



2009

jaarverslag

2009

jaarverslag



Inhoudsopgave

Voorwoord	2
NUV als lobbyist	6
NUV als adviseur	20
NUV als onderhandelaar	24
NUV als zelfregulator	28
NUV als inspirator	34
NUV als promotor	40
Kengetallen	46
Afkortingen	48
Personenregister	50
Namenoverzicht	52
Colofon	55

Voorwoord

De uitdagingen voor de uitgeverijsector waren groot in 2009. Terwijl het hoofd moest worden geboden aan de zware economische recessie, vroeg de voortgaande ontwikkeling van digitaal uitgeven onverminderd aandacht. Het creëren van nieuwe verdienmodellen was actueel voor alle uitgeefbranches. Daarvoor is meer dan ooit ruimte nodig, ruimte om te kunnen experimenteren, om te kunnen ondernemen en belemmeringen weg te nemen. En dat vergt eerlijke afspraken over een gelijk speelveld en respect voor intellectueel eigendom. Daar is in 2009 weer volop op ingezet.



Loek Hermans,
voorzitter NUV

Niet alle uitgeefsegmenten hadden in 2009 even veel last van de crisis. In vergelijking met andere branches wist de boekenbranche bijvoorbeeld de storm van de recessie qua omzetontwikkeling behoorlijk goed te doorstaan. De vak- en wetenschappelijke uitgaven, de dagbladen en de publicatiebladen daarentegen zagen hun advertentie-inkomsten en daarmee hun omzetten met dubbele cijfers krimpen. Deels zullen deze advertentieomzetsdalingen structureel zijn - een ontwikkeling die de heroriëntatie op digitaal uitgeven nog meer urgent maakt. 2009 was daarom voor deze bedrijven ook een jaar van strikte kostenbeheersing en reductie, onder andere door het opheffen van niet rendabele titels en zeer scherp aan de wind zeilen wat betreft de factor arbeid, zowel in aantallen medewerkers als in de lonen.

Schoolvoorbeeld lobby

Een economische bedreiging vormde in 2009 ook het initiatiefwetsontwerp van het Kamerlid Van Dam betreffende het aan banden leggen van de stilzwijgende verlenging van abonnementen en het verkorten van de opzegtermijn. Het werd voor UVW, GPT en NDP en in collectief verband een van de belangrijkste onderwerpen van het jaar.

Kees Spaan, voorzitter NDP: "Dat is een samenwerking geweest van de verschillende uitgeefgroepen met een hele goede overkoepelende inbreng van het NUV, de juristen en de voorzitter, dat is echt prima gedaan. Het hele netwerk in Den Haag is bespeeld; zo hoort het te gaan."

Auke Visser, voorzitter GPT: "Het is het beste voorbeeld van een NUV-lobby dat ik heb meegemaakt en het is een schoolvoorbeeld van hoe we dat eigenlijk altijd zouden moeten doen. We hebben goed duidelijk kunnen maken dat uitgevers langlopende contracten aangaan met drukkers, papierleveranciers en adverteerders, die zijn gebaseerd op bepaalde oplagecijfers. Om die cijfers te kunnen garanderen, moeten we ook met onze lezers en abonnees langer lopende contracten kunnen afsluiten. Wat er nu aan wetsvoorstel voorligt, daar is mee te werken. Met aanvullende zelfregulering hebben we het inmiddels voor abonnees uiterst makkelijk gemaakt hun abonnementsverplichting te kunnen overzien en opzeggen kan heel simpel."

Loek Hermans, voorzitter NUV: "Als je ziet hoe we begonnen zijn, hoe we uiteindelijk het wetsvoorstel hebben weten om te buigen en voor uitgevers een specifieke positie hebben weten te bewerkstelligen, dan kun je wel zeggen dat we wat hebben bereikt."

Een deel van de exploitatie van kranten en tijdschriften hangt af van advertenties die uitgevers al maanden tevoren op basis van oplagecijfers binnen moet halen. Dus hebben we flink gelobbyd om te zorgen dat er een zekere balans in het wetsvoorstel kwam - begrip hebbend voor het feit dat de consument niet zomaar aan iets vast wil zitten, of plotseling en onwetend voor verlenging komt te staan en aan de andere kant de uitgever die zijn beloften naar zijn toeleveranciers moet kunnen waarmaken. Daar hebben we fors over gediscussieerd met leden van de Tweede Kamer."

Geert Noorman, directeur NUV: "Ik denk dat de winst verder gaat dan dat we alleen iets geregeld hebben voor de opzegtermijn van abonnementen. Wij hebben het ook kunnen plaatsen in het bredere kader van steeds uitgebreidere, maar onnodige consumentenbescherming. Consumentenbescherming is in de mode: de consument wordt als onmondig gezien - hij kan niks en moet behoed worden voor allerlei commercieel kwaad. Hij kan daarin kennelijk zijn eigen verantwoordelijkheid niet nemen. Wij vinden dat een principieel verkeerde benadering, waarvan je de gevolgen terugziet op allerlei terreinen, niet alleen in abonnementenwetgeving, maar bijvoorbeeld ook in privacywetgeving, met heel strikte bel-me-niet, mail-me-niet en vraag-me-niks bepalingen en bijvoorbeeld in regelgeving gericht op allerlei advertentiebeperkingen. Voor zover daarvoor wat geregeld moet worden zou het beter zijn dat de branche met zelfregulering hierin zou voorzien, en dat doen we ook. Dat levert beter functionerend maatwerk op dan grofmazige wetgeving. En verder moet de consument zélf voor mondig worden gehouden. In dit verband onderschrijft het NUV het werk van Stichting Krant in de Klas (KiK), de educatieve organisatie van de Nederlandse Dagbladpers, van harte. KiK maakt van jonge mensen kritische nieuwsconsumenten door hen via het onderwijs kranten te laten lezen.

De stichting zet dagbladen, zowel op papier als digitaal, in als lesinstrument in het onderwijs ter bevordering van taal- en leesvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap. Door regelmatig een krant te lezen, krijgen leerlingen beter grip op ontwikkelingen in de samenleving. Bovendien krijgen zij daardoor inzicht in het proces van informatie-uitwisseling en de rol van 'de media' en van henzelf daarin."

Niet meer lineair

In 2009 waren de rol, de taak en functie van de uitgeverij veelvuldig onderwerp van zowel het politieke als maatschappelijke debat. *Hot issues* daarbij waren onder andere de vaste boekenprijs, de lump sum financiering van studieboeken (het zogenaamde gratis schoolboek), de *open* om niet te zeggen *free access* tot wetenschappelijke publicaties, de taken en financiering van de publieke omroep en het gelijke speelveld voor uitgevers op de mediamarkt, de innovatie van de dagblad- en opiniepers en de financiering daarvan.

Loek Hermans: "Uitgevers zijn verzamelaars en veredelaars van informatie. En informatie is *all over*. Het ordenen, rangschikken, selecteren en veredelen van informatie, de kerntaak van uitgevers, is daarom vreselijk belangrijk en de komende jaren neemt dat belang alleen maar toe omdat de hoeveelheid informatie die beschikbaar is exponentieel groeit. Naar de toekomst kijkend moeten we ervoor zorgen dat uitgeverijen niet worden beperkt om zich multimediaal, dat wil zeggen ook op de audiovisuele weg, verder te kunnen ontwikkelen."

Geert Noorman: "In de printwereld hebben participanten in de keten een bepaalde positie in een zekere volgorde. Ieder voegt een bepaalde waarde toe aan het proces van vervaardigen en distribueren van informatieproducten; een lineaire keten, waarbij elke deelnemer aan zijn tolpoortje de vergoeding voor zijn bijdrage aan het proces incasseert.

Het internet disintermedieert. Iedereen staat in contact met iedereen. Letterlijk een (world wide) web.



*Geert Noorman,
directeur NUV*



Onder de paraplu van het Nederlands Uitgeversverbond zijn vijf uitgeefgroepen actief, te weten de Groep Algemene Uitgevers (GAU), de Groep Educatieve Uitgeverijen (GEU), de Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap (UVW), de Groep Publiektijdschriften (GPT) en de Nederlandse Dagbladpers (NDP). Deze groepen worden ondersteund door het Vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken (EZ/JZ) en het Vaksecretariaat Sociale Zaken (SZ).

Op Europees niveau werkt het NUV samen met de zusterorganisaties European Newspaper Publishers' Association (ENPA - de dagblad-uitgevers), Federation European Publishers (FEP - de uitgevers van boeken en wetenschappelijke tijdschriften) en European Federation of Magazine Publishers (FAEP - de uitgevers van tijdschriften).



Daardoor wordt doorzichtiger wat de toegevoegde waarde van elke deelnemer in de keten is. Wie geen duidelijke toegevoegde waarde meer heeft wordt overgeslagen. Voor uitgevers een goed bericht, want hun bijdrage is onmisbaar.

Creëren en selecteren van informatie, en daarvoor journalistieke organisaties onderhouden, of (in geval van boekenuitgeverijen) intensief begeleiden van auteurs; informatie veredelen door te ordenen, metadata toe te voegen, context, achtergrond en duiding geven, in stukken verdelen, eventueel integreren met andere informatie of met software en in afgeronde stukken beschikbaar stellen voor specifieke doelgroepen, via diverse distributiekanaalen (print, internet, ether) - dat zijn alle essentiële functies van het uitgeefvak.”

Meer zelfregulering

Loek Hermans: “Daarmee krijg je enorme vraagstukken op je bord. Over de eigendom van de informatieveredeling bijvoorbeeld en hoe dat te verrekenen. De auteursrechtelijke discussie verandert. De eerste openbaarmaking is nu in feite meteen *worldwide*. Door de enorme overload van informatie is er een toenemende behoefte aan ordening ervan, vandaar de toenemende rol voor uitgevers. De prijsbepaling van die informatieveredeling en -ordening is geen eenvoudige zaak, en dat geldt tevens voor het in de markt zetten van nieuwe diensten en producten. En dan moeten we ook nog eens goed oog houden op piraterij en andere vormen van massale ontvreemding van het werk dat auteurs aan ons hebben toevertrouwd en waar we zelf waarde aan hebben toegevoegd. Om in die veranderende wereld ruimte te maken voor de uitgeverijen zodat ze daarop kunnen gaan inspelen, dat is misschien wel de hoofddoelstelling van het NUV. Het gaat om de effecten van de technologische ontwikkeling op de kennis- en informatieveredeling en -verspreiding. Het NUV moet uitgevers daarin helpen en ondersteunen.

Tegelijkertijd moet het NUV zich inzetten om de belemmeringen die er zijn op kennisveredeling en -verspreiding weg te halen. Ruimte maken voor uitgevers dus.”

Loek Hermans: “Wat betreft de beschermingsconstructies rond de eigendom van kennis en informatie zie je dat uitgevers nu door de internationalisering en de ontwikkelingen van internet, meer verantwoordelijk worden voor bronbescherming. Met andere woorden: als ik mijn bron niet genoeg heb beschermd, dan loop ik de kans dat mij dat in gerechtelijke procedures mij zal worden tegengeworpen. Het volstaat niet meer van Den Haag aanscherping van de regels te verwachten en te denken dat daarmee de zaak geregeld is. Onlangs heeft een werkgroep van de Tweede Kamer over het auteursrecht gezegd: “wij gaan niet achter de feiten aanlopen met regelgeving. Het auteursrecht is in beginsel goed geformuleerd. We gaan u verantwoordelijk houden voor wat u zelf doet om u te beschermen.” Dat geeft dus een hele andere benadering van de bescherming van rechten. Wij zullen in toenemende mate moeten uitgaan van zelfregulering en niet voortdurend bij de overheid aankloppen om bescherming. En dat is in lijn met wat het NUV zelf wil. En een aantal van de oplossingen ligt ook in het technisch beter beschermen van producten en technieken te gebruiken die misbruik opspoort.”

Geert Noorman: “Het NUV wil dé plaats zijn waar uitgevers op deze terreinen van elkaar kunnen leren. Dat gebeurt binnen de groepen, en voor de bredere onderwerpen gebeurt dat gezamenlijk, zoals bijvoorbeeld tijdens de NUV-workshop over de betekenis van het ‘bookprogram’ van Google. Ook daar was het adagium: experimenteer met nieuwe distributie- en verdienmodellen, maar bescherm tegelijkertijd je rechten en daarmee de mogelijkheid om te kunnen blijven bestaan en je verplichtingen jegens auteurs te kunnen nakomen.”

Het NUV als lobbyist

Uitgevers in alle uitgeefsectoren worden in toenemende mate geconfronteerd met nationale, Europese en wereldwijde wet- en regelgeving op gebieden als consumentenbescherming, privacy, economische mededinging, milieu, arbeidsvoorwaarden, reclame en auteurs- en intellectueel eigendomsrecht. Samen met vakgenoten, zowel nationaal als internationaal, verrichten het NUV en de aangesloten groepsverenigingen stelselmatig lobbyactiviteiten om de ruimte voor de uitgeverijen als onderneming te vergroten, een gelijk speelveld te garanderen en overheidsmaatregelen, voor zover die noodzakelijk zijn, ook werkelijk effectief te laten zijn.



De lobby-activiteiten van de NUV-uitgeefgroepen en vaksecretariaten concentreerden zich in 2009 onder meer op de vaste boekenprijs, de wet rond de stilzwijgende verlenging van abonnementen, het lage btw-tarief voor print en digitale producten, de staatssteun aan de publieke omroep, de persbrief van voormalig minister Plasterk over de innovatie van de dagblad- en opiniepers, open access bij wetenschappelijke publicaties, en de gevolgen van gratis schoolboeken.

Verlenging abonnementen

Miranda Maasman, secretaris Economische en Juridische Zaken: “Een dossier waar in 2009 veel tijd in is geïnvesteerd, is het wetsvoorstel over het aan banden leggen van de stilzwijgende verlenging van abonnementen en het verkorten van de opzegtermijn. De actieve lobby, die in NUV-verband met de NPD, GPT en UVW werd gevoerd vanaf het moment dat het wetsvoorstel in 2005 werd ingediend, heeft ertoe geleid dat in het voorstel dat op 16 oktober 2009 door de Tweede Kamer is aangenomen, kranten en tijdschriften een expliciete uitzonderingspositie hebben gekregen: Abonnementen op kranten en tijdschriften mogen in de toekomst nog wél stilzwijgend worden verlengd (met drie maanden), waar andere verlengde abonnementen een (tussentijdse) opzegtermijn zullen krijgen van één maand. Met ‘laagfrequente’ bladen wordt

extra rekening gehouden. Bovendien heeft de Tweede Kamer een motie aangenomen om de effecten van de wet op tijdschriften en dagbladen te evalueren.”

Fiona Vening, secretaris Economische en Juridische Zaken: “Bij deze lobby is eerst hard ingezet op zelfregulering, die zo ver zou gaan dat het wetsvoorstel wellicht niet meer nodig zou zijn. De indieners van het wetsvoorstel waren daar niet tevreden mee en dus hebben we ons geconcentreerd op aanpassing van het wetsvoorstel en het over het voetlicht brengen van de aparte positie van de kranten en tijdschriften. Dat heeft succes gehad. Het wetsvoorstel bevat nu dus die uitzondering voor kranten en tijdschriften.”

Auke Visser, voorzitter Groep Publiekstijdschriften: “Met als argument dat uitgevers van tijdschriften en kranten met drukkers, papierleveranciers en adverteerders alleen lang lopende contracten kunnen aangaan als zij een bepaalde oplage van de uitgave kunnen garanderen. Dat wil zeggen dat zij ook lang lopende contracten met lezers en abonnees moeten kunnen aangaan. In het wetsvoorstel is daar nu meer rekening mee gehouden.”

Miranda Maasman: “Een aantal Kamerleden heeft bovendien met zoveel woorden erkend dat kranten en tijdschriften belangrijk zijn voor de democratie, en dat dit gegeven rechtvaardigt dat er een uitzondering is gekomen voor kranten en tijdschriften. Ook dat is echt een winstpunt.”



Btw-tarief

Een ander belangrijk onderwerp waarop in 2009 in NUV-verband een lobby werd gevoerd, betreft het btw-tarief. Op Europees niveau werd al jaren, in samenwerking met zusterorganisaties ENPA (dagbladen), FEP (boeken en wetenschappelijke tijdschriften) en FAEP (tijdschriften), gelobbyd voor een laag btw-tarief voor zowel papieren als elektronische media. Begin 2009 werd het thema vrij onverwacht weer actueel door een discussie in het Europees parlement over de verlaging van het btw-tarief, met name voor arbeidsintensieve diensten.

Fiona Vening: “In dit voorstel zou ook een uitzondering worden opgenomen voor luisterboeken, om blinden en slechtzienden van het hoge btw-tarief en dus van dure producten te vrijwaren. In reactie daarop werd toen in het Europees parlement gesteld dat het btw-tarief voor boeken op alle soorten informatiedragers omlaag moet. Sinds maart vorig jaar is er een Europees politiek akkoord, waarin geldt dat voortaan op boeken op alle soorten fysieke dragers, papier, CD, usb-stick, het lage btw-tarief van toepassing mag zijn.”

Cecilia van Dalen, secretaris Economische en Juridische Zaken: “De EU-lidstaten zijn niet verplicht die regeling toe te passen, maar Nederland heeft besloten die wijziging op te nemen. Daardoor geldt vanaf januari 2010 in Nederland het lage btw-tarief voor boeken en digitale educatieve informatie op alle fysieke dragers. Er is nog wel behoefte aan een verdere verduidelijking van wat hier nu precies wel en niet onder valt. Online informatie, dus alle gedownloade producten, wordt nog steeds beschouwd als dienst en blijft onder het hoge tarief vallen.”

Omdat uitgevers in toenemende mate online uitgeefproducten beschikbaar stellen, is juist om deze ontwikkeling te stimuleren een laag btw-tarief op online informatie gewenst. Een dergelijke lobby zou er natuurlijk niet toe moeten leiden

dat het lage tarief op papieren producten omhoog gaat. Voor content van uitgevers zou gewoon het laagste btw-tarief moeten gelden, of dit nu op een fysieke informatiedrager zoals papier staat of online wordt uitgegeven. Dit draagt immers bij aan de verspreiding, toegankelijkheid en betaalbaarheid van informatie, wat ten gunste komt van de ontwikkeling van de kennis-economie en de pluriformiteit van de pers.

De Groep Publiektijdschriften, de Groep Algemene Uitgevers, de Groep Educatieve Uitgeverijen, de Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap en de Nederlandse Dagbladpers hebben last van het hoge tarief voor digitale producten, omdat steeds meer tijdschriften, leermiddelen en kranten ook digitaal worden uitgegeven. Omdat btw een onderwerp is dat vrijwel iedere uitgeefgroep binnen NUV regaardeert, is het belangrijk onderling de lobby in deze goed met elkaar af te stemmen.

Ria Derks, voorzitter Groep Algemene Uitgevers: “Btw is een lastig onderwerp. Het hoge tarief voor digitale informatie is niet bevorderlijk voor innovatie en groei. Het is ook heel lastig communiceren met consumenten die de gevolgen voor bijvoorbeeld de prijsstelling niet begrijpen. Internationaal gelden heel verschillende tarieven, waarbij de 0% variant nog steeds voorkomt. Met die tarieven zijn dus grote belangen gemoeid en er is nog geen eensluidendheid waar het naar toe moet. Verandering brengt ook risico's van verslechtering met zich mee en mede daarom is een goede afstemming en communicatie tussen de groepen van groot belang.”

Vaste boekenprijs

De meest in het oog springende wetgeving voor de algemene boekensector, de vaste boekenprijs, heeft in 2009 veel aandacht en energie geleverd van de Groep Algemene Uitgevers.

6%
BTW



“Het hoge tarief voor digitale informatie is natuurlijk niet bevorderlijk voor innovatie en groei.”



Ria Derks: “Het is typisch een thema dat je samen met andere betrokken partijen doet. In dit geval met de Groep UVW en de Kbb, onder de vlag van de KVB, de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak.”

Zowel de GAU als UVW waren vertegenwoordigd in de klankbordcommissie van de branche, fungeerden als monitor bij het wetenschappelijke onderzoek naar de vaste boekenprijs en onderhandelden met partijen om eensgezindheid te krijgen en tot een goed voorstel te komen.

Ria Derks: “De handhaving van de vaste boekenprijs is een cultuurpolitiek instrument. Het is een uitzondering op de mededinging en dat is niet voor niets zo. Het is van groot belang voor het behoud van de positie van het boek. De brede beschikbaarheid in heel Nederland van dezelfde titel tegen dezelfde voorwaarden is daarvoor het uitgangspunt. Verder wordt nu nagedacht over de implicaties van de digitalisering voor de bestaande structuur, de bestaande werkwijzen en bestaande afspraken.”

Er moet nader worden onderzocht of wet- en regelgeving die voor het gedrukte boek geldt ook van toepassing kan of moet zijn voor het digitale boek. Bij het onderzoek daarnaar in KVB-verband is UVW in de komende periode betrokken.

Nineke van Dalen, secretaris Groep UVW: “De vaste boekenprijs vormt een uitzondering op de mededingingsregelgeving en is in feite uniek. Dus er moet heel hard worden gewerkt om dat voor de volgende jaren veilig te stellen.”



Gelijk speelveld voor dagbladuitgevers op de mediamarkt

Speerpunt in de lobby van de Nederlandse Dagbladpers is steeds de noodzaak van een gelijk speelveld voor dagbladuitgevers op de mediamarkt. De lobbyactiviteiten van de NDP stonden in 2009 grotendeels in het teken van de zogenoemde Persbrief, die voormalig minister Plasterk op 14 november 2008 naar de Tweede Kamer

stuurde. In aanloop naar de parlementaire behandeling van de Persbrief organiseerde de Vaste Kamercommissie voor OCW op 9 december een hoorzitting over het persbeleid, waar de NDP en de directeur van Telegraaf Media Nederland de dagbladsector vertegenwoordigden. Het algemeen overleg op 18 december over de Persbrief leidde onder meer tot instelling van de Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers (commissie Brinkman), die tot taak kreeg advies uit te brengen over innovatiemogelijkheden binnen de pers en over de toekomst van de nieuws- en opinievoorziening in Nederland, toegespitst op de rol van de pers.

Kees Spaan, voorzitter NDP: “De NDP heeft bij verschillende gelegenheden haar visie op noodzakelijke maatregelen voor de dagbladpers onder aandacht gebracht van de commissie, zowel mondeling als schriftelijk.” Zo hebben dagbladuitgevers bij de commissie Brinkman aangedrongen op een studie naar de consequenties die het duale omroepbestel voor hen heeft. Dagbladuitgevers constateren dat de marktverstorende werking die uitgaat van de gedeeltelijke bekostiging van de publieke omroep uit reclamegelden (in het bijzonder de STER) en de voorsprong die de publieke omroep op grond van de nieuwe mediawet krijgt in het digitale domein, hun commerciële en ontwikkelmogelijkheden beperken. Daarnaast heeft de NDP de commissie een groot aantal suggesties gedaan om de dagbladsector te versterken, zoals afschaffing van de Tijdelijk wet mediaconcentraties. *Tom Nauta*, algemeen secretaris NDP: “De Nederlandse wetgever is tegenstander van een verdergaande eigendomsconcentratie, omdat hij vreest voor een te grote ‘opiniemacht’. Zolang er geen sprake is van misbruik van opiniemacht verstoren *cross-ownership*-beperkingen slechts de marktwerking. De NDP is principieel van mening dat een significante opiniemacht en verondersteld misbruik eerst aangetoond moet worden voordat beperkende maatregelen aan de orde kunnen zijn.”

De NDP heeft dit standpunt zowel tijdens de 'lichte evaluatie' van de tijdelijke wet in het voorjaar 2009 als bij de commissie Brinkman naar voren gebracht. De NDP heeft bovendien bij de commissie Brinkman benadrukt dat een sterk handhaafbaar auteursrecht voor de sector van groot belang is om effectief te kunnen optreden tegen partijen, zoals Google News, die content van dagbladuitgevers zonder toestemming en vergoeding gebruiken.

Kees Spaan: "De NDP is, behoudens de aanbevelingen ten aanzien van auteursrecht, verheugd over de adviezen die de commissie Brinkman uiteindelijk presenteerde, in het bijzonder over de aanbeveling onderzoek te doen naar de negatieve invloed van reclame bij de publieke omroep op de positie van dagbladuitgevers en andere marktpartijen en het advies om de Tijdelijke wet mediaconcentraties af te schaffen."

Helaas bleek echter uit de beleidsreacties van de minister dat belangrijke adviezen van de commissie Brinkman die de sector substantieel kunnen helpen, niet zijn overgenomen. Zo wordt het door de commissie bepleite onderzoek naar de effecten van reclame bij de publieke omroep op het concurrentieveld verbreed tot een onderzoek 'naar reclamebestedingen in de mediasector als geheel', waardoor de discussie over de STER uit de weg wordt gegaan. *Tom Nauta:* "De NDP blijft aandringen op gericht onderzoek naar het effect van reclame bij de publieke omroep." *Kees Spaan:* "Ook het advies van de commissie Brinkman om de Tijdelijke wet mediaconcentraties af te schaffen heeft de minister niet overgenomen, ondanks de in november 2009 aangenomen motie van CDA, VVD en PVV om de Tijdelijke wet mediaconcentraties af te schaffen dan wel

het maximummarktaandeel op de dagbladmarkt te verhogen tot 50 procent." De NDP blijft zich inzetten voor verruiming dan wel afschaffing van de Tijdelijke wet mediaconcentraties.

Tom Nauta concludeert: "Toch hebben de commissie Brinkman en de lobby van de NDP bijgedragen aan het begrip voor de positie van dagbladuitgevers. Dit kan in een volgende kabinetsperiode bijdragen aan politieke besluitvorming die eerlijke concurrentieverhoudingen dichterbij brengt."

Europese lobbyactiviteiten

Veel nationale wetgeving vindt haar oorsprong in Europese richtlijnen, verordeningen en verdragen. Samen met de ENPA beïnvloedt de NDP regelgeving die de belangen van dagbladuitgevers raakt. De GPT en UVW zijn aangesloten bij Europese Zusterorganisaties FAEP en FIPP.

Tom Nauta: "De ENPA en NDP verwelkomen in juli de totstandkoming van de herziene Omroep Mededeling, waarin de beginselen uiteen worden gezet ten aanzien van de verlening van staatssteun aan de publieke omroepsector. Na intensief lobbywerk, samen met de ENPA, is tot tevredenheid van de NDP een zogeheten ex-ante markttoets in de Mededeling opgenomen."

De publieke omroep is ook een belangrijk thema in de nieuwe Mediawet, die eind 2008 een feit was. Deze nieuwe wet bevat een nog onduidelijker omschrijving van de taakstelling van de publieke omroep dan in de oude Mediawet het geval was. Mede daardoor biedt de nieuwe wet de publieke omroep de mogelijkheid onder meer op multimediaal gebied een sterke marktpositie op te bouwen.



"De vaste boekenprijs vormt een uitzondering op de mededingingsregelgeving en is in feite uniek. Dus er moet heel hard worden gewerkt om dat voor de volgende jaren veilig te stellen."



“Als je ziet hoe we begon
specifi



nen zijn, hoe we uiteindelijk het wetsvoorstel hebben weten om te buigen en voor uitgevers een
keke positie hebben weten te bewerkstelligen, dan kun je wel zeggen dat we wat hebben bereikt.”



Tom Nauta: “Nu dagbladen steeds meer online met omroepen concurreren dient er juist een duidelijke afbakening van activiteiten van de publieke omroep te komen.” De NDP heeft begin 2009 een klacht bij de Europese Commissie aanhangig gemaakt op grond van oneerlijke concurrentie, die al langer bestaat maar nu steeds grotere vormen aanneemt, mede vanwege de excessieve overheidsfinanciering. *Kees Spaan:* “Het resultaat van deze klacht is dat Nederland het bestel zal moeten aanpassen: voortaan zal de publieke taak van de publieke omroep nauwkeuriger moeten worden omschreven, dienen nieuwe audiovisuele diensten aan een voorafgaande markttoets te worden onderworpen, dient toetsing op transparante wijze plaats te vinden en dient het financieeringsmechanisme te worden aangepast zodat de financiering niet meer bedraagt dan nodig is voor vervulling van de publieke taak.”

Mediaconcentraties

Verdere Europese beperkingen op het gebied van mediaconcentraties zijn voorlopig van de baan. Op 21 oktober werd in het Europees Parlement gestemd over een motie waarin de slechte staat van de persvrijheid in Italië en de Europese Unie aan de orde werd gesteld. Hierin was echter ook een voorstel tot beperking op het gebied van mededinging geslopen. *Raoul Eljon*, adjunct-secretaris Economische en Juridische Zaken: “Het vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken heeft samen met de Europese zusterorganisaties ENPA (European Newspaper Publishers' Association) en FAEP (European Federation of Magazine Publishers) met succes gelobbyd om voldoende tegenstemmers voor genoemde motie te vinden. Uit telefonische gesprekken met de CDA'ers binnen de EVP bleken de contacten van het NUV en ENPA een belangrijke rol in het stemgedrag van de EVP te hebben gespeeld.

Voorstellen tot verdere beperking van mogelijkheden op het gebied van mediaconcentraties komen de persvrijheid en een pluriforme

pers niet ten goede. Uiteraard ondersteunen uitgevers initiatieven die de pers beschermen tegen inmenging door de overheid, Europese wetgeving ten aanzien van mediaconcentratie zal echter een averechts effect op de uitingsvrijheid hebben.”

Energy labelling

Samen met FAEP en ENPA heeft NUV in 2009 gelobbyd tegen richtlijnen die adverteerders zouden verplichten informatie over het energieverbruik op te nemen in advertenties voor auto's en huishoudelijke apparatuur. Allereerst betrof de lobby de *car labelling directive* die door Europa dreigde te worden ingevoerd als middel om consumenten milieubewuste keuzes te laten maken. Deze richtlijn stelt het geven van informatie over het energieverbruik van geadverteerde auto's verplicht, maar niet in alle advertenties.

Harriet Schrier, secretaris Groep Publiekstijdschriften: “We zien vanuit Brussel steeds meer van dit soort richtlijnen op ons afkomen. De *car labeling directive* zou gek genoeg vooral voor print gaan gelden en niet voor televisie. Bijvoorbeeld bij de labelling van auto advertenties zou de eis kunnen worden dat 20 procent van de autoadvertentie informatie over de CO₂-uitstoot moet bevatten. Inzet van de lobby door de FAEP en het NUV was dan ook primair het niet laten doorgaan van de richtlijn, met als secundaire inzet de regeling mediumneutraal te krijgen. In Brussel ging daarbij de discussie puur over print. Daar hebben we de FAEP in Brussel voor ingezet. Gelukkig is nu de hele richtlijn opgeschort.”

In november 2009 bereikten het Europees Parlement, de Raad en de Europese Commissie wel een akkoord over het invoeren van een verplichting om in advertenties voor ‘energiegerelateerde’ producten, zoals huishoudelijke apparaten, de energieklassen te vermelden. Deze verplichting gaat volgens de laatste versie van de richtlijn gelden wanneer de advertentie of reclame informatie bevat over

de prijs en/of over het energieverbruik. Het voorstel gaat verder dan het eerdere voorstel dat de energie-informatie slechts nodig zou zijn als de advertentie technische specificaties bevat. De partijen die het akkoord sloten hebben helaas weinig oog gehad voor het potentieel schadelijke effect van deze aanvullende eis op de advertentie-inkomsten van kranten en tijdschriften, zowel in print als online. Het NUV en de Europese zusterverenigingen, verenigd in FAEP en ENPA, blijven daarom aandringen op een minder schadelijke regeling. *Miranda Maasman*: "De nieuwe wetgeving kan niet alleen zeer schadelijke gevolgen hebben voor de advertentie-inkomsten van uitgevers van kranten en tijdschriften. Ironisch genoeg is goede informatie in kranten en tijdschriften juist onmisbaar in een succesvol milieubeleid; deze bronnen spelen een sleutelrol in de bewustwording van het publiek over milieuvraagstukken en klimaatverandering. Een maatregel die tornt aan de advertentie-inkomsten van uitgevers brengt de belangrijke opiniërende en informerende taak van kranten en tijdschriften in gevaar, waardoor de voorgestelde wetgeving uiteindelijk zelfs averechts kan uitpakken."

Search Engines

In de online wereld verkeren velen in de veronderstelling dat content gratis is, ook als deze van hoogwaardige kwaliteit is en in de productie daarvan is geïnvesteerd. Op steeds grotere schaal maken derden, zoals zoekmachines, gebruik van de waardevolle content van uitgevers, zonder dat zij daarvoor toestemming hebben gevraagd en verkregen. De NDP is van mening dat voor een dergelijk gebruik van dagbladcontent toestemming is vereist en dan een vergoeding op zijn plaats is. Naar aanleiding van de introductie van reclame op de Amerikaanse site Google News heeft de ENPA in 2009 uit naam van Europese dagbladuitgevers protest aangetekend tegen het ongeoorloofde gebruik van content van dagbladuitgevers door Google News.

Tom Nauta: "Het ENPA-standpunt dat Google

News het verdienmodel van uitgevers ondermijnt is door de NDP ook kenbaar gemaakt aan Google Nederland." De NDP ondersteunde in 2009 ACAP, (Automated Content Access Protocol), waarmee uitgevers die digitale content aanbieden op gelijkwaardige basis samenwerkingsverbanden aangaan met search engines.

Open Access

In 2009 werd door NWO een budget van 5 miljoen euro toegekend aan wetenschappelijke onderzoekers die in open access publiceren. De overheid initieert experimenten op dit gebied, nu in de politiek het standpunt dat publiek gefinancierd wetenschappelijk onderzoek gratis beschikbaar moet zijn in het publieke domein, terrein wint. De overheid bekijkt hoe ze open access in Nederland kan stimuleren.

De Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap is regelmatig in gesprek met OCW en SURF over veranderingen in de wetenschappelijke informatieketen en wat de rol van uitgevers is bij de aanpassing naar meer hybride uitgeefmodellen. *Nineke van Dalen*, secretaris Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap: "UVW is voorstander van de ontwikkeling naar hybride business modellen in de wetenschappelijke informatieketen en participeert daarom actief in de experimenten om gezamenlijk feitelijke onderbouwingen te verzamelen voor nieuwe uitgeefmodellen. Enerzijds gaat het om het beschikbaar maken van wetenschappelijke medische informatie voor leden van patiëntenverenigingen, anderzijds om informatie voor het MKB. In deze experimenten lopen overigens Springer en Elsevier al jaren lang voorop."

De experimenten moeten feitelijke onderbouwingen leveren voor de mogelijke open access uitgeefmodellen en de daaraan gerelateerde uitgeefdiensten en verdienmodellen van uitgevers. Wetenschappelijke uitgevers groeien geleidelijk aan meer en meer naar een dienstenmodel toe.





Dat wil zeggen een procesgestuurd model waarin uitgevers diensten leveren in het wetenschappelijke kennisproces. In de onderzoeksbudgetten zou rekening moeten worden gehouden met de kosten van deze uitgeversdiensten. Ook is de vraag of in de digitale omgeving elke universiteitsbibliotheek nog een complete collectie moet aanhouden of dat er betere business modellen zijn te bedenken. De Nederlandse overheid is een groot voorstander van een overheersend open access publicatiemodel. Maar er is een onvoldoende duidelijk beeld bij de overheid en onderwijsinstellingen van de exacte consequenties daarvan voor de kwaliteit van de wetenschappelijke standaarden van informatie, voor de beschikbaarheid en toegankelijkheid van wetenschappelijke informatie, ook op de lange termijn. *Nineke van Dalen*: “De overheid wil open access eigenlijk afdwingen maar uitgevers zijn beducht dat de garanties in de huidige goed functionerende keten daarmee ook ‘met het badwater’ worden weggegooid.

Je krijgt dan overheidsgestuurde wetenschappelijke output, een aanbodgestuurd model en hoe lang garandeert de overheid dat onafhankelijk te blijven subsidiëren terwijl de wetenschappelijke productie enorm toeneemt? Enfin, die experimenten lopen drie of vier jaar, ook op internationaal niveau, dat zijn lange en taaie processen.”

Lobbywerk is sowieso werken achter de schermen en niet zo zichtbaar. *Nineke van Dalen*: “Natuurlijk informeren we onze leden regelmatig over deze voor UVW belangrijkste lobby. Daarnaast participeren we in alle andere NUV lobby’s die betrekking hebben op de lezers- en advertentiemarkten van vakuitgevers en is ook de boekenmarkt voor een substantieel deel van onze achterban relevant.”

Andere belangrijke lobby-terreinen voor de Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap zijn het wetsvoorstel over de verlenging van abonnementen en over de aanpassing van de Telecomwet voor B2B spam. *Nineke van Dalen*: “Uitgevers van UVW ontkomen er niet aan zich wat dit betreft te richten naar de consumentenmarkt

omdat hun klanten dat verwachten. Dus we lopen in dergelijke lobby’s mee, steunen deze ook, maar we zijn niet het eerste gezicht naar buiten. Dat zijn op deze terreinen de dagbladen en tijdschriften.” Voorts zijn er algemene issues, zoals auteursrecht in de digitale tijd, DRM, de bestrijding van illegale upload-sites waarbij grote hoeveelheden materiaal illegaal op buitenlandse servers terecht komt. Voor dat soort zaken verrichten we niet alleen lobbywerk, maar komen we ook met praktische oplossingen en dragen zelf uit hoe dingen werken of kunnen werken. *Nineke van Dalen*: “In Brussel bijvoorbeeld tendeert de politiek door de sterke consumentenlobby wel naar het idee dat alle informatie gratis zou moeten zijn. Daar moet je dus iedere keer uitleggen wat de rol van de uitgever is, wat de toegevoegde waarde is en dat gratis content geen gratis content is, want iemand betaalt uiteindelijk toch de rekening.”

Doorlopende leerlijnen en gratis schoolboeken

De rol en toegevoegde waarde van (educatieve) uitgevers zichtbaar maken, is voor het lobbywerk van de Groep Educatieve Uitgeverijen een van de doelstellingen, zo niet de belangrijkste opdracht. *Jaap van Loon*, voorzitter GEU: “Een heel wezenlijk kernpunt van ons lobbywerk, is het benadrukken van onze actieve rol als het gaat om het behoud en versterken van de kwaliteit van het onderwijs. De leermiddelen in Nederland zijn van uitzonderlijk hoog niveau, internationaal gezien. Wij hebben er groot belang bij dat men inziet dat dit niveau zo hoog is en dat het de moeite waard is om te blijven investeren in leermiddelen. Tegelijkertijd is het van belang dat men inziet dat wij als gesprekspartner van het onderwijs specifieke deskundigheid hebben. En wij hebben de indruk dat men daar in toenemende mate ook achter komt.” In het bijzonder kwam dat in 2009 tot uitdrukking in de deelname van GEU aan de discussie over doorlopende leerlijnen taal en rekenen. De parlementaire onderzoekscommissie-

Dijsselbloem kwam in 2008 tot de conclusie dat de overheid heel duidelijk moet zijn over wat zij wil dat er geleerd wordt. Aan het onderwijs zelf moet vervolgens worden overgelaten hoe dat wordt ingevuld.

Jaap van Loon: “Maar dan moet wel expliciet duidelijk gemaakt worden wát er geleerd moet worden, bijvoorbeeld voor rekenen en taal. In die discussie hebben wij actief geparticipeerd. Dat heeft geleid tot besluitvorming bij de overheid waar wij wat mee kunnen. De klassieke rol van de educatieve uitgever is dat hij de verbinding legt tussen overheidsbeleid op onderwijsgebied en wat er daadwerkelijk in de klas moet gebeuren. En niets is zo ongelukkig als overheidsbeleid waarvan de concretisering heel moeilijk is: dan hebben wij een enorm probleem. Doordat wij dit lobbywerk nu al jaren doen, is de overheid in toenemende mate gaan inzien, dat het zeer de moeite waard is met de uitgevers in een vroegtijdig stadium in overleg te treden. De richtlijnen van de overheid voor het maken van lesmateriaal zijn dan beter hanteerbaar en dat is in het belang van het ministerie, van ons en komt het onderwijs ten goede. Wij zien dit dan ook als een hele effectieve lobby.” Voor het primair onderwijs vraagt GEU voortdurend aandacht voor de actualiteit van de leermiddelen. Tweejaarlijks verricht PwC in opdracht van GEU onderzoek naar onder andere de veroudering van de leermiddelen. Van het basisonderwijs is bekend dat het, met uitzondering van de vakken rekenen en lezen, over het algemeen over behoorlijk verouderde leermiddelen beschikt. *Jaap van Loon:* “Dat is natuurlijk niet in ons belang, maar het is ook niet goed voor het onderwijs. De didactiek is anders geworden, digitale leermiddelen kwamen twintig jaar geleden nog niet voor.” Daarnaast wordt voor het primair onderwijs onderzocht wat de invloed is van de lump sum financiering en hoe het onderwijs de middelen besteedt.

Jaap van Loon: “Het lobbywerk in het voortgezet onderwijs concentreert zich nu op de

gevolgen van de invoering van de lump sum financiering in het VO, onder de naam ‘gratis schoolboeken’. Het probleem is dat wij als ondernemers het buitengewoon vervelend zouden vinden als die boeken echt gratis zouden zijn. Dat zijn ze natuurlijk ook niet, maar dan moet je nu wel de aandacht van de overheid richten op het feit dat blijvende bekostiging voor leermiddelen belangrijk is. Eerder was dat voor het voortgezet onderwijs niet nodig.”

In het middelbaar beroepsonderwijs, stelt Van Loon, is het lobbywerk misschien nog wel het moeilijkst. “Dat heeft veel te maken met het feit dat het MBO zelf erg op zoek is naar de juiste onderwijsvorm. Er is veel onrust over het competentiegericht onderwijs in het MBO, discussies over kwaliteit en dergelijke. Er is heel moeilijk achter te komen waar je een markt die zozeer met zichzelf worstelt een plezier mee doet. In dat lobbywerk hopen we ook zelf een weg te vinden, maar dat lukt eigenlijk alleen als we een klant krijgen die beter weet wat hij wil.”

Rapport Gerkens

Fiona Vening (EZ/JZ): “Het NUV heeft samen met andere rechthebbenden onder de vlaggen van Stichting Auteursrechtbelangen en VOI©E gereageerd op het Rapport Gerkens dat in de zomer van 2009 verscheen. In dat rapport van de parlementaire werkgroep onder voorzitterschap van Kamerlid Arda Gerkens (SP), werd gesteld dat het kabinet te weinig visie heeft op de toekomst van het auteursrecht. De werkgroep adviseerde de modernisering van de auteurswetgeving in Europees verband aan te jagen, ter versterking van de contractuele positie van auteurs prijsafspraken in collectieve onderhandelingen mogelijk te maken en de activiteiten van buitenlandse collectieve beheerorganisaties in Nederland ook onder de werking van het Nederlandse auteursrechttoezicht te brengen. In reactie hierop heeft het NUV met betrekking tot het collectief beheer via VOI©E aandacht gevraagd voor zelfregulering.



Verder is aanbevolen om onderzoek te doen naar alternatieve compensatieregelingen voor het gebruik dat in de praktijk niet op een acceptabele manier geregeld kan worden." De discussie met de Tweede Kamer en het kabinet over de toekomst van het auteursrecht wordt in 2010 voortgezet.

Mediawijsheid

Lobbyen is niet direct een kernfunctie van de Stichting Krant in de Klas. Een belangrijk onderdeel van het werk van KiK is wel om het ministerie van OCW, beleidsmakers en politici te laten zien wat KiK namens de dagbladen doet aan taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap, de drie pijlers van de stichting.

"Gek genoeg moeten we daarbij herhaaldelijk benadrukken dat ook kranten media zijn," zegt directeur *Fifi Schwarz*. "Voor uitgevers en journalisten is dat een open deur. Maar voor beleidsmakers en in het onderwijsveld lijkt men daaraan vaak voorbij te gaan.

Kijk bijvoorbeeld naar veel van de projecten die zijn aangesloten bij het Mediawijsheid Expertisecentrum, Mediawijzer.net. Verreweg de meeste daarvan zijn bijna uitsluitend gericht op audiovisuele media: bewegend beeld en internet. Bovendien is het uitgangspunt veelal dat kinderen beschermd moeten worden tegen ongewenste content of contacten online en commerciële communicatie. En bij digitale vaardigheden ligt het accent op het leren beseffen welke persoonlijke gegevens je op internet beter niet achter moet laten en dergelijke.

Dat is natuurlijk van groot belang, maar toch is er onvoldoende aandacht voor hoe je jonge mensen kunt leren om zelf werkelijk kritisch om te gaan met media-inhouden.

Terwijl we weten, zowel uit eigen onderzoek als uit de ons omringende landen, dat jonge mensen die actief nieuwsbronnen gebruiken, beter geïnformeerde en mediabewuste burgers zijn." Daarbij geldt de kanttekening dat het platform wat betreft KiK ondergeschikt is aan de inhoud. *Fifi Schwarz*: "Mediawijsheid is geen kwestie van

knoppen bedienen, het moet veel meer gaan over hoe jongeren het belang ervan leren inzien om zich goed te informeren - en verstandig met die informatie om te gaan. Dat vergt bovendien dat je in staat bent om teksten, zowel geschreven als gesproken, goed kunt plaatsen. KiK heeft zich als netwerkpartner bij het expertisecentrum aangesloten, om duidelijk te maken dat dagbladen, die ons dagelijks vanuit verschillende perspectieven en via verschillende kanalen informeren over wat er in de wereld om ons heen gebeurt, cruciaal zijn in de vorming van mediawijze burgers."

Duurzaam inkopen

Een succesvolle lobby vond in 2009 plaats op het gebied van duurzaam inkopen door de overheid. In haar beleidsvoornemens benoemde de overheid een hele groep producten die zij per januari 2010 alleen nog duurzaam zal inkopen.

Miranda Maasman (EZ/JZ): "Wat duurzaam is, zou samen met het bedrijfsleven in zogeheten 'duurzaamheidscriteria' worden geformuleerd. Producten en diensten die niet aan de criteria voldoen komen per januari 2010 niet meer in aanmerking om ingekocht te worden door de (rijks)overheid, lagere overheden volgen later. Op de lijst met productgroepen stond ook de categorie 'vakliteratuur en abonnementen', waarbij vakliteratuur zeer breed gedefinieerd zou worden. Economische en Juridische Zaken en UVW zijn daar direct tegen in actie gekomen." *Nineke van Dalen*: "Dat zijn van die vreemde discussies. Als de overheid CO₂ neutraal gaat inkopen, dan moet ook vakliteratuur op die lijst komen, zo had adviesbureau SenterNovem het bedacht. Maar het kiezen op basis van duurzaamheid voor vakliteratuur en abonnementen is lastig, en kan bovendien nauwelijks duurzaamheidswinst opleveren. Immers, vakliteratuur is per uitgabe uniek, de ambtenaar kiest op inhoud. VROM vond deze argumenten overtuigend: zij is uiteindelijk overgegaan tot het volledig schrappen van vakliteratuur van de lijst van duurzame productgroepen."



SenterNovem

Cecelia van Dalen (EZ/JZ): “Het NUV is overigens actief als het erom gaat leden en ketenpartners mede zorg te laten dragen voor het duurzaam gebruik van middelen, zoals papier en karton, maar ook energie. Via het NUV zijn uitgevers volop betrokken bij initiatieven die zijn gericht op verduurzaming, zoals deelname aan het goed functionerende systeem van papierrecycling van Stichting Papier Recycling Nederland (PRN) en aansluiting bij het Energiecentrum. Dat levert meer winst op dan criteria ooit zouden kunnen.”

Positie freelancers

In het najaar van 2009 heeft de evaluatie plaatsgevonden van het convenant Eigen Verklaring, waaraan een groot aantal leden heeft deelgenomen. De tevredenheid over het convenant bleek groot. Toch leeft er bij de leden nog veel onduidelijkheid, vooral in specifieke situaties. Bovendien geven leden aan toch nog veel werk te hebben aan het voeren van een correcte freelancer administratie. Bij de SER, het ministerie van SZW en het ministerie van Financiën heeft het NUV dit in 2009 onder de aandacht gebracht en erop gewezen dat diverse wetten en regels nu uiteenlopende definities hanteren voor de begrippen werknemer en ondernemer, wat voor opdrachtgevers onaanvaardbare risico's met zich meebrengt. Bovendien is duidelijk gemaakt dat de administratieve lasten rondom het werken met freelancers buitenproportioneel zwaar zijn, zeker ten opzichte van het kleine aantal 'fictieve dienstbetrekkingen'.

Miranda Maasman (EZ/JZ): “In het voorjaar van 2010 komt de SER op verzoek van het kabinet met een advies over de positie van zelfstandig ondernemers. In 2009 is de lobby ingezet voor meer duidelijkheid vooraf en verdere verlichting van de administratieve lasten, bij voorkeur door het afschaffen van de fictieve dienstbetrekkingen voor auteurs en redactie-medewerkers en het verschaffen van meer

duidelijkheid ten aanzien van de rechten en plichten van freelancers en ZZP'ers. In het SER-advies zal hopelijk gehoor worden gegeven aan deze wensen. Dat zou uitgevers veel onnodige kosten en ergernis schelen.”

Werkkostenregeling

Een lobby die goed illustreert dat het NUV als lobbyist succesvol kan zijn waar individuele uitgeverijen minder makkelijk zullen slagen is de zogeheten Werkkostenregeling.

Na verschijning van deze regeling in het op Prinsjesdag 2009 gepresenteerde Belastingplan 2010 is daartegen direct actie ondernomen vanuit het NUV. *Cecilia van Dalen*, secretaris Economische en Juridische Zaken: “In het Belastingplan werd voorgesteld het veelvoud aan regels voor de (on)belastbaarheid van specifieke vergoedingen en verstrekkingen in de loonsfeer te vereenvoudigen. Hoewel het NUV zeker positief staat tegenover een vereenvoudiging van de betreffende regeling, stond men minder positief tegenover de specifieke invulling van de regeling. Het NUV heeft direct geageerd tegen het merkwaardige onderscheid tussen de fiscale behandeling van vakliteratuur. Zo zijn studiekosten wel onder de 'gerichte vrijstellingen' opgenomen, waar dit voor vakliteratuur (algemeen forfait) daarentegen niet het geval is. Daarnaast wordt er, ongeacht het zakelijk karakter, onderscheid gemaakt tussen vakliteratuur verstrekt op de werkplek en thuis. Het NUV heeft de politiek hier op gewezen en hoewel dit niet direct heeft geresulteerd in een gerichte vrijstelling voor alle vakliteratuur, is wel bereikt dat voor elektronisch verstrekte vakliteratuur nu een nihilwaardering geldt. Hoewel de toepassing van de werkkostenregeling pas vanaf januari 2014 verplicht is, kan deze al vanaf 2011 door werkgevers worden toegepast. Dit element in de regeling hebben we in elk geval alvast weten te veranderen.”



“VROM vond deze argumenten overtuigend: zij is uiteindelijk overgegaan tot het volledig schrappen van vakliteratuur van de lijst van duurzame productgroepen.”



“De leden weten in het algemeen uitstekend hun weg te vinden naar de g
Of het nu gaat om het auditen van een auteurscontract of het a



gratis eerstelijnsloketten van NUV met vragen van juridische, economische, fiscale of sociale aard.
aanleggen van een dossier voor een ontslagaanvraag, vragen worden snel en adequaat opgepakt.”

Het NUV als adviseur

Het Vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken (EZ/JZ) en het Vaksecretariaat Sociale Zaken (SZ) van het NUV zijn gespecialiseerd in de voor de uitgeverij toepasselijke wet- en regelgeving. Zij adviseren en informeren NUV-leden, zowel op individueel als collectief niveau, over economische, juridische en sociale vraagstukken. Daarnaast verlenen de verschillende uitgeefgroepen specifieke diensten aan hun leden.



Collectief én individueel juridisch en economisch advies aan leden

In 2009 stelden individuele leden het NUV zowel telefonisch als per e-mail weer veel vragen, meer dan in voorgaande jaren. Die vragen betroffen zowel auteursrecht-kwesties als andere onderwerpen waarmee het NUV zich bezighoudt, zoals de Verpakkingenbelasting, btw op digitale uitgaven en de wetgeving op het gebied van abonnementen die waarschijnlijk gewijzigd zal worden. Het vaksecretariaat EZ/JZ geeft leden gratis eerstelijns advies. Daarnaast kunnen leden via de Stichting Juridische Dienstverlening van het NUV tegen kostprijs uitgebreid juridisch advies krijgen, bijvoorbeeld bij het opstellen van contracten of algemene publicatievoorwaarden. Fiona Vening, secretaris Economische en Juridische Zaken: "In 2009 hebben wij een toename van de individuele ledenvragen op economisch en juridisch gebied kunnen constateren. Juist in tijden van economische crisis kan het NUV zijn meerwaarde tonen door leden laagdrempelige toegang te bieden tot deskundig advies."

Collectief advies werd in 2009 onder meer aangeboden in de vorm van seminars en cursussen, regelmatig aangevulde informatie op www.nuv.nl en in de tweewekelijkse digitale nieuwsbrief.



Telecommunicatiewet

Het vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken organiseerde in samenwerking met de Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap in de zomer het drukbezochte seminar *Database: lust en last?* over de aanpassing van de Telecommunicatiewet en de wijze waarop marketeers om moeten gaan met het daaruit voortvloeiende zakelijk spamverbod en invoering van wettelijk bel-me-niet register. Dit jaar werd ook weer via de Stichting Juridische Dienstverlening (SJD) de populaire cursus *Auteursrecht in de uitgeverijpraktijk* aangeboden, waarin deelnemers aan de hand van praktijkcases leren het complexe auteursrecht op een goede manier toe te passen en valkuilen te vermijden. Het vaksecretariaat publiceerde in 2009 viermaal het kwalitatief hoogwaardige gratis auteursrechtmagazine *Copyright Notice*, met actuele informatie over auteursrecht en andere juridische zaken.

Google Boekenovereenkomst

Eind 2008 is er een voorlopige schikkingsovereenkomst getroffen tussen Google en Amerikaanse uitgevers en auteurs. Deze overeenkomst betreft het scannen en beschikbaar stellen door Google van boeken in Amerikaanse bibliotheken. Ook boeken van Nederlandse uitgevers kunnen in deze bibliotheken

voorkomen en konden in eerste instantie onder de overeenkomst vallen. *Fiona Vening* (EZ/JZ): “Het NUV heeft zijn leden in 2009 continu over de Google boeken-overeenkomst geïnformeerd via mailings, vaak gepaard met concrete stappenplannen. Daarnaast heeft het NUV een voorbeeld bezwarenbrief voor zijn leden beschikbaar gesteld. Deze brief bevat bezwaren en opmerkingen bij de Amerikaanse Google boekenovereenkomst, en is gericht aan de Amerikaanse rechtbank. Leden van het NUV die bezwaar wilden maken, konden deze brief gebruiken. Het NUV organiseerde in juni 2009 een informatiebijeenkomst over deze schikkingsovereenkomst. Daarbij gaven vertegenwoordigers van het NUV, Google Europe, de Federation of European Publishers (FEP) en Lira hun visie op de overeenkomst, en was er gelegenheid tot het stellen van vragen. Leden kregen van het NUV dus de instrumenten en achtergrondkennis aangereikt om zelf een bewuste keuze te maken hoe om te gaan met de Google Book settlement.”

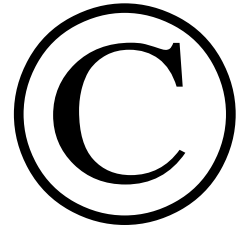
Zowel de Amerikaanse Justitie als de Europese Commissie deden in 2009 onderzoek naar de juridische aspecten (met name mededingingsrechtelijke) van de schikking. De Europese Commissie hield op 7 september een hoorzitting over de Google boekenovereenkomst. Het NUV heeft in september 2009 een verklaring opgesteld die richting politiek en pers is gebruikt, en waarin een kritische houding was gekozen ten opzichte van het huidige Amerikaanse schikkingsvoorstel. Tevens heeft het NUV zelf een bezwarenbrief aan de Amerikaanse rechtbank gestuurd.

Naar aanleiding van alle kritiek, hebben de schikkingpartijen eind 2009 besloten een nieuwe overeenkomst te maken. Het schikkingsvoorstel van Google met de Association

of American Publishers en het Authors Guild heeft in november 2009 grote veranderingen ondergaan. De nieuwe schikking betekent dat Nederlandse uitgevers niet langer onder de door de Amerikaanse partijen gesloten overeenkomst vallen. “So far, so good, maar het blijft opletten, want enerzijds kan Google een nieuw verkoopkanaal zijn, anderzijds moet dat wel in de goede zakelijke en juridische verhoudingen geregeld worden.”

Modelcontracten

Het vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken ontwikkelt in samenwerking met de uitgeefgroepen o.a. *modelcontracten*. *Fiona Vening* (EZ/JZ): “Deze modelcontracten komen (bij voorkeur) tot stand in overleg met auteursorganisaties, en beogen een afspiegeling te zijn van wat in de betreffende sector in het algemeen als wenselijk en gangbaar wordt ervaren”. In 2009 verscheen bijvoorbeeld van de Groep Algemene Uitgevers (GAU) en de Vereniging van Letterkundigen (VvL) een aanvulling op het literaire modelcontract voor zowel oorspronkelijk Nederlandstalig werk als voor vertalingen die het uitgeven van e-books regelt. In 2009 is ook gesproken met de VvL over een modelcontract voor kinderboeken. Het streven is om in 2010 tot een modelcontract te komen voor deze type uitgaven. Met de Vereniging van Educatieve Auteurs wordt gepraat over een gezamenlijk modelcontract voor de uitgave van schoolboeken.



“Juist in tijden van economische crisis kan het NUV zijn meerwaarde tonen door leden laagdrempelige toegang te bieden tot deskundig advies.”



Nineke van Dalen, secretaris UVW, bevestigt dat de UVW-leden veel toegevoegde waarde zien in de brancheorganisatie in de rol als adviseur. “De UVW-leden weten in het algemeen uitstekend hun weg te vinden naar de gratis eerstelijnsloketten van NUV met vragen van juridische, economische, fiscale of sociale aard. Of het nu gaat om het auditen van een auteurscontract of het aanleggen van een dossier voor een ontslagaanvraag, vragen worden snel en adequaat opgepakt.” Op de sites van NUV/UVW en het Bedrijfstakbureau (voor sociale informatie) vinden leden dossiers over een veelheid aan onderwerpen en ontvangen zij via RSS-feeds hierover updates op maat. Behalve monitoren, signaleren en informeren worden ontwikkelingen op het gebied van auteursrecht, verpakkingen, milieu, privacy, inzet van freelancers, reclamerichtlijnen et cetera ook toegelicht tijdens bijeenkomsten.

Nineke van Dalen, secretaris UVW: “Bedrijven, of ze nu groot zijn of klein, zijn vooral lid vanwege de netwerkfunctie. Maar de loketfunctie en adviseursfunctie van UVW over wat ze wel of niet mogen doen, vinden ze ook heel erg sterk. Die dienstverlening verzorgen we in hechte samenwerking met NUV. Wij hebben veel kleine leden, met veel vragen. En waar mogelijk bieden we modelcontracten, checklists en dat soort zaken aan, meer en meer ook digitaal.”

Auteursrecht en onderwijs

De website die advies geeft over het gebruik van muziek, film en het maken van kopieën in het onderwijs -www.auteursrechtenonderwijs.nl waarin NUV en GEU participeren, werd in 2009 vernieuwd en uitgebreid voor alle onderwijsvormen.

Betalingsverkeer

Eén van de onderwerpen waarover het NUV de leden in 2009 frequent heeft geïnformeerd is de introductie van de zogeheten *Single Euro Payments Area* (SEPA): de eenwording van het Europese betalingsverkeer in navolging van de komst van de euro. Niet alleen werden leden op de hoogte gehouden van de laatste ontwikkelingen en voorbereid op de (mogelijke) gevolgen daarvan. Leden konden eveneens de lobbyactiviteiten volgen die door het NUV in gang zijn gezet voor het behoud van de acceptgiro als betaalproduct en het vaststellen van een realistische einddatum evenals de vorderingen op Europees niveau. In 2009 was er verder enige ophef in de media over een uitspraak van de Rechtbank Haarlem. De berichten, onder meer afkomstig van de Consumentenbond, suggereerden dat het niet langer zou zijn toegestaan om verschillende tarieven te hanteren per betaalmethode, bijvoorbeeld hogere kosten bij betaling per acceptgiro. De Consumentenbond baseerde zich op een uitspraak van de kantonrechter Haarlem. Cecilia van Dalen, secretaris Economische en Juridische Zaken: “Deze uitspraak bleek te zijn gedaan onder dermate specifieke omstandigheden dat daaruit volgens ons helemaal geen algemene regel afgeleid mocht worden. Dit was overigens ook de conclusie van minister Bos, die reageerde op Kamervragen over dit onderwerp.” Leden kregen het advies om vooral transparant te zijn over de betalingsvoorwaarden en daarbij waar mogelijk een positieve uitleg te geven bij een verschil in tarief. Daarnaast was het advies adequaat om te gaan met eventuele klachten en altijd alternatieve betaalmethodes te bieden.

Dit waren namelijk de pijnpunten die in de rechterlijke uitspraak de hoofdrol speelden.

Sociale Zaken

Het Vaksecretariaat Sociale Zaken constateerde dat op het gebied van de individuele dienstverlening aan de leden steeds meer vragen worden afgevangen via de site www.uitgeverijbedrijf.nl. Op deze website van het Bedrijfstakbureau voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf, waarin alle werkgevers- en werknemersorganisaties in de sector zijn vertegenwoordigd, wordt nadere informatie gegeven over diverse cao's. Het Bedrijfstakbureau geeft invulling aan de afspraken die door cao-partijen bij cao zijn gemaakt. Van NUV-zijde geldt dit voor de Groep Algemene Uitgevers (GAU), de Groep Educatieve Uitgeverijen (GEU), de Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap (UVW) en de Groep Publiektijdschriften (GPT).

Advies aan mediaplanners en adverteerders

Cebuco, de centrale marketingorganisatie van de Nederlandse dagbladbranche, hield in 2009 een onderzoek naar de gebruiksvriendelijkheid van het mediumtype dagblad op het gebied van het inplannen van advertentiecampaagnes en de kostenberekening daarvan. *Olaf Croon*, directeur Cebuco: "Het onderzoeksresultaat bracht Cebuco er toe om als dienstverlening aan de mediabureaus en adverteerders de zogeheten *Cebuco Tarief Calculator* te ontwikkelen (www.cebucotarief-calculator.nl). Adverteerders en mediaplanners kunnen daarmee op eenvoudige wijze uitrekenen wat het kost om een advertentiecampaagne in een of meer dagbladen te plaatsen."

Ook introduceerde Cebuco de *Bereiksversterker*, waarmee op een simpele manier de bereikscijfers van dagbladen (print, online, of beide samen) kunnen worden ontsloten (www.cebucu.nl/bereiksversterker/index.html).

Voorlichting aan het onderwijs

De jonge generatie nieuwsconsumenten moet voortdurend worden gewezen op de relevantie van dagbladen. Stichting Krant in de Klas (KiK) richt zich hiertoe op het onderwijs: door docenten in het primair en voortgezet onderwijs uit te leggen hoe zij dagbladen in de les kunnen inzetten.

Fifi Schwarz, directeur KiK: "Dat is niet zomaar een kwestie van een stapel kranten leveren en klaar is Kees. Een docent wil zijn kennisvoorsprong ten opzichte van zijn of haar leerlingen behouden en moet de lesstof kunnen voorbereiden. Dat is bij kranten, die voor iedereen op hetzelfde moment verschijnen, lastig. Daarom is het noodzakelijk dat het gebruik van de krant wordt ingebed in het lesprogramma." KiK zorgt daarvoor door lesmaterialen te maken die de docent ondersteunen bij de voorbereiding, maar ook door voorlichting te geven in de vorm van workshops en presentaties bij onderwijsconferenties. In 2009 is geëxperimenteerd met studie-middagen bij docententeams op scholen. *Fifi Schwarz*: "Een belangrijke les die wij daaruit hebben getrokken, is dat ons advies niet alleen op prijs wordt gesteld, maar ook nodig is. Voor veel docenten is het lastig om zelf de vertaalslag te maken van de actualiteit naar de lesstof en andersom. Wij helpen hen daarbij."



Krant in de Klas
de bron voor media-educatie



"Of het nu gaat om het auditen van een auteurscontract of het aanleggen van een dossier voor een ontslagaanvraag, vragen worden snel en adequaat opgepakt."

Het NUV als onderhandelaar

De uitgeefgroepen binnen het NUV zijn autonome cao-partijen. Ondersteund door het Vaksecretariaat Sociale Zaken, voeren zij de onderhandelingen met werknemersorganisaties over de cao's in de uitgeefsector. In 2009 moesten de meeste cao's worden vernieuwd. Er kwam één nieuwe cao tot stand. Daarnaast onderhandelt het NUV over kortingen voor alle leden op uiteenlopende producten en diensten, zoals door het NUV georganiseerde activiteiten, de collectieve administratie van reader- en leenrechtvergoedingen, of collectieve verzekeringen. Voorts maakt het NUV bindende afspraken via gedragscodes, modelcontracten, convenanten en andere regelingen op sociaal, economisch, juridisch of financieel gebied.

Nieuwe cao

“Onderhandelen is ons op het lijf geschreven”, zegt *Ruud Schets*, secretaris Sociale Zaken.

“In 2009, toen alle cao's voor de uitgeverijsector vernieuwd moesten worden, hebben we dat met verve gedaan. We zijn heel standvastig geweest in onze koers. Gegeven de beroerde economische situatie bij onze leden, hebben wij over de hele linie aan de bonden duidelijk kunnen maken dat we ons in 2009, maar ook in 2010, geen arbeidskostenstijging kunnen permitteren. In de onderhandelingen die we tot nu hebben gevoerd, zijn we daar steeds in geslaagd.”

Het NUV is betrokken bij zes cao's, te weten voor dagbladjournalisten, vaktijdschriftjournalisten, publiektijdschriftjournalisten, opinieweekbladjournalisten, het boeken- en tijdschriftuitgeverijbedrijf en de grafimedia-sector. *Ruud Schets*: “De Grafimedia-CAO is een aparte cao, waarbij we namens de NDP betrokken zijn. In 2009 hebben we voor het administratieve personeel in het dagbladbedrijf een aparte, nieuwe cao gemaakt, de CAO voor het Dagbladuitgeverijbedrijf. Aanleiding voor de nieuwe cao voor administratief personeel was de omstandigheid dat de Grafimedia-CAO vooral is gericht op het grafisch-technische personeel en de bijbehorende functies. Om de ontkoppeling van het administratief personeel

in goede banen te leiden heeft het NDP-bestuur in 2009 een stuurgroep benoemd die belast was met het monitoren van de voortgang. Begin 2010 is die cao inderdaad met de bonden geaccordeerd; er vallen zo'n 4000 mensen onder.”

Het kleine team van het Vaksecretariaat Sociale Zaken (2,8 fte) faciliteert de onderhandelingsdelegaties die uit de ledenachterban, de bedrijven van de verschillende uitgeefgroepen, worden samengesteld.

Ruud Schets: “De groepen zijn bepalend. Het was spannend, maar ook lastig onderhandelen in 2009. Wij hadden geen geld in de achterzak en de bonden stelden wel stevige eisen, in het begin 3,5%, en dat is toch een forse looneis in belabberde economische tijden. Het was een bijzonder jaar, omdat we eigenlijk maar weinig onderhandelingsbijeenkomsten hebben gehad. Er is wel steeds wederzijds contact gehouden omdat het belang werd ingezien dat we gezamenlijk tot een vergelijk moesten komen. Voor ons was van groot belang om de cao te verlengen zonder loonsverhogingen. Met twee cao's zijn we er zo uitgekomen, de CAO voor Dagbladjournalisten en de CAO voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf. Dat zijn sobere resultaten. Maar daarnaast is de afspraak gemaakt om te gaan



kijken hoe we die cao's kunnen gaan moderniseren. Bij de cao's voor tijdschriftjournalisten is een onderhandelingsresultaat behaald. Het cao-overleg voor de vaktijdschriftjournalisten moet nog van start gaan."

Programmagegevens

De NDP heeft in 2009 de bestaande mantelovereenkomst voor de levering van rtv-programmagegevens per 1 januari 2010 beëindigd. In het najaar van 2009 zijn gesprekken met de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) over een nieuwe overeenkomst gestart. De NDP streeft ernaar in de eerste helft van 2010 een nieuwe mantelovereenkomst af te sluiten. *Tom Nauta*, algemeen secretaris NDP: "Ter overbrugging zijn met de NPO afspraken gemaakt die de continuïteit van de levering waarborgen."

Modelcontracten

Een intensieve onderhandeling voerde de Literaire Uitgeversgroep (LUG) van de Groep Algemene Uitgevers in 2009 over een addendum inzake e-books bij het literaire modelcontract voor zowel oorspronkelijk Nederlandstalig werk als voor vertalingen. Ook is de GAU met de VVL in onderhandeling over een contract voor kinderboeken (zie: *NUV als zelfregulator*).

Ria Derks, voorzitter GAU: "In 2010 gaan we praten over een integrale herziening van het modelcontract voor literaire uitgaven. Dat is een heel actueel thema gezien het veranderende speelveld. De vragen zijn: wie zijn de spelers, welke rollen vervullen die, met welke toegevoegde waarde, wat gaat de ene partij eraan verdienen en wat de andere, en is dat redelijk? Over dergelijke zaken bestaan nog heel veel onzekerheden. Het is een belangrijke uitdaging waar we in de onderhandelingsfeer voor staan om dat in goede banen te leiden en tot goede afspraken te komen."

Reprorecht ook digitaal

Wat betreft de Regeling Reprorecht Bedrijfsleven heeft Stichting Reprorecht, samen met VNO-NCW en MKB-Nederland, de brancheorganisatie voor collectieve beheersorganisaties (VOI©E) en het NUV, onderzocht hoe de reprorechtregeling met kleine aanpassingen kon worden voortgezet voor het tijdvak 2009/2010. Bij deze gesprekken is door alle partijen rekening gehouden met de aanbevelingen die zijn gedaan door de werkgroep Pastors in het rapport 'Samen werken aan verbetering incasso auteursrecht en naburige rechten', dat op 29 mei 2009 is gepresenteerd. Volgens dat rapport wordt de regeling ongewijzigd verlengd in 2009/2010 tenzij anders overeengekomen.

Fiona Vening, secretaris Economische en Juridische Zaken: "En er zijn met de organisaties van onderwijsinstellingen in 2009 onderhandelingen gevoerd over een vernieuwing van readerregelingen voor de universiteiten en hbo-instellingen. Het hergebruik in een digitale omgeving was daar al in opgenomen en is verduidelijkt. Een ander onderdeel vormden heldere gebruiksvoorwaarden voor de universiteiten en hogescholen. De formele afronding van het akkoord met de HBO-raad vindt plaats in 2010."

Nineke van Dalen, secretaris UVW:

"Onze inspanningen zijn gericht op een reprorechtstelsel dat ook in de (digitale) toekomst effectief is. Digitalisering biedt de mogelijkheid tot individuele maatwerkafspraken, maar vraagt in sommige gevallen om collectieve afspraken."

Met de bibliotheken sloten we bijvoorbeeld een overeenkomst over hoe moet worden omgegaan met rechten op verweesde en niet meer leverbare werken die worden gedigitaliseerd, waarvan de rechthebbenden niet te traceren zijn.



"Onze inspanningen zijn gericht op een reprorechtstelsel dat ook in de (digitale) toekomst effectief is."

In internationaal verband werd een drm-standaard gelanceerd voor de toegangsrechten van zoekmachines tot uitgeefcontent, het Automated Content Access Protocol (ACAP).” Door extra handhaving konden overigens in 2009 (net als in voorgaande jaren) substantieel meer repro- en readervergoedingen worden geïnd in het hoger onderwijs.

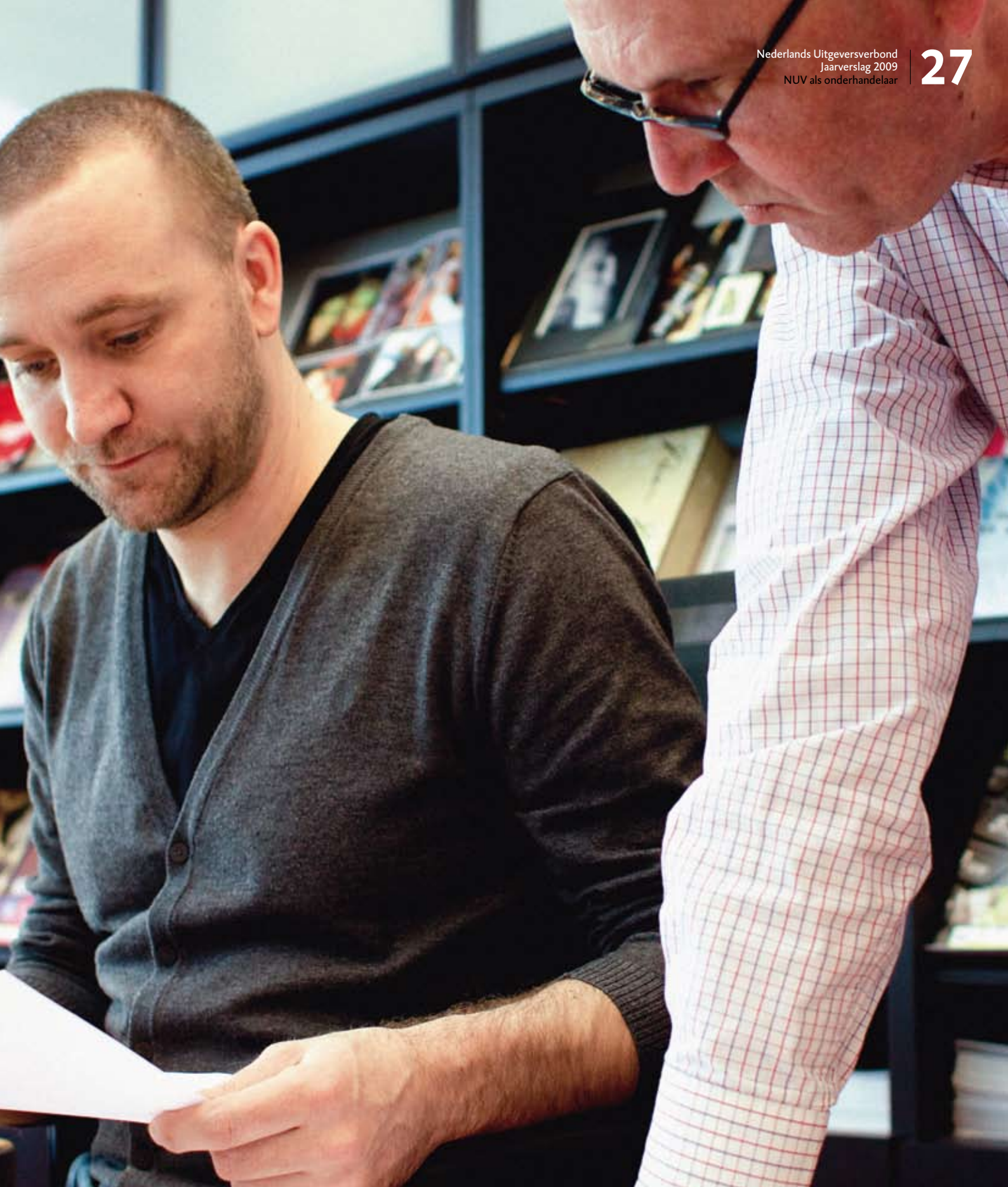
Kortingen

Het NUV onderhandelt over kortingen voor de leden op uiteenlopende producten en diensten, zoals collectieve verzekeringen of collectieve inkoop. De Groep UVW regelde een premievoordeel voor de leden bij het (vrijwillig) afsluiten van een mantelpolisverzekering bij Achmea. En de Groep Publiekstijdschriften bedingt bijvoorbeeld korting voor de leden bij het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM).

Harriët Schrier, secretaris GPT: “NOM voert de onderzoeken Print Monitor en Doelgroep Monitor uit, naar respectievelijk het bereik van dagbladen en tijdschriften, en naar gedetailleerde lezersprofielen. Als GPT-lid betaal je daar een lager tarief voor dan wanneer je geen lid bent. Die korting is zo substantieel dat het voor uitgeverijen een belangrijke bijkomende reden kan zijn om GPT-lid te worden.”

Verder heeft het NUV ten behoeve van haar leden kortingsafspraken gemaakt met de postbedrijven SANDD en DHL Global Mail. Deze kortingsafspraken, op basis waarvan de leden van het NUV, (ongeacht het volume en de frequentie van hun poststromen), een standaard kortingspercentage verkrijgen, gelden voor onbepaalde tijd en waren dus ook in 2009 onverminderd van kracht. *Cecilia van Dalen*, secretaris Economische en Juridische Zaken (tevens secretaris van de NUV-bestuurscommissie Distributie): “Hoewel de grote uitgeverijen veelal prima in staat zijn om de eigen onderhandelingen te voeren met de diverse postbedrijven, ligt dit veelal anders bij de relatief kleine uitgeverijen. Voor hen kunnen dergelijke kortingspercentages zeker interessant zijn.”





Hoewel de grote uitgeverijen veelal prima in staat zijn om de eigen onderhandelingen te voeren, ligt dit veelal anders bij de relatief kleine uitgeverijen. Voor hen kunnen collectieve kortingspercentages zeker interessant zijn.

Het NUV als zelfregulator

Het NUV bevordert professionalisering van de sector door overkoepelende, bindende afspraken te maken op terreinen waar zelfregulering mogelijk is. Als zelfregulator zorgt het NUV voor maatwerk zodat recht wordt gedaan aan de belangen van partijen waarvoor deze afspraken zijn gemaakt. Voorbeelden zijn de al jaren geldende zelfreguleringsafspraken op het gebied van reclame, journalistiek en recycling. Ook de (meestal) bindende afspraken gemaakt over cao's, convenanten met de vakverenigingen, UWV en de Belastingdienst zijn goede voorbeelden van zelfregulering. In 2009 werden enkele nieuwe afspraken toegevoegd. Zo kon een principeakkoord worden gesloten over het digitaliseren en beschikbaar maken van erfgoedcollecties. En werd er een addendum bij de literaire modelcontracten tot stand gebracht. Met auteursorganisaties werden gesprekken gevoerd over een modelcontract voor kinderboeken en er werd een nieuwe readerregeling getroffen.



Raad voor de Journalistiek

Reclame

Harriet Schier, secretaris Groep Publiekstijdschriften: "Hoog in ons vaandel staat natuurlijk het behoud van de Stichting Reclame Code. In 2009 vond een discussie plaats over de financiering van de Reclamecode en besloten werd dat de adverteerder de *Stichting Reclame Code* betaalt op basis van zijn bestedingen in de diverse mediatypen, gebaseerd op de cijfers van Bureau Nielsen. Die betalingen waren eerst vrijwillig, maar het bleek dat er zo niet voldoende geld binnengehaald werd om de Commissie in stand te houden. Daarom is besloten een nieuw artikel in de Reclamecode op te nemen, artikel 19, dat stelt dat je als adverteerder verplicht bent om je bijdrage aan de Reclamecode te voldoen. Doe je dat niet, dan kan daar een penalty op volgen, die kan inhouden dat de media niet meer tot plaatsing van je uitingen zullen overgaan. Alleen al de discussie over dat nieuwe artikel sorteerde het gewenste effect: met die stok achter de deur werd er goed betaald. De Stichting Reclame Code en de Reclamecode zelf is daarmee gered, na eerder onder druk te hebben gestaan. Alle partijen aan tafel waren van mening dat zelfregulering op dit

gebied heel belangrijk is." Ook de NDP is op het terrein van het advertentiewezen voorstander van zelfregulering. De NDP participeert daarom eveneens zowel financieel als bestuurlijk in de Stichting Reclame Code, alsmede in de Keuringsraad KOAG/KAG.

Raoul Eljon, adjunct-secretaris Economische en Juridische Zaken: "In 2009 is veel werk verzet om aanpassing van de Reclamecode voor Voedingsmiddelen te realiseren. De aangepaste Reclamecode voor Voedingsmiddelen bevat nu een algemene beperking voor reclame voor kinderen onder de zeven jaar. Hiermee nemen media-exploitanten, adverteerders en de levensmiddelenindustrie gezamenlijk hun verantwoordelijkheid bij het maken en verspreiden van verantwoorde reclame." Het bestuur van de Stichting Reclamecode (SRC) stemde begin 2010 formeel in met wijziging van de Reclamecode voor Voedingsmiddelen.

Journalistiek

Auke Visser, voorzitter Groep Publiekstijdschriften: "We zitten ook in de Raad voor de Journalistiek, net als de NDP, samen met de

av-media. Deze raad, die zo'n 100 tot 150 uitspraken per jaar doet, heeft onlangs subsidie gekregen ten behoeve van personele uitbreiding. Wij vonden dat de uitspraken wel wat sneller openbaar gemaakt mochten worden, dus is er verder geprofessionaliseerd. Ondanks dat de Raad wel eens ter discussie staat vinden wij het belangrijk dat die raad er is, want zo worden veel zaken afgevangen die anders naar de rechter zouden moeten. De subsidie van de overheid laat zien dat die het ook belangrijk vindt dat het vak dit zelf regelt."

Kees Spaan, voorzitter NDP: "De interne pluriformiteit van dagbladen is het meest gebaat bij een onafhankelijke en zelfkritische beroepsgroep. Bovendien bestaan dagbladen bij de gratie van de lezer. Een zorgvuldige en evenwichtige berichtgeving is daarom in het belang van zowel de maatschappij als de uitgever zelf." Ten behoeve van de kwaliteitsbewaking binnen de journalistiek participeerde NDP ook in 2009, zowel bestuurlijk als financieel, in het zogeheten 'drieluik zelfregulering': de Raad voor de Journalistiek, de Nieuwsmonitor en MediaDebat, platform voor pers en publiek. De Nieuwsmonitor en Mediadebat werden in 2005 opgericht om de zelfregulerende functie van media te versterken.

Oplagecertificering

"Een branche die transparant, open en eerlijk durft te zijn, zowel naar klanten als onderling, getuigt van professionaliteit," stelt *Nineke van Dalen*, secretaris Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap. "Daarom nemen wij deel aan dat hele bouwwerk van HOI en de *oplagecertificering*. Aan UVW-kant is daaraan gekoppeld de NSTD-kaart als keurmerk. Dat doen wij enerzijds om eerlijke concurrentie tussen uitgevers van vaktijdschriften

onderling te bevorderen. En anderzijds voor adverteerders, zodat zij weten op welke oplagen de tarieven zijn gebaseerd."

De verplichte aansluiting van UVW-leden bij HOI zorgt zo voor transparantie in de markt. Ook het *Bindend ledenbesluit* voor abonnee- en lezerskringonderzoeken dient dat doel. Dat besluit bepaalt de normen waaraan rapporten over abonnee- en lezerskringonderzoeken moeten voldoen, zodat het hele begrippenkader en de manier waarop het onderzoek is uitgevoerd eenduidig is en aan een ISO-norm voldoet. *Nineke van Dalen:* "Adequate zelfregulering op maat van de sector leidt overigens niet alleen tot een betrouwbaar imago van individuele leden en de gehele sector. Zonder zelfregulering lopen individuele uitgevers het risico door nadelige regelgeving te worden overvallen zonder daar nog invloed op te kunnen uitoefenen."

Digitalisering erfgoedcollecties

In 2009 bereikten de bibliotheken, vertegenwoordigd door FOBID, en rechthebbenden, vertegenwoordigd door VOI©E, een principeakkoord over het digitaliseren en beschikbaar maken van hun erfgoedcollecties. De bibliotheken van de vertegenwoordigende organisaties krijgen daardoor van vrijwel alle rechthebbenden onder voorwaarden toestemming om hun collecties, voor zover die behoren tot het Nederlandse culturele erfgoed en voor zover het werken betreft die niet meer commercieel verkrijgbaar zijn, te digitaliseren en in hun eigen gebouwen beschikbaar te maken voor het publiek ten behoeve van onderwijs en onderzoek.

Er is een zogenaamd *Meldpunt Digitalisering* ingesteld, waar bibliotheken en archieven hun voorgenomen digitaliseringsprojecten kunnen aanmelden en met rechthebbenden in contact kunnen treden over de realisering daarvan.



"De interne pluriformiteit van dagbladen is het meest gebaat bij een onafhankelijke en zelfkritische beroepsgroep."



Concreet voorbeeld van een project dat bij dit meldpunt is aangemeld, is het project Databank Digitale Dagbladen van de Koninklijke Bibliotheek (KB). Het gaat hier om het digitaliseren van dagbladen die tot 1995 zijn verschenen.

Fiona Vening, secretaris Economische en Juridische Zaken: "Als NUV geven we daarin juridisch advies aan de individuele dagbladuitgevers, de NDP en de KB om te kijken in hoeverre we tot gezamenlijke afspraken kunnen komen voor het beschikbaar stellen van de archieven via de KB. In 2009 is een intentieverklaring afgegeven om te komen tot een modelovereenkomst. De uitgevers werken mee aan het project in ruil voor de bestanden, die zij dan ook zelf beschikbaar kunnen stellen als daarvoor de rechten zijn geregeld. Enkele leden van de NDP hebben daarbij aangegeven de mogelijkheid te willen hebben om bij het verlenen van online toegang tot de databank, vanuit de bibliotheek door te linken naar de website van de uitgever. In hoeverre dat technisch en juridisch mogelijk is, wordt nog nader door de KB onderzocht."

Modelcontracten

Een delegatie van de LUG (Literaire Uitgevers Groep, onderdeel van de GAU) heeft in 2009 onderhandeld met de VvL (Vereniging van Letterkundigen) over een addendum inzake e-books bij de bestaande literaire modelcontracten.

Fiona Vening: "Het NUV is groot voorstander van modelcontracten, ook inzake het wetsvoorstel auteurscontractenrecht, dat er nu echt aan gaat komen. Wij zijn geen voorstander van een uitgebreide wettelijke regeling, maar geven de voorkeur aan zelfregulering, zoals modelcontracten met de auteursorganisaties. Behalve onderhandelingen over het addendum bij de literaire modelcontracten, werden in 2009 met auteursorganisaties gesprekken gevoerd over een modelcontract voor kinderboeken en een voor educatieve werken.

Die modelcontracten laten zien dat het NUV samen met auteursorganisaties tot goede afspraken kan komen en een uitgebreide wettelijke regeling van het auteurscontract niet noodzakelijk is."

Over het addendum voor e-books bij de bestaande literaire modelcontracten zijn partijen begin 2010 tot overeenstemming gekomen. In 2010 zal verder gesproken worden over een integrale herziening van het Modelcontract. Daarnaast werden in 2009 grote vorderingen gemaakt bij de voorbereiding van een Modelcontract voor kinderboeken, waar de WKU (Werkgroep Kinderboeken Uitgevers, onderdeel van de GAU) nauw bij betrokken was.

Readerregelingen

De Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie (PRO) is opgericht door het Nederlands Uitgeversverbond voor de vrijwillige collectieve administratie van rechten voor uitgevers. De hoofdactiviteiten zijn ondergebracht bij vier secties:

- PRO Leenrechtvergoeding Uitgevers (PLU) voor de verdeling van het uitgeversdeel in het leenrecht;
- PRO Readerregeling Nederland (PRN) voor de centrale administratie en uitvoering van de readerregeling, waarbij nauw wordt samengewerkt met de:
- Sectie International Publishers Rights (IPRO) voor de readervergoedingen voor buitenlandse uitgevers;
- het Copyright Licentie- en Incassobureau PRO (CLIP) voor de uitvoering van de regeling van knipseldiensten en -kranten en de LiteROM-regeling.

De uitvoerende werkzaamheden worden verricht door CEDAR BV. In 2009 hebben NUV en PRO met de VSNU en de HBO raad gesproken over nieuwe readerregelingen. Met de VSNU, vereniging van universiteiten, is intensief onderhandeld om te komen tot een aangepaste afkoopregeling voor

het overnemen van korte gedeelten in readers.

Fiona Vening: “Deze onderhandelingen hebben helaas niet geleid tot een aangepaste regeling, hoewel er wel al bijna een akkoord was over de voorwaarden. De huidige regeling is derhalve gecontinueerd. De gesprekken met de HBO raad zijn een stuk vlotter verlopen, en de verwachting is dat in 2010 een akkoord over een nieuwe regeling wordt bereikt.”

De readerregelingen staan digitaal gebruik in een besloten onderwijsomgeving toe. De onderwijsinstellingen maken steeds meer gebruik van intranetomgevingen om studenten toegang te verlenen tot onderwijsondersteunend materiaal. In deze omgevingen wordt uiteraard ook materiaal geplaatst dat niet door de docenten zelf is gecreëerd maar dat wordt overgenomen uit werken van uitgevers. Veel van dit materiaal is te beschouwen als korte overname en valt derhalve onder het gebruik dat in de afkoopregelingen is overeengekomen. *Fiona Vening:* “Net als bij de papieren readers controleert Stichting PRO het digitale materiaal op langere overnames. Op deze manier is het mogelijk om inbreuken te constateren en worden onderwijsinstellingen zich bewust van het feit dat digitale content van uitgevers niet gratis is.”

CLIP is de afdeling binnen de Stichting PRO die zich bezighoudt met de regeling knipseldiensten en -kranten. In 2009 heeft CLIP € 1,6 miljoen voor de rechthebbenden gefactureerd bij knipseldiensten, bedrijven en de overheid. Eenzelfde bedrag is uitgekeerd aan de uitgevers middels de kwartaalrepartities van CLIP. Het afgelopen jaar is veel tijd geïnvesteerd in het binnenhalen van de mandaten van de kleinere uitgevers. En met succes: in 2009 is door meer dan 500 uitgevers een mandaat afgegeven aan CLIP.

Recycling

In 2009 bleek het zelfreguleringssysteem van de Stichting Papier Recycling Nederland (PRN), waarin het NUV namens de uitgeefsector bestuurlijk participeert, te functioneren zoals het bedoeld is. Voor het eerst in het ruim tienjarig bestaan van de stichting kwam eind 2008 de marktprijs van oudpapier zo laag te liggen, dat er een ketendeficit ontstond en de kosten van inzameling niet meer gecompenseerd werden. Op basis van afspraken, zoals vastgelegd in het algemeen verbindend verklaarde Papiervezelconvenant, ontvangen Gemeenten op zo'n moment een tegemoetkoming in die kosten om de continue inzameling van oudpapier in stand te houden. Oudpapier is immers een belangrijke secundaire grondstof voor het maken van nieuw papier. De kosten worden gefinancierd door het heffen van een afvalbeheersbijdrage bij de zogeheten ‘eerste ontvangers’ van papier en karton in Nederland, waaronder veel uitgevers. In het tweede kwartaal 2009 was er dus voor het eerst sprake van een dergelijke heffing. Na een kwartaal kon de betreffende heffing echter weer worden stopgezet. *Cecilia van Dalen*, secretaris Economische en Juridische Zaken: “Het NUV is groot voorstander van deze vorm van zelfregulering, wat met hoge recyclingpercentages (80% in 2009) al een aantal jaren uiterst succesvol is en (uitbreiding van) wetgeving overbodig maakt.” Om de leden goed te informeren over de werking van het PRN-systeem en de toen op handen zijnde heffing werd in mei 2009 door het NUV een informatiebijeenkomst georganiseerd.



“Die modelcontracten laten zien dat het NUV samen met auteursorganisaties tot goede afspraken kan komen en een uitgebreide wettelijke regeling van het auteurscontract niet noodzakelijk is.”

Postfilter

Sinds oktober 2009 participeert het NUV samen met de KVGGO in stichting Postfilter. Cecilia van Dalen (EZ/JZ): "Inzet is met deze vorm van zelfregulering eventuele irritatie over ontvangen post weg te nemen bij consumenten en uitbreiding van wetgeving te voorkomen, zonder bedrijven op te zadelen met extra administratieve lasten en onnodige belemmeringen in hun marketingactiviteiten." Consumenten wordt de mogelijkheid geboden zich bij Postfilter centraal af te melden voor geadresseerd (reclame)drukwerk. Daarnaast beheert de stichting het Overledenenregister. Bedrijven kunnen inzage krijgen in die registers zodat zij hun adresbestanden kunnen schonen. Hiermee wordt het verzoek van consumenten om geen Direct Mail te ontvangen gerespecteerd. Leden van het NUV hebben onbeperkt gratis toegang tot de registers van Postfilter. Om deze vorm van zelfregulering goed te laten functioneren wordt nu een gedragscode voorbereid waaraan de leden van de aangesloten branche- en belangenorganisaties, waaronder ook de leden van het NUV, zich dienen te conformeren.

Leesgehandicapten

In 2009 is een start gemaakt met de evaluatie van de *Regeling toegankelijke lectuur voor leesgehandicapten*. Het NUV heeft daarbij met name aandacht gevraagd voor een betere controle van de uitleen van omgewerkte boeken aan een besloten doelgroep. De coördinatie en aansturing van bibliotheekvoorzieningen voor mensen met een leeshandicap is, via een centraal loket, komen te liggen bij

de Vereniging Openbare Bibliotheken (VOB, tegenwoordig SIOB). De regeling is een tripartite overeenkomst tussen de VOB, het NUV en Dedicon, een bedrijf dat in opdracht van VOB optreedt als producent en distributeur van aangepaste algemene lectuur, kranten en tijdschriften en tevens geldt als directe leverancier van aangepaste studie- en vakliteratuur voor leesgehandicapten.

De samenwerking tussen uitgevers en bibliotheken is een zeer goed werkende vorm van zelfregulering: Nederland geldt internationaal als koploper op het vlak van blindenleesvoorziening.

Cao's

Ruud Schets, secretaris Vakgroep Sociale Zaken: "Wij faciliteren veel op het gebied van de uitvoering van de afspraken rond cao's. Dat is ondergebracht bij het Bedrijfstakbureau en wij als Vaksecretariaat Sociale Zaken zijn daar de trekker in om te zorgen dat een en ander ook op een goede manier gebeurt. Wij bereiden de vergaderingen en de zaken inhoudelijk voor, waarna het paritaire bestuur van werkgevers en werknemers beslissingen kan nemen. Dat is een waardevol instrument voor de branche." Meer over cao's onder het hoofdstuk "Onderhandelaar."



zelfregulering op maat van de sector leidt niet alleen tot een betrouwbaar imago van individuele uitgeverij. Zonder zelfregulering lopen individuele uitgeverij het risico door nadelige regelgeving te worden overvallen zonder daar nog invloed op te kunnen uitoefenen.”

Het NUV als inspirator

Het Nederlands Uitgeversverbond schenkt veel aandacht en tijd aan kennisdeling, het uitwisselen van ervaring en netwerken. Naast de meer formele bijeenkomsten van de diverse besturen en commissies, organiseren de uitgeefgroepen en vaksecretariaten met grote regelmaat informatie- en discussiebijeenkomsten over de trends en ontwikkelingen in het uitgeefvak. Deze round tables, seminars, workshops en trainingen ter lering en inspiratie van de leden, werden in 2009 goed bezocht.

Kennisuitwisseling

Professionalisering in de diepte en de breedte van de branche vormt het zwaartepunt van de activiteiten van UVW (de Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap). *Nineke van Dalen*, secretaris UVW, ziet het organiseren van deze round tables dan ook niet alleen als het bieden van inspiratie aan de leden. "Wij zien het tevens als deskundigheidsbevordering. In de round tables proberen we latente kennis manifest te maken. Mensen uit ledenbedrijven delen hun ervaringen met andere leden, dat is de formule. Leden ervaren dat ook als een van de belangrijkste toegevoegde waarden van UVW." UVW organiseert zeven of acht van dergelijke bijeenkomsten per jaar, plus nog de uitreiking van de LOF Prijzen. Onderwerpen die in 2009 tijdens de round tables aan de orde kwamen, waren o.a. de efficiency van redactionele automatisering en van bewegend beeld in uitgeefproposities. Samen met de GAU en het NUV organiseerde de Groep UVW in juni een druk bezochte voorlichtingsbijeenkomst over de Google Book Settlement Agreement onder de titel 'Schikken, slikken of vertikken?'. In samenwerking met UVW organiseerde het NUV een seminar over de aanpassing van de Telecomwet per 1 oktober 2009 voor B2B-spamverkeer en hoe marketeers daarmee om moeten gaan, met als insteek wat er nog wél mag.



De leden van UVW inspireren ook elkaar. Zo wordt jaarlijks de LOF Prijs voor Vak-informatie, dé kwaliteitsprijs voor uitgeefproducten voor B2B en professionals, uitgereikt aan een product of dienst op het terrein van vak- en wetenschappelijke informatie. Dat kunnen boeken zijn, vaktijdschriften maar ook websites, blogs of een combinatie van diverse producten als extensies van een uitgeefmerk of een hele B2B-portfolio of digitaal platform. Naast de LOF Prijs voor Vak-informatie kan de jury inzendingen onderscheiden voor bepaalde aspecten van de uitgeefprestatie die om uiteenlopende redenen extra aandacht verdienen van het uitgeefvak. *Nineke van Dalen*: "De bereidheid van de leden om ervaringen te delen draagt enorm bij aan de professionaliteit van de sector. Dit is mogelijk omdat UVW zorgt voor exclusieve en besloten bijeenkomsten vanuit een clubgedachte."

Ria Derks, voorzitter van de Groep Algemene Uitgevers, beschouwt het inspireren en faciliteren van de leden als de twee leidende facetten in de dienstverlening van de GAU. "Enkele jaren geleden hebben we *innovatie* en *professionalisering* als strategische speerpunten gekozen, met als hoofdthema de digitalisering en alles wat daaronder valt. In dat kader hebben we in 2009 meerdere bijeenkomsten georganiseerd, onder andere over social media en marketing."

Inspiratie daartoe leverden o.a. de collega's van de Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap.

Ria Derks: "De algemene boekenmarkt krijgt in een iets later stadium dan de wetenschappelijke uitgeverijen met digitalisering te maken. Die zijn al jaren bezig met nieuwe business modellen, aanpassen van licenties, et cetera. Maar de boekenmarkt zit door de komst van de e-books nu ook in een versnelling, waardoor we bijna in één slag uitkomen bij het niveau van de wetenschappelijke uitgevers. Zij zijn binnen het NUV een goed voorbeeld van het inspireren van hun leden en het bijdragen aan de professionaliteit van het vak door middel van seminars en bijeenkomsten en dergelijke. Vanuit de GAU gaan wij dergelijke programma's in 2010 intensiveren."

De Groep Educatieve Uitgeverijen keek eveneens met een schuin oog naar de ontwikkelingen bij de uitgevers voor Vak en Wetenschap. Jaap van Loon, voorzitter GEU: "Ter inspiratie van de leden hebben wij een uitgever op wetenschappelijk gebied een voordracht laten houden over de ontwikkeling van de relatie tussen wetenschappelijke uitgeverijen en bibliotheken in de digitale wereld. Educatieve uitgevers moeten die beweging in hun relatie met de scholen nog maken en met name kleinere uitgevers hebben vaak niet de kracht dit soort ontwikkelingen zelf te volgen of er een analyse van te maken. Deze bijeenkomst is zeker een grote inspiratie voor de educatieve uitgevers geweest."

Inspireren

Net als bij de GAU en UVW is inspireren, in combinatie met promotie en advies, voor de Groep Publiekstijdschriften een van de belangrijkste rollen.

Harriet Schrier, secretaris GPT: "Wij richten ons daarbij vooral op het educatieve terrein.

Daar horen de bijeenkomsten onder de noemer *Bladen in de Balie* bij, maar ook de *Expeditie Bladenmaken*, de publicatie van het boek *de Canon van de Tijdschriften*, of de workshops voor mediaplanners of creatieven."

De discussie- en netwerkbijeenkomst *Bladen in de Balie* vond vijfmaal plaats in 2009, met onderwerpen als 'Jong en Oud: wat kunnen ze van elkaar leren?' en 'Analisten: printmagazines zeker niet dood.' Verslagen van deze bijeenkomsten worden op een aparte website gepubliceerd (www.bladenindebalie.nl). Voor 2010 is een intensievere samenwerking met Villamedia c.q. de NVJ gerealiseerd vanuit de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP) organiseerde in 2009 tevens de jaarlijkse *Expeditie Bladenmaken*, de *Masterclasses Bladenmaken* voor chefredacteurs en *Bladenmaken voor freelancers*, en trof voorbereidingen voor de in 2010 te houden *Kijk op Beeld dag* voor beeldredacteurs.

De jaarlijkse *Soul Factor of Magazines*, een serie workshops voor mediaplanners, stond in 2009 voor het eerst open voor adverteerders. In samenwerking met de HALLO-academie werd in april de workshop conceptontwikkeling tijdschriften gegeven. Jonge creatieven werken op deze academie voor toegepaste creativiteit in workshops, gelardeerd met presentaties van mensen uit de tijdschriftenbranche, aan een nieuw concept voor een tijdschrift. Aan het eind van de week presenteren zij hun concepten.

In samenwerking met de COP en het Lucas-Ooms Fonds bracht GPT de uitgave van het boek *Canon van de Tijdschriften* tot stand. Auke Visser, voorzitter GPT: "Elke zichzelf respecterende sector dient met een canon te komen. Dat hebben wij dus ook gedaan. Als je trots bent op het heden, ben je per definitie geïnteresseerd in het verleden.



**"In de round tables proberen we latente kennis manifest te maken.
Mensen uit ledenbedrijven delen hun ervaringen met andere leden, dat is de formule."**



“De bereidheid van de leden om ervaringen te delen draagt enorm bij aan de professionaliteit van de sector.”

Het boek zetten we o.a. in als relatiegeschenk, maar is voor € 19,90 ook in de winkel verkrijgbaar. En er hoort tevens een website bij: (www.tijdschriftencanon.nl)."

De NDP neemt haar verantwoordelijkheid op het terrein van media-educatie en burgerschapsvorming in het onderwijs en heeft deze activiteiten ondergebracht bij de Stichting Krant in de Klas. Deze stichting verspreidt, kosteloos en op verzoek, dagbladen en lesmateriaal aan het onderwijs. Voor de Stichting Krant in de Klas (KiK) is het inspireren van docenten om kranten in het onderwijs te gebruiken een kernactiviteit.

Fifi Schwarz, directeur KiK: "Kranten lezen gaat niet vanzelf, zeker niet bij jongeren. Wij zorgen ervoor dat scholieren inzien dat kranten niet alleen nuttige maar ook leuke bronnen zijn, met informatie die ook voor henzelf relevant is. Dat doen we door docenten inspirerend lesmateriaal te leveren. Enerzijds zijn dat de kranten zelf, want kranten verrijken de lesstof, omdat ze een brug slaan tussen wat in de schoolboeken staat, en de dagelijkse werkelijkheid buiten school. Anderzijds is dat het lesmateriaal dat wij voor docenten ontwikkelen: we maken lesopdrachten die zij gratis online kunnen downloaden. Zij bepalen zelf welke opdrachten ze op welk moment willen gebruiken - en combineren deze met de dagbladen die ze bij ons aanvragen." In 2009 zijn voor het voortgezet onderwijs de opdrachtenbundels *Theater in de krant* en *Europa in de krant* verschenen. En voor het primair onderwijs stelt KiK elke twee weken lesopdrachten samen die verschijnen bij de leskrant van het Schooltv Weekjournaal. Daarnaast maakt KiK elke maand de Nieuwsquiz uit de krant, waarmee docenten de nieuwskennis van hun leerlingen testen.



Behalve het onderwijs, inspireert KiK ook de eigen achterban, door kennis te vergaren te verspreiden over jonge (potentiële) lezers. Daarom heeft KIK samen met de School of Media van de Christelijke Hogeschool Windesheim deelgenomen aan het internationale Youth Media DNA-onderzoek, dat was geïnitieerd door de World Association of Newspapers. De Nederlandse onderzoeksresultaten mondden uit in de publicatie *Jongeren, nieuwsmedia & betrokkenheid* die Fifi Schwarz samen met Nico Drok, lector Media & Civil Society van Windesheim schreef. Fifi Schwarz: "Dit onderzoek gaat niet alleen dieper in op de motieven van jongeren voor hun nieuwsmedia-voorkeuren, maar het relateert hun belangstelling voor nieuws ook aan hun maatschappelijke betrokkenheid. De uitkomsten van dit onderzoek zijn dus waardevol voor zowel uitgevers en redacties als voor opvoeders en beleidsmakers."

De publicatie van het onderzoek, dat werd gesubsidieerd door het Stimuleringsfonds voor de Pers en de Stichting Democratie en Media, werd begin januari 2010 gepresenteerd aan Minister Plasterk en uiteraard verspreid onder alle dagbladen.

Online is het rapport te raadplegen via www.jongerennieuwsmediaenbetrokkenheid.nl.

Activiteiten Cebuco

Voor Cebuco, de centrale marketingorganisatie van de dagbladenbranche, is inspiratie, in combinatie met promotie, een belangrijke kernactiviteit.

Olaf Croon, directeur Cebuco: "Daar waar andere NUV organisaties heel sterk op de achterban gericht zijn, zijn wij met name op de buitenwereld, de marktgericht. Inspiratie en promotie, dat is wat wij doen. Of het nu is door proactief effectonderzoek te initiëren en daarmee adverteerders te inspireren, of met o.a. diezelfde learnings het mediumtype te promoten - we zijn er iedere dag mee bezig. Alle activiteiten die wij ontwikkelen zijn geënt

op het promoten van het mediumtype op de advertentiemarkt." In 2009 realiseerde het Cebuco-team een nieuwe website, een nieuwe digitale nieuwsbrief, de 100^{ste} Krantmaster bij de Dagblad Academy, en meer bezoekers dan ooit van het evenement Dagbladgoud. Dagbladgoud - de verkiezing door publiek en vakpers van de beste dagbladadvertentie van het jaar - werd in 2009 voor de vijfde keer georganiseerd en heeft in de Nederlandse mediawereld nu echt wortel geschoten. Olaf Croon: "In 2009 hebben we een groot effect-onderzoek gehouden naar de toegevoegde waarde van Dagbladen in een grote multimediale campagne van Unilever. De campagne van Unilever gaf ons een goede gelegenheid om aan te tonen dat dagbladadvertenties zeer effectief zijn voor levensmiddelen. Niet alleen met aandacht, maar ook door sympathie en de kooplust van de shoppers. Voor de advertentiemarkt zijn dat belangrijke learnings."

Samen met ADCN Nederland organiseerde Cebuco twee workshops voor jonge creatieven met maximaal drie jaar werkervaring. In de workshops, met per workshop 60 deelnemers, konden zij kennis maken met het ontwerpen van dagbladadvertenties. Inspiratie is een belangrijk doel van Cebuco richting deze jonge creatieven. Onder begeleiding van 15 seniors creatieve directors gaan de deelnemers een lange dag aan de slag. De mentoren die tevens de jury vormen wijzen een winnend team aan dat in 2010 mag deelnemen aan de Europese competitie van jonge creatieve teams.

Arbowetgeving

Speciaal voor arbeidsvoorwaardendeskundigen en HRM mensen organiseert het vaksecretariaat Sociale Zaken eenmaal per jaar een thematische bijeenkomst, bijvoorbeeld over de stand van zaken bij pensioenen of de arbowetgeving. In 2009 bracht het vaksecretariaat met veel steun uit de sector een digitale Arbocatalogus voor de uitgeverijbranche tot stand. Deze catalogus met alle informatie



over arbeidsomstandigheden werd gelanceerd tijdens een seminar dat veel belangstellenden trok. De online catalogus heeft een eigen site: www.arbocatalogusgezonduitgeven.nl maar is ook via www.uitgeverijbedrijf.nl bereikbaar.

Inspelen op digitale ontwikkelingen

In juni 2009 startte de online training *Digital Marketing*, die het NUV organiseerde in samenwerking met het Engelse *Institute of Direct Marketing* (IDM). De training was met name bedoeld voor medewerkers die al enige jaren werkervaring hebben in de uitgeverijbranche en zich verder wilden bekwamen in e-mail marketing en het opzetten van websites. Meer informatie over deze zeer goed bezochte cursus is te vinden op www.theidm.com/nuv-certificate.

Mediacompetenties

Digitale ontwikkelingen maken ook een belangrijk deel uit van het project Media-competenties, dat door het GOC wordt uitgevoerd in opdracht van de samenwerkende brancheorganisaties CMC (Centrum voor Merk en Communicatie), KVGO en NUV. Het project concentreert zich op Mediacompetenties van personeel in de digitale tijd en de afstemming van het beroepsonderwijs op de beroepspraktijk. De ontwikkelgroep die bij dit project betrokken is maakt dankbaar gebruik van de expertise van professor Lidewij van der Sluis (Nijenrode), die promotor is van talent management. *Ruud Schets*, secretaris Sociale Zaken: "Wij zijn daar als NUV één van de partijen in. Ik denk dat het een goed initiatief is en het zou mooi zijn als er snel resultaten uit zouden komen, maar alles moet heel goed verkend worden. Met de vier toekomstscenario's die de gezamenlijke initiatiefgroep formuleerde had het project een voortvarende start, het neemt natuurlijk iets meer tijd die in de praktijk uit te werken." *Miranda Maasman*,

secretaris Economische en Juridische Zaken: "De wetgever kan ook altijd een radicale koerswijziging van de scenario's veroorzaken door wetgeving in te voeren, bijvoorbeeld op het gebied van online privacy. Dat dreigt binnenkort al te gebeuren door de invoering van nieuwe wetgeving op het gebied van cookies die ingrijpende gevolgen kan hebben voor de online advertentiemarkt." *Ruud Schets*: "Het begint natuurlijk met het zoeken naar nieuwe businessmodellen. Pas als je die scherp hebt, zoek je daar het personeel bij, met de juiste competenties en de talenten. Dat blijft een lastig traject. Mijn verwachting is dat we in 2010 tot meer concrete producten moeten kunnen komen, zoals een aantal beroepsprofielen."

Innovatieve workshops

Eveneens in opdracht van de samenwerkende brancheorganisaties CMC, KVGO en NUV organiseerde TNO in 2009 en 2010 een aantal kosteloze innovatieve workshops voor de leden, die grotendeels werden gefinancierd door het ministerie van Economische Zaken. Doel van de workshops was de leden beter bekend te maken met actuele thema's op het gebied van ICT en -opnieuw- online ontwikkelingen en sociale innovatie. Sociale innovatie schept de voorwaarden voor het optimaal benutten van talent, waardoor technische innovaties succesvol kunnen zijn.

(zie ook <http://weblog.tno.nl/bic>).

De interesse voor de workshops was groot. In 2010 zal een aantal van de deelnemers zich aansluiten bij zogenaamde 'innovatie netwerken' waarin dezelfde thema's aan bod komen als in de workshops. *Miranda Maasman*: "Het doel van deze innovatienetwerken is om samen met 'lotgenoten' op zoek te gaan naar oplossingen voor gemeenschappelijke uitdagingen op het gebied van innovatie en daarbij van elkaars successen en fouten te leren."



"Inspiratie en promotie, dat is wat wij doen."



Het NUV als promotor

Van Boekenweek tot Tijdschriftengala, van het uitreiken van De Tegel tot het organiseren van conferenties of Round Tables en de publicatie van bereik- en oplagecijfers; uitgevers doen veel aan het bevorderen van het imago van de branche.

Uitgeven: een moderne industrie

Het NUV en de groepsverenigingen vormen voor de buitenwereld het gezicht van de branche, het aanspreekpunt voor onder meer politiek en pers. Een positief imago is van belang om de rol van lobbyist of onderhandelaar te vervullen, maar is minstens zo essentieel voor de aantrekkingskracht van uitgeverijen op de arbeids- en kapitaalmarkt. *Nineke van Dalen*, secretaris Groep Uitgevers voor Vak- en Wetenschap: "Uitgeven wordt door sommigen nog als 'oude industrie' gezien, terwijl UVW-uitgevers in werkelijkheid al jaren voorop lopen met hun investeringen in database, online en mobile publishing. Dit moet de branche breed blijven uitdragen, UVW zet zich hier actief voor in."

Lobby en promotie ineen

De educatieve uitgevers willen, niet alleen nationaal maar ook internationaal, hun imago verbeteren. Dat vergt een specifieke aanpak. *Jaap van Loon*, voorzitter Groep Educatieve Uitgeverijen: "Wij zijn commerciële partijen, die opereren op een markt die vooral in het publieke domein zit. Wat dat betreft is ons imago vergelijkbaar met dat van de farmaceutische industrie: niemand zou daar eigenlijk geld mee mogen verdienen, zo is de algemene opvatting. Voor educatieve uitgaven, schoolboeken dus, vindt men veelal dat hetzelfde zou moeten gelden."

Tijdens een lezing voor de *International Publishers Association (IPA)* voorafgaande aan de Buchmesse heeft GEU-voorzitter *Jaap van Loon* aandacht gevraagd voor deze problematiek: "Wij dachten altijd dat het alleen ons probleem was, waar wij maar niet uitkwamen. Maar het is een probleem dat wereldwijd eigenlijk alle uitgevers hebben omdat ze hun meerwaarde niet zichtbaar kunnen maken."

De GEU combineert nu systematisch de rol van promotor met lobbywerk. Nadrukkelijk wordt gepromoot dat educatieve uitgevers een maatschappelijke bijdrage leveren aan de kwaliteit van het onderwijs en dat educatieve uitgevers een bijdrage kunnen en willen leveren aan het oplossen van de grote vraagstukken van het onderwijs, zoals bijvoorbeeld het lerarentekort. Onderdeel van dit promotiewerk is de lancering van een website met nieuws en informatie over en voor het voortgezet onderwijs (www.eengezondebasisvoorgoedonderwijs.nl).

Jaap van Loon: "De GEU heeft eigenlijk maar twee hoofdrollen, namelijk die van promotor en lobbyist. Ons lobbywerk is gericht op promoten van onze actieve rol als het gaat om het behoud en versterken van de kwaliteit van het onderwijs." In 2009 vertaalde zich dat in deelname van de GEU aan de discussie over doorlopende leerlijnen taal en rekenen en het organiseren van een conferentie over dat onderwerp, samen met het ministerie van OCW, SLO en Cito.



"Uitgeven wordt door sommigen nog als 'oude industrie' gezien, terwijl UVW-uitgevers in werkelijkheid al jaren voorop lopen met hun investeringen in database, online en mobile publishing."



Aanbestedingen leermiddelen

Jaap van Loon: "Vroeger zouden wel SLO en Cito zijn uitgenodigd, maar de uitgevers niet want dat zijn commerciële partijen. Maar in dit geval waren we actief betrokken. De directeur-generaal Primair- en Voortgezet Onderwijs van het ministerie van OCW was ook aanwezig en je merkte dat zij grote waardering heeft voor het feit dat wij de conferentie mede vorm gaven. Dat congres is het belangrijkste evenement van het jaar geweest."

Veel aandacht van de GEU vergden de Europese aanbestedingen in het voortgezet onderwijs naar aanleiding van de invoering van de wet Gratis Schoolboeken. Die aanbestedingen moesten tot grotere concurrentie tussen aanbieders en leveranciers van leermiddelen leiden, maar het tegendeel daarvan is gebleken. Inmiddels zijn er door de Europese aanbesteding als gevolg van de wetgeving rond de gratis schoolboeken nog maar twee educatieve boekhandels over, terwijl er twee jaar geleden nog een stuk of tien waren. *Stephan de Valk*, GEU bestuurslid en portefeuillehouder voortgezet onderwijs: "De GEU heeft met belangstelling gevolgd hoe scholen hun aanbesteding met het oog op het verwerven van leermiddelen inrichtten. Daarbij viel met name op dat slechts een beperkt aantal marktpartijen op die aanbestedingen intekenden. Tegen die achtergrond heeft de GEU aan advocatenkantoor Stibbe gevraagd om een notitie te schrijven die aangeeft welke alternatieve aanbestedingsmodellen denkbaar zijn."

Voorzitter *Jaap van Loon* tot slot over de organisatie van de GEU: "Het bestuur van de GEU is er nu al een jaar of vijf in geslaagd om naast een aantal kleinere uitgeverijen alle grote educatieve uitgeverijen in het bestuur vertegenwoordigd te hebben, allemaal met hun eindverantwoordelijke directeur. Dat maakt dat de besluitvorming in het bestuur meteen gedragen wordt door een groot deel van de sector. We mogen ons al enkele jaren verheugen in een vrij continue aanwas van het ledental. Waarbij het interessant is dat de nieuwe leden van de GEU vaak uitgeverijen zijn die digitaal uitgeven."



Bundeling van krachten

Het positieve imago van de algemene boekensector is grotendeels te danken aan het werk van de *Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek* (CPNB), waarin de brancheorganisaties van boekverkopers en uitgevers en de bibliotheken samenwerken.

Ria Derks, voorzitter Groep Algemene Uitgevers (GAU): "Dat is een effectieve bundeling van krachten. De activiteiten van CPNB, zoals de Boekenweek, de Maand van het Spannende Boek, of de Kinderboekenweek hebben allure. Dit jaar zaten er weer 20.000 mensen meer met het boekenweekgeschenk in de trein. Dus dat is effectieve promotie."

In 2009 organiseerde GAU weer driemaal de Boekenvakbeurs, waar zo'n 100 uitgevers hun boeken aan de boekverkopers presenteren. De stand van GAU op de grootste jaarlijkse kinderboekenbeurs ter wereld, in Bologna, waar de GAU-leden zich collectief kunnen presenteren, trok ruim 500 bezoekers.

De GAU en de Koninklijk Nederlandse Boekverkopersbond (KBb) participeren in de Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB). Deze stichting organiseert sinds januari 2007 het landelijke marktonderzoek in het boekenvak, dat wordt uitgevoerd door marktonderzoeksbureau GfK te Amstelveen. *Ria Derks*: "De aansturing van dat onderzoek wordt door onze expertisegroepen gedaan. Het is zowel een kwalitatief als kwantitatief onderzoek en een fantastische informatiebron voor al onze leden. Het onderzoek bundelt informatie over verkoopcijfers, marktaandelen, leesgedrag, aankoopgedrag, leengedrag, koopintentie van de e-reader, etcetera. Via internet krijgen de leden toegang tot een selectie van de resultaten."

Jaarlijks houdt GAU ook een *omzetenquête* onder de leden waarin o.a. geïnventariseerd wordt wat de omzet is geweest en hoe die is verdeeld over fictie, non-fictie en kinderboeken, en de verhouding tussen e-boeken en papieren boeken.

De gebundelde cijfers, met daarin ook bijvoorbeeld het aantal fte's binnen de bedrijven, geven jaarlijks een beeld van de werkgelegenheid en omzetontwikkeling binnen de boekenbranche.

Onderzoek

De rapportage van de performance van de leden van de Groep Publiekstijdschriften (GPT) is overwegend gericht op de zakelijke markt: op adverteerders, marketeers en mediaplanners. Die activiteiten betreffen o.a. de bereiksonderzoeken van NOM, de establishment survey van NOM met RAB, SKO en STIR, en de publicatie van de oplagecijfers door HOI, Instituut voor Media Auditing. In 2009 werden vanuit NOM in samenwerking met STIR voor het eerst de gecombineerde bereikcijfers (print plus online) van de tijdschriften en dagbladen gepubliceerd. Ook initieerde de GPT in 2009 het onderzoek *Contact!* naar de hanteringsfrequentie van tijdschriften in samenwerking met Vizeum.

Auke Visser, voorzitter GPT: "Aan de basis van dit soort onderzoeken staat onze eigen researchcommissie met specialisten uit de ledenbedrijven, die de opdracht hebben eenmaal per twee jaar een innovatief onderzoek te presenteren. Daarnaast is er een continu onderzoek, *Media Observer*, naar de effectiviteit van reclamecampagnes in publieksbladen in combinatie met andere mediatypen als radio, televisie en online."

Promotie

Gezamenlijke promotie op de lezersmarkt verricht de GPT sinds 2007. Gestart werd toen met de *Week van het Tijdschrift*, die twee achtereenvolgende jaren werd gehouden. In 2009 werd vervolgens het besluit genomen om in 2010 de Week van het Tijdschrift in samenwerking met distributeurs en retail

nadrukelijker neer te zetten, met name door een speciaal daartoe gemaakt tijdschrift gratis cadeau te geven bij de aanschaf ter waarde van 6 euro aan tijdschriften.

Auke Visser: "Wij hebben natuurlijk altijd met een begerig oog naar het Boekenweekgeschenk gekeken, dat in 75 jaar een enorme reputatie heeft opgebouwd. Wij hadden de wens om met een superblad te komen, een tijdschrift dat vanaf de start een hype zou zijn: BestBites. Maarten van den Biggelaar, Rupert van Woerkom en Rob van Vuure stonden aan de basis van het idee voor het speciale tijdschrift en zij zijn uiteindelijk met het idee gekomen om bekende Nederlanders iets te laten zeggen over wat ze positief en negatief aan Nederland vinden. Het aardige is dat alle redacties van de GPT-ledenbedrijven hieraan meegewerkt hebben en dat er een format is gecreëerd waarop we kunnen voortborduren."

Harriet Schrier, secretaris GPT: "Daarnaast is in 2009 veel tijd en energie gestoken in het onderzoeken van de haalbaarheid van de *tijdschriftenbon* voor de losse verkoop. We hebben hiervoor een onderzoek laten uitvoeren, maar uiteindelijk is besloten het niet te doen, vanwege de hoge investeringskosten."

Een promotie-evenement met allure is het jaarlijks door de GPT georganiseerde *TijdschriftenGala*, dat in december voor de twaalfde keer werd gehouden en waar ten overstaan van bijna duizend collega's uit bladenland in tien categorieën vakprijzen werden uitgereikt, de Mercuri (www.mercuri.nl).

In 2009 werd het Magazine Executive Program gestaakt; een activiteit, waarbij twee salesdirectors van verschillende uitgeverijen bij adverteerders het mediumtype publiekstijdschrift onder de aandacht brachten.

De NDP draagt de kracht en maatschappelijke functie van nieuwsmedia uit en maakt zich sterk



"Wij hebben natuurlijk altijd met een begerig oog naar het Boekenweekgeschenk gekeken, dat in 75 jaar een enorme reputatie heeft opgebouwd."

DE TEGEL


voor de zakelijke en journalistieke belangen van de aangesloten uitgevers.

Tom Nauta, algemeen secretaris NDP: "In deze missie past ook de erkenning en aanmoediging van nieuw journalistiek talent en innovatie." In 2009 werd voor de derde keer de Tegel(s), de Jaarprijzen voor de journalistiek, georganiseerd. De uitreiking vond plaats tijdens het Feest voor de Journalistiek op 12 mei, in het Muziekgebouw aan 't IJ te Amsterdam. De Stichting Jaarprijzen voor de Journalistiek werd in 2006 opgericht, en is een samenwerking tussen de NDP, de Nederlandse Vereniging van Journalisten, het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren, de NOS en RTL. De prijs De Tegel ontleent zijn naam aan het boek *Tegels lichten* (1972) van Henk Hofland. In de prijs is ook de voormalige NDP-Prijs voor de Dagbladjournalistiek opgegaan. De Tegel is in het leven geroepen om erkenning te geven aan journalisten die een bijdrage hebben geleverd aan de handhaving en verbetering van de kwaliteit van de Nederlandse journalistiek. Tevens wil de prijs journalistieke innovatie en nieuw journalistiek talent aanmoedigen.

Dagbladmarketing

Cebuco, de marketingorganisatie van de Nederlandse Dagbladpers, stimuleert het adverteren in dagbladen door gerichte promotie en informatievoorziening, het uitvoeren van bewijsvoerend onderzoek en het faciliteren van het adverteren in dagbladen. Cebuco richt zich op de beslissers in het proces van medium-typekeuze: reclamebureaus, mediabureaus en adverteerders. Cebuco maakt haar onderzoeksresultaten kenbaar via ondermeer persberichten, nieuwsbrieven, de Cebuco-site en de actuele kennismodule *Dagblad Academy* (www.dagbladacademy.nl) met de daarbij behorende lezingen onder de noemer Dagblad Academy Masterclass. Inmiddels kent Nederland ruim 115 'Krant Masters', mediaprofessionals die het door Cebuco georganiseerde examen met goed gevolg hebben afgelegd.

Daarnaast heeft in 2009 in het kader van Dagblad Academy een viertal lezingen onder de noemer 'Masterclass' plaatsgevonden.

In april 2009 presenteerde Cebuco de gekoppelde bereiksonderzoeken voor print van NOM Media en het online bereikcijfers van de dagbladportals door STIR. In oktober 2009 vond een tweede publicatie van het gecombineerde bereik plaats.

Medio 2009 introduceerde Cebuco de zogenaamde *Bereiksversterker* (www.bereiksversterker.nl). Een nieuwe tool die in drie stappen direct het bereik van alle Nederlandse dagbladen en/of hun sites uitrekt. De Bereiksversterker is geen planningstool, maar hét instrument om de meest actuele bereikcijfers te raadplegen. Olaf Croon, directeur Cebuco: "Met de resultaten van die datafusie, de integratie van de bereikcijfers van de fysieke dagbladen en van de dagbladsites, zijn we groots naar buiten gekomen. Er blijkt uit dat de dagbladen en de dagbladsites samen bijna 12 miljoen mensen (13 jaar of ouder) bereiken. We wisten al dat we met de dagbladen elke dag 9,4 miljoen mensen bereiken, en de sites van de Nederlandse dagbladen in een maand een bereik halen van 6,8 miljoen mensen die gemiddeld 19 keer per maand een van de dagbladsites bezoeken. Al met al goed nieuws natuurlijk."

In 2009 werd voor de vijfde maal de verkiezing *Dagbladgoud*, de 'beste dagbladadvertentie van het jaar', georganiseerd. Door de organisatie van deze publieksprijs (Dagbladgoud profit en Dagbladgoud non-profit) en, aan de andere kant, de uitreiking van een tweetal vakjuryprijzen, worden de adverteerders, mediabureaus en reclamebureaus door de lezer en de vakjury op eigen wijze beloond voor hun creatieve en strategische inspanningen. Het evenement kent een doorlooptijd van bijna vijf maanden, waarin veel exposure wordt gegenereerd.

Creatieven blijven een belangrijke doelgroep voor Cebuco. Met het sponsoren van de ADCN (Art Directors Club Nederland)

en het organiseren van workshops voor jonge creatieve teams in samenwerking met de ADCN, draagt Cebuco bij aan de positieve beeldvorming van dagbladen onder jonge reclamemakers. In 2009 is de samenwerking met de ADCN geïntensiveerd.

Dagbladen in het onderwijs

Ook wordt veel gedaan aan promotie van het gebruik van dagbladen in het onderwijs. Dat is, naast inspiratie en dienstverlening, een kernactiviteit van Stichting Krant in de Klas (KiK). *Fifi Schwarz*, directeur KiK: "Hoewel veel docenten vanzelf hun weg naar ons weten te vinden, is er ook een nieuwe generatie docenten die minder krant-minded is. Wij brengen bij hen voortdurend onder de aandacht dat dagbladen relevante nieuwsbronnen zijn, die voor de leerlingen de nodige concrete context bij de lesstof bieden." Hierbij geldt dat KiK al geruime tijd uitdraagt dat dagbladen moderne media zijn. *Fifi Schwarz*: "Als wij het hebben over dagbladen, hebben we het niet uitsluitend over de papieren krant, maar ook over de digitale nieuwsvoorziening." Docenten kunnen naast de papieren kranten ook alle dagbladwebsites raadplegen via de Krantenportal van KiK (www.krantenportal.nl). En in 2009 heeft KiK een online tool gelanceerd, waarmee leerlingen zelf een krant kunnen maken, www.krantenmaken.nl. "Wat we ze daarmee willen leren, is dat ook bij online publicaties geldt dat je je eerst moet informeren voordat je zomaar iets de wereld inslingert, en dat ze zich - net als journalisten - verantwoordelijk moeten voelen voor wat ze schrijven."

Dat docenten de benadering van KiK onderschrijven, blijkt tevens uit de resultaten die KiK in 2009 heeft geboekt. *Fifi Schwarz*: "In dat jaar is het aantal dagbladen dat bij ons is aangevraagd aanzienlijk hoger dan in de voorgaande jaren. Dat is mede te danken aan het feit dat onze promotie een sterk inhoudelijke invulling heeft.

Docenten laten zich bij de keuze voor lesmateriaal niet zozeer leiden door advertenties, als wel door de kwaliteit van het materiaal en de dienstverlening. Ons educatieve aanbod, gecombineerd met de laagdrempelige krantenservice van KiK, zijn ons visitekaartje."

NUV-leden als betrouwbare partner voor adverteerders

Tot slot bewaakt het NUV het imago van een betrouwbare sector door zich actief in te zetten tegen het hardnekkige fenomeen acquisitiefraude. Hiermee wordt bedoeld het op misleidende wijze sluiten van overeenkomsten, op basis waarvan advertenties worden geplaatst in bijvoorbeeld tijdschriften, bedrijfsgegevens worden opgenomen op een internetsite (bijvoorbeeld een internet bedrijvengids) of facturen worden verstuurd voor bepaalde diensten waarvoor geen opdracht is verstrekt en die soms zelfs helemaal niet zijn geleverd. *Cecilia van Dalen*, secretaris Economische en Juridische Zaken: "Niet alleen kunnen uitgevers zelf slachtoffer worden van acquisitiefraude. Veel schadelijker is deze fraude voor het betrouwbare imago en daarmee voor de inkomsten van de hele uitgeefsector, die tenslotte voor een belangrijk deel leeft van advertentie-inkomsten." Het NUV vindt dat vertrouwen in het zakelijke verkeer essentieel is en is van mening dat bestrijding van fraude alleen kan als de kwaliteit van uitgaven inzichtelijk en controleerbaar is. Daarom gelden voor NUV-leden regels met betrekking tot transparantie. Daarnaast onderhoudt het NUV nauwe contacten met het Steunpunt Acquisitiefraude (SAF), de organisatie die zich ten doel gesteld heeft om deze hardnekkige vorm van fraude te bestrijden. Door middel van deelname in de projectgroep Acquisitiefraude van VNO-NCW/MKB Nederland draagt het NUV actief bij aan het in stand houden van het imago van de uitgeefsector als een betrouwbare bedrijfstak.



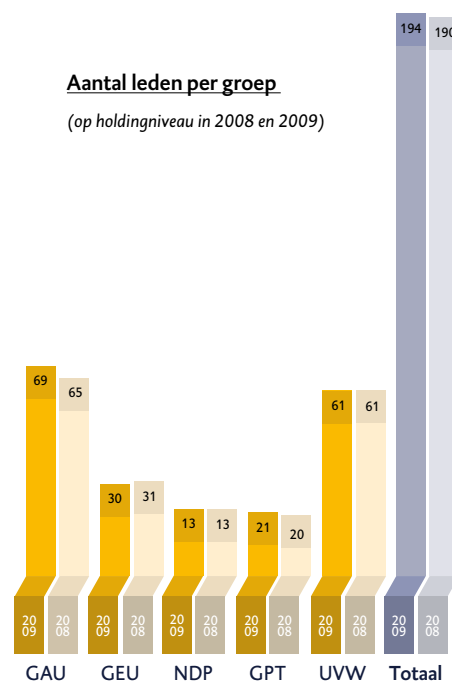
"Als wij het hebben over dagbladen, hebben we het niet uitsluitend over de papieren krant, maar ook over de digitale nieuwsvoorziening."

Kengetallen

Op deze pagina's enkele kengetallen van het NUV en zijn leden, de uitgeverijen waarvan het NUV de belangen behartigt. Deze kengetallen illustreren een aantal belangrijke ontwikkelingen in de sector, zoals het aantal leden, de omzetontwikkeling van de uitgeefactiviteiten, de bruto mediabestedingen en de aantallen medewerkers vallend onder de diverse cao's waarbij het NUV betrokken is. Naast brancheorganisatie is het Nederlands Uitgeversverbond namelijk tevens de werkgeversorganisatie van de uitgeverijen in Nederland. In deze rol is het partij in de diverse cao onderhandelingen en vervult het een actieve rol bij de vaststelling van het sociaal beleid in de bedrijfstak van het uitgeverijbedrijf. De weerslag van dit beleid komt in belangrijke mate terug in de cao's die door de groepsverenigingen, behorend tot het Nederlands Uitgeversverbond, met de vakorganisaties worden afgesloten.

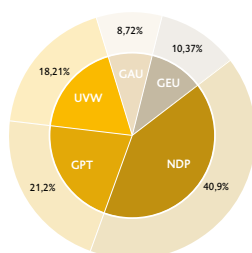
Aantal leden per groep

(op holdingniveau in 2008 en 2009)

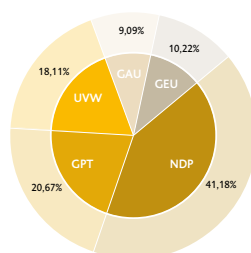


Omzetontwikkeling uitgeefactiviteiten leden NUV en groepen (in totalen, periode 2006-2008)

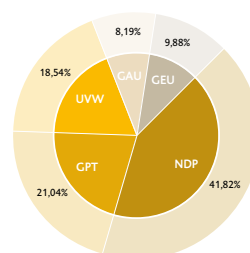
	2008		2007		2006	
	x € 1.000	%	x € 1.000	%	x € 1.000	%
GAU	325.445	8,72%	340.775	9,09%	297.251	8,19%
GEU	386.722	10,37%	382.923	10,22%	358.691	9,88%
NDP	1.525.450	40,90%	1.543.311	41,18%	1.517.975	41,82%
GPT	790.893	21,20%	774.626	20,67%	763.495	21,04%
UVW	679.260	18,21%	678.744	18,11%	673.032	18,54%



2008



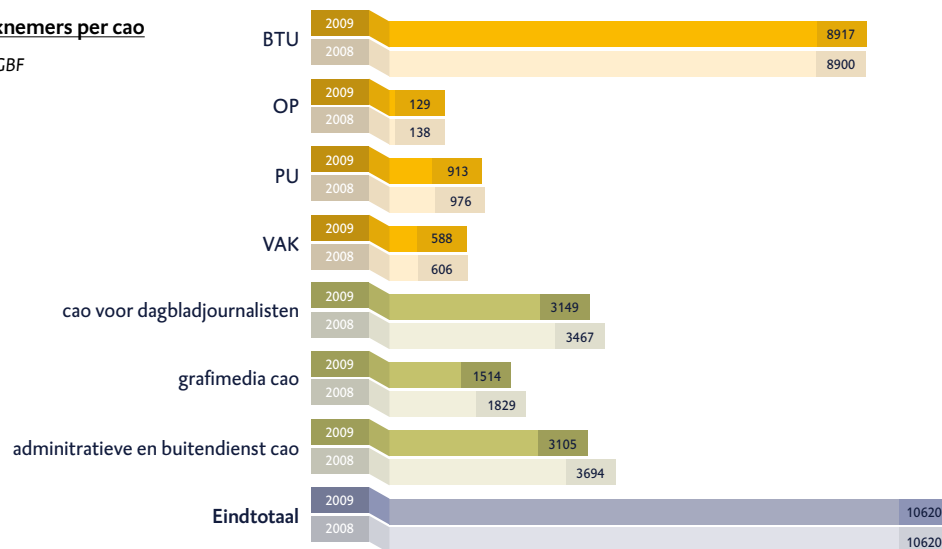
2007



2006

Aantal werknemers per cao

bron: NUV en GBF



Bruto mediabestedingen (naar mediumtype, 2008 en 2009)

Bron: Nielsen

Bedragen x € 1.000	2009	2008	+/-	Aandeel in mutatie	
Dagbladen	878.512	878.554	0,0%	0,0%	
Nieuwsbladen	5.943	7.029	-15,5%	0,6%	
Publiekstijdschriften	347.627	415.437	-16,3%	35,2%	
Sponsored Magazines	42.385	40.670	4,2%	-0,9%	
Vaktijdschriften	174.941	219.097	-19,4%	21,9%	
Televisie	3.045.962	3.066.976	-0,7%	10,9%	
Radio	524.630	571.918	-8,3%	24,6%	
Bioscoop	12.162	11.744	3,6%	-0,2%	
Out of Home	251.325	261.033	-3,7%	5,0%	
Internet	181.553	200.141	-9,3%	9,7%	
Folders	547.578	534.573	2,4%	-6,8%	
Totaal	6.012.618	6.205.171	-3,1%	100%	

lezer (de (m.); -tje) **1** (veroud.)
ook als tweede lid in samens
eerste lid (een type) veldvruc
daarvan, noemt: *arenlezer, dru*
zer, wijnlezer **2** iem. die een ge
houding tot de auteur, vr. *le*
ook als tweede lid in samens
eerste lid de lectuur noemt: *le*
lezer, handschriftenlezer, krante
bv. op een bijeenkomst, vr. *lez*
troon leest, vr. *lezeres* **5** (deel
dat leest: *optisch*

Afkortingen

AB	Algemeen Bestuur	NOM	Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia
ACAP	Automated Content Access Protocol	NOT	Nationale Onderwijs Tentoonstelling
ADP	Administratief personeel in het dagbladbedrijf	NPO	Nederlandse Publieke Omroep
AFM	Autoriteit Financiële Markten	NS	Nederlandse Spoorwegen
AVV	Algemeen Verbindend Verklaring	NSTD	Nederlandse Standaard Tarief Documentatie
AWBS	Amsterdam Wereldboekenstad	NTB	Nationaal Titelbestand
BCA	Bestuurscommissie Auteursrecht	NUV	Nederlands Uitgeversverbond
BCB	Bestuurscommissie Commercieel Beleid	NVJ	Nederlandse Vereniging van Journalisten
BON	Vereniging Beter Onderwijs Nederland	NVPI	Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers
BSB	Bestuurscommissie Sociaal Beleid	OCW	Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen
BTB	Bedrijfstakbureau	ONUB	Overleg Nederlandstalige Uitgeverij en Boekhandel
BTU	Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf	OVO	Onderbouw VO
BVE	Beroeps- en Volwassenen Educatie	PECK	Programma Educatieve Contentketen
CB	Centraal Boekhuis	PO	Primair Onderwijs
CC	Controlled Circulation	PRN	Stichting Papier Recycling Nederland
CIER	Centrum voor Intellectueel Eigendomsrecht	Stichting PRO	Stichting Publicatie- en Reproductierechten
CLIP	Copyright Licentie- en Incassobureau PRO	PUOP	Publieks- en Opinietijdschriften
CMC	Centrum voor Merk en Communicatie	PvdA	Partij van de Arbeid
COP	Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften	PwC	PricewaterhouseCoopers
CPNB	Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek	RCC	Reclame Code Commissie
CvdM	Commissariaat voor de Media	RIE	Risico Inventarisatie & Evaluatie
DJ	Dagbladjournalisten	ROTA	Raad van Orde en Toezicht voor het Advertentiewezen
DRM	Digital Rights Management	SEO	Stichting Economisch Onderzoek
EADP	European Association of Directory and Database Publishers	SLO	Stichting voor Leerplanontwikkeling
EASA	European Advertising Standards Alliance	SMB	Stichting Marktonderzoek Boekenvak
ENPA	European Newspaper Publishers' Association	SRC	Stichting Reclame Code
EPC	European Publishers Council	STIR	Stichting Internetreclame
EZ/JZ	Vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken	STM	International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers
FAEP	European Federation of Magazine Publishers	SVF	Stichting Verwijderingsfonds
FAQ	Frequently Asked Questions	SVH	Stichting Vakopleiding Horeca
FEP	Federation of European Publishers	SZ	Vaksecretariaat Sociale Zaken
FIFA	International Federation of Association Football	SZW	Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid
FIPP	International Federation of the Periodical Press	UVW	Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap
GAU	Groep Algemene Uitgevers	UWV	Uitvoeringinstantie Werknemers-verzekeringen
GCA	GEU Commissie Auteursrecht	VAK	Vaktijdschriftjournalisten
GEU	Groep Educatieve Uitgeverijen	VBP	Vaste Boekenprijs
GPT	Groep Publiekstijdschriften	VLPO	Vereniging Leveranciers Primair Onderwijs
HBO	Hoger Beroeps Onderwijs	VO	Voortgezet Onderwijs
HOI	Instituut voor Media Auditing	VOB	Vereniging Openbare Bibliotheken
ICT	Informatie- en Communicatietechnologie	VOS/ABB	Vereniging van Openbare en Algemeen Toegankelijke Scholen
IPA	International Publishers' Association	VRN	Stichting Verpakkingen Recycling Nederland
ISBN	Internationaal Standaard Boeknummer	VSN	Vereniging van Universiteiten (voorheen Vereniging van Samenwerkende Nederlandse Universiteiten)
IViR	Instituut voor Informatierecht	VUT	Vervroegde Uittreding
KB	Koninklijke Bibliotheek	VvL	Vereniging van Letterkundigen
KiK	Krant in de Klas	VZU	Vereniging van Zelfstandige Uitgevers
KOAG/KAG	De Keuringsraad Openlijke Aanprijzing Geneesmiddelen / Openlijke Aanprijzing gezondheidsproducten	WAN	World Association of Newspapers
KVB	Koninklijke Vereniging van het Boekenvak	WAO	Wet Arbeidsongeschiktheid
KVGO	Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen	WIA	Wet Werk en Inkomen naar Arbeidsvermogen
KWIK	KWiteit In de Krant	WKU	Werkgroep Kinderboekenuitgevers
LOF	Lucas-Ooms Fonds	WRR	Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid
LUG	Litteraire Uitgeversgroep	Wet VPL	Wet VUT/prepensioen en introductie levensloopregeling
MEP	Magazine Executive Program	WVP	Wet op de vaste boekenprijs
MES	Magazine Engagement Study	WW	Werkloosheidswet
MWG	Media Werkgroep		
NBb	Nederlandse Boekverkopersbond		
NDP	Groep Nederlandse Dagbladpers		
NMa	Nederlandse Mededingingsautoriteit		

Persoonsregister

Ten behoeve van dit jaarverslag zijn interviews afgenomen met vertegenwoordigers van het NUV en de diverse groepsverenigingen. In het geval van de groepsverenigingen waren dit meestal de voorzitter en secretaris. De geïnterviewden is gevraagd naar de wijze waarop hun groeps- of vaksecretariaat in 2009 invulling heeft gegeven aan de zes rollen die het NUV en de groepsverenigingen vervullen: lobbyist, adviseur, onderhandelaar, zelfregulator, inspirator en promotor.



Loek Hermans
NUV
Voorzitter



Geert Noorman
NUV
Directeur



Miranda Maasman
Economische en Juridische Zaken
Secretaris



Fiona Vening
Economische en Juridische Zaken
Secretaris



Raoul Eljon
Economische en Juridische Zaken
Adjunct Secretaris



Cecilia van Dalen
Economische en Juridische Zaken
Secretaris



Ruud Schets
Sociale Zaken
Secretaris



Frank Obertop
Sociale Zaken
Secretaris



Auke Visser
Groep Publiektijdschriften
Voorzitter

Harriet Schrier
Groep Publiektijdschriften
Secretaris



Kees Spaan
Nederlandse Dagbladpers
Voorzitter



Tom Nauta
Nederlandse Dagbladpers
Algemeen Secretaris



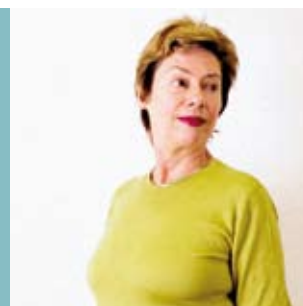
Fifi Schwarz
Stichting Krant in de Klas /
Nederlandse Dagbladpers
Directeur



Olaf Croon
Cebuco /
Nederlandse Dagbladpers
Directeur



Herman Pabbruwe
Groep Uitgevers voor
Vak en Wetenschap
Voorzitter



Nineke van Dalen
Groep Uitgevers voor
Vak en Wetenschap
Secretaris



Jaap van Loon
Groep Educatieve Uitgeverijen
Voorzitter



Stephan de Valk
Groep Educatieve Uitgeverijen
Portefeuillehouder Voortgezet Onderwijs



René Montenarie
Groep Educatieve Uitgeverijen
Algemeen Secretaris



Ria Derks
Groep Algemene Uitgevers
Voorzitter



Paula Vrolijk-de Vries
Groep Algemene Uitgevers
Secretaris



Erik Timmermans
Groep Algemene Uitgevers
Secretaris (tot september 2009)
Economische en Juridische Zaken
Secretaris (vanaf september 2009 tot maart 2010)



Namenoverzicht

Algemeen Bestuur van het Nederlands Uitgeversverbond

de heer drs. L.M.L.H.A. Hermans (voorzitter)
mevrouw drs. Y.C.C.M. van der Bend-Joosten
de heer K. Clement
mevrouw drs. M.E.A. Derks
vacature
de heer drs. J.C. Houwert
mevrouw M.E.B. van Leeuwen (benoeming per 21 juni 2010)
de heer ir. J.G. van Loon
de heer D. Molman
de heer T. Morelisse
de heer L. van Os
de heer J.K.W. de Roos
de heer drs. A.J. Swartjes
de heer L.M. VerLoren van Themaat
de heer G. Noorman (directeur)
mevrouw R. Harder (directiesecretaresse)

Bestuur Groep Algemene Uitgevers

mevrouw drs. M.E.A. Derks (voorzitter)
de heer J. van Beusekom
de heer drs. C.M.J. van den Hoek
de heer J.B.I.M. Kat
de heer A.M. Knol
mevrouw drs. J.A.B. Leppink
de heer J. van der Linden
mevrouw P. Loerts
de heer drs. P.F.A. Stanco
mevrouw P. Vrolijk-de Vries (secretaris)

Bestuur Groep Educatieve Uitgeverijen

de heer ir. J.G. van Loon (voorzitter)
de heer drs. A.M.W. Holl
de heer drs. R.N.J. van Oosten
de heer K.H.M.M. van de Pas
de heer drs. H.T.A.J.M. Rimmelzwaan
mevrouw G. Steeneken
de heer drs. S.L. de Valk
de heer R. Montenarie (secretaris)

Bestuur Nederlandse Dagbladpers

de heer drs. C.G.G. Spaan (voorzitter)
de heer F.C.R. Campagne
de heer drs. J.C. Houwert
de heer J.P.M. Kuyf
de heer drs. G. Lensink
de heer ir. B. Visser
de heer F. Volmer
de heer T. Nauta (secretaris)

Bestuur Groep Publiektijdschriften

de heer A.G. Visser (voorzitter)
de heer E. Blok
de heer drs. E.T. van den Brakel
de heer P. Contant
mevrouw K. Van Gilst
de heer R. van Geest
de heer drs. R. Hofmans
de heer W. de Kok
mevrouw W. Moltmaker
de heer mr. B.J. Momma
de heer L. van Os
de heer H.D.C. Scheenstra
de heer P. Verhoeff
mevrouw J.M.E. Schrier (secretaris)

Bestuur Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap

de heer H.A. Pabbruwe (voorzitter)
mevrouw drs. Y.C.C.M. van der Bend-Joosten
de heer W.H. Findhammer
de heer dr. W.J. van Gils
de heer drs. N. Louis
de heer S.N. Nieuwe Weme
de heer E.B.H. Reuling
de heer P.M.A.B. Terheggen
de heer L.M. VerLoren van Themaat
mevrouw A.C. van Dalen (secretaris)

Nieuwe leden sinds 1 januari 2009

Ars Aequi, Stichting	(NUV/UVW)
BBNC uitgevers BV	(NUV/GAU)
Betelgeuze, Uitgeverij	(NUV/GEU)
Blink Uitgevers BV	(NUV/GPT)
Delta Press BV	(NUV/GEU)
Geomares BV	(NUV/UVW)

Global Roel Media	(NUV/UVW)
Groene Amsterdammer	(NUV/GPT)
InCT, platform innovatief uitgeven	(NUV/UVW)
Marmar, Uitgeverij	(NUV/GAU)
Microweb Edu BV	(NUV/GEU)
Snor, Uitgeverij	(NUV/GAU)

Bestuurscommissie Sociaal Beleid

de heer drs. J.J. Vos (voorzitter)
de heer drs. F.Th.J. Arp
mevrouw drs. Y.C.C.M. van der Bend-Joosten
de heer mr. J.H. Boermann
mevrouw F. van den Brink
de heer mr. W.F. Bybau
de heer ir. B.J.W. van der Heijden
de heer J.T. Heijting
de heer drs. L.M.L.H.A. Hermans
mevrouw G.E.M. Hermens
de heer D.P. van Hille
de heer F.G. Hoekstra
mevrouw V. Janssen
de heer G. Lensink
de heer D. Molman
de heer T. Morelisse
de heer G. Noorman
de heer mr. S. van Oostrom
de heer L. van Os
de heer J.K.W. de Roos
de heer F. Sijbrandi
de heer drs. P.A. Stadhouders
de heer M. Stoové
de heer F.W. Veltkamp
de heer A.A.M. Verrest
de heer mr. C.G.A. van Wijk
de heer P. Wolters
de heer R.W. Schets MBA (secretaris)
de heer mr. F.W. Obertop (secretaris)

Bestuurscommissie Auteursrecht

mevrouw mr. P.J. Keuchenius (voorzitter)
mevrouw drs. C. van Dalen
de heer mr. R.M.M. Eljon
de heer mr. J.P. Jansen
de heer mr. S.M. van der Linde
mevrouw mr. M.E. Maasman
mevrouw mr. H.M.A. van Meurs-Bergsma
de heer G. Noorman
de heer drs. H.T.A.J.M. Rimmelzwaan
mevrouw mr. F. Vening
de heer J. bij de Weg

Bestuurscommissie Distributie

de heer W.H. Findhammer (voorzitter)
de heer J.F. Daals
de heer G. Gortzak
de heer drs. J.P. van Leeuwen
de heer P. van Roosmalen
de heer D. van Rossum
mevrouw drs. C. van Dalen (secretaris)

Bureau van het Nederlands Uitgeversverbond

de heer G. Noorman (directeur)
mevrouw R. Harder (directiesecretaresse)
de heer H. Stokebrand (hoofd financiële administratie)

Communicatie NUV

de heer G. Noorman
mevrouw mr. M.E. Maasman

Economische/Juridische Zaken NUV

mevrouw mr. F. Vening
mevrouw drs. C. van Dalen
de heer mr. R.M.M. Eljon
mevrouw mr. M.E. Maasman
de heer mr. M.J. Frequin (adviseur en redacteur van Copyright Notice)

Sociale Zaken

de heer R.W. Schets MBA
de heer mr. F.W. Obertop

Cebuco

de heer O. Croon (directeur)

Stichting Raad van Orde en Toezicht voor het Advertentiewezenen (ROTA)

de heer drs. R.F. Rijntjes (directeur)

Stichting Krant in de Klas (KiK)

mevrouw drs. F.L. Schwarz (directeur)
de heer C. van Hall





Colofon

Nederlands Uitgeversverbond
Hogehilweg 6
1101 CC Amsterdam-Zuidoost
Postbus 12040
1100 AA Amsterdam-Zuidoost
Telefoon: 020-4309150
Fax: 020-4309199
E-mail: info@nuv.nl
Internet: www.nuv.nl

Tekst

Wim Verbei
Miranda Maasman

Concept/Vormgeving

KCND ontwerp en strategie

Fotografie

Anna Green, Portfolio Fotografie
Nederlands Uitgeversverbond
Miranda Maasman
KCND ontwerp en strategie

Drukwerk

Veenman drukkers, Rotterdam

