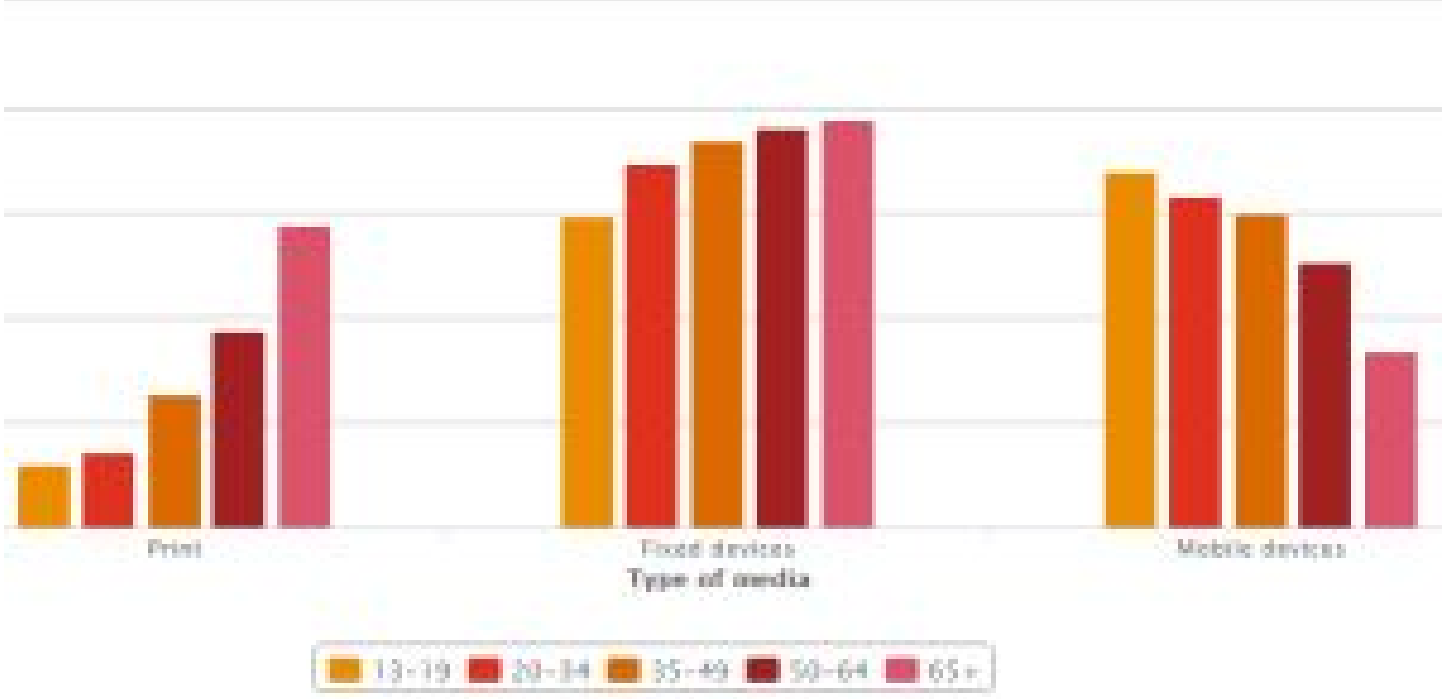
PwC: moeilijke tijden uitgeverij nog niet voorbij

04-10-2016 13:40



PricewaterhouseCoopers heeft zijn Outlook voor de entertainment- en mediasector voor 2016-2020 openbaar gemaakt. Wij geven korte samenvatting van de belangrijkste vooruitzichten voor de sector. De complete Outlook is te lezen op de site van PwC (gratis na registratie).

De belangrijkste conclusie is dat de vooruitzichten voor de uitgeverij minder goed zijn dan voor de mediasector als geheel. Vooral digitale, interactieve, audiovisuele media hebben de wind in de zeilen. Voor boeken, tijdschriften en kranten ziet PwC verdere krimp in de glazen bol, voor educatief een bescheiden plusje.

Tijdschriften

Lezers kiezen steeds vaker voor digitaal, maar zijn daarvoor niet bereid te betalen. En het liefst blokkeren ze ook nog de toch al goedkope advertenties. Uitgevers kiezen steeds vaker voor een hybride model: voor papier willen lezers nog wel betalen, maar ze willen ook het gemak van digitaal. Dat is op zich de meest belovende strategie, maar het zal voor een aantal titels het einde niet kunnen voorkomen, volgens PwC. Millennials zijn het moeilijkst te bereiken: zij lezen weinig van papier en tonen weinig titeltrouw.

Boeken

Papieren boeken blijven het belangrijkst op een krimpende A-boekenmarkt. PwC verwacht dat papier ook de komende jaren goed is voor 94% van de omzet. Het marktaandeel van e-books neemt wel toe, maar blijft relatief gering. E-books lenen via de bibliotheek gaat wel groeien. PwC maakt zich zorgen over de verre toekomst: jongeren lezen nauwelijks. Zij verkiezen – nog meer dan hun ouders – audiovisuele producten boven tekst.

Educatief

De educatieve markt groeit de komende jaren licht. Het aandeel van digitaal groeit hier sterker dan bij de A-

boeken. Een belangrijk deel van de groei van digitaal zal niet van gedigitaliseerde boeken komen, maar van interactief materiaal dat gebruik maakt van technieken als gepersonaliseerde lesstof, directe onderlinge communicatie tussen studenten en docenten en audiovisuele verrijking.

Kranten

De krantenmarkt blijft krimpen, volgens PwC. Zowel de inkomsten uit advertenties als uit abonnementsgelden neemt af. De daling zal de niet meer zo groot zijn als tijdens de afgelopen crisis, maar rond de 2% per jaar bedragen. De groei van digitale en hybride abonnementen zal niet voldoende zijn om de krimp bij papier te compenseren.