Jaarrapport International Publishers Association

03-11-2014 12:23

De verkoop van boeken verschuift van boekwinkels naar online. Dat opent nieuwe markten, zorgt voor innovatieve producten en daagt fysieke boekhandels uit om hun unieke meerwaarde (persoonlijke contact) te benadrukken. Maar het houdt ook een risico in, als één partij te dominant is en alleen de meest winstgevende boeken wil verspreiden. Gratis informatie is op korte termijn aantrekkelijk, maar frustreert op de langere tijd investeringen in het aanboren, verrijken en ontwikkelen van nieuw, innovatieve en aantrekkelijke content. Dat zijn geen typisch Nederlandse problemen, maar ontwikkelingen die wereldwijd spelen. De International Publishers Association heeft ze in kaart gebracht en toegelicht.