

## Strijd om tarieven van Amazon verhardt verder (update)

10-06-2014 16:49



Hachette-directeur Michael Pietsch is een petitie begonnen waarin hij het publiek vraagt om auteurs te steunen in hun strijd om een redelijke vergoeding voor de verkoop van e-books bij Amazon. Dat bedrijf sloeg meteen terug met een oproep aan lezers die moeten laten weten dat ze niet meer dan \$ 9.90 voor een e-book willen betalen, zoals Amazon voorstaat. Daarmee gaat de strijd van de onderhandeltafel naar de straat.

Update 2: De strijd is ook in de Duitstalige gebieden opgeblaaid. 1200 Duitse, Zwitserse en Oostenrijkse auteurs hebben Amazon gevraagd om auteurs niet als fiches te gebruiken in een pokerspels om hogere kortingen. De

auteurs, onder contract bij Bonnier, hebben het Amerikaanse bedrijf een open brief gestuurd waarin zij het ervan beschuldigen de lijsten met voorgestelde boeken te manipuleren: niet de persoonlijke voorkeuren van de lezer en andere lezers zouden bepalen welke alternatieve titels voorgesteld worden, maar de zakelijke (conflictgestuurde) belangen van de website. Bovendien zou de site het leveren van de boeken van Bonnier vertragen en valse informatie over de beschikbaarheid verspreiden. Hiermee vallen ze Amazon op een belangrijk punt aan: het vertrouwen dat klanten in de webwinkel hebben.

## Eerdere berichten

Vorige update (25/6): Na Steve Colbert heeft nu ook de Duitse uitgeververbond Börsenverein Amazon hard (en minder humoristisch) aangevallen op de onderhandelingsstrategie van het concern. En in het Verenigd Koninkrijk klinken protesten tegen de bepaling dat Amazon voortaan via PoD boeken gaat leveren die de uitgever niet meer op voorraad heeft.

De Börsenverein heeft een klacht ingediend bij de Duitse mededingingsautoriteit omdat Amazon voor de verkoop van e-books, een courtage van 40 tot 50% wil berekenen. Net als in het geval van Hachette zouden de e-books van uitgever die dat te hoog vinden niet of traag leverbaar zijn. Amazon stelt dat ze geen bestellingen traineert maar een kleiner voorraad aanhoudt (maar ontkent niet dat daardoor vertraging ontstaat) en bevestigt dat het een hogere marge op e-books wil. Vanwege de vaste boekenprijs, die in Duitsland ook voor e-books geldt, is de verkoopprijs volgens Amazon te hoog in verhouding met de productiekosten. Daarom wil het concern een hogere kortingpercentage van de uitgever, dat ze evenwel niet mag doorgeven aan de consument.

Natuurlijk staat het iedere wederverkoper vrij om zijn eigen assortiment samen te stellen, maar marktmacht gebruiken om hogere percentages af te dwingen wordt door regulering beperkt. Het is nu aan de autoriteiten om te beoordelen of Amazon in dit geval zijn macht misbruikt.

Ook in her Verenigd Koninkrijk oogst Amazon kritiek. Daar geldt het met name de nieuwe bepaling die Amazon wil opnemen dat het bedrijf zelf via PoD boeken mag uitlever als de uitgever ze niet meer op voorraad heeft. Omdat deze bepaling voor alle boeken geldt, verliest de uitgever het recht om zelfstandig een titel van de markt te halen, ook als hij daar gegronde redenen voor heeft. Ook wil Amazon vastleggen dat uitgever hun boeken in het VK, waar geen vaste boekenprijs geldt, nergens goedkoper aanbieden dan op de retailsite. Ook een dergelijke clause is niet illegaal, maar beperkt de speelruimte van uitgever sterk.

**10/6:** Op Comedy Central heeft Steve Colbert de aanval op Amazon op een opvallende manier geopend. Daarmee is het debat op straat komen te liggen. En daar blijft het nog wel even omdat ook J.K. Rowling en Rupert Murdoch betrokken kunnen raken.

Hachette, een Frans uitgeefconcern dat groot is in de VS, ligt al weken met het webwarenhuis in de clinch over de commissie op boeken en e-books. Amazon zou 40 tot 50% van de opbrengst eisen. Hachette vindt dat te veel. De besprekingen lopen al enige maanden en er zit weinig beweging is. Amazon heeft nu zijn marktmacht ingezet om de onderhandelingen wat te bespoedigen. Die macht is groot in de VS: het verkoopt 41% van de printboeken en 68% van de e-books. Om de uitgever onder druk te zetten heeft Amazon de bestelknop bij boeken van onder andere J.K. Rowling en Michael Connelly verwijderd en de levertijd op twee tot vier weken gezet, terwijl de boeken gewoon op voorraad zijn. Afgelopen woensdag heeft Steve Colbert van de talkshow *The Colbert Report* wat olie op het vuur gegooit.

## [The Colbert Report](#)

Get More: [Colbert Report Full Episodes](#), [The Colbert Report on Facebook](#), [Video Archive](#)

Colberts boeken worden door Hachette uitgegeven en nu dus niet meer door Amazon geleverd. In de show ging hij daarover tekeer. Aan het einde stak hij zijn gestrekte middelvinger omhoog en zei "Hey Amazon! Customers who enjoy this also bought this," waarbij hij zijn andere middelvinger liet zien. Ook riep hij zijn kijkers op tot een boycot van Amazon. In plaats daarvan kunnen ze het boek bij een andere webshop kopen en op Colberts website een vel met sticker downloaden met de tekst 'Ik heb dit boek niet bij Amazon gekocht'.

Naar verluid heeft het nog weinig indruk gemaakt op Amazon: er is nog reactie gekomen. Toch zullen ze wel met enige zorg gekeken hebben. Niet vanwege de middelvinger van Colbert, wiens show op Comedy Central wordt uitgezonden, maar omdat binnenkort J.K. Rowling's nieuwe boek bij Hachette verschijnt. Dat levert veel publiciteit op, bij een veel groter publiek dan de kijkers van *the Colbert Report*. En daar kan veel negatieve publiciteit over Amazon tussen zitten. Binnenkort wordt er ook opnieuw over de contracten met News Corp onderhandeld. En dat is niet alleen de eigenaar van de machtige tv-organisatie Fox, maar ook van boulevardbladen die via een mediacampagne de carrière van menige voetbalcoach en politicus hebben weten te beëindigen.

Diverse kleine uitgeverijen, maar ook andere leveranciers zoals luierproducenten, zijn al eerder slachtoffer van de machtsstrategie van Amazon geworden. Jeff Bezos, de oprichter van Amazon, heeft er nooit een geheim van gemaakt dat hij niet vanwege de liefde voor het boek begonnen is met het verkopen van boeken. Hij wilde snel marktaandeel veroveren. Hoe groter Amazon werd, hoe vaker het zijn marktmacht inzette: eerst (ver) onder kostprijs verkopen en daarmee marktaandeel winnen, dan met een kleine marge en een hoog verkoopvolume het voordeel benutten. Volgens Brad Stone in [The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon](#) schuwt hij daarbij vuil spel niet en vindt hij de belangen van zijn klanten en leveranciers niet relevant. De tactiek die Bezos zijn staf aanbeveelt is volgens het boek "to approach these small publishers the way a cheetah would pursue a sickly gazelle."

Wordt ongetwijfeld vervolgd.

Bronnen: Columbia Journals Review, CNN, Comedy Central, NY Times