

# uitgeverijen

- » Advertentiemarkt voor persmedia is in 2010 nog niet volledig hersteld
- » Digitalisering dwingt uitgevers te zoeken naar nieuwe verdienmodellen
- » ABN AMRO verwacht in 2011 lichte groei advertentiemarkt voor persmedia

## Branchebeschrijving

Uitgeverijen kunnen worden onderscheiden naar het type product (boeken, tijdschriften, kranten, online diensten) en naar het type klant (particulier, zakelijk). De branche kent grofweg twee inkomsten-

stromen: advertentiegelden enerzijds en/of abonneeverdiensten en losse verkoop anderzijds. De meeste uitgeverijen distribueren hun content via meerdere platforms (print, internet en e-reader/tablet).

## Trends en ontwikkelingen

Na een fors verlies aan reclame-inkomsten in 2009, zijn uitgeverijen in 2010 in wat rustiger vaarwater terechtgekomen. De totale inkomsten aan advertenties voor print zijn met 2% gedaald. Hierbij is er een significant verschil te zien tussen dagbladen en tijdschriften. Waar de dagbladen een plus van bijna 4% hebben gerealiseerd, zijn de inkomsten uit advertenties van publieks- en vaktijdschriften vorig jaar opnieuw vrij stevig gedaald met respectievelijk 11% en 15%. Aan de oplagekant is het beeld voor de landelijke dagbladen over de hele linie relatief stabiel: de totale oplage noteert slechts een lichte min. Enkele dagbladen zien door een nieuw kleiner formaat en het weggeven van cadeaus de betaalde oplage stijgen. De oplage van tijdschriften is in

2010 wel duidelijk afgenomen (-2,5%); en netto zijn er weer titels van de markt verdwenen. Ook op de boekenmarkt is de omzet gedaald; ten opzichte van 2009 is er voor 5% minder verkocht. Uitgevers van zakelijke content hebben het moeilijk, aangezien de bedrijfsinvesteringen nog niet echt zijn hersteld. Bovendien ondervinden zij op internet meer en meer concurrentie van partijen als Google en openbare informatiebronnen. De uitgeverijbranche staat aan de vooravond van een structurele omslag richting digitale verdienmodellen. Nu in 2010 de tablets definitief zijn doorgebroken bij de consument, voorspelt ABN AMRO de komende jaren een duidelijke versnelling in de groei van de digitale mediamarkt in Nederland.

## Onze visie

In een nieuw digitaal medialandschap is het voor alle mediabedrijven belangrijk om hun positie in de markt opnieuw te definiëren. Uitgeverijen van dagbladen en tijdschriften hebben een wat lastiger uitgangspositie: zij moeten hun abonneemodel in een sterk concurrerende digitale omgeving overeind zien te houden. Op het internet is dit lange tijd lastig geweest, maar is betaalde toegang tot content momenteel wel in opkomst. Het lijkt er tevens op dat de consument vooralsnog op tablets en smartphones meer bereid is geld uit te geven aan digitale media. Boekenuitgevers worstelen met bedreigingen van piraterij en de prijsvorming en margeverdeling van e-boeken. Alle uitgevers krijgen te maken met nieuwe partijen als Apple,

Google en andere online kiosken. Digitalisering verandert ook de positie van uitgevers richting hun klanten. Digitale distributie maakt namelijk het leveren van nieuwe diensten en nieuwe vormen van adverteren mogelijk. Uitgevers kunnen hun producten op veel meer verschillende manieren gaan uitbaten door het ontbundelen van hun producten of het bieden van archiefoverzichten. En abonnementen kunnen flexibeler en goedkoper aan de consument worden aangeboden, betaald door die consument of gesponsord door het bedrijfsleven. Digitalisering biedt uitgeverijen op termijn dus nieuwe kansen, maar vraagt ook om vergaande veranderingen in de bedrijfsvoering, marketing en nieuwe dienstverlening. En dit is een proces van jaren.

## Kerngegevens

Netto mediabestedingen  
persmedia: **EUR 1.008 mln**

- ▶ groei ten opzichte van 2009: **-2%**
- ▶ aandeel persmedia in totale media: **32%**

Aantal uitgeverijen: **2.765**

- ▶ waarvan boeken: **1.465**
- ▶ waarvan kranten: **340**
- ▶ waarvan tijdschriften: **870**

**ABN AMRO omzetverwachting 2011: + 2%**

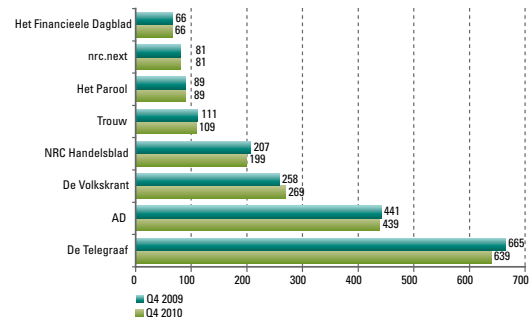
## Websites

[www.mediamonitor.nl](http://www.mediamonitor.nl)  
[www.nuv.nl](http://www.nuv.nl)  
[www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl)  
[www.cebuc.nl](http://www.cebuc.nl)

## Oplage landelijke dagbladen

Bron: H01

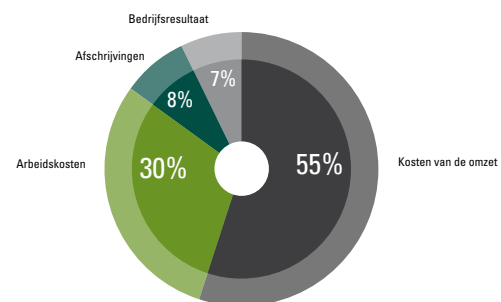
- ▶ Na jarenlange gestage daling van de oplages, heeft een aantal landelijke dagbladen de oplage stabiel kunnen houden. De Volkskrant is overgegaan op het tabloid formaat en boekt een winst van bijna 12 duizend abonnees. Ditzelfde formaat heeft NRC Handelsblad in maart 2011 in gebruik genomen.
- ▶ Naar het aantal digitale abonnees is De Volkskrant, met 38 duizend abonnees, het grootste dagblad, gevolgd door NRC Handelsblad (18 duizend).



## Exploitatiebeeld

Bron: CBS, ABN AMRO Sector Research

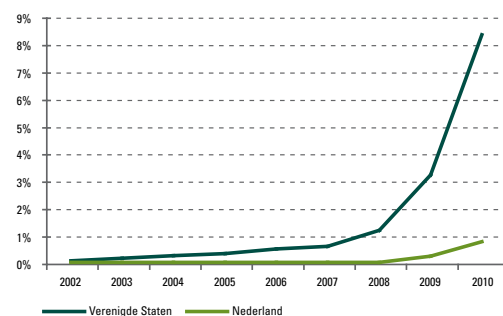
- ▶ De kostenstructuur van uitgeverijen bestaat voor 55% uit de kosten van het drukken en distribueren van hun producten. De kosten van grondstoffen als papier en inkt kunnen sterk fluctueren en nemen momenteel weer sterk toe.
- ▶ Het grote voordeel van een volledig digitaal businessmodel is dat deze inkoopkosten grotendeels wegvallen en uitgeverijen dan met een minder volatiele kostenstructuur kunnen werken.



## Marktaandeel elektronische boeken

Bron: AAP, GfK

- ▶ In de Verenigde Staten ondersteunen partijen als Amazon en Barnes & Nobles al langere tijd het e-boek met een brede selectie aan boeken en zelf ontwikkelde e-readers. Het marktaandeel van e-boeken is sinds 2008 fors toegenomen.
- ▶ In Nederland bestaan er voor 2008 geen verkopers van e-boeken en het aantal gekochte e-readers of tablets bleef zeer beperkt. Vorig jaar is het aantal verkochte apparaten echter sterk gestegen en zijn er 350 duizend e-boeken verkocht.



## Netto mediabestedingen persmedia 2010

Bron: Nielsen Media Research

- ▶ Het aandeel van persmedia (bladen en tijdschriften) in de totale mediabestedingen neemt al jaren gestaag af en komt in 2010 uit op 32%. In 2009 was dit aandeel nog 35%.
- ▶ Binnen het segment print pakken dagbladen het grootste deel van de advertentiegelden. Het aandeel van dagbladen en huis-aan-huis-bladen is vorig jaar toegenomen, terwijl vak- en publiekstijdschriften hebben ingeleverd.

