

## Column: De doorbraak van het e-book. Maar waar is de consument?

04-05-2011 13:12



Wat begin dit jaar begon als een ambitieus plan van de Koninklijke Boekbond (Kbb) en de Groep Algemene Uitgevers (GAU) is uitgelopen op een wedstrijd om het e-book. Kbb en de GAU lanceerden eind 2010 een plan om een gezamenlijk e-bookplatform op te richten. Dit e-bookplatform moest de Nederlandse tegenhanger zijn van spelers als Google en Apple. Met dit Nederlandse platform zouden de inkomsten uit e-books niet naar de Amerikanen gaan, maar veilig verdeeld worden over de aangesloten leden van het Nederlandse platform. Gezamenlijke initiatieven zoals het e-bookplatform van Kbb en GAU waren vanaf dag één al gedoemd te mislukken vanwege de strijdige belangen en dit gebeurde ook. De Kbb en GAU zijn uit elkaar gegaan.

En nu is het wedstrijdje 'wie plast het verst' begonnen. Het gaat er ogenschijnlijk niet meer om of er een e-bookplatform komt, maar wie het snelst en het best dit platform opricht. Zowel Kbb als GAU zijn hier druk mee bezig. De Kbb wil het liefst een vaste e-bookprijs instellen, want concurrentie is immers ongebruikelijk in het boekenvak. Concurrenieren op prijs acht men onverstandig in het kader van het gebruikelijke argument: dit zou leiden tot verschraling van het aanbod. Wat zij vergeten is dat een vaste e-bookprijs met daarbij het hoge btw-tarief van 19% vooral gaat leiden tot piraterij. Echter, ook daar is een 'oplossing' voor aldus het Nederlands Uitgeversverbond (NUV): zij hebben de jacht geopend op downloaders van illegale e-books.

De branche-organisaties duikelen momenteel over elkaar heen, de speerpunten worden driftig in de media

gebracht en er wordt vooral veel gewezen naar elkaar. Maar waar is de consument? En wat vindt deze consument hiervan? Hoe kijkt hij of zij naar al deze ontwikkelingen? Leest u dit artikel nogmaals en kijk of u in de plannen van de branche-organisaties het woord 'consument' kunt ontdekken en trekt u hier zelf conclusies uit.

*Bas Vermond is werkzaam als uitgeefadviseur vanuit zijn eigen bedrijf, Vermond Adviesgroep.*  
[email]info@vermondadviesgroep.nl[/email]

Deze column is ook te lezen in InCT 3, verschenen op 8 juni jl.

David Huijzer