

Masterplan voor de Vlaamse boekhandel

Inleiding

De Vlaamse regering heeft in deze legislatuur op diverse terreinen deelinitiatieven genomen en/of ondersteund om de Vlaamse boekensector te wapenen in de permanente uitdagingen op economisch, cultureel en maatschappelijk vlak. De aanwezigheid van diverse ministers op vakbeurzen, open fora, studiedagen, ronde tafels... wijzen op een positieve bezorgdheid voor deze belangrijke deelsector in de culturele industrieën. De ondersteuning in de vorm van projecten en cofinanciering zijn er een concretisering van.

Een niet-exhaustieve opsomming toont de relevantie van de steun aan:

- Het Vlaams E-boek Platform in het kader van Innovatief aanbesteden, ondersteund en in samenwerking met het IWT
- De positieve reacties op de visienota van de creatieve industrieën (OCI)
- De ondersteuning vanuit FIT voor buitenlandse vakbeurzen
- Het onderzoek naar lezen, lenen en kopen van boeke dat binnenkort zal worden gepubliceerd
- De innovatiemanager bij Boek.be, gesteund door het IWT
- Impulsen naar auteurs, uitgevers en boekhandels via het Vlaams Fonds voor de Letteren
- Overleg met minister van onderwijs (Ronde Tafel leesplezier; informatieuitwisseling eindtermen)
- Het inkomensonderzoek van auteurs, vertalers en illustratoren door de Vlaamse Auteursvereniging

De uitdagingen waar de boekensector voor staat, mede door de ontwikkelingen op het vlak van digitalisering, zijn gigantisch. Een volgehouden inspanning is noodzakelijk om deze verbeterde uitgangspositie te consolideren en als sector in al zijn geledingen competitief te kunnen blijven tegenover de vele bedreigingen.

Dit geldt voor alle actoren in de waardeketen van auteur tot lezer. Deze nota focust op de boekdetailhandel, de noodzakelijke tussenschakel tussen uitgever en lezer. Een tussenschakel die in Vlaanderen om uiteenlopende redenen onder druk staat en zich tegelijkertijd moet voorbereiden op het nieuwe digitale tijdperk. In De Morgen van 29 september dit jaar verscheen er een oproep van Carlo Van Baelen, directeur, en Jos Geysels, voorzitter van het Vlaams Fonds voor de Letteren onder de titel 'Help! De boekhandel verdwijnt', die breed werd onderschreven door de sector. Het was een pleidooi voor de ontwikkeling van een veelzijdig actieplan dat creatieve en haalbare strategieën moet aandragen voor een attractieve en levensvatbare "boekhandel" anno 2020. Een studie- en oplossingsgericht masterplan in een gebundelde opdracht van de ministers van economie, innovatie en cultuur. .

Met veel vertrouwen in een leefbare toekomst voor de Vlaamse boekhandel presenteren wij dit 'Het Masterplan voor de Vlaamse Boekhandel'.

Executive summary

Het "Masterplan Vlaamse boekhandel" is een overkoepelend, veelzijdig actieplan dat bestaande instrumenten vertaalt en herverpakt, informatie en nieuwe inzichten verzamelt, aangepaste toekomstgerichte antwoorden formuleert, de uitvoering en implementatie coördineert, integreert en faciliteert. Het is een beleidsdomeinoverschrijdend voorstel dat wordt voorgelegd aan de ministers van economie, innovatie en cultuur. Zowel die diverse invalshoeken als de geïntegreerde aanpak maken het tot een "sector-masterplan".

De nota behandelt 5 hoofdstukken:

1. De noodzaak van de boekhandel in een (digitale) boekenmarkt
2. Uitdagingen voor de Vlaamse boekhandel
3. Behoeftenschets onderzoeksproject vanuit twee hoofdthema's
 - heroriëntatie bestaande boekhandels
 - positiebepaling van de boekhandel in een digitale omgeving
4. Mogelijke antwoorden op de geschetste behoeftes
 - 4.1. hertalen - herverpakken – kaders van bestaande maatregelen
 - 4.2. commerciële innovatie
 - 4.3. opleiding en vorming
 - 4.4. peterschapsprojecten
 - 4.5. diensteninnovatie
 - 4.6. onderzoek & ontwikkeling
5. Strategische denkoefening waardeketen

Voor een aantal deeldomeinen (behoeften) kan beroep gedaan worden - mits een noodzakelijke vertaalslag en specificatie - op bestaande regelingen en projectvormen. In zijn alomvattende karakter en voor sectorspecifieke behoeften zullen nieuwe antwoorden en tools ontwikkeld moeten worden.

Concrete vraag op korte termijn aan de ministers

Gezien de omvang en diversiteit van het project is het aangewezen een voltijdse coördinator als projectleider aan te stellen. Boek.be wil als overkoepelende sectororganisatie deze rol op zich nemen en onder regie van het Agentschap Ondernemen en in nauw overleg met de betrokken kabinetten en departementen dit Masterplan verder ontwikkelen en uitvoeren.

Ondertekenaars

Boek.be

VVB

Vlaams Fonds voor de Letteren

Geert Joris

Luc Tessens

Carlo Van Baelen

Algemeen directeur

Gedelegeerd Bestuurder

Directeur

1. De noodzaak van een boekhandel in het digitale tijdperk.

Een maximale diversiteit in het culturele aanbod is een noodzaak om verschraving, culturele vervlakking en kaalslag te vermijden in een maatschappij die in hoge mate gedreven wordt door kennis en cultuur.

De muziek heeft de radio en festivals als etalage voor haar product, de film heeft de televisie en de bioscoop. En wat met het boek? Welke etalage heeft het boek als de fysieke boekhandel verdwijnt? Online boekhandels zetten vooral bestsellers in hun (erg kleine) etalages. Grootwarenhuizen en andere niet gespecialiseerde boekverkooppunten die het boek als lokmiddel gebruiken, doen hetzelfde. De boekhandel heeft door zijn brede titelaanbod, als deskundig aanspreekpunt voor informatie en beoordeling, de geboden culturele meerwaarde en een continuë bijdrage aan kennisverspreiding en maatschappelijke bewustwording een onvervangbare rol.

In een digitale omgeving krijgt de fysieke boekhandel het steeds moeilijker. Nochtans is er nood aan een voldoende aantal, breed verspreide boekhandels in Vlaanderen. Aan hen moet de mogelijkheid geboden worden om zich te wapenen tegen het commerciële geweld van grote internationale spelers die zich vooral richten op online verkoop. De leefbaarheid en diversiteit van stads- en gemeentekernen wordt mee bepaald door de aanwezigheid van kwaliteitsvolle boekhandels.

2. Uitdagingen voor de Vlaamse boekhandel

De boekhandel staat, net als andere retailsegmenten, voor enkele van de meest ingrijpende uitdagingen van zijn geschiedenis. Maatschappelijke, demografische en culturele evoluties zoals de verminderde koopkracht, vergrijzing en diversificatie van de vrijetijdsbesteding zorgen ervoor dat boekhandels zich dienen te heroriënteren om hun commerciële positie te handhaven en te versterken.

Aan de hand van onderstaande DECEPT-analyse wordt het duidelijk dat de grootste uitdagingen voor de Vlaamse boekhandel een waaier aan oplossingen vergen. Bovendien zorgen de verschillende types van Vlaamse boekhandels dat er een grote verscheidenheid aan specifieke problemen ontstaan die elk een specifieke uitdaging met zich meebrengen.

Demografisch :

- Vergrijzing (sterke terugval lees- en koopgedrag bij 55 +; lagere mobiliteit remt bezoek aan boekhandel in stedelijke centra af)
- Multiculturaliteit - drempel van taal voor cultuurparticipatie
- Alhoewel het gestegen opleidingsniveau groeikansen biedt, verhoogt de tijdsdruk door een grotere arbeidsparticipatie. Dit laatste zeker voor de leeftijdsgroepen die klassiek boeken kopen.

Ecologisch :

- Het boek heeft een milieu-onvriendelijk imago (bomen die sneuvelen voor overbodige boeken)
- Zichtbare 'tweede' leven van boeken (ramsj, de Slegte, tweedehands) leiden tot een beeldvorming van overbodigheid in plaats van recyclage.
- Logistieke luik is groot omwille van onuitwisselbaarheid van boeken, individuele wensen, ruime vlot bereikbare aanbod, stijgende retouren, kortere levenscyclus.
- E-boek (lage ecologische voetafdruk) heeft nog geen positieve ecologische status omwille van de milieuonvriendelijke devices waarop ze worden gelezen.

Cultureel :

- 'Echte' vrije tijd neemt af; vrijetijdsaanbod diversifieert
- Het 'Boek' doet beroep op 3 schaarse goederen: tijd, geld en intelligentie: een hoge drempel
- Symbolische meerwaarde van cultuur wordt verdrongen door eenzijdige economische waardebeoordeling
- Spanning tussen 'hoge' en 'lage' cultuur (tussen bestsellers en niet mainstream) en het hybride consumentengedrag: veeleisend maar prijsgevoelig; impulsief maar kwaliteitsgericht
- Toenemende invloed van niet-specialisten en peer-to-peer informatie
- Dalende status van boek en lezen, zeker bij jongeren
- Spanning 'industrie' (grootschaligheid die niet per definitie cultuurarm is) en 'ambacht' (die niet per definitie cultureel waardevol is)

Economisch :

- Rendementen staan sterk onder druk (sterk gestegen kosten, eenzijdige kortingenstrijd, afzet stijgt niet, niet-klassieke kanalen romen bestsellers af, duurder kwaliteitsvol personeel)
- Grote kapitaalbehoeften (stockinvestering, ICT-ondersteuning, A-ligging noodzakelijk, belang van winkelinrichting, grotere promotie-inspanningen vereist)
- Onzekere toekomstvooruitzichten remmen investeringen af en maken leningen duur en met een hoge drempel
- Veelal familiekapitaal; weinig risicodragende kapitaalparticipatie
- Sterk gestegen huurprijzen voor A-lokaties verplichten boekhandels uit te wijken naar B en C-liggingen
- Nichemarkt (35% van de Vlamingen koopt nooit een boek); taal als exportdrempel
- Vlaanderen is een kleine economische regio waarin het moeilijker werken is met risicoproducten dan in (omliggende) grotere economische regio's. De import vanuit Nederland maakt het voor Vlaamse uitgeverij nog moeilijker om een rendabele business op te zetten.

Politiek-maatschappelijk :

- Het boek is niet sexy, heeft eerder elitair profiel en is solistisch consumptie-artikel binnen een wij-maatschappij
- In massamedia verliest het boek aan belangstelling, ruimte en gespecialiseerde aanpak
- Cultuur wordt geïsoleerd als beleidsdomein in plaats van de synergie te onderkennen met economie, buitenlandse handel, onderwijs, innovatie, welzijn
- De economische toegevoegde waarde wordt sterk onderschat, de symbolische waarden te weinig geëxpliciteerd en dus ook onvoldoende onderkend (esthetisch, historisch, instrumenteel - beleving, educatief, spiritueel, identiteit - , emotioneel, integratie, gemeenschapsvorming)
- Het boek is een belangrijke drager van kennis en cultuur

- Een aantal politiek-maatschappelijke thema's die met boeken te maken hebben zijn federale materie (auteursrechten, fiscaliteit, btw,...) wat het er niet makkelijker op maakt om een (buitenlands) concurrentieel beleid te voeren.

Technologisch :

- Onvoorspelbare effecten van digitalisering op positie papieren boek en boekhandel
- Verschuiving van omzet van brick-boekhandel naar e-commerce in handen van technologiegedreven multinationals en bedrijven buiten huidige contentgedreven nationale (kleinschalige) bedrijven
- Te weinig investeringsruimte en technologische knowhow om adequaat te reageren
- Technologische ontwikkelingen worden eerder als bedreiging dan in zijn potentialiteiten bekeken
- Risico dat aanbieders (uitgevers, auteurs zelf) rechtstreeks de eindgebruikers gaan benaderen en de tussenhandel uitschakelen
- Hardware (e-readers) en software (content) zijn volledig gescheiden werelden
- Sector en actoren moeten hun meerwaarde herdefiniëren binnen digitale omgeving

3. Behoefteschets Vlaamse Boekhandel voor Masterplan

Actuele informatie, hanteerbare antwoorden, concrete actiemiddelen en werkmodellen dienen vanuit gekende problematieken en uitdagingen aangereikt te worden rond twee hoofdthema's:

- **heroriëntatie van bestaande boekhandels** op basis van grondige (deel)analyses, doelgerichte informatie, globale en geïndividualiseerde remediëringsplannen, internationale sector en nationale retail good practices, en coachingprogramma's
- pro-actieve positiebepaling van de (klassieke) fysieke boekhandel ten opzichte van de **digitalisering** van een (belangrijk) deel van het huidige aanbod; omschrijving van fysieke en e-commerce modellen

Toeleiding naar het bestaande instrumentarium van het Agentschap Ondernemen, IWT, F.I.T., Syntra, Cultuurinvest e.a. (Vlaamse) overheidsdiensten is daarbij een eerste stap.

Verdere stappen kunnen uiteenlopend zijn: documentatie, (zelf)diagnose-instrumenten, groepssessies, opleidingsprogramma's, werkmappen, individuele coaching, financieringsbijstand, aangepaste investeringsfaciliteiten, werkbezoeken...

Het brede probleemveld vereist antwoorden en actie in zes deeldomeinen:

- Hertalen - herverpakken – kaderen van bestaande instrumentaria voor de sector
- Opleiding en vorming
- Commerciële innovatie
- Peterschapsprojecten
- Diensteninnovatie
- Onderzoek & ontwikkeling

4. Mogelijke eerste antwoorden op de geschetste behoeftes

De hierna geformuleerde mogelijke antwoorden op de grote behoeften van de Vlaamse boekhandels stellen een gecoördineerde aanpak voorop. Boek.be is de meest aangewezen partner om deze aanpak te sturen en de verschillende antwoorden naar de brede basis uit te dragen en zo een maximale impact te garanderen. Boek.be is in zijn werking een sectororganisatie die de economische belangen van zijn leden verdedigt en hen ondersteunt om van daaruit ook de culturele-, maatschappelijke en emancipatorische doelstellingen te realiseren. Bovendien werkt Boek.be samen met alle andere organisaties (profit en non-profit) binnen het boekenvak, zodat ook daar de nodige ondersteuning kan worden opgezet. Deze gecentraliseerde aanpak laat Boek.be ook toe om de samenwerking met andere takken van de entertainmentindustrie uit te bouwen en hierin crossover-projecten te creëren.

De mogelijke implementaties zijn onder te verdelen in zes grote pijlers: 'Hertalen, herverpakken en kaderen van bestaande instrumentarium', 'Diensteninnovatie', 'Onderzoek en ontwikkeling', 'Commerciële innovatie', 'Peterschapsproject' en 'Opleiding en vorming'. Voor elk van deze domeinen zijn mogelijke oplossingen geformuleerd die door hun uitwerking de boekhandel (en de uitgeverijen) een stevige basis zullen geven waarmee ze de opgesomde uitdagingen van replek kunnen dienen en hun eigen economische, maatschappelijke en culturele belangen kunnen realiseren.

4.1 Hertalen, herverpakken en kaderen van het bestaande instrumentarium

Ondernemers in de creatieve industrieën - en dus ook boekhandelaars - herkennen zich onvoldoende in de aangereikte hulpmiddelen vanuit het Agentschap Ondernemen en andere overheidsdiensten (FIT, IWT,...). Een vertaalslag is noodzakelijk om deze optimaal te laten functioneren binnen het problemenveld van de Vlaamse boekhandel. Er zou daarenboven een duidelijk kader geschetst moeten worden waarbinnen boekhandels en uitgevers toegang kunnen krijgen tot de juiste instrumenten.

Een eerste inventarisatie van gepaste instrumenten op het vlak van:

- Opleiding
- (Strategisch) advies
- (Generieke) waarborgregelingen
- Kredietbemiddelaar
- Participatiefonds (Starteo - Optimeo - startlening)
- ParticipatieMaatschappij Vlaanderen (waarborgregeling - winwinlening - Cultuurinvest)

Het is noodzakelijk de knowhow van het AgO te combineren met experts uit de sector. Niet alleen op het vlak van informatie en documentatie, maar ook door toeleiding, directe coaching, dossiervoorbereiding en -begeleiding. Dit vereist een vertaalslag naar de specifieke problematiek en vocabulaire van de boekhandel en aansluitend infosessies en opstartbegeleiding

4.2. Sectorieel commerciële innovatie

In tegenstelling tot het proefproject commerciële innovatie dat op regioniveau is uitgewerkt in West Vlaanderen is hier het doel een maatwerkproject voor de boekhandel uit te schrijven. Vertrekpunt is een intensief begeleid traject met een kerngroep van een zestal boekhandels met diagnoseverscheping, brainstorming in functie van vernieuwing, ontwikkeling van tools, implementatie en evaluatie. Uiteindelijk moet een manier van aanpak en concrete instrumenten tot stand komen die al de Vlaamse boekhandels helpt in hun heroriëntering en aansluitend positionering binnen het digitaliseringsproces.

Mogelijke domeinen die worden gedefinieerd zijn:

- ondersteunende digitale middelen om de informatiestroom naar klanten te verbeteren (via websites, app's en sociale media) en meer kijkers naar de boekhandel te krijgen
- doeltreffend gebruik van sociale (en andere) media in boekhandel (kennis van sociale media; consumentenbehoeften; succesrijke toepassingen; ontwikkeling van individuele instrumenten)
- werken aan kijkers-, kopers- en klantenkennis door het opzetten en uitwerken van een CRM-systeem
- digitaal aanbiedingsplatform maakt betere keuzes qua aankoop en stockbeleid mogelijk - steunt op het specifieke profiel van de boekhandel en systematische verfijning van het DNA van de boekhandel op basis van bestelgedrag
- opzetten van informatieve collectieve portals rond genres, specifieke thema's waarbij de informatie van individuele boekhandels wordt geïntegreerd

4.3. Opleiding en vorming

- De ruime opleidingsbehoeften moeten worden ingevuld op verschillende niveaus :
- Vanuit Boek.be rond productkennis en het boekenvak
- Samenwerking met Syntra op sectorniveau: ontwikkeling en aanbod op nationaal niveau voor bijscholing van management en staffuncties (geen basisvorming).
- Samen met relevante instituten (waaronder het Kenniscentrum Boek.be, Boek en Bedrijf, Nederland) en specialisten rond positionering, marketing, sociale media, ...
- Er moet een uitgebreide vormingscampagne komen over het e-boek bij boekhandelaren, waarbij alle aspecten uitgediept worden en de werking van e-boek.org wordt gepromoot en het opzetten van white labelshops wordt aangemoedigd.

4.4. Peterschapsprojecten

Inspelend op de criteria van de nog te publiceren call kan dit verschillende vormen aannemen:

- groepering naar genrespecialisatie: kinder en jeugd; schoolboeken; bibliotheekleverancier; literatuur en cultureel waardevolle boek; wetenschappelijk/professionele informatie
- groepering naar levenscyclusfase: starter; doorgroeier; maturiteit; opvolging (procedures; waardebeoordeling; fiscale en sociale aspecten; begeleiding); starters (motivatiescreening; ondernemersplan; startersleningen; begeleiding)
- geografische bundeling

- groepering naar managementdomein: financieel-economisch; commercieel; inkoop en stockbeheer; ICT; HRM; instore merchandising...

Noodzakelijk is een dubbele begeleiding: sectorspecifieke en methodologisch.

4.5. Diensteninnovatie

- In samenwerking met relevante overheidsdiensten en het Kenniscentrum van Boek.be moeten verschillende **boekhandelstools** worden ontwikkeld en toegelicht. Dit voortbouwend op de reeds bestaande informatie, maar met het oog op constante bijsturing naar aanleiding van de praktijk die bij het gebruik van deze tools naar voren komt.
- Boek.be heeft hier reeds een eerste aanzet in gegeven met de ontwikkeling van een rendabiliteitstool voor de boekhandel. Deze zal verder uitgebouwd moeten worden na de eerste evaluaties.
- In samenwerking met specialisten terzake zullen er ook andere evaluatietools rond verschillende domeinen zoals e-commerce, managementstechnieken, productkennis, ... worden ontwikkeld.
- Digitaal aanbiedingsplatform om de samenwerking tussen uitgever en boekhandel te faciliteren, zodat aanbiedingen gespreid kunnen worden en de juiste informatie steeds de boekhandel bereikt op het juiste moment. Dit zorgt voor de mogelijkheid om extra informatie en multimediale content toe te voegen die de promotie van het boek naar de boekhandelaar toe kan stimuleren en die een duidelijker beeld geven van het aanbod. In een latere fase kan dit worden uitgebreid naar de bibliotheken waardoor de boekhandel zijn kennis efficiënter ter beschikking kan stellen van de bibliothecaris in het kader van collectievorming.
- Opzetten van een cross-over netwerk waarbij er naar samenwerkingen gezocht wordt met andere multimediasectoren op het vlak van assortimentsuitbouw, belevingstools, vernieuwende presentatievormen...
- Werken aan de klantenkennis en het opzetten en uitwerken van een CRM-systeem, waar elke boekhandel aan kan participeren om zo cijfers over zijn klanten te verzamelen en met deze klanten makkelijk kan communiceren. Het centrale beheer van dit CRM-systeem kan bij Boek.be geplaatst worden. Door de uiteindelijke integratie van de informatie via de kassasystemen van de verschillende boekhandels, kan er een performante CRM-planning ontstaan.

4.6. Onderzoek en Ontwikkeling

- Uitbreiden van het onlangs uitgevoerde onderzoek naar lees, koop en leengedrag, waarbij de verwachtingen van de klanten worden uitgediept en hun visie op de boekhandel zal worden bekeken. Daarnaast is er meer informatie nodig over hun specifieke winkelgedrag, de tijd die ze in de boekhandel doorbrengen, klantentevredenheid, ...
- Opstellen van een toekomstscenario en landschapsschets omtrent de boekhandel, zijn werking, zijn rol in de keten en de verhouding tussen bricks en clicks. Op deze manier kunnen evoluties tijdig gedetecteerd worden en kunnen er adequate antwoorden en diensten voor ontwikkeld worden.
- Ontwikkelen van verschillende ondersteunende digitale middelen om de informatiestroom naar de klant te verbeteren (via websites, app's en sociale media) en mensen naar de boekhandel te

krijgen. Hierbij denken we in eerste instantie aan de Boekenapp en het leesproject intramuros. Hierbij fungeert het digitale als brug tussen off- en online.

- Digitale informatieverstrekking via een digitaal informatieplatform waarin informatie over boeken en boekhandels verzameld en gecombineerd wordt.
- www.boek.be uitbouwen tot een e-commercekanaal, waar de boekhandel zich op kan inschrijven via white labelshops of affiliate-systemen.
- Web-api's uitbouwen die boekhandels kunnen integreren in hun eigen website en waarbij klanten rechtstreeks op de database van Boek.be kunnen raadplegen en eventueel hier via een e-commerce light affiliate systeem ook bestellingen kunnen laten lopen.
- Informatieve collectieve portals opzetten vanuit Boek.be rond genres, specifieke thema's en dergelijke waarbij ook de informatie van verschillende boekhandels mee zal worden geïntegreerd. Dit in samenwerking met www.boek.be, zodat deze kennis naar de klant geïstitutionaliseerd kan worden.
- Een communicatieplan ontwikkelen waarbij de boekhandel als onvervangbare aanbieder van informatie, kennis en waardevolle recreatiemiddelen wordt gepositioneerd.
- In het kader van de nieuwe internetdomeinen wil Boek.be, samen met zijn Nederlandse evenknie KVB, het domein .BOEK aankopen en exploiteren met het oog op een brede beschikbaarheid van gegevens over alle aspecten van boeken.

5. Strategische denkoefening waardeketen

Noodzakelijke voorwaarde voor dit omvattend masterplan Vlaamse boekhandel is een strategische denkoefening van de volledige boekensector, vertrekkend vanuit de waardeketen en inzoomend op de relatie leverancier (producent-uitgever; importeur) en detailhandel (boekhandel brick en/of click). Enkele aandachtsdomeinen die we kunnen definiëren:

- Hertekening van de relatie leverancier - retailer in de boekenwaardeketen herdefiniëren van toegevoegde waarden en waardetoekenningsmodellen; wederzijdse verwachtingspatronen en aangeboden ondersteuning; exclusiviteiten
- Specifiek binnen e-commerce: relatie producenten-retail concurrentieel of complementair (uitgeverssites of prioritair retail); long tail, bestsellers - wie levert wat? en tegen welke condities?; e-boek, POD, papieren boek: wie levert wat? en tegen welke condities?
- Positionering boekhandel in Vlaams E-boek Platform positiebescherming in de exploitatievormen van het digitaal depot (tov openbare bibliotheken, verhuring, minimale condities, geen monopolies voor uitgevers, ook DBNL-exploitatie, geen gratis rechtenvrije werken)
- Veranderende rol van beroepsorganisatie verwachtingspatroon leden; positie boek.be, VVB, VUV; collectieve diensten (Meta4books, promotie, e-commerce, portalsite, logistiek,...)
- Regulerende rol van de federale en Vlaamse overheid lagere BTW op digitale boekproducten; fiscale voordelen voor cultuurgerelateerde investeringen; gelijke kansen voor overheidsopdrachten op basis van kwalitatieve gunningscriteria; actieprogramma voor behoud en versterking cultuurfunctie boekhandel via Cultuurinvest; samenwerkingsverbanden

met bibliotheken, culturele centra, socio-culturele en kunsteducatieve organisaties strevend naar synergie niet naar kostenvoordelen; faciliteiten in het kader van stadskernversterking en versterking cultureel aanbod in winkelstraten (onroerende voorheffing, stadstakken, uithangborden...);

(basis)opleiding en permanente bijscholing

- brick and click, of, brick or click?

landschapsschets 2020 globaal en in (leefbare) deelmarkten

(product)(diensten)specialisatie in deelmarkten

consumentenprofielen voor brick/click

succesfactoren voor brick/click

sectorconcurrentie of nieuwe intreders

multimediaal of monoprodukt

- ...

ADDENDUM

Boek.be

Boek.be is de overkoepelende beroepsvereniging van het Vlaamse boekenvak en behartigt de gemeenschappelijke belangen van de Vlaamse uitgevers (VUV), boekverkopers (VVB), en boekenimporteurs (VBI)

Met bijna 100 uitgevers en importeurs en meer dan 300 boekhandels, zowel ketens, internetboekhandels als onafhankelijke winkels, vertegenwoordigt Boek.be meer dan 90% van de Vlaamse boekenmarkt, en dit zowel aan producenten- als aan verkoopszijde.

- **VBI**: Verenigde Boeken Importeurs
- **VUV**: Vlaamse Uitgevers Vereniging
- **VVB** : Vereniging Vlaamse Boekverkopers

Boek & Bedrijf

Boek & Bedrijf is de adviesdienst voor de boekhandel van de Koninklijke Boekverkoopbond in Nederland (Kbb). De dienst is gericht op ondernemers en startende ondernemers in de boekhandel.

Bricks & Clicks

Ook wel genoemd **Click and mortar**, is een term die vaak gebruikt wordt in de wereld van de e-commerce. Beide termen zijn een variant op de term *brick and mortar* (*Engels* voor bakstenen en cement).

Click and mortar-organisaties opereren zowel in de fysieke, als in de digitale wereld. Dit kan betekenen dat ze zowel een fysieke winkel in een winkelstraat hebben, als ook een online-winkel op het internet. Click and mortar (CAM)-organisaties bevinden zich tussen de zogenaamde *brick and mortar* ("bakstenen")-organisaties en "virtuele" organisaties. *Brick and mortar*-organisaties opereren volledig in de fysieke wereld. Het andere uiterste van dit spectrum vormt de organisatie die volledig digitaal werkt, waarbij betaling en aflevering van de producten ook digitaal plaatsvindt.

Boekenapp

Een applicatie waarmee op Ipad ook boeken in ePub formaat kunnen gelezen worden.

Commerciële innovatie

Het project "Commerciële innovatie" wil handelaars hierin ondersteunen door hen een intensieve coaching aan te bieden die ontwikkeld werd door het Ondernemerscentrum Kortrijk, in samenwerking met het Innovatiecentrum West-Vlaanderen en in Vlaanderen wordt mogelijk gemaakt dankzij de steun van Agentschap Ondernemen, Vlaanderen en UNIZO.

De begeleiding wordt telkens opgebouwd rond de noden en opportuniteiten van de handelszaak en is dus op maat gemaakt. Elk traject bestaat uit vier stappen, waarbij er telkens een contactmoment is tussen de adviseur en de deelnemende handelaar.

Customer Relationship Management oftewel **CRM** (ook 'klantrelatiebeheer', soms 'relatiemarketing' of 'verkoopbeheersysteem') is een werkwijze alsmede een technologie waarbij het optimaliseren van alle contacten met de klant centraal staat en er wordt getracht elke klant een individuele waardepropositie aan te bieden gebaseerd op zijn of haar wensen. Daarnaast is de gedachte achter CRM dat klanten een betere behandeling krijgen naarmate zij een hogere waarde vertegenwoordigen voor de organisatie.

DBNL

De Digitale Bibliotheek voor de Nederlandse Letteren is een website over de Nederlandse literatuur, taal en cultuurgeschiedenis. De site bevat literaire teksten, secundaire literatuur en aanvullende

informatie als biografieën, portretten en hyperlinks, naast een groot aantal studies en primaire bronnen op het brede terrein van de Nederlands(talig)e cultuurgeschiedenis. De Digitale Bibliotheek voor de Nederlandse Letteren is een initiatief van de Stichting DNB die in 1999 werd opgericht door de Maatschappij der Nederlandse Letterkunde. Voor de bekostiging van haar basistaken ontvangt de stichting een jaarlijkse bijdrage van de Nederlandse Taalunie.

E-boek.org

e-Boek.org is een initiatief van Boek.be en is de enige plek waar het publiek alle e-boeken van alle uitgeverij kan terugvinden. Ook bij de promotieacties van Boek.be worden nu titels als e-boek aangeboden.

De werking van dit e-boekportal houdt ten volle rekening met de belangen van de boekhandel. Wie een e-boek bestelt via e-Boek.org dient zijn favoriete boekhandel aan te geven. Per verkocht e-boek krijgt de aangeduide winkel een commissie op de verkoop. Op deze manier biedt Boek.be aan al haar leden een platform aan waarlangs men extra verkoop kan genereren. Voor Boek.be (en ook voor de uitgeverij) is het van groot belang dat de mogelijke golf van digitaal lezen niet als gevolg heeft dat het boekhandellandschap wordt gedecimeerd naar analogie van de platenzaken/cd-winkels.

Intramuros

De bezoeker van een boekhandel kan een boek volledig digitaal raadplegen 'binnen de muren' van de boekhandel. Het grasduinen is een belangrijke functie voor de bibliotheek. Maar ook voor de boekhandel vormt het onbeperkt lezen en intuïtief zoeken een interessant gegeven. Binnen de ontwikkeling van het VEP neemt deze functie - het onbeperkt bladeren – een belangrijke plaats in. Het kan verrassende zoekresultaten opleveren gebaseerd op interesses, gedrag,...

Kenniscentrum Boek.be

Onderzoek, innovatie en opleiding zijn de centrale pijlers van het Kenniscentrum van Boek.be. Het Kenniscentrum initieert onderzoeken die de nieuwe tendensen binnen de boekensector in kaart brengen zodat leden bedrijfsstrategieën kunnen bijstellen. Verder volgt het Kenniscentrum innovaties op de voet zoals het digitale lezen. Tot slot organiseert het allerlei opleidingen en heeft al enkele jaren een Qfor- label (*)

Qfor is een kwaliteitsmodel dat specifiek is afgestemd op organisaties die training, consulting en andere 'knowledge based services' aanbieden. Het model is het resultaat van een Europese samenwerking tussen verschillende landen.

Qfor biedt een kritische doorlichting uitgevoerd door een externe en onafhankelijke organisatie met het oog op verbeteringsprocessen. Een certificaat geeft uitdrukking van het kwaliteitsvol werken van de organisatie.

Lees-, Leen en kooponderzoek

In opdracht van Boek.be, Locus en Stichting Lezen (met steun van het kabinet Cultuur) onderzocht Synovate in 2011 het lees-, leen- en koopgedrag. Het onderzoek peilt naar het imago van het lezen en geeft inzicht in het beslissingsproces van de lezer. Met deze kennis kan het makkelijker worden om dit proces te beïnvloeden. De eerste resultaten werden tijdens de Boekenbeurs voorgesteld. Een meer uitgebreid rapport volgt eind november en wordt aan minister Schauliege overhandigd.

Light Affiliate systeem

Affiliate systeem (filiaal) is een op internet gebaseerde werkwijze. De site biedt producten aan en de leverancier betaalt een commissie uit voor elke verkoop via de site. De meeste campagnes zijn erop gericht iets te verkopen. Je krijgt dan een vaste commissie per transactie of een percentage van de verkoopprijs. Dit wordt 'pay per sale' genoemd.

Andere campagnes nodigen de bezoeker uit een formulier met persoonlijke gegevens in te vullen, om iets aan te vragen: een catalogus, een monster, meer informatie. Die ingevulde informatie wordt

een 'lead' genoemd (een aanknopingspunt voor directe verkoop). Je krijgt een bepaalde vaste vergoeding per geldige lead.

Locus

LOCUS is het steunpunt voor bibliotheken, cultuur- en gemeenschapscentra en lokaal cultuurbeleid in Vlaanderen. Het bundelt de krachten van VCOB, het vroegere steunpunt voor bibliotheken, en Cultuur Lokaal, vroeger steunpunt voor lokaal cultuurbeleid en cultuur- en gemeenschapscentra. LOCUS ondersteunt de gemeenten bij de uitbouw van een integraal en kwaliteitsvol cultuurbeleid en bij de opmaak en de uitvoering van een gemeentelijk cultuurbeleidsplan. Het steunpunt is een autonome organisatie en werkt in het kader van een beheersovereenkomst met de Vlaamse regering.

Meta4books

Meta4Books wil, vertrekkende van de bestaande Boekenbank-database, het digitaal referentieplatform van het Vlaamse en bij uitbreiding het Nederlandstalige boekenvak worden. Meta4Books moet een metadatacentrum zijn dat diensten kan aanbieden aan alle professionals uit het boekenvak met betrekking tot titel-, auteurs-, uitgeversinformatie, kortom tot alle informatie met betrekking tot het boek in zijn totaliteit.

POD

Print on Demand is een proces waarbij boeken pas worden gedrukt wanneer daar voldoende vraag naar is. Het proces wordt gebruikt om te voorkomen dat er een complete oplage gedrukt moet worden en op voorraad te houden tot deze is uitverkocht. Het proces wordt onder andere gebruikt om titels die in het verleden courant waren maar heden ten dage niet meer in groten getale gevraagd worden op de leverlijst te kunnen houden.

Stichting Lezen

Stichting Lezen werkt aan een betere leescultuur in Vlaanderen. Daartoe organiseert SL leesbevorderingscampagnes en projecten voor alle leeftijden en stimuleert onderzoek naar lezen en leescultuur.

Stichting Lezen werkt op verschillende domeinen. SL treedt op als coördinator van projecten, als kennis- en informatiecentrum, als aanspreekpunt leesbevordering, als ondersteuner van auteurslezingen en als internationale partner.

VEP – Vlaams E-boek Platform

Opdat ook Vlaamse cultuurproducten hun plaats zouden vinden in het toekomstige aanbod van e-boeken investeerden minister van Cultuur Joke Schauvliege en minister van Media en Innovatie Ingrid Lieten 500.000 euro in de ontwikkeling van dit e-boekplatform. Het is het eerste project waar de Vlaamse Regering gebruik maakt van het nieuwe beleidsinstrument Innovatief Aanbesteden. Het Vlaams e-boek Platform wil zoveel mogelijk boeken op een elektronische manier opslaan om het zoeken op de inhoud van de boeken te vergemakkelijken, de verkoop van e-boeken te faciliteren. Finale output is de mogelijkheid scheppen dat e-boeken verkocht worden en kunnen uitgeleend worden via de Bibliotheek. Het beheer van het VEP zal gebeuren binnen een publiek-private samenwerking door Bibnet en Boek.be .

Vlaams Fonds voor de Letteren

Het Vlaams Fonds voor de Letteren is een Vlaamse Openbare Instelling. Het VFL steunt de Nederlandstalige letteren en de vertaling in en uit het Nederlands van literair werk in de brede zin van het woord. Op die manier helpt het de sociaaleconomische positie van Vlaamse auteurs en vertalers te verbeteren.

Het VFL-beleid is gericht op de ondersteuning van creatie, productie, presentatie en omkadering. Hiertoe verleent het VFL subsidies, informatie en documentatie. Het VFL organiseert en financiert ook projecten, samenwerkingsplatforms en andere initiatieven.

White Label Shop

Zoals de naam al doet vermoeden is de white label shop een webwinkel waarbij geen duidelijke kenmerken worden afgegeven van de daadwerkelijke houder. Uiteraard staan de bedrijfsgegevens en contact gegevens vermeld op de website gezien de wettelijke informatie plicht van webwinkeliers. Maar een merk of logo van de daadwerkelijke leverancier is weggewerkt waardoor de white label shop eigenaar kan profiteren van de gemakken en niet geconfronteerd wordt met de "ongemakken".