boekhuis, de CPNB en de Boekenbon is opnieuw een actie ontwikkeld waarbij de consument tweemaal verleid werd om naar de boekhandel te gaan.

Van 23 november tot en met 9 december mocht de boekhandel 300.000 Boekenbonnen van 5 euro weggeven bij veertig actietitels. Deze Boekenbonnen konden vervolgens van 10 december tot en met 31 januari verzilverd worden voor iedere willekeurige titel.

De inlevertermijn was in 2012 ruim drie weken langer dan in 2011, ook werden er dit jaar 100.000 Boekenbonnen meer verspreid. In totaal vonden 128.000 Boekenbonnen hun weg terug naar de boekhandel. In totaal werd er voor 640.000 euro aan Boekenbonnen ingeleverd, 30.000 euro meer dan de eindejaarscampagne in 2011. De collectieve aanpak heeft hiermee zijn succes bewezen.

Manuscripta

Tijdens Manuscripta ontving elke bezoeker van Manuscripta een speciale boekenbon, waarbij in het weekend na Manuscripta 2,50 korting werd gegeven bij aankoop van een Nederlandstalig boek in de boekwinkel. Het weekend na Manuscripta werd zo het weekend van de boekverkoper.



2.8 CAO voor de Boekhandel & Kantoorvakhandel

Tijdens de bijzondere algemene ledenvergadering van 26 november 2012 ging de KBb-ledenvergadering akkoord met het tussen CAO-partijen bereikte onderhandelingsresultaat. De achterbannen van de NOVAKA Organisatie Kantoorvakhandel en de CNV Dienstenbond hebben eveneens ingestemd met het resultaat, waardoor de CAO voor de Boekhandel en Kantoorvakhandel 2012-2014 definitief tot stand kwam.

De belangrijkste elementen van de nieuwe CAO zijn:

1. een looptijd van 1 april 2012 t/m 31 maart 2014;
2. een éénmalige bruto uitkering bij de salarisbetaling van januari 2013 van 0,3% van het in 2012 verdiende loon;
3. een structurele loonsverhoging van 0,75% per 1 juli 2013 en 0,75% per 1 januari 2014

www.boekbond.nl/kennisbank/personeel-zaken/cao/



Hoofdstuk 2

Ontwikkelingen

2.9 Boek & Bedrijf

BOEK & BEDRIJF
Advies - opleiding - onderzoek

Boek & Bedrijf heeft in 2012 een groot aantal leden advies gegeven, door het plotselinge faillissement van Libridis kregen de adviseurs van Boek & Bedrijf veel vragen binnen. Verder is er advies gegeven over distributie, financiering, huisvesting, bedrijfsopvolging en overdracht. Ook zijn er enkele vestigingsplaats-onderzoeken uitgevoerd.

Daarnaast maakten enkele boekhandels gebruik van de **winkelpresentatiescan** die in samenwerking met Boek & Bedrijf ontwikkeld werd. Deze winkelscan wordt uitgevoerd door een ervaren adviseur die met behulp van een aantal stellingen de sterke en zwakte punten van een boekhandel in kaart brengt. De analyse is erop gericht om de instore- en outstore communicatie te verbeteren en de kansen op omzetstijging te verhogen.

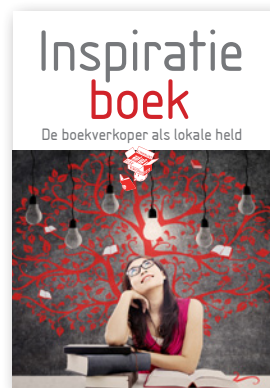
In september 2012 was een groot aantal KBb leden aanwezig bij de ledenbijeenkomst: Hoe word ik een lokale held?



In Amersfoort gingen 120 leden in gesprek met collega boekverkopers om zich te laten inspireren en de eigen ideeën te delen. Deze insteek heeft gezorgd voor een zeer positieve sfeer gedurende de hele avond.

Zowel het positivisme in de zaal, de hoge opkomst en de reacties van boekhandels gaven een duidelijk signaal over de relevantie van de onderwerpen. De leden gaven aan dat ze graag met elkaar kennis delen. De ideeën die tijdens deze bijeenkomst besproken zijn, zijn gebundeld en uitgebreid met voorbeelden van succesvolle buitenlandse boekhandels.

Als vervolg op deze bijeenkomsten heeft Boek & Bedrijf een e-boek uitgegeven dat vol staat met tips voor lokale helden. Dit e-boek is speciaal uitgegeven om leden van de Koninklijke Boekverkoopersbond te inspireren om lokale held te worden. De leden hebben het e-boek in december ontvangen. Het e-boek is [hier](#) te downloaden.

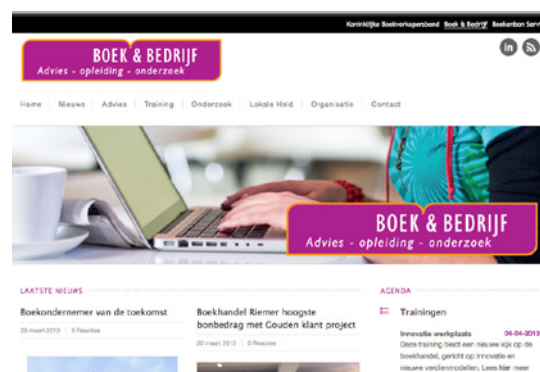


Bekijk het filmpje van Hoe word ik een lokale held?



In december 2012 is de website van Boek & Bedrijf compleet vernieuwd. Zowel vormgeving als navigatie zijn verbeterd.

www.boekenbedrijf.nl



Hoofdstuk 2

Ontwikkelingen

2.10 Boekenbon

2012 was een belangrijk jaar voor de Boekenbon. Na 78 jaar ging de oudste cadeaubon van Nederland over op een cadeaukaart.

Uitgangspunt van de Boekenbon is om een zo groot mogelijk deel van de cadeaumarkt naar de boekhandel te halen. Door de veranderende markt stond de omzet de laatste jaren echter sterk onder druk. Enerzijds door een explosieve stijging van andere cadeaukaarten en verkooppunten en anderzijds door de wensen van de huidige consument op het gebied van online verzilvering en e-boeken. Om de sterke marktpositie van de Boekenbon te behouden en de omzet niet structureel te verliezen aan concurrerende cadeaukaarten was het dus noodzakelijk om te veranderen.

Na een ledenbijeenkomst van de KBb op 23 april 2012 waarin de plannen van de Boekenbon werden toegelicht aan de leden, kreeg de Boekenbon goedkeuring van het bestuur voor de introductie van de cadeaukaart per 1 september 2012.

Met de overgang van de papieren Boekenbon naar een cadeaukaart werd de Boekenbon meteen de grootste cadeaukaart van Nederland. Dit bracht een omvangrijk implementatieproces met zich mee. Door de volledige medewerking van alle boekhandel, ketens- en inkooporganisaties en kassaleveranciers was het echter mogelijk om de implementatie binnen 4 maanden te realiseren. Op zaterdag 1 september gingen de eerste 2.000 Boekenbon-cadeaukaarten over de toonbank.

Uitbreiding verkooppunten

Steeds meer retailers profileren zich de laatste jaren als cadeaukaartenspecialist, waaronder Primera, PostNL maar ook veel supermarktketens. Omdat de papieren Boekenbon op al deze

punten niet aangeboden kon worden, liep de Boekenbon en daarmee ook de boekhandel veel omzet mis.

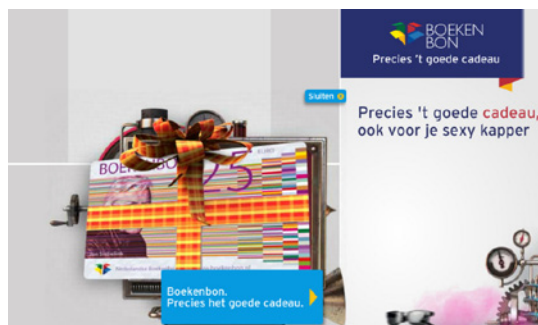
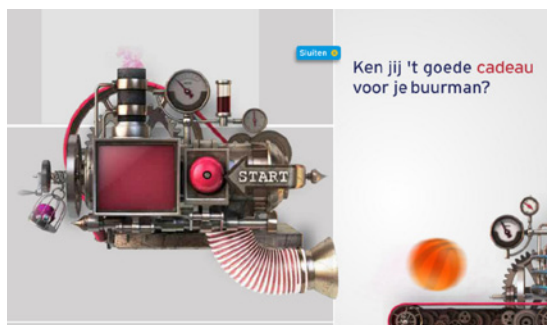
Met de cadeaukaart werd het wel mogelijk nieuwe verkooppunten aan te sluiten. Met een belangrijk voorbehoud dat inname altijd strikt gebonden blijft aan de boekhandel (KBb-plusleden). De extra omzet die gerealiseerd wordt bij de nieuwe verkooppunten, komt dus volledig ten goede aan de boekhandel.

In het najaar van 2012 werden Primera en PostNL als eerste nieuwe verkooppunten aangesloten. Het aantal verkooppunten steeg hiermee van 1.500 naar 3.700. In 2013 wordt dit aantal verder uitgebreid.

Boekenbon, precies 't juiste cadeau Parallel aan de introductie van de cadeaukaart, ontwikkelde de Boekenbon een nieuwe marketingcampagne om af te rekenen met het verouderde imago en een jongere en bredere doelgroep aan te spreken. De propositie waarvoor gekozen werd is; Boekenbon, precies het juiste cadeau voor iedereen die zich laat inspireren door de veelzijdigheid van het lezen.

Deze propositie werd vertaald in een serie reclamecommercials, beelden en een nieuwe website. Daarnaast werd 'Boekenbon, precies het juiste cadeau' gebruikt voor de introductieactie van de cadeaukaart. Bij deze actie werden er door de boekhandel 500.000 actie-cadeaukaarten verspreid waarmee de consument kans maakte op € 100,- aan Boekenbon-tegoed. Daarnaast gaf de kaart recht op € 2,50 korting op 60 toptitels. Deze kortingsactie is opgezet i.s.m. de CPNB.

Tenslotte was de Boekenbon-cadeaukaart een belangrijk onderdeel van de Eindejaarscampagne van de KBb, GAU en CPNB.





Hoofdstuk 2

Ontwikkelingen

2.11 KBb-Educatief

KBb-Educatief is een vereniging van educatieve boekverkopers binnen de Koninklijke Boekverkoopersbond, die op deze wijze hun krachten bundelen om het belang en de betekenis van het educatieve boek te verbeteren en de belangen van haar leden te behartigen.

Het bestuur verzorgt publicaties, treedt op als woordvoerder en is gesprekspartner naar organisaties en overheden die van belang zijn voor de totstandkoming en verspreiding van het educatieve boek. Bovendien wil KBb-Educatief een bijdrage leveren aan de steeds actuele discussie over de aard en kwaliteit van onderwijsvernieuwing en de schoolkosten, waaronder die van schoolboeken.

Belangrijke onderwerpen op de agenda in 2012 waren:

- De evaluatie van de Wet Gratis Schoolboeken.
- De evaluatie van de Wet op de Vaste Boekenprijs (Wvbp).
- De besluitvorming met betrekking tot de Wvbp en het W-boek.
- De digitalisering van het onderwijs.



Hoofdstuk 3

De activiteiten kalender 2012

Januari

- Boek & Bedrijf module Sturen op cijfers

Februari

- Boek & Bedrijf training Webwinkel starten

Maart

- Start Toekomsttraining voor de boekhandel

April

- Ledenbijeenkomst over Boekenbon
- Boek & Bedrijf training Social media

Mei

- Algemene Leden Vergadering
- Boek & Bedrijf Guerilla marketing actie

Juni

- Boek & Bedrijf training Guerilla marketing

Juli / Augustus

September

- Lokale held ledenbijeenkomst
- Start Toekomsttraining voor de boekverkoper

Oktober

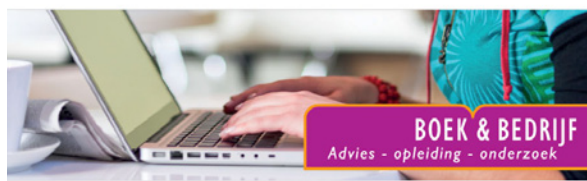
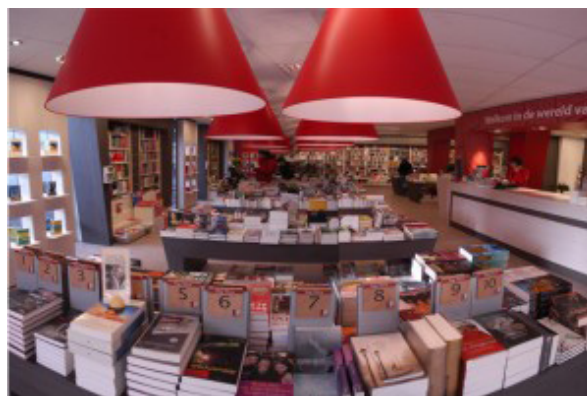
- Boek & Bedrijf training met Cor Molenaar
- Boek & Bedrijf training Beleving & hospitality

November

- Algemene Ledenvergadering KBb
- Winkelpresentatiescan gelanceerd
- Boek & Bedrijf module Marketing
- Diploma uitreiking eerste deelnemers Toekomsttraining

December

- Boekenbon eindejaarscampagne
- Website KBb vernieuwd
- Website Boek & Bedrijf vernieuwd



Hoofdstuk 4

Overzicht leden, bestuur, medewerkers KBb, vertegenwoordiging in vak

4.1 De Leden

De leden per 31 december 2012

	2012	2011	2010
Plusleden	1.017	1.047	1.087
Voorwaardelijke Plusleden	56	38	29
Basisleden	15	19	19
Buitengewone leden	6	13	9
Ereleden	6	6	6
Totaal aantal leden	1.088	1.123	1.141
Verkooppunten	1.502	1.524	1.502



Hoofdstuk 4

Overzicht leden, bestuur, medewerkers, vertegenwoordiging in vak

4.2

Het KBb bestuur

Per 31 december 2012



Dick Anbeek - voorzitter



Caroline Damwijk - vice-voorzitter



Arjen Luykx - penningmeester



Maarten Bohlken



Peter Brouwer



Hidde van der Louw



Fabian Paagman



Amin Usman



Ineke Verkaaik-Hogervorst



Hans van der Wind - assessor

Fotografie: Keke Keukelaar



Hoofdstuk 4

Overzicht leden, bestuur, medewerkers, vertegenwoordiging in vak

4.3 Medewerkers

Per 31 december 2012



Michael van Everdingen
directeur



Rachid Ajjaji
medewerker
verrekenadministratie



Corine Booij
office manager



Paula Vrolijk-de Vries
senior manager
digitalisering, marketing
& communicatie



Boukje Westerman
coördinator opleidingen



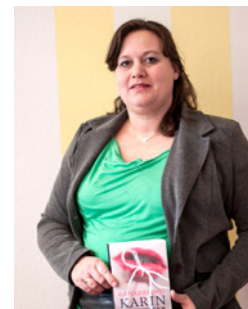
Claudia Budding-van Maurik
receptioniste/medewerker
ledenadministratie



Joost van der Weide
projectleider onderzoek
Boek & Bedrijf



Diane van Schaik
hoofd administratie



Carla Spithoven
medewerker financiële
administratie



Herco van Houwelingen
projectleider advies Boek
& Bedrijf



Paula van Dijk
medewerker Boekenbon-
administratie



Susanne van Boxtel
marketing medewerker
Boekenbon



Pieter-Jan van Es
manager marketing &
business development
Boekenbon



Alberty Kattenberg
jurist



Hoofdstuk 4

Overzicht leden, bestuur, medewerkers KBb, vertegenwoordiging in vak

4.4 Samenstelling Besturen, Commissies en Werkgroepen

Per 31 december 2012:

Digitalisering-stuurgroep

Dick Anbeek
Jos Boot
Caroline Damwijk
Bart Vlek
Michael van Everdingen

Digitalisering – klankbordgroep

Dennis Mikkelsen
Robin Troost
Paula Vrolijk - de Vries
Marc Tomassen

Distributiecommissie

Fabian Paagman
Herco van Houwelingen

Depot, werkgroep

Maarten Asscher
Maarten Bohlken

Groep KBb-Educatief

Albert Jagt
Ed Nijpels - voorzitter
Wijnand Spring in 't Veld
Bart Vlek
Joost van der Weide - secretaris
Hans van der Wind - vice-voorzitter

Onderhandelingsdelegatie CAO

Alberty Kattenberg
Hans Peters

Stichting Bestemmingsfonds CAO

Hans Peters - vice-voorzitter

Stichting NBb-Fonds

Dick Anbeek - voorzitter
Arjen Luykx - penningmeester
Rob Luckerhoff
Willeke van der Meer

4.5 Vertegenwoordiging in de boekenbranche

Centraal Boekhuis, Bestuur Stichting Beheer Aandelen

Dick Anbeek
Caroline Damwijk
Alberty Kattenberg
Fabian Paagman

Centraal Boekhuis, Facturatie BV

Dick Anbeek

Coöperatie Boekenvak

Dick Anbeek
Arjen Luykx
Caroline Damwijk

CPNB-bestuur

Maarten Asscher
Willeke van der Meer
Paula Vrolijk - de Vries, assessor

Koninklijk Vereniging van het Boekenvak, bestuur

Dick Anbeek
Arjen Luykx

KVB, Raad van Advies

Rob Luckerhof

Boekenbon BV en SAB BV, Raad van Commissarissen

Dick Anbeek - voorzitter
Marius van der Pas

Stichting tot Beheer van de Aandelen in de Nederlandse Boekenbon BV

Dick Anbeek - voorzitter
Caroline Damwijk - vice-voorzitter
Arjen Luykx - penningmeester

4.6 Vertegenwoordiging in andere organisaties

Stichting Nederlandse Bibliotheek Dienst/Biblion BV

Dick Anbeek
Maarten Bohlken - penningmeester-
secretaris

European Booksellers Federation (EBF)

Fabian Paagman

Op de KBb Website staat een [overzicht](#) van alle vertegenwoordigers in alle groepen en commissies.



Colofon

Het jaarverslag 2012 is een uitgave van de Koninklijke Boekverkoopersbond.



Contactgegevens



Koninklijke Boekverkoopersbond

T: 030-228 79 56

F: 030-228 45 66

E: info@boekbond.nl

W: www.boekbond.nl

Bezoekadres

Prins Hendriklaan 72,
3721 AT Bilthoven

Postadres

Postbus 32,
3720 AA Bilthoven

BOEK & BEDRIJF

Advies - opleiding - onderzoek

Boek & Bedrijf

T: 030-274 01 15

F: 030-228 45 66

E: info@boekenbedrijf.nl

W: www.boekenbedrijf.nl



Boekenbon BV

T: 030 - 27 40 114

F: 030 - 228 45 66

E: info@boekenbon.nl

W: www.boekenbonservice.nl

