

## De wet op de vaste tijdschriftenprijs

15-10-2014 14:33



Er worden in Nederland meer dan 1000 publiekstijschriften uitgegeven, van heel klein en beperkt tot en met de grote jongens. Op jaarbasis worden meer 500 miljoen (sic!) exemplaren gedrukt. Die worden verkocht in kiosken, supermarkten, boekhandels en zelfs bij sigarenboeren (voor zover deze nog bestaansrecht hebben). Pluriformiteit genoeg lijkt mij zo. De speciaalzaken Bruna en AKO hebben het weliswaar moeilijk (wie niet) maar de kiosk bestaat nog steeds.

De grote supermarkten zouden kunnen stunten met de bestsellers. Maar ik heb nog nooit de LINDA, de Voetbal Interational of de Prive goedkoper bij AH kunnen krijgen dan bij de Bruna. En je zou denken dat AH daar nog leuk mee zou kunnen stunten...

Online-kiosken willen nog weleens aanbiedingen doen, maar ik geloof niet dat de retail in het offline leven daarr veel last van heeft.

Natuurlijk hebben publiekstijschriften het ook heel moeilijk, maar dat komt niet doordat er gestunt wordt met prijzen, maar doordat deze media net als alle andere (waaronder ook boeken) moeten concurreren om

'aandacht'.

Uitgevers printen de prijs van magazines luid en duidelijk (en soms heel klein en verstopt) op de cover, dus als men daarvan af wil wijken dan moet een retailer daar zelf actie op ondernemen. De consument lijkt gewend aan de prijs die op de cover staat.

Het zal vast ook te maken hebben met marges op tijdschriften, daar heb ik niet voldoende kennis over, maar hoe je de situatie ook bekijkt: de markt ziet er uit zoals hij door uitgevers en retailers en andere wederkopers is gemaakt.

De hamvraag is dus: zou dit mutatis mutandis dan ook niet voor boeken kunnen gelden? Is de angst voor het loslaten niet veel meer ingegeven door koud watervrees en conservatisme? Rondom ons heen schieten allerlei initiatieven uit de grond die de oude waarden en wetten steeds meer onder druk zetten (ik noem een Tom Kabinet en een Bieblio). Wat doen we dus als uitgeefbranche (boekenvak)? Hakken in het zand of met open vizier de toekomst in?

Het kan zijn dat ik een heel belangrijk element over het hoofd zie, dat hoor ik dan graag.  
*(u kunt uw reactie hieronder kwijt)*

## **19 november: inct.spiratie 2014**

**Het congres voor marketeers en uitgevers**

**8 topsprekers over marketing & sales in de uitgeverij**

[Meer info & aanmelden](#)