Turkije: groeiende verkopen en kansen voor innovatie

31-08-2017 11:11



Turkije is de laatste tijd vaak in het nieuws, maar dan gaat het niet over het boekenvak. Hoe staan uitgeverijen en boekhandelaren ervoor? Wat zijn de ontwikkelingen van digitale en online verkopen? Klopt het verhaal dat veel jongeren aan het lezen zijn geslagen? Welke innovatieve ontwikkelingen gaan de toekomst van het boekenvak veranderen? Om antwoord te krijgen op deze vragen ontmoet ik op een hete dag in augustus in Istanbul Gökçesu Tamer, marketing manager bij Dogan Kitap.

Istanbul, hoofdstad van het Turkse boek

Ik wurm mezelf door de drukke straten van Istanbul. De bruisende stad is hip, modern, traditioneel en historisch tegelijk. Datzelfde beeld zie ik bij de vele boekhandels die ik overal in de stad tegenkom. Kleine, religieuze boekhandels worden afgewisseld met winkels van de keten D&R. Rommelige tweedehands winkels bestaan naast boekwinkels die tegelijk een latte machiatto met sojamelk serveren. Het lijkt erop dat het papieren boek nog lang niet uit de gratie is bij de Turkse lezer.

Ik heb met Gökçesu afgesproken in Sisli, het zakelijke centrum van Istanbul. Ik passeer mannen in pak en keurig geklede dames. Met mijn stevige wandelschoenen, grote lichtblauwe rugtas en korte broek val ik op in deze buurt. In het koffietentje val ik uit de toon. Het duurt gelukkig niet lang voordat mijn afspraak nieuwsgierig

de hoek om komt. We herkennen elkaar van onze LinkedIn foto's. Ze loopt op me af en geeft me een hand. "Welkom in Istanbul, de hoofdstad van ons boekenvak", zegt ze lachend.

De bevolking groeit en de jongeren lezen

De Turkse boekenmarkt is een lastige markt voor de 1800 uitgeverijen. Jaarlijks worden er zo'n 250 miljoen boeken verkocht - ongeveer, harde cijfers zijn er niet. "Het is enorm gefragmenteerd. Zelfs de grootste uitgeverijen hebben maar 5 tot 6 procent van de markt", zegt Gökçesu. "Daartegenover staat dat de Turkse bevolking en daarmee de markt groeit." Daarvan wil iedereen een graantje meepikken; legaal of illegaal.

De Turkse bevolking groeit en daarmee de markt

De groei wordt verklaard door de grote groep jongeren die van lezen houden (25% van de Turkse bevolking is jonger dan 25 jaar). Ook betere scholing en een betere aansluiting met het binnenland dragen daaraan bij. "Traditioneel wordt het grootste deel van de boeken verkocht in de grote steden. Istanbul, Ankara en Izmir. Met behulp van lokale book fairs proberen we de consument ook op andere plekken te bereiken."

(de tekst gaat verder onder de afbeelding)


In tegenstelling tot andere landen is in Turkije de boekenomzet niet gedaald. Hebben ze hier dan niet te maken met uitdagingen zoals online verkoop, piraterij of ontlezing? "Jawel, maar de accenten liggen anders. Digitaal lezen bestaat wel, maar is minder groot. De opkomst van andere vormen van vrijetijdsbesteding zien we hier ook, maar de bevolking kan en wil steeds vaker boeken lezen." Mede daardoor ziet Gökçesu al jaren groeicijfers in Turkije. "Ik moet wel bekennen dat dit allemaal schattingen zijn", zegt ze lachend. "We zijn niet zo goed in het bijhouden van statistieken."

Niettemin weet ze zeker dat er de laatste jaren steeds meer boeken uitgegeven worden via self-publishing platforms, zoals Wattpad. Vooral jongeren schrijven en delen verhalen en uitgevers plukken daar de vruchten van. Sterker nog, er zijn uitgeverijen die zich vrijwel volledig richten op het publiceren van deze boeken. "Vaak hebben deze auteurs al een zekere fanbase opgebouwd. Dat maakt het interessant voor de boekhandels. Er zijn al enkele voorbeelden van titels waarvan er meer dan tienduizend zijn verkocht."

Volwassen geworden marketing

Toen Gökçesu ongeveer twaalf jaar geleden begon was er nauwelijks oog voor boekenmarketing in Turkije: dat paste niet bij het culturele en intellectuele imago van het boek. Daar is de laatste jaren verandering in gekomen. "Ik was één van de eersten die voorstelde om een etalage in te richten met boeken van onze uitgeverij. En daar moest ik hard mijn best voor doen." Nu zijn commerciële optredens van auteurs, posters op straat en advertenties steeds vaker onderdeel van de promotie van de boeken. Het contact met de media speelt ook een belangrijke rol. "Marketing en PR zijn de afdelingen waar veel in is geïnvesteerd. Maar toch zijn er nog steeds veel uitgeverijen die er weinig *effort* instoppen. Met name online kunnen we nog veel verbeteren."

De digitale (r)evolutie

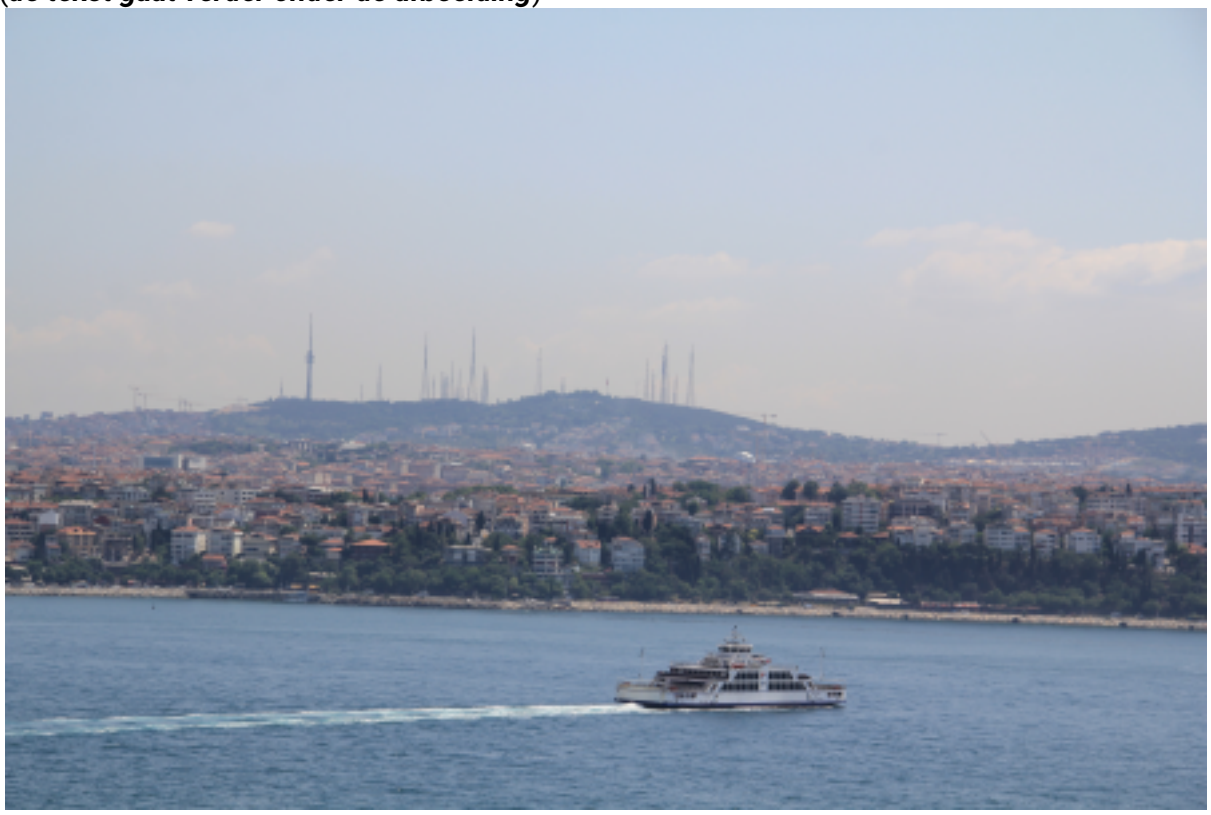
Als ik na het marketingverhaal het bruggetje maak naar e-books, moet ze lachen. "Het aantal e-books in Turkije is verwaarloosbaar. Het aantal beschikbare titels zal inmiddels wel groeiende zijn, maar als er in heel Turkije

tienduizend e-books per jaar worden verkocht is dat veel.” Zelfs bij grote titels verwachten ze niet meer dan honderd digitale exemplaren te verkopen. “Onder jongeren zien we wel dat er steeds vaker digitaal gelezen wordt. Maar heel vaak lezen zij illegale PDF’s. Ook van boeken die niet digitaal worden aangeboden. Vroeger hadden we last van fabrieken die voor een klein bedrag papieren roofdrukken verkochten, dat verschuift nu naar het digitale segment. Tien jaar geleden bestond 40% van de markt in Turkije uit illegaal geprinte boeken. Ze hoeven nu geen fabrieken meer in te richten om illegaal te drukken.”

Distributie en de (online) boekhandel

De illegale handel in (e-)boeken is dus groot. Toch zie ik veel boekhandels in Istanbul. Hoe kan het dat zij nog bestaan? “De boekhandel is een specialist, of onderdeel van een keten”, legt Gökçesu uit. “D&R heeft een sterke positie en kan bijna als monopolist opereren.” Het is zelfs zo dat veel kleinere uitgeverijen alleen en rechtstreeks leveren aan deze grote winkelketen. De distributie naar de filialen doen ze zelf. “Alleen grotere uitgeverijen, zoals Dogan Katip en een aantal andere doen hun eigen distributie. Er zijn in totaal zo’n 150 bedrijven die zich bezighouden met de distributie van boeken.” Er wordt dus nog altijd gewerkt met eigen magazijnen. De dominante positie van D&R lijkt geen reden te geven tot verandering. En de specialistische boekhandels (zoals de religieuze) weten waar ze moeten bestellen.

(***de tekst gaat verder onder de afbeelding***)



“Webshops die boeken verkopen zijn er wel. Onder andere kitapyurdo.com en de webshop van D&R zijn groot. Maar met name in de grote steden behoudt de boekwinkel een belangrijke positie. Voor de steden en dorpen in het binnenland is de online aanbieder vaker een uitkomst omdat langs die weg voor hen ook alles beschikbaar is.”

Waar zit dan de vernieuwing?

Boekenmarketing en e-books mogen dan nog niet zo'n prominente plaats in het vak hebben als in Nederland, toch is mijn indruk van Istanbul dat het een hippe en moderne stad is. Tijdens mijn vooronderzoek vond ik startup-verenigingen, innovatieve app-bouwers en vernieuwende bedrijven in verschillende sectoren. Als ik dat aan Gökçesu voorleg vraagt ze direct of ik ook boeken-startups heb gevonden. Eerlijkheidshalve moet ik bekennen dat ik maar één bedrijf ben tegengekomen. Hoopvol kijkt ze me aan. "Dat bleek meer een design- en software bedrijf dat e-books kan ontwerpen," zeg ik.

Ze lijkt teleurgesteld. "Zelf ken ik ook weinig bedrijven die bezig zijn met iets vernieuwends. Verder dan een online verkoper van audiobooks kom ik niet." Gökçesu begrijpt er niks van. "De mogelijkheden zijn er, de markt groeit en de potentie in Turkije is groot. Voor bedrijven, maar ook voor de boeken zelf. Voor zowel Turkse auteurs als gerenommeerde auteurs uit het buitenland is ruimte." Dat bewijst ook de brochure die ze meegeeft. Herman Koch houdt de Nederlandse eer hoog. Bekende auteurs als David Mitchell, Umberto Eco en Haruki Murakami prijken met nieuwe vertalingen. Ze legt uit dat verschillende Turkse auteurs hoge ogen gooien in binnen- en buitenland.

Het lijkt erop dat er veel kansen zijn voor modernisering in Turkije. Maar ze bevinden zich blijkbaar niet aan de oppervlakte. Er zijn nauwelijks startups met een focus op het boekenvak. Maar wat niet is, kan nog komen. Wie weet staat er ondanks alles wat er in Turkije speelt een nieuwe generatie klaar die verandering brengt. Ook in het boekenvak.

Gökçesu Tamer
Gökçesu Tamer is een fervent lezer en rolde dankzij deze passie het boekenvak in. Ze begon in de boekhandel. Na enkele jaren maakte ze de overstap naar het marketingteam van de Turkse uitgever Dogan Kitap. In 2012 won ze de YCE Publishing Award 2012. De jury roemde haar vernieuwende kijk op de sector: "*Gökçesu's entrepreneurial approach to communications and her expertise of the Turkish publishing sector has been highly praised*."

Ken jij bedrijven die zich in Turkije bezig houden met vernieuwing? Laat het weten in de reacties! Mijn reis vervolgt naar Iran en daarna Sri Lanka. Vervolgens staan India en Nepal op de agenda. Ken jij in die landen bedrijven die het bezoeken waard zijn? Ik hoor het graag!

Patrick Boone maakt een wereldreis en schrijft onderweg voor inct over de uitgeefmarkt in de landen die hij bezoekt.

tekst Patrick Boone foto's Istanboel Arno Hiemstra