

# Opinie: 'Duel' tussen papier en digitaal is onzin

10-11-2016 11:57



## Geen wedstrijd

Ten eerste: er is geen wedstrijd waarin maar één de winnaar kan zijn, waarin alleen goud telt en de rest verliezer is. De twee dragers kunnen best naast elkaar voortbestaan, als de lezer dat wil. Alleen als de papieren oplage te klein wordt voor *printing on demand* of als de digitale lezers (en adverteerders) echt helemaal niet meer willen betalen voor online content verliest het betreffende medium.

Door deze focus op een 'wedstijd' tussen twee informatiedragers wordt de blik op wat er werkelijk aan de hand is verduisterd. Het lijkt nu te gaan om voor of tegen vooruitgang zijn, met argumenten als 'dode bomen' en de 'heerlijke' geur van papier. Is nostalgie echt de enige reden om van papier te lezen, of zijn er ook ander redenen? Bijvoorbeeld dat veel mensen al de hele dag naar een scherm kijken, je bij lezen van papier niet gestoord wordt door sociale-mediaberichten en een boek of blad meer als een werkelijk bezit voelt dan een bestand? Is modern zijn de enige reden om digitaal te lezen? Of zijn de zoekfunctie, het gemak van delen en het feit dat het apparaat evenveel weegt als je er honderd of duizend boeken op zet de echte voordelen? Wat zijn de werkelijke redenen om voor de ene drager of de andere te kiezen?

## Evolutie in plaats van revolutie

Na een periode van over elkaar heen tuimelende ontwikkelingen is het nu wat rustiger. Digitaal lezen

ontwikkelt zich nog wel een beetje, maar langzaam. Schermen worden nog steeds iets beter, verbindingen iets sneller, software iets gebruiksvriendelijker, maar met de huidige generatie telefoons en tablets, apps en ePub3 is de vaart wel uit de ontwikkeling. Dus is het nu tijd om de balans op te maken.

## Maatstaven zoeken

Leesvoer is een amorf begrip. Van berichtjes op de sociale media tot e-books op een e-reader, het is allemaal digitaal lezen, maar dat is dan ook zo'n beetje de enige overeenkomst. Hetzelfde geldt voor lezen van papier: wat heeft een Ikea-gids met pakweg een hardcover-editie van *Oorlog en Vrede* te maken? Niets, behalve de drager. Onderscheid maken op basis van de drager is lastig: waarin verschilt een goed geschreven, originele blogpost op van een column in de krant? Wat is er anders aan de wekelijkse folder van de buurtsuper ten opzichte van de digitale Bonus-nieuwsbrief van AH? Bij het beoordelen van de drager moeten alle aspecten in overweging genomen worden: de kenmerken van de tekst, de beoogde lezer, het moment van lezen en het doel dat de lezer wil behalen door te lezen.

Het relatieve marktaandeel zegt niets over de sterke en zwakke punten van de drager

Oftewel: om te weten of een uitgave het best als papieren product of digitaal, of beide uitgebracht moet worden, moet je weten welke drager het meest geschikt is voor het bereiken van het doel van de publicatie: met welke drager geniet, leert, onderzoekt, droomt, griezelt, werkt de lezer het best. Het relatieve marktaandeel zegt daar niets over.

## Ruis in de cijfers

Het meten van voorkeuren is lastig. Nog niet elke uitgave is zowel op papier als digitaal beschikbaar. Daardoor is het gevaarlijk om uit cijfers over het geheel conclusies te trekken voor een bepaalde uitgave. Misschien zijn sciencefictionlezers wel veel papiergezinder dan thriller-liefhebbers, maar verschijnen er weinig thrillers digitaal – of andersom.

Ook is de verklaring die mensen voor hun handelen geven niet altijd het hele verhaal. Overtuigde digitale lezers vinden veelal dat digitaal beter is, maar ze zijn niet bereid om te betalen voor dat betere product: een e-book mag volgens hen niet meer dan 50% van het papieren boek kosten en betalen voor online informatie is al helemaal bezwaarlijk. Maar als iets beter is, dan mag het toch juist meer kosten? Dus gaat het wel om de drager, of toch om de prijs? Op zich is de lagere prijs een prima argument, iedereen houdt van een koopje, maar het vertroebelt wel de discussie. Hoe zou de keuze uitvallen als het papieren boek de helft van het e-book zou kosten?

Als iets beter is, dan mag het toch juist meer kosten?

De argumenten in deze discussie zijn vooral anekdotisch en persoonlijk. Bijvoorbeeld dat je met papier voelt hoe ver je in een boek bent en dat zoiets bijdraagt aan de spanning. Of dat je met een e-reader wel een miljoen boeken mee kunt nemen op vakantie. Dat is niet erg, maar ze zijn daardoor te anekdotisch voor uitgevers om hun digitale strategie op te baseren. Wat we zouden moeten weten is hoe belangrijk de voorkeuren zijn, voor welke lezersgroepen ze gelden, of ze onder alle omstandigheden gelden, en of er verschil is tussen de diverse genres. Daarom zouden we de echte beweegredenen van de lezer tot in detail moeten kennen, want die zijn van levensbelang voor de sector. Dus niet alleen de gegevens (data) van de keuzes die mensen nú maken op basis van het beschikbare aanbod, maar ook wat die keuze zou zijn als het aanbod zowel op het gebied van content als dragers voor de betreffende lezer 'ideaal' of 'optimaal' zou zijn.

## Genres

Is de voorkeur voor digitaal of papier afhankelijk van het genre boek. In Amerikaans onderzoek is in ieder geval een verschil geconstateerd. In het genre fictie worden vooral romantiek, thrillers en literatuur vaker als e-books verkocht, terwijl dat bij non-fictie met name titels uit de categorieën management en mens en ontwikkeling zijn. Digitale versies van kinderboeken, reisgidsen en educatieve publicaties worden veel minder verkocht dan hun papieren tegenhangers, maar daar staat tegenover dat digital-first-varianten als kinder-apps, reisinformatie op internet en digitale leermiddelen het wel goed doen. Kanttekening: zijn liefhebbers van deze genres meer digitaal georiënteerd, of hebben de belangrijkste uitgeverijen die in deze genres actief zijn een beter, of toegankelijker digitaal aanbod dan die in andere genres?

## Veellezers

Ook is van belang om te weten of veellezers zich anders gedragen dan incidentele lezers. We weten dat kopers van de bestseller van het jaar meestal dat jaar geen ander boek hebben gekocht. Voor mensen die weinig lezen is het aanschaffen van een apart leesapparaat een relatief grote investering. Een veellezer weet dat een e-reader niet meer kost dan twee Billy-boekenkasten. Een andere interessante bevinding is dat met name hoogopgeleide, relatief jonge mensen met een bovenmodaal inkomen digitaal lezen. De uitgever heeft meestal een vrij duidelijk beeld van de beoogde lezer, de doelgroep. Als per doelgroep bekend zou zijn hoe groot de behoefte aan digitaal en print ruwweg is en vooral welke prijs de lezer bereid is te betalen voor welke uitgave, zou de mediumkeuze gewoon een zakelijk beslissing zijn in plaats van een overtuiging.

## Cijfers

Daarom zou het mooi zijn als uitgevers, distributeurs en marktonderzoekers die over relevante gegevens beschikken die (geanonimiseerd) ter beschikking zouden stellen. En dan niet alleen verkoop-, bezoek- en oplagecijfers. Er zou een onderzoek moeten komen van jong tot oud, van mensen die nooit lezen tot mensen die hun hele dag met de neus in de letters zitten, van consumenten tot professionele informatiegebruikers over hun keuzes en waarom ze die maken.