

Nederlands

uitgeversverbond

Jaarverslag 2012



medialan

actief zij

houding

Nederlands
uitgeversverbond
Jaarverslag 2012

Inhoud

02 Woord vooraf

Uitgevers hebben zich in 2012 verder verbreed tot multimediale bedrijven en nog meer spelers uit andere disciplines betraden de uitgeefmarkt.

04 Economische en Juridische Zaken

EZ/JZ zet zich in voor de bescherming van producten van lidbedrijven en goede voorwaarden voor (her)gebruik.

12 Sociale Zaken

SZ verzorgt de voorbereiding en begeleiding van cao's en onderlinge afstemming van het sociaal beleid bij NUV-lidbedrijven.

16 NDP Nieuwsmedia

NDP Nieuwsmedia heeft zich verbreed van brancheorganisatie voor dagbladuitgevers tot een brancheorganisatie voor nieuwsbedrijven.

24 Groep Publiekstijdschriften

De GPT behartigt de belangen van aangesloten uitgevers van publieks- en opinietijdschriften en omroepbladen.

30 Groep Algemene Uitgevers

De GAU behartigt de belangen van de Nederlandse boekenuitgevers van fictie, kinderboeken en non-fictie.

36 Groep Educatieve Uitgeverijen

De GEU behartigt de belangen van uitgevers die leermiddelen en integrale leersystemen maken en bijpassende dienstverlening leveren.

42 Media voor Vak en Wetenschap

MVW verbreedde zijn positionering en vertegenwoordigt (inter)nationale niche-uitgeverijen en professionele en wetenschappelijke mediaconcerns.

48 Coöp BUG

Coöp BUG verzorgt de verdeling naar de A-leden (boekengroepen) en B-leden (uitgevers) van mogelijke inkomsten uit het lidmaatschap van de Coöperatie Boekenvak.

50 Kengetallen

54 Namenoverzicht

58 Colofon

52 Personenregister

56 Afkortingen

Dit jaarverslag bevat extra inhoud

Dit jaarverslag is verrijkt met digitale content. Dit is aangeduid met QR-codes en Layar-scan iconen. Het werkt als volgt:



Let op: Om gebruik te maken van de QR-codes of Layar moet uw smartphone beschikken over een camera en internettoegang.

Tip: de Layar app kan zowel QR-codes als Layar pagina's scannen.



01

Download een gratis QR-code scanner voor Android of iPhone en start deze op.



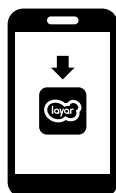
02

Zoek de pagina's met extra inhoud en scan deze met de QR-code scanner.



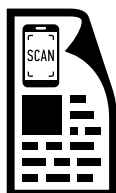
03

Houd uw telefoon boven de QR-code en scan deze. De gekoppelde link wordt geopend.



01

Download de gratis Layar app voor Android of iPhone en start deze op.



02

Ontdek de pagina's met digitale content en scan deze met de Layar app.



03

Houd boven de pagina, druk op het scherm en beleef hoe het jaarverslag tot leven komt.

Woord vooraf

Voor u ligt het jaarverslag over 2012 van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV). Met dit verslag informeren wij u graag over de speerpunten en activiteiten van het NUV in het afgelopen jaar. Ook kunt u lezen op welke terreinen de aangesloten groepsverenigingen actief waren en waar we ons, in 2013 en in de verdere toekomst, op zullen richten. Rode draad in deze rapportage is het thema *verbreding*. Een thema dat in één woord veel veranderingen binnen het medialandschap omvat.

In 2012 hebben de meeste uitgevers zich verder verbreed tot multimediale bedrijven en betraden nog meer spelers uit andere disciplines de uitgeefmarkt. Er werd opnieuw veel aandacht besteed aan ontwikkelingen op digitale platforms, zoals smartphones, tablets en e-readers. Vrijwel alle dagblad- en tijdschriftmerken zijn tegenwoordig toegankelijk op zowel print als digitale dragers; voor de boekenbranche geldt in toenemende mate hetzelfde. Uitgevers sluiten hiermee aan op de behoeftes van de hedendaagse consument, beroepsbeoefenaar en onderwijs. Die bepalen tegenwoordig zelf via welk platform men informatie, kennis en ontspanning tot zich neemt.

Dit digitale, breed toegankelijke aanbod maakt het belang van regulering voor zowel een gezonde analoge als een gezonde digitale markt nog groter. We kunnen het niet vaak genoeg herhalen: intellectueel eigendom is een essentiële voorwaarde voor de creatieve industrie om te kunnen floreren. Het NUV zet zich voortdurend in voor een goede bescherming van het auteursrecht en streeft naar

een eerlijke honorering voor (her)gebruik van content. De brancheorganisatie neemt deel aan en initieert waar nodig bijeenkomsten waarin de rol en betekenis van het auteursrecht centraal staan, en werkt intensief samen met internationale organisaties. Het NUV informeert en communiceert hierover actief naar de leden en naar politieke en maatschappelijke partijen. De bredere samenwerking binnen de overkoepelende Federatie Auteursrechtbelangen versterkt die boodschap.

Digitalisering en verbreding van de samenleving maken privacy een steeds belangrijker thema binnen de politiek. Het NUV onderschrijft dat belang en volgt de ontwikkelingen op het gebied heel actief. We wijzen beleidsmakers, waar nodig, op de consequenties van privacybeschermende wetgeving voor uitgevers. Het NUV maakt zich voortdurend sterk voor werkbare maatregelen. Een goed voorbeeld hiervan is de succesvolle lobby van het NUV voor een werkbare cookieregeling.



Ook op het terrein van de arbeidsvoorwaarden volgt het NUV de verbreding in de markt. In 2012 hebben sociale partners de mogelijkheden voor een uitgeefsectorbrede raam-cao verder onderzocht. Deze cao biedt op hoofdlijnen een uniform pakket van arbeidsvoorwaarden en regelingen voor alle beroepsgroepen in de sector. Aansluitend kunnen specifieke zaken per beroepsgroep of per bedrijf verder geregeld worden. Deze cao voor het Uitgeverijbedrijf zal meer flexibiliteit, maatwerk, opties en ontwikkelingskansen voor werknemers en mobiliteit bieden.

De realisatie van een raam-cao heeft gevolgen voor de organisatiestructuur van het NUV. Waar de aangesloten groepsverenigingen branche- en werkgeversverenigingen zijn, is het NUV alleen een branchevereniging. Om een raam-cao af te sluiten moest het NUV ook een werk-

“Het NUV stimuleert een legaal en laagdrempelig aanbod van uitgeefproducten.”

geversvereniging worden. Per 2013 heeft het NUV een aparte werkgeversvereniging afgesplitst, waarin de cao-gerelateerde zaken worden geregeld. Het vaksecretariaat Sociale Zaken neemt de uitvoering van deze taken voor zijn rekening.

Een volgend speerpunt van het NUV is het stimuleren van een (legaal) veelzijdig en laagdrempelig digitaal aanbod. Het NUV was in 2012 betrokken bij de oprichting van digitale platforms door diverse groepsverenigingen om de distributie van digitale content te standaardiseren. Deze platforms creëren een optimaal en breed aanbod van digitale informatie en daarmee mogelijkheden tot nieuwe verdienmodellen.



Tot slot, het NUV heeft als voortdurend streven dat leden zich verbonden voelen met de organisatie, zijn groepsverenigingen en met elkaar. In 2012 heeft NDP Nieuwsmedia een aantal nieuwsbedrijven, afkomstig uit andere disciplines dan de dagbladenbranche, als lid verwelkomd. Zij dragen bij aan de verdere verbreding tot een vereniging voor nieuwsmedia. In maart 2012 verbreedde de groep Media voor Vak en Wetenschap zijn positionering om aansluiting te behouden met de steeds verdergaande diversificatie en crossmediale producten van zijn achterban.

Om zijn leden ook in de toekomst optimale dienstverlening te bieden, blijft het NUV investeren in kennis op auteursrechtelijk gebied en inzicht en ervaring op het crossmediale en digitale mediaterein. In 2013 start het NUV met een nieuwe activiteit: de NUV Academy. Dit professionaliseringsprogramma wil voorzien in de behoefte van leden kennis op te doen en ervaringen uit te wisselen. Daarnaast voert het NUV gesprekken voor het aangaan van samenwerking met andere brancheorganisaties, om kennis en draagvlak te vergroten en de lobby te versterken.

Drs. Loek Hermans

Voorzitter





Economische en Juridische Zaken

Het vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken (EZ/JZ) verleent leden van het NUV diensten op juridisch en economisch gebied. De afdeling levert praktisch juridisch advies op maat en vervaardigt modelcontracten en -regelingen. Daarnaast voert het vaksecretariaat intensieve lobby op diverse beleids-terreinen, zowel op nationaal als op internationaal niveau. Hierbij werkt EZ/JZ vaak nauw samen met (inter-nationale) zusterbelangenorganisaties. De afdeling maakt zich sterk voor de bescherming van de producten van lidbedrijven en goede voorwaarden voor kopiëren, verhuren, uitlenen en elektronisch (her)gebruik van gepubliceerde inhoud. Het hoofd en de secretarissen van het vaksecretariaat hebben namens het NUV zitting in diverse besturen en commissies van betrokken organisaties en overlegorganen.



Auteursrecht

Het voornaamste rechtsgebied waar het NUV mee van doen heeft en waarop het zijn leden adviseert, is het auteursrecht. Het NUV heeft zich ook in 2012 actief ingezet voor de bescherming en naleving van het auteursrecht en voor een redelijke vergoeding voor het (her)gebruik van content door derden. De brancheorganisatie specialiseert zich doorlopend in het auteursrecht, voor alle rechthebbenden en met betrekking tot alle media. Dossierhouder namens het vaksecretariaat EZ/JZ is Michiel B. Kramer, hoofd van de afdeling.

In vervolg op het voorontwerp in 2010 heeft staatssecretaris Teeven in juni 2012 het lang verwachte wetsvoorstel auteurscontractenrecht bij de Tweede Kamer ingediend. Belangrijke punten uit dit wetsvoorstel zijn dat het auteursrecht **overdraagbaar** blijft, makers recht hebben op billijke vergoeding en zij in geval van *non usus* een uitgeoefene overeenkomst kunnen ontbinden.

In samenwerking met de andere exploitanten die deel uitmaken van het Platform Creatieve Media Industrie, is een eerste reactie op het wetsvoorstel opgesteld, die in september naar de beleidsmedewerkers van de portefeuillehouders in de Tweede Kamer is gestuurd. Onder de vlag van dit platform is een lobbystrategie afgestemd. Inmiddels hebben de fracties in de Tweede Kamer een groot aantal vragen over het wetsvoorstel gesteld, waarvan de beantwoording nog wel enige tijd zal duren, zo is de verwachting. Michiel Kramer: 'In het wetsvoorstel is veel opgenomen dat ook al wordt geregeld in de modelovereenkomsten en andere vormen van zelfregulering waar het NUV bij betrokken is. Het wetsvoorstel voegt dus niet echt veel toe.' Kramer benadrukt dat het NUV geen voorstander is van een billijke vergoeding die wordt vastgesteld door de minister van OCW: 'Omdat dit de marktwerking verstoort en de positie van freelancers niet ten goede komt, zoals in Duitsland is gebleken, waar een vergelijkbare bepaling is opgenomen in de auteurswet.'

Op verzoek van de staatssecretaris van Veiligheid en Justitie heeft de Commissie Auteursrecht, het adviescollege van de regering voor auteursrecht, advies uitgebracht over de juridische mogelijkheden voor het invoeren van een flexibel systeem van beperkingen op het auteursrecht. De commissie is van oordeel dat de Auteursrechtrichtlijn de invoering van een nieuwe algemene *fair use*-bepaling niet toestaat. Nieuwe regelingen, voor bijvoorbeeld *user-generated content*, kunnen echter worden ondergebracht bij de reeds bestaande beperkingen van de Auteurswet.

Het regeerakkoord vermeldt dat het auteursrecht wordt gemoderniseerd, waarbij recht wordt gedaan aan de bescherming van creatieve prestaties zonder dat de



gebruiksmogelijkheden voor consumenten in het gedrang mogen komen. Kramer: 'Het NUV is verheugd dat de regering het belang van de bescherming van creatieve prestaties onderschrijft, maar vraagt zich tegelijk af op welke wijze de modernisering zal moeten plaatsvinden.' De staatssecretaris heeft aangekondigd eerst de uitkomst van discussie op Europees niveau over een flexibeler auteursrecht te willen afwachten voordat eventueel op nationaal niveau de wetgeving zal worden aangepast.

Het NUV is geen voorstander van een *fair use*-exceptie en zal zich sterk maken tegen invoering daarvan. 'Het huidige stelsel van uitzonderingen voldoet en doet recht aan de belangen van zowel rechthebbenden als derden die werk willen (her)gebruiken. Onze vrees is dat de *fair use*-exceptie zal leiden tot veel onduidelijkheid, procedures en tot misbruik. Dit is gebleken in landen waar de exceptie is ingevoerd,' licht Kramer toe.

Intellectuele-eigendomsrechten zijn de brandstof voor de creatieve industrie. Omdat het digitaal creëren en verspreiden van mediaproducten steeds eenvoudiger wordt, is het belang van regulering voor zowel een gezonde analoge als



Meer lezen over auteurscontractenrecht? Scan dan de QR-code.

“Ook in een medialandschap waarin informatie steeds breder toegankelijk wordt, blijven intellectuele-eigendomsrechten de brandstof voor de creatieve industrie.”



een gezonde digitale markt nog groter geworden dan het al was. Het NUV werkt structureel samen met verschillende marktpartijen om inbreuksituaties te beëindigen. Daarnaast ondersteunde de brancheorganisatie in 2012 diverse lidbedrijven bij auteursrechtelijke conflicten. Daarbij valt te denken aan online inbreuksituaties en grootschalige controle van en gerechtelijke stappen tegen diverse copyshops.

Naast opsporing en handhaving is een adequate voorlichting op het gebied van auteursrecht van groot belang. Het NUV participeert in diverse projecten om de mogelijkheden en beperkingen van het auteursrecht duidelijk kenbaar te maken. Tevens ondersteunt de brancheorganisatie individuele leden. Zo heeft het vaksecretariaat Juridische Zaken een nieuwe online Handwijzer voor de uitgeefpraktijk opgeleverd, die helpt bepalen wanneer het overnemen van artikelen mogelijk is en wanneer aanvullende stappen nodig zijn. Hierdoor zijn claims door derden te voorkomen. De eendaagse cursus over auteursrecht in september bleek wederom een groot succes.

Diverse groepsverenigingen van het NUV werken aan platforms om de distributie van digitale content te

standaardiseren. Deze vormen van digitale infrastructuur creëren een optimaal en breed aanbod van digitale informatie en daarmee de mogelijkheid tot nieuwe verdienmodellen. Het NUV voorziet bij het opzetten van deze projecten van juridisch advies. Brede en actuele kennis van de nationale en Europese regelgeving is daarbij van groot belang, zowel op contractueel als op auteursrechtelijk gebied, alsmede op het terrein van mededingingsrecht.

De Raad van de Europese Unie heeft in het najaar 2012 de richtlijn over het gebruik van verweesde werken aangenomen. Deze richtlijn maakt het voor erfgoedinstellingen, zoals archieven en musea, eenvoudiger om boeken, dagbladen of tijdschriften waarvan de auteur niet kan worden geïdentificeerd, te digitaliseren en te verspreiden. De richtlijn zal in de toekomst een uitzondering creëren op het toestemmingsvereiste in de Nederlandse Auteurswet om een verweesd werk te hergebruiken. Lidstaten hebben twee jaar de tijd om de richtlijn in hun eigen nationale wetgeving te implementeren. Het NUV zal het wetgevingsproces voor de implementatie van de richtlijn in Nederland aandachtig volgen. Kramer: ‘Daarbij zal er in het bijzonder op worden toegezien dat de eis tot zorgvuldig onderzoek om een werk als “verweesd” aan te merken correct wordt geïmplementeerd.’

Reprorecht en PRO-mandaat

In goed overleg tussen Stichting Reprorecht en VNO-NCW en MKB wordt de laatste hand gelegd aan een regeling die naast een vergoeding voor analoge kopieën ook voorziet in een vergoeding voor digitale kopieën. Deze regeling is nodig omdat een wettelijke basis voor digitale kopieën ontbreekt. Om diezelfde reden zijn mandaten nodig van uitgevers. Hiervoor is een nieuwe sectie opgericht bij Stichting PRO, de collectieve-rechtenorganisatie van de uitgevers: PRO-mandaat. PRO-mandaat zal mandaten verwerven en op basis daarvan een centrale regeling voor bedrijven exploiteren die voorziet in praktische bedrijfslicenties voor al het hergebruik in aanvulling op de normale exploitatie van de uitgevers. Reprorecht blijft de instantie die incasseert bij bedrijven voor kopieergebruik, digitaal én papier, en keert de gelden uit aan PRO-mandaat.



Kijk hier voor de online Handwijzer voor de uitgeefpraktijk.

Op zijn beurt zal PRO-mandaat de gelden uitkeren aan de rechthebbenden. 'Het NUV is nauw betrokken bij de totstandkoming van de nieuwe regeling, die naast de uitbreiding naar digitale kopieën ook meer rekening houdt met de aard en omvang van de onderneming die een vergoeding moet afdragen. Zo kan meer maatwerk geleverd worden, hetgeen de acceptatie en naleving van de regeling ten goede komt,' licht Kramer toe.

Consumentenbescherming

De wet inzake stilzwijgende verlenging van abonnementen (de Wet Van Dam) werd in december 2011 van kracht. Voorafgaand aan de invoering van deze wet heeft het NUV zijn leden, onder meer in een interactief seminar, van veel informatie voorzien, zodat zij adequaat op de wijzigingen hebben kunnen anticiperen. Dit is mogelijk de verklaring voor het feit dat in 2012 nauwelijks klachten bij het NUV zijn binnengekomen over overtreding van de nieuwe regels. Eind 2013 vindt een formele evaluatie van deze wet plaats, samen met het verantwoordelijke ministerie van V&J. Dan zal worden bezien of de wet werkelijk niet te schadelijk heeft uitgepakt voor uitgevers. Secretaris Juridische Zaken Miranda Maasman: 'De gevolgen voor de branche lijken beperkt, wat waarschijnlijk grotendeels te danken is aan de gunstige uitzonderingspositie voor tijdschriften en dagbladen die het NUV heeft weten te bereiken.'

In 2012 werd ook het voorontwerp gepubliceerd van nieuwe consumentenwetgeving, waarmee Nederland een Europese richtlijn moet implementeren in nationale wetgeving. De nieuwe regels betreffen vooral contracten die consumenten op afstand en buiten de verkooppriimte aangaan. De richtlijn introduceert onder meer het recht om abonnementen gedurende veertien dagen na ontvangst van het eerste nummer zonder opgave van reden kosteloos te ontbinden. Het wordt verplicht om een deel van de telefonisch afgesloten contracten schriftelijk te laten bevestigen door de consument, en bedrijven moeten consumenten meer informatie gaan verstrekken. Lidstaten hebben door het principe van maximale harmonisatie slechts zeer beperkte ruimte voor nationale invulling. Met het ministerie van V&J heeft het NUV in de zomer van 2012 intensief gesproken over de consequenties van deze nieuwe wetgeving voor Nederlandse uitgeverijen. Maasman: 'Die gesprekken verliepen uiterst plezierig, er was veel wederzijds begrip en het uiteindelijke wetsvoorstel, dat er inmiddels is, lijkt grotendeels goed werkbaar.'

Privacy

Evenals consumentenbescherming wordt privacy voor de politiek, zowel nationaal als Europees en inter-

nationaal, een steeds belangrijker thema. De toenemende digitalisering van de samenleving heeft onvermijdelijk gevolgen voor de privacy, vooral wanneer databestanden worden gekoppeld. Dit streven naar privacybescherming heeft Nederland in juni 2012 bijvoorbeeld de controversiële 'cookiewet' (art. 11 lid 7a Telecommunicatiewet) opgeleverd. Deze wet eist dat ieder die 'gegevens' op de computer van de gebruiker wil plaatsen/uitlezen, de gebruiker daarover moet informeren en zijn toestemming moet hebben verkregen. Nederland kent momenteel als enige land ter wereld ook het rechtsvermoeden dat *tracking cookies* persoonsgegevens verwerken, waardoor ook de verplichtingen van de Wet bescherming persoonsgegevens van toepassing zijn. Daags na invoering van de wet publiceerde toezichthouder OPTA een verrassende interpretatie van de wet. Waar de wet spreekt van 'toestemming hebben verkregen' en de toevoeging 'ondubbelzinnige' uit het wetsvoorstel geschrapt was wegens afwijken van Europese regels, eist OPTA feitelijk 'actief om toestemming vragen' en 'toestemming door middel van een klik op akkoord'. Bovendien besteedde OPTA in haar FAQ voornamelijk aandacht aan de website-eigenaar. De rol van dataverwerkende partijen, zoals advertentienetwerken en social media die cookies plaatsen via websites van derden, laat de toezichthouder bijna volledig buiten beschouwing. Deze verschuiving van verantwoordelijkheden, gecombineerd met verzwaring van verplichtingen door de boetebevoegde OPTA, leidde ertoe dat veel websites het zekere voor het onzekere namen en kozen voor pop-upschermpjes die toestemming vragen met een klik op OK. Het NUV is steeds met OPTA in gesprek gebleven over implementatie van de wet, zowel over het toestemmingsvereiste als over de informatieplicht. Onder leiding van het Interactive Advertising Bureau (IAB) heeft het NUV in 2012 samen met een aantal grote lidbedrijven universeel informatiemateriaal samengesteld over gebruik van cookies, zowel in algemene zin als over het specifieke gebruik per website. Op basis hiervan kunnen gebruikers een goed geïnformeerde cookiekeuze maken. Het informatiemateriaal is beschikbaar voor iedere website die er gebruik van wil maken, en gezien de betrokkenheid van OPTA bij de totstandkoming ervan is de kans op boetes wegens schending van de informatieplicht minimaal. De interpretatie van het toestemmingsvereiste bleef tot eind 2012 echter een heikel punt. Maasman: 'Vanwege de strenge uitleg van het toestemmingsvereiste en dreiging van boetes zijn websites vooral begin 2013 met hinderlijke pop-ups gaan werken, terwijl de meeste sites dat helemaal niet willen.' Tweede Kamerlid Verhoeven (D66) riep in november 2012 als eerste op tot verbetering van de wet door voor *first party* statistiekencookies geen

toestemming te eisen. De meeste websites van uitgevers hebben echter te maken met meer soorten cookies, zoals social media cookies die worden geplaatst via de plug-ins waarmee gebruikers content kunnen delen. Daarvoor blijft dan een pop-up nodig. 'Maar Verhoeven opende daarmee wél de discussie over nut en noodzaak van pop-ups,' aldus Maasman. Begin 2013 bleek er momentum te zijn ontstaan voor een radicale verbetering van de wet, althans voor de interpretatie. Het NUV blijft zich zowel individueel als met andere belanghebbenden inzetten voor een werkbare cookieregeling die dezelfde mate van privacybescherming biedt.

Een andere, veel ingrijpendere, ontwikkeling op privacygebied is de verordening dataprotectie. De verordening bevat vergaande privacymaatregelen, die bijvoorbeeld direct marketing – zelfs voor b2b – aanzienlijk aan banden kunnen leggen en tevens een 'recht om vergeten te worden' zullen invoeren. Ook hier weer gaat het grotendeels om 'toestemming' voor gebruik van persoonsgegevens. Daaronder vallen steeds meer gegevens. Het NUV onderhoudt nauwe contacten met de Brusselse zusterorganisaties de European Magazine Media Association (EMMA) en de European Newspaper Publishers' Association (ENPA) en blijft zowel via hen als rechtstreeks in Brussel en Den Haag lobbyen tegen al te ingrijpende maatregelen. Maasman: 'Ook de persvrijheid is in het geding in deze verordening, die lidstaten de ruimte geeft om zelf normen te stellen op dat gebied.'

Freelancers

Niet alleen uit de praktijk, maar ook uit het regeerakkoord 2012 en de plannen van staatssecretaris Weekers valt af te leiden dat zzp'ers en andere opdrachtnemers qua rechtspositie steeds meer toegroeien naar werknemers in loondienst. Hoewel dankzij het grote aantal zzp'ers het officiële werkloosheidspercentage in Nederland beperkt is, ziet de politiek de toename van het aantal zzp'ers inmiddels vooral als probleem. De politiek stelt vast

dat zzp'ers met hun fiscale ondernemersfaciliteiten een beroep doen op de staatskas, terwijl zij niet bijdragen aan het financiële draagvlak van de sociale werknemersverzekeringen. Daarbij komt nog verdringing van werknemers door goedkopere opdrachtnemers in bepaalde sectoren. Intussen is duidelijk geworden dat Weekers de huidige VAR-procedure wil vervangen door een webmodule die per opdracht een VAR aflevert. Belangrijker is dat opdrachtgevers actief aan de Belastingdienst moeten melden wanneer de werkrelatie feitelijk een arbeidsovereenkomst is/is geworden (in termen van de Belastingdienst 'schijnzelfstandigheid'), op straffe van een boete. Als het plan ongewijzigd voortgang vindt, zal dit leiden tot zwaardere administratieve lasten, hogere risico's en kosten voor opdrachtgevers. Het NUV heeft, als vertegenwoordiger van opdrachtgevers in de uitgeefsector, zijn zorgen hierover onder meer kenbaar gemaakt bij staatssecretaris Weekers en enkele Kamerleden. Ook belangenorganisaties van zzp'ers en freelancers, waarmee het NUV nauwe contacten onderhoudt, staan kritisch tegenover de plannen. Maasman: 'Uit onderzoek van SZW (2011) bleek al dat het werken met freelancers in de uitgeefsector op verantwoordelijke wijze plaatsvindt, ook als de opdrachtnemer geen zelfstandig ondernemer is.'

Btw

Het jaar 2012 kenmerkte zich door veel ontwikkelingen op het gebied van de btw die de aandacht en inzet vanuit het NUV vroegen, zowel nationaal als op Europees niveau. Ook voor 2013 worden belangrijke ontwikkelingen verwacht, waaronder wijzigingsvoorstellen voor de Europese btw-richtlijn. Deze richtlijn is leidend voor de mogelijke kanten op nationaal niveau. Er is grote druk om het aantal categorieën waarvoor het verlaagd tarief mag gelden terug te dringen en de btw-systematiek te vereenvoudigen. Secretaris Economische Zaken Van Dalen: 'Inzet vanuit het NUV is en blijft behoud van het lage btw-tarief voor uitgeefproducten in print en uitbreiding daarvan naar ook digitale uitgaven.'



In Nederland is per 1 oktober 2012 het standaard btw-tarief verhoogd van 19 naar 21 procent. Hiermee is het verschil in belasting tussen print en digitaal nog verder opgelopen. 'Dit belemmert innovatie, zeker waar het uitgeefproducten voor de consumentenmarkt betreft,' aldus Van Dalen. Ook voor het onderwijs, doorgaans vrijgesteld van btw, betekent deze btw-wijziging een extra kostenpost bij aanschaf van digitaal lesmateriaal. Het lage btw-tarief biedt de consument een laagdrempelige toegang tot informatie en kennis. Van Dalen: 'Een verhoging van het btw-tarief tast de rentabiliteit van uitgevers aan, met directe gevolgen voor de kwaliteit en omvang van het aanbod.' Informatie is in een democratische samenleving een eerste levensbehoefte, en de toegang daartoe mag in de optiek van het NUV niet gehinderd worden door een hoog btw-tarief.

Vanwege het neutraliteitsbeginsel zou mogen worden verwacht dat vergelijkbare producten op dezelfde wijze worden belast. Voor uitgeefproducten geldt dit momenteel niet. De lobby voor aanpassing van de Europese btw-richtlijn ten aanzien van digitale uitgaven wordt daarmee des te belangrijker en wordt in 2013 verder voortgezet. Het NUV werkt hierbij nauw samen met de Europese zusterorganisaties FEP, ENPA en EMMA. Positief is dat in het meest recente Europese consultatiedocument over de toepassingsmogelijkheden van het verlaagd btw-tarief specifiek aandacht wordt besteed aan het merkwaardige onderscheid naar informatiedrager.

Europa sterk te maken voor een EU-breed laag btw-tarief voor digitale nieuwsproducten en boeken'. Frankrijk en Luxemburg hebben zich belangrijke medestanders getoond, zij passen vanaf 2012 al het lage btw-tarief op e-books toe. Dit is vooralsnog tegen de Europese regels. Hoewel de Europese Commissie daarom een inbreuk-procedure is gestart, klinken ook positieve geluiden. Zo stelde eurocommissaris Šemeta (Fiscaliteit) in februari 2013 nog: 'Questions concerning the tax treatment of physical books and ebooks must certainly be tackled. And this is exactly what the Commission is doing as part of the wider review of reduced VAT rates.'

Door de toenemende digitalisering, het aanbod van nieuwe combinaties van uitgeefproducten en het bestaande verschil in tarief nemen vraagpunten over de toepassing van de btw-regelgeving toe. Naast de lobby voor ook een laag btw-tarief op digitale producten onderhoudt het NUV daarom nauwe contacten met het ministerie van Financiën en de Belastingdienst. Inzet is meer duidelijkheid over welk tarief van toepassing is en te komen tot brancheafspraken voor lidbedrijven.

Betalingsverkeer (SEPA)

Specifieke aandacht vroeg in 2012 ook de eenwording van het Europese betalingsverkeer (SEPA, Single Euro Payments Area). Met de komst van SEPA verdwijnt het verschil tussen binnen- en buitenlands betalingsverkeer. Nieuwe Europese betaalproducten en technische stan-



Aanpassing van de btw-regelgeving is complex en vereist doorgaans eerst unanieme Europese besluitvorming. Gezien de grote verschillen per land en de huidige economische situatie is dat geen sinecure. Het NUV roept de Nederlandse politiek op zich hiervoor actief in Europa in te zetten. Nederland heeft zich reeds een belangrijk voorstander getoond van een laag btw-tarief. Medio 2012 werd hierover in de Tweede Kamer een motie aangenomen. Deze motie roept de Nederlandse regering op 'zich in

daarden voor gegevensuitwisseling worden geïntroduceerd en nationale betaalproducten worden aangepast of uit de markt genomen. Ook veranderen bankrekeningnummers; deze worden internationaal (IBAN, International Bank Account Number) en langer. De wijzigingen kunnen een behoorlijke impact hebben op administratie, systemen en processen. Van Dalen: 'Hoewel alle uitgevers met de wijzigingen te maken krijgen, geldt dit in het bijzonder voor uitgevers die veel gebruik maken van het



product Incasso.’ Marktwerking zorgde voor onvoldoende resultaat en daarom is in 2012 Europees besloten tot de verplichte ingangsdatum van 1 februari 2014. Wie niet tijdig gereed is, loopt het risico dat zijn betalingsverkeer stagneert. Nederland loopt duidelijk achter bij de rest van Europa. Mogelijk gevolg hiervan is dat straks te veel bedrijven tegelijk vlak voor de verplichte ingangsdatum de overstap willen maken. Hierop is de capaciteit van banken en softwareleveranciers niet toegerust. Het NUV roept de lidbedrijven dan ook op snel aan de slag te gaan om de eigen timing voor de overgang te kunnen bepalen. Daarnaast worden andere praktische knelpunten voorzien. ‘Het afgelopen jaar werd duidelijk dat het belang van de banken niet altijd parallel loopt met het belang van het bedrijfsleven,’ aldus Van Dalen. Het NUV onderhoudt daarom nauwe contacten met DNB, de Betaalvereniging Nederland, de Nederlandse Vereniging van Banken, het Gebruikersplatform Betalingsverkeer en VNO NCW/ MKB NL. Deze contacten hebben er het afgelopen jaar al toe geleid dat de Nederlandse Acceptgiro, waar banken graag vanaf wilden, toch aangepast wordt aan de SEPA-standaarden. Zolang een goed alternatief ontbreekt, blijft de Acceptgiro zeker beschikbaar tot 2019. Belangrijke inzet van het NUV voor 2013 is om de administratieve last voor uitgevers te beperken. Verder tracht de brancheorganisatie meer duidelijkheid te verkrijgen over de exacte wijzigingen en de knelpunten, en daarvoor praktische oplossingen overeen te komen. Ook zal veel aandacht uitgaan naar het informeren, activeren en ondersteunen van lidbedrijven.

Distributie

De NUV Distributiecommissie komt een aantal keren per jaar bijeen om te spreken over de ontwikkelingen op de postmarkt die relevant zijn voor de uitgeefsector. Op dit moment zijn er nog twee landelijk opererende partijen actief, te weten PostNL en Sandd. Ondanks eerdere



prijzdalingen zorgen het beperkte aantal aanbieders, afnemende postvolumes als gevolg van digitalisering en het van overheidswege verplicht doorvoeren van arbeidsvoorwaarden voor een opwaartse prijsdruk op de distributie van uitgeefproducten. Ook staat als gevolg van organisatiewijzigingen bij de verspreiders de kwaliteit van dienstverlening onder druk. De NUV Distributiecommissie zal ook in 2013 deze ontwikkelingen kritisch volgen om, waar nodig, direct in actie te kunnen komen richting de beleidsmakers in Den Haag. ‘Ook een positief geluid,’ aldus Van Dalen. ‘De al langer bestaande kortingsafspraken met Sandd voor leden van het NUV zijn in 2012 weer verlengd tot en met eind 2013.’

MVO/Papier & Milieu

In de keten is het NUV actief in initiatieven die gericht zijn op duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het NUV neemt hiertoe bijvoorbeeld al diverse jaren deel aan besturen als Papier Recycling Nederland (PRN), het Informatiecentrum Papier en Karton en Stichting Post-filter. Verder is het NUV betrokken bij de Projectgroep Acquisitiefraude van MKB Nederland en werkt het, waar mogelijk, samen met het Steunpunt Acquisitiefraude. PRN, waarin het NUV ook bestuurlijk vertegenwoordigd is, heeft afspraken gemaakt met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) over het bevorderen en het onder alle marktomstandigheden in stand houden van de inzameling en recycling van oudpapier. Deze afspraken gelden tot en met 2014 (Papiervezelconvenant). ‘De afspraken en de inzet vanuit PRN zijn al jaren een belangrijke succesfactor voor het hoge inzamel- en recyclingresultaat van oudpapier en -karton in Nederland,’ aldus Van Dalen. Het NUV zal ook in het komende jaar samen met de ketenpartners streven naar een verdere afname van de milieudruk en aandacht vragen voor bestaande succesvolle initiatieven in de uitgeverijbranche en binnen de gehele papierketen.





Sociale Zaken

Het NUV is actief betrokken bij de vaststelling van het sociaal beleid in de bedrijfstak. Het vaksecretariaat Sociale Zaken (SZ) zorgt voor onderlinge afstemming van het sociaal beleid bij de aangesloten lidbedrijven en verzorgt de voorbereiding en begeleiding van diverse cao's. Daarnaast begeleidt het vaksecretariaat adviescolleges, studietoelagencommissies, onderhandelingsdelegaties en geschillencommissies en organiseert SZ een aantal voorlichtingsbijeenkomsten per jaar. Het vaksecretariaat bestaat uit de secretarissen Ruud Schets en Frank Obertop, met ondersteuning door Chris Hondeman.

Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf

Op 1 januari 2013 kwam de Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf tot stand. Hierin zijn de werkgeversactiviteiten van het NUV verzelfstandigd. De voorbereidingen daarvoor vonden plaats in het verslagjaar. Ruud Schets legt uit: 'Het NUV had geen zelfstandige bevoegdheid tot het aangaan van cao's. Dat is bij de nieuwe werkgeversvereniging wel het geval.' Per 1 januari 2013 worden alle cao's in de sector afgesloten door de nieuwe werkgeversvereniging en niet meer door de individuele groepsverenigingen. Het vaksecretariaat zal ook de uitvoering van de activiteiten van de nieuwe werkgeversvereniging op zich nemen.

Cao's

In 2012 hebben sociale partners gezamenlijk een intensieve verkenning uitgevoerd naar een uitgeefsectorbrede raam-cao. 'In 2012 is een geheel nieuwe raam-cao ontwikkeld, *Cao voor het Uitgeverijbedrijf* genaamd, die de zes bestaande cao's in de sector moet vervangen. In deze raam-cao wordt veel meer flexibiliteit geboden dan momenteel mogelijk is. Dat geldt voor zowel de werkgever als de werknemer,' licht Schets toe. In 2013 vindt over de raam-cao besluitvorming plaats bij alle betrokken cao-partijen.

Tot de nieuwe raam-cao een feit is, blijft SZ de zes cao-trajecten in de sector uitgeverijbedrijf begeleiden. Vier cao's waren in 2012 aan vernieuwing toe. Met de cao voor het Dagbladuitgeverijbedrijf (cao DU) en de cao voor Dagbladjournalisten (cao DJ) is dat ook gebeurd; beide golden tot en met 2012. Daarnaast vonden er besprekingen plaats om de cao voor Vaktijdschriftjournalisten (cao VAK) en de cao voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf (cao BTU) te verlengen. Bij de cao VAK lukte dit, waarbij geen structurele loonsverhoging is afgesproken. Het overleg over de cao BTU is in november 2012 afgebroken en wordt in het voorjaar van 2013 voortgezet.

De uitvoering van de cao-afspraken geschiedt formeel door het paritair samengestelde bestuur van het bedrijfstakbureau. De feitelijke uitvoering en organisatie geschiedt door SZ. In 2012 heeft het vaksecretariaat de aandacht onder meer gericht op de verschillende functiegebouwen in de sector. Van het functie-indelingsinstrument voor publiekstijdschrift- en opinieweekbladjournalisten is op grond van gemaakte cao-afspraken in samenwerking met Hay Group een evaluatie opgestart. Daarnaast zijn in het verslagjaar de actualisering van het functiegebouw uit de cao BTU, eveneens in samenwerking met Hay Group, de evaluatie van het functiegebouw voor dagbladjournalisten, in samenwerking met Human Capital Group, en een functiehandboek voor de cao DU gerealiseerd. De drie laatstgenoemde resultaten moeten nog wel aan cao-partijen worden voorgelegd. De modernisering van de cao DJ, de oudste cao in de sector, stond hoog op de agenda. Dit onderzoek vond plaats naast de

vorbereidingen voor de raam-cao. De paritair samengestelde commissie Modernisering richtte zich op een beperkt aantal onderwerpen, zoals een alternatief voor het afschaffen van senioredagen en 'ander gebruik' van de journalistieke bijdragen, en onderwerpen zoals arbeidstijden en personeelsbeleid. In alle cao's is in 2012 een afspraak gemaakt over de aanpak van de zogeheten bovenmatigheid. Tevens heeft een evaluatie plaatsgevonden van de neergelegde afspraak om 1 procent van de loonsom te besteden aan opleidingen. Onderzoek toonde aan dat deze opleidingsafpraak over het algemeen goed is ingevuld. Zowel grote als kleine ondernemingen hebben interne cursussen georganiseerd of specifieke functiegerichte opleidingen buiten de deur aangeboden, vaak gericht op de nieuwe technologische ontwikkelingen.

Collectieve regelingen: cao-fondsen versus mantelcontracten

'Al jaren is een trend waarneembaar waarbij de cao-fondsen met verplichte deelname worden afgebouwd. In plaats daarvan komen er diverse mantelpolissen, waaraan de ondernemingen vrijwillig kunnen meedoen,' vertelt Ruud Schets. Voorbeelden van fondsen die binnen afzienbare tijd zullen eindigen, zijn de VUT-fondsen Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf (cao's BTU en VAK), Tijdschriftjournalisten (cao's PU en OP) en, uitgevoerd door het Fonds Werkijdvermindering voor oudere Werknemers in de Grafische Bedrijven (FWG): de VUT-fondsen voor het Dagbladuitgeverijbedrijf (cao DU) en voor Dagbladjournalisten (cao DJ). De premies zijn inmiddels vrijwel overal op nul gezet. Als gevolg van de beëindiging van de VUT-regelingen is de Stichting Werkgeversgarantiefonds BTU in 2012 geliquideerd en afgewikkeld. De gelden zijn naar evenredigheid uitgekeerd aan de bedrijven die voorheen aan het fonds deelnamen.

De WGA-hiaatverzekering is waarschijnlijk het enige fonds dat ook in de raam-cao zal worden opgenomen. De regeling betreft het afdekken van arbeidsrisico's waarvoor een goede verzekering noodzakelijk is. Een aantal jaren geleden is bij Centraal Beheer Achmea al een mantelpolis tot stand gebracht, die na de komst van de raam-cao gecontinueerd zal worden.



Ook op het terrein van de pensioenen waren er in 2012 ontwikkelingen. 'Wat het onderbrengen van pensioenen betreft, bestaan er voor de lidbedrijven twee faciliteiten,' legt Ruud Schets uit. 'De uitvoering van de eigen pensioenregeling kan worden uitgevoerd door PGB, dat inmiddels een geheel zelfstandige uitvoeringsorganisatie is geworden, of bedrijven kunnen deelnemen aan de pensioenmantel die is afgesloten bij Aegon.' Wegens het groeiende aantal deelnemende uitgeverijbedrijven bij de Stichting Pensioenfondsen voor de Grafische Bedrijven (PGB) is daar in 2012 de zogeheten Sectorcommissie Uitgevers in het leven geroepen. Deze commissie bewaakt de ontwikkelingen rondom het pensioenfondsen en onderwerpen als premiestel-

vervolg op het Project Mediacompetenties uit 2009.

Ruud Schets: 'Op basis van de toen onderscheiden nieuwe competenties wordt nu een vertaalslag gemaakt naar nieuwe eigentijdse functieprofielen voor de hele bedrijfstak. De overheid, die de creatieve industrie als topsector heeft aangewezen, ondersteunt dit project financieel.'

SZ onderhoudt onder de vlag van het bedrijfstakbureau de website Uitgeverijbedrijf.nl en haar subsites Werken en Gezond Uitgeven! In 2012 heeft SZ de digitale arbocatalogus op de subsite Gezond Uitgeven! geactualiseerd en er is een nieuwe certificering gekomen voor de digitale risico-inventarisatie en -evaluatie (RI&E). In samenwerking met Mediastages, onderdeel van de Media Academie, heeft SZ in 2012 een digitale wegwijzer gemaakt, die lidbedrijven helpt bij hun zoektocht naar goede opleidingen voor hun werknemers en het plaatsen van stagiairs.

'Het blijft van belang om de ledenbedrijven goed te informeren over actuele ontwikkelingen,' aldus Schets. In dat kader hebben er in 2012 drie succesvolle voorlichtingsbijeenkomsten plaatsgevonden.

In het recente verleden heeft SZ namens het NUV met de fiscus verschillende convenanten gesloten. Alle convenanten worden periodiek herzien. In 2012 is het convenant over de gratis-krantregeling voor het eigen personeel van de onderneming verlengd tot en met 2013, toen nog uitgaande van de invoering van de Werkkostenregeling in 2014. Sinds 2012 voert het NUV ook gesprekken met de fiscus over een convenant voor de dagbladistributie (bezorging) over de hoogte van de verschillende onkosten-ergoedingen, tevens in relatie tot de Werkkostenregeling. Deze gesprekken zijn nog gaande.

SZ vervult een belangrijke rol bij de uitvoering van de werkgelegenheidsafspraken in de sector. De subsidieregeling voor de instroom van dagbladjournalisten, door voormalig minister Plasterk in het leven geroepen, is onder de vlag van het Stimuleringsfonds voor de Pers uitgevoerd door SZ, in nauwe samenwerking met de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ). Er zijn 75 jonge journalisten voor twee jaar aangesteld. Schets: 'Voor de bedrijven en voor de journalistiek is dit een belangrijke impuls geweest. Het heeft de nodige sociale innovatie gebracht. Een flink aantal jonge journalisten is na afloop van het project bij de bedrijven gebleven. Dat zal ook bij de rapportage aan het ministerie in 2013 worden meegenomen.' Daarnaast zijn in het kader van de cao DJ en de cao VAK in 2012 weer succesvol een *Instroomproject voor Dagbladjournalisten* respectievelijk een *Kennismakingsproject Vaktijdschriftjournalisten* gerealiseerd.



Scan deze pagina
en bezoek de
digitale wegwijzer.

ling, inspraak, reglementering en beleggingsbeleid. 'Maar er kan ook om hulp worden gevraagd bij de aanpassing van de eigen pensioenregeling, als die door PGB wordt uitgevoerd,' voegt Schets toe. De pensioenmantel bij Aegon was in 2012 een groot succes. Met Aegon is een langjarig garantiecontract gesloten waardoor, ondanks de algemene trend van premieverhoging en afstempeling in 2012, de rechten niet alleen intact zijn gebleven maar ook zijn geïndexeerd.

Overig

Het NUV ondersteunt diverse bedrijfstakonderzoeken, die steeds zich steeds verder toespitsen op een breder werkveld. Met aanpalende sectoren bekijkt het NUV of een uitbreiding kan plaatsvinden van de basis van diverse collectieve regelingen. Daarnaast is de brancheorganisatie betrokken bij diverse projecten, bijvoorbeeld het Ontwikkelingsfonds Creatieve Industrie (OCI). Dit platform voor opleidingen en het werkveld toetst opleidingsinitiatieven aan de mogelijkheden en eisen van het werkveld voor werknemers in de creatieve industrie. Op initiatief van SZ heeft het NUV in 2012, samen met het kenniscentrum GOC en de Opleidings- en Ontwikkelings (O&O)-fondsen van de cao DU en de Grafimedia-cao, het project 'Toekomstprofielen' opgezet. Dit project is een



rt(0) Nieuws

Volg ons op
iPhone & tablet



NDP Nieuwsmedia

NDP Nieuwsmedia, de brancheorganisatie voor nieuwsbedrijven, draagt de kracht en maatschappelijke functie van nieuwsmedia uit. NDP Nieuwsmedia behartigt de zakelijke en journalistieke belangen van de private nieuwsbedrijven. De speerpunten zijn verbreding, innovatie, lobby, belangenbehartiging, nieuwsmediapromotie op de advertentiemarkt (Cebuco) en nieuwsmediapromotie op de jongerenmarkt (Nieuws in de klas).

Verbreiding

NDP Nieuwsmedia verwelkomde in 2012 zeven nieuwe titels. De brancheorganisatie zette zich in voor een sterk auteursrecht, een laag btw-tarief voor digitale nieuwsmedia, een gelijk speelveld voor publiek en privaat gefinancierde nieuwsmedia en goede regelgeving voor de dagbladistributie. Samen met twaalf nieuwsuitgevers lanceerde NDP Nieuwsmedia contentplatform Newz. Voor de leden werden drie bijeenkomsten georganiseerd.

In 2012 hebben Almere Vandaag, Alphen CC, BNR Nieuwsradio, 7Days, Kidsweek, Metro en Vrij Nederland zich aangesloten bij NDP Nieuwsmedia. Eerder al werden RTL Nieuws en persbureau ANP lid. De nieuwe leden zorgen voor een verdere verbreding van de brancheorganisatie. NDP Nieuwsmedia versterkt hiermee zijn positie als belangenbehartiger van privaat gefinancierde nieuwsbedrijven. Jacques Kuyf, voorzitter NDP Nieuwsmedia: 'In de concurrerende nieuwssector is het essentieel dat private nieuwsbedrijven hun krachten bundelen. De nieuwe leden benadrukken het multimediale karakter, de inhoudelijke functie en de brede doelgroep van nieuwsmedia.'

Public affairs

NDP Nieuwsmedia heeft in 2012 uiteenlopende issues geagendeerd. Auteursrecht is cruciaal voor nieuwsmedia en nationaal en internationaal een belangrijk thema. NDP Nieuwsmedia hield de discussie over het btw-tarief voor nieuwsmedia met succes op de politieke agenda. De Tweede Kamer stemde in met de motie die de Nederlandse regering verzoekt zich sterk te maken voor het lage btw-tarief (6 procent) op digitale nieuwsproducten. Op dit moment geldt in Nederland voor printmedia het lage btw-tarief, terwijl voor digitale media het standaardtarief (21 procent) moet worden betaald. Om het btw-tarief op digitale media te verlagen is een unaniem besluit van de Europese Raad nodig.

NDP Nieuwsmedia bepleitte ook in 2012 een gelijk speelveld voor alle mediaorganisaties. Ter behoud van een pluriforme pers is een eerlijke uitgangspositie voor privaat gefinancierde media in de concurrentie met de publieke omroep van groot belang. Goede spelregels zijn

daarvoor noodzakelijk, met name op digitale platforms. Samen met onder andere het NUV bracht NDP Nieuwsmedia de negatieve effecten van de cookiewetgeving op de nieuwssector onder de aandacht van de politiek. Begin 2013 kondigde de minister van Economische Zaken een versoepeling van de wetgeving aan.

Voor de dagbladistributiebedrijven bereikte NDP Nieuwsmedia een belangrijke toezegging. Een wijziging van de Wet arbeid vreemdelingen (Wav) omvatte een notificatieplicht voor personen van buiten de Europese Unie die in Nederland arbeid gaan verrichten. Conform de beoogde notificatieplicht moest een krantenbezorger twee werkdagen voor de start van de werkzaamheden bij het UWV zijn aangemeld. Deze maatregel zou voor de dagbladsector onuitvoerbaar zijn wanneer bij ziekte een vervangende krantenbezorger moet worden ingezet. Het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) zegde toe voor de dagbladsector een praktische oplossing te zoeken voor de gevolgen van de wetswijziging.

Internationaal

NDP Nieuwsmedia richt zich ook in internationaal verband op een gunstige beïnvloeding van wet- en regelgeving en de bevordering van een vrije pers. De World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) zet zich op mondiaal niveau in voor dagbladuitgevers. Om de belangen in Europees verband te behartigen is NDP Nieuwsmedia aangesloten bij ENPA. Prioriteiten van ENPA zijn de bescherming en handhaving van intellectuele-eigendomsrechten, de btw-tarieven op nieuwsmedia en de vrijheid van commerciële communicatie.

"In de concurrerende nieuwssector is krachtenbundeling essentieel. De nieuwe leden benadrukken het multimediale karakter, de inhoudelijke functie en de brede doelgroep van nieuwsmedia."

Ook in het verslagjaar volgde NDP Nieuwsmedia de internationale ontwikkelingen met betrekking tot Google Nieuws nauwlettend. In Frankrijk onderhandelden de nieuwsuitgevers en de regering met Google over betaling voor hergebruik van content. Duitsland ontwierp een wet om aggregatiediensten te laten betalen voor het gebruik van citaten in zoekresultaten.

Newz

In 2012 namen twaalf dagbladuitgevers samen met NDP Nieuwsmedia het initiatief tot de ontwikkeling van het gezamenlijk contentplatform Newz. Newz biedt de redactionele content van nieuwsbedrijven gestandaardiseerd en verrijkt aan. Ondernemers en uitgevers kunnen met Newz uiteenlopende toepassingen ontwikkelen voor zakelijke en particuliere gebruikers. Bijvoorbeeld een applicatie waarin Kamervragen worden gekoppeld aan het artikel dat aanleiding was voor de vraag. Of een toepassing die recensies relateert aan de verkoop van tickets of boeken. Kuyl: 'Het initiatief maakt het multimediale gebruik van nieuws eenvoudiger en versterkt de maatschappelijke functie van nieuwsmedia door het bereiken van nieuwe doelgroepen.'



Scan deze pagina met de Layar app en bekijk het newz filmpje.

Bijeenkomsten

In 2012 organiseerde NDP Nieuwsmedia drie bijeenkomsten voor de leden. De ledenvergaderingen werden gehouden in filmmuseum EYE en het heropende Stedelijk Museum Amsterdam. Voorafgaand aan de conferentie van International News Media Association (INMA) organiseerde NDP Nieuwsmedia een dinerbijeenkomst voor de top van de Nederlandse en Vlaamse nieuwsmedia. Christian Van Thillo, CEO De Persgroep, en Earl Wilkinson, CEO INMA, hielden tijdens het diner urgente betogen over de toekomst van de nieuwssector.

In 2013 blijft NDP Nieuwsmedia zich sterk maken voor een goede uitgangspositie voor private nieuwsmedia. Veel issues vloeien voort uit de digitalisering van nieuwsmedia. Tom Nauta, directeur NDP Nieuwsmedia: 'De digitalisering blijft van grote invloed op de private nieuwsmedia. Die ontwikkeling vraagt om een laag btw-tarief voor print én digitale nieuwsmedia en een sterk auteursrecht. En juist op online platforms is een gelijk speelveld voor publieke en private nieuwsmedia van groot belang.'

Cebuco

Cebuco is het marketingplatform van NDP Nieuwsmedia. De activiteiten van Cebuco zijn gericht op profilering van nieuwsmedia op de advertentiemarkt. Cebuco brengt uitgevers van nieuwsmedia als sterke multimediale advertentieplatforms onder de aandacht bij adverteerders, mediabureaus en reclamebureaus. Primair zijn de activiteiten van Cebuco gericht op imagoverbetering en effectiviteit. De basisgedachte voor de positionering van nieuws is: sterke nieuwsmerken als drivers van bereik, impact en return on investment (ROI). Cebuco presenteert adverteerders alle kanalen van nieuwsmedia.

“De consument kiest niet voor één drager, maar neemt het nieuws tot zich op een manier die past bij de behoefte van het moment.”

Nieuwe missie

In 2012 heeft Cebuco een nieuw missiestatement geformuleerd om de verbreding van de nieuwssector kracht bij te zetten. Deze missie luidt: “Elke reclameboodschap verdient de impact van het nieuws.”

de consument het meest weten te raken. Nieuwsmerken scoren vol overtuiging op relevante aspecten als informatiewaarde, geloofwaardigheid en actualiteit. Nieuwsmerken hebben ook een sterke sociale factor en weten lezers

**ELKE RECLAMEBOODSCHAP
VERDIENT DE IMPACT VAN HET
NIEUWS**



Scan deze pagina
met de Layar app en
bekijk het Cebuco filmpje.

De basis voor dit missiestatement is het veranderende gedrag van nieuwsconsumenten. Er wordt steeds meer nieuws geconsumeerd. En sinds de komst van digitale media op steeds meer verschillende manieren. De nieuwe initiatieven van nieuwsmedia bieden adverteerders interessante mogelijkheden. Nieuwsmedia en adverteerders zijn steeds beter in staat om samen in te spelen op de wens van de consument. Olaf Croon, directeur Cebuco: ‘De basis voor de nieuwe missie ligt in de volgende gedachte: de nieuwsmerken van onze lidbedrijven zijn vertrouwde ankers die elk op hun eigen manier duiding geven aan de dagelijkse stroom van nieuws. Ze helpen ons het nieuws te begrijpen en te plaatsen. Ze weten wat in die continue stroom van nieuws echt belangrijk is. Ze helpen ons beeld van de wereld te ordenen. Ongeacht de verschijningsvorm. Nieuwsmerken hebben een unieke en krachtige positie in het medialandschap. Het Mediabelevingsonderzoek 2011/2012 laat zien dat nieuwsmerken van alle media

te activeren. De impact van het nieuws biedt iedere adverteerder een sterk Umfeld om doelgroepen effectief te bereiken. Van een advertentie op de voorpagina voor die extra sales impuls tot de klassieke issueadvertentie op de achterpagina tot een complete crossmediale campagne.’

Onderzoek

Adverteerders en mediabureaus willen exact weten wat de bestede reclame-euro oplevert. Cebuco doet onderzoek naar de prestaties van nieuwsmedia op diverse niveaus. Naast de reguliere onderzoeken op mediumtypeniveau (zoals print en online) heeft Cebuco in 2012 ook effect- en ROI-onderzoek geïnitieerd om de multimediale kracht van nieuwsmedia aan te tonen.

Cebuco vertegenwoordigt de branche in de JICs (Joint Industry Committees) NOM (Nationaal Onderzoek Multi-media; bereik) en HOI (Instituut voor Media Auditing; oplage),



zowel op bestuurlijk niveau als in technische en adviescommissies. Ook is Cebuco actief betrokken bij STIR (online bereik). Het Marketingplatform speelde een voortrekkersrol in onderzoeksinitiatieven op het gebied van bijvoorbeeld *smart devices* en de toepassingen van nieuwsmedia daarop. Daarnaast heeft Cebuco zitting in de Media Research Committee en de Advertising Committee van INMA.

Promotie en communicatie

Primaire doelgroepen van Cebuco zijn adverteerders, mediabureaus en reclamebureaus. Daarnaast vormen de marketing- en salesmedewerkers van de nieuwsmedia een belangrijke doelgroep. Met een actief pr-beleid, nieuwsbrieven, websites, social media, events, workshops, masterclasses en sponsoring heeft Cebuco zich in 2012 gepresenteerd als advertentiemarketingautoriteit op het gebied van nieuwsmedia. Cebuco was daarmee zichtbaar op die platforms waarop ook nieuwsmedia actief zijn.

Harmonisatie en standaardisatie

Harmonisatie en standaardisatie zijn belangrijke issues in het mediaplanningproces en de executie op de advertentiemarkt. Cebuco heeft verschillende werkgroepen ingesteld die zorgen voor harmonisatie en standaardisatie van advertentieformaten, tariefmodellen en materiaal-specificaties. Het marketingplatform heeft een aantal tools ontwikkeld die specifiek gericht zijn op de papieren krant en dagbladsites. Het ontsluiten van complexe informatie met behulp van slimme tools vereenvoudigt het werken met dagbladen op de advertentiemarkt. In 2012 is de formatenplanner geïntroduceerd. Ook zijn een nieuwe versie van de Cebuco Tarief Calculator (CTC) en een CTC iPad-app ontwikkeld.

Informatie en kennis

Cebuco speelt een centrale rol in de informatie- en kennisvoorziening over de kracht van nieuwsmedia op de advertentiemarkt. Cebuco helpt adverteerders en bureaus nieuwsmedia optimaal in te zetten in de communicatie- en mediaplannen. De volgende online tools zijn hiervoor beschikbaar:

- Bereiksversterker
- Dagblad Academy
- Formatenzoeker
- Oplagendatabase
- Printarena
- RReporter
- Tarief Calculator

‘We hebben in 2012 veel energie besteed aan de ontwikkeling van ons nieuwe missiestatement. Natuurlijk besteden we nog steeds veel aandacht aan specifieke mediakanalen zoals print en internet, simpelweg omdat trajecten zoals onderzoek vaak nog zijn ingericht op basis van mediakanalen. Inspelen op de verbreding van de nieuwsmediabranche is een verrijking en een uitdaging die we in 2012 met plezier zijn aangegaan,’ aldus Croon. ‘De nieuwe missie – elke reclameboodschap verdient de impact van het nieuws – stelt ons in staat om nieuwsmedia de juiste lading te geven. In een tijd waarin het mediaveld zeer complex is geworden, is het belangrijk niet langer in afzonderlijke kanalen te denken. De consument doet dat allang niet meer, die neemt het nieuws tot zich op een manier die het beste past bij de behoefte van het moment. De onverminderde impact van het nieuws is interessant voor adverteerders. Cebuco stelt om die reden de kracht van nieuwsmedia centraal.’

Nieuws in de klas

Nieuws in de klas is het educatieplatform van NDP Nieuwsmedia. Nieuws in de klas helpt docenten in het primair en voortgezet onderwijs om nieuwsmedia in hun lessen te verwerken. Met behulp van de Nieuwsservice en lesmaterialen van Nieuws in de klas werken de docenten met hun leerlingen aan taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap.

Investeren in onderwijs

Nieuwsbedrijven hebben er belang bij dat hun nieuwsmedia deel gaan uitmaken van het referentiekader van jonge nieuwsconsumenten. Evenzeer zijn nieuwsmedia zich bewust van de rol die media spelen in het socialisatieproces van jongeren. De nieuwsbedrijven zien het als hun maatschappelijke verantwoordelijkheid om als collectief, via Nieuws in de klas, te investeren in het onderwijs.

Het onderwijs is een belangrijk kanaal voor de nieuwsmedia, omdat jongeren moeten *leren* om nieuwsmedia te gebruiken. Fifi Schwarz, directeur Nieuws in de klas: 'Dat "moet" omdat het belangrijk is voor hun algemene ontwikkeling. Maar ook vanwege de drempels die nieuwsmedia zelf opwerpen: het ingewikkelde taalgebruik of omdat vaak voorkennis is vereist. Jongeren zijn wel snel op de hoogte van nieuwtjes – of denken dat ze zijn – maar vinden het lastiger om te bepalen waarom maatschappelijke, economische of politieke gebeurtenissen ook voor henzelf relevant zijn. Het is niet vanzelfsprekend dat zij zich uit

zichzelf gaan verdiepen in achtergronden bij het nieuws of in de uiteenlopende standpunten in het publieke debat. Daartoe moeten zij gemotiveerd worden. Het onderwijs is de aangewezen plek om jongeren daarin te begeleiden.'

Noodzaak van inbedding in lesprogramma

Journalistieke content is niet automatisch in te passen in het lesprogramma: achtergrondinformatie over maatschappelijke thema's kan afwijken van de lesstof, berichtgeving bevat jargon dat buiten het begrippenapparaat van de lesmethode valt, of informatie is nog zo vers dat de bredere context ontbreekt. Bovendien is het voor docenten lastig om de voorbereiding van hun lessen te laten afhangen van het nieuws, dat per definitie onvoorspelbaar is.

Nieuws in de klas ondersteunt docenten door hen in de gelegenheid te stellen om zelf te bepalen welke titels ze op welk moment in het jaar gebruiken. De lessuggesties van Nieuws in de klas zijn niet tijdgebonden, waardoor docenten hun lessen makkelijker kunnen voorbereiden en plannen. Nieuws in de klas verzorgt workshops en docententrainingen om hen te helpen de actualiteit aan hun lesstof te koppelen.

Aan de hand van gebruikersenquêtes kan Nieuws in de klas het aanbod en de dienstverlening beter afstemmen op de behoefte van de gebruikers. Docenten, die het beste



“De nieuwsbedrijven zien het als hun maatschappelijke verantwoordelijkheid om als collectief, via Nieuws in de klas, te investeren in het onderwijs.”

voor hun leerlingen willen, vormen een betrokken, maar ook kritische doelgroep. Het is dan ook veelbetekend dat zij, blijkens gebruikersonderzoek, de diensten van Nieuws in de klas een hoge waardering geven: in 2012 gemiddeld een 7,8.

Vernieuwing als constante

Nieuwe leden en nieuwe vormen van nieuws worden opgenomen in de Nieuwsservice. De Nieuwsmediaportal is in 2012 vernieuwd en biedt per titel ook een overzicht van de apps en de social media-accounts die de lidbedrijven gebruiken. Ook is een volledig nieuwe, web based only, bestelprocedure in gebruik genomen. In 2012 is een start gemaakt met een volledige review van de opdrachten-catalogus. Het bestaande materiaal is, mede door de verbreding van de brancheorganisatie, toe aan actualisering. In 2013 verschijnen handleidingen voor zowel het primair als het voortgezet onderwijs, later gevolgd door lessuggesties, die gefaseerd worden uitgegeven.

Schwarz benadrukt dat het voor Nieuws in de klas, maar ook voor docenten, belangrijk is dat de diensten aansluiten bij bestaande lesuitgaven. ‘Daarom werken we graag samen met andere leermiddelenontwikkelaars en educatieve uitgevers. Zo hebben we in 2012 meegewerkt aan de totstandkoming van een lespakket van Codename Future, dat in het teken staat van informatievaardigheden. Dit lespakket verschijnt in het voorjaar van 2013. En we hebben met de GEU gekeken naar aanknopingspunten. In 2013 willen we samen een pilot doen waarin nieuws-content gekoppeld wordt aan de digitale collecties van educatieve uitgevers.’ Wat opvalt, is dat onder leermiddelenontwikkelaars de behoefte toeneemt om de actualiteit te verwerken in het lesmateriaal. Voor het gebruik van content is toestemming van de afzonderlijke uitgevers nodig. Nieuws in de klas fungeert hiervoor als logisch aanspreekpunt.

Met alle diensten geeft Nieuws in de klas invulling aan de drie pijlers taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap. Soms vallen deze pijlers samen, zoals in maart 2012, toen Nieuws in de klas samen met het Creative Learning Lab van Waag Society de IPON/Mediawijzer: net Award in ontvangst mocht nemen voor De Digitale Nieuwscollage, die de partijen hebben ontwikkeld voor het schoolvak Nederlands in het voortgezet onderwijs.



Maar over het algemeen zijn deze domeinen in de onderwijspraktijk veelal nog steeds gescheiden. Nieuws in de klas laat zien hoe nieuwsmedia helpen om die pijlers met elkaar te verbinden. ‘Om actief als burger in de samenleving te kunnen participeren, moet je je via nieuwsmedia (kunnen) informeren over maatschappelijke ontwikkelingen. Dat vereist zowel mediawijsheid als taalvaardigheid,’ aldus Schwarz. ‘Door actief met nieuwsmedia te werken kunnen docenten hun lesstof relateren aan de werkelijkheid buiten school. Leerlingen begrijpen de lesstof daarvoor beter. Bovendien, zo blijkt uit onderzoek, vinden zij het werken met actuele bronnen leuker. Kortom, Nieuws in de klas verrijkt het onderwijs.’ Voor een overzicht van de activiteiten van Nieuws in de klas in 2012 verwijst de organisatie graag naar www.nieuwsindeklas.nl/jaaroverzicht.



Scan deze pagina met de Laya app en bekijk het filmpje over De Digitale Nieuwscollage.





Groep Publieks- tijdschriften

De Groep Publiektijdschriften (GPT) behartigt de belangen van de tijdschriftuitgeverijen die zich op de consumentenmarkt richten met publiektijdschriften, opiniebladen en omroepbladen. Hun uitgaven zijn landelijk verkrijgbaar op basis van abonnementen en/of losse verkoop. Bij de GPT zijn 25 uitgeverijen aangesloten. Samen brengen zij ruim 175 publieks- en opinietijdschriften en omroepbladen op de Nederlandse markt. In 2011 bedroeg de gezamenlijke omzet van de GPT-lidbedrijven 703,5 miljoen euro.





Publiekstijdschriftenmarkt

Nederland telt circa twaalfhonderd betaalde publiekstijdschriften. In 2011 zijn er bijna zeshonderd miljoen exemplaren van publiekstijdschriften verspreid. De totale betaalde oplage (abonnementen en losse verkoop) van publiekstijdschriften bedroeg in 2011 430 miljoen (bron: HOI, Instituut voor Media Auditing). In Nederland bereiken tijdschriften 12,3 miljoen mensen, 88 procent van de bevolking (dertien jaar en ouder). Van alle mannen leest 85 procent tijdschriften en van alle vrouwen 91 procent (bron: NOM, Nationaal Onderzoek Multimedia). De gemiddelde Nederlander leest op jaarbasis 31 tijdschriftnummers. Deze cijfers zijn uitsluitend gebaseerd op geprinte producten.

Uitgevers worden in toenemende mate contentleveranciers op multimediale platforms. Naast print worden digitale titels steeds belangrijker. Vanaf het eerste kwartaal 2013 kunnen alle tijdschriften die bij HOI zijn aangesloten, ook hun digitale titels rapporteren. Dit geldt tevens voor combinaties van print en digitaal. De penetratie van het lezen op digitale platforms groeit gestaag. Om het lezen op die platforms in de tijd te volgen heeft het NOM vragen hierover in zijn onderzoek opgenomen. 'We zien dat het lezen op digitale platforms snel aan het groeien is. Het lezen van tijdschriften op smartphone groeit van 2 procent naar 2,3 procent, en op de tablet van 2,7 procent naar 3,6 procent. Op dit moment is dat nog op het niveau van mediumtype. In 2013 zal een test uitgevoerd worden voor het meten op titelniveau,' aldus Auke Visser, voorzitter van de GPT en tevens lid van het NOM- en het HOI-beestuur. Visser: 'In 2013 kunnen we nog meer transparantie van performance van tijdschriften verwachten. Dan komt NOM met OTSA (Opportunity To See Advertising), een

voorspellingsmodel voor reclamebereik in dagbladen en tijdschriften. Een opzienbarend nieuw instrument voor de advertentiemarkt. We zien de komst hiervan met veel belangstelling tegemoet.'

Commissies/werkgroepen

De GPT telt zeven commissies/werkgroepen: Beleidscommissie Lezersmarkt, Research Commissie, Werkgroep Omroepbladen, Werkgroep Bladen in de Balie, Werkgroep TijdschriftenGala, Stuurgroep Actie Vakhandel en BCB/Commercieel Platform. Op diverse terreinen ontwikkelen zij beleid en activiteiten voor de leden en de partijen waarmee zij nauw samenwerken. 'De keuze voor de structuur met commissies en werkgroepen stimuleert de betrokkenheid van de achterban bij de activiteiten van de branchevereniging,' licht Harriët Schrier, algemeen secretaris GPT, toe. 'Experts uit onze lidbedrijven geven invulling aan zaken die voor de uitvoering van hun dagelijkse werk belangrijk zijn. Daarnaast is het zonder hun

expertise en inzet welhaast onmogelijk om als branche-vereniging een goede feeling te houden met de snelle ontwikkelingen in onze bedrijfstak.' Alle zeven commissies staan onder voorzitterschap van een afgevaardigde uit het GPT-bestuur.

Advertentiemarkt / Magazines.nl

Sinds 1 januari 2011 bestaat Magazines.nl om het mediatype publiekstijdschrift vanuit de GPT met nieuw elan in de advertentiemarkt te positioneren. 2012 stond in het teken van tal van activiteiten en initiatieven. Zo werden op het gebied van advertising in *Adformatie* en *Marketing-Tribune* bij relevante artikelen opvallende advertenties geplaatst. Daarnaast continueerde Magazines.nl de tweewekelijkse campagne 'editor-in-chief' in *Marketing-Tribune*. In de zomer verblijdde de organisatie duizend relaties met een zomertas, gevuld met tijdschriften en bruikbare gadgets die deelnemende uitgevers beschikbaar hadden gesteld. Een opvallend project was het magazine 'Bladen komen binnen'. Een magazine met daarin de belangrijkste informatie van anderhalf jaar Magazines.nl, aangevuld met relevante nieuwe content.

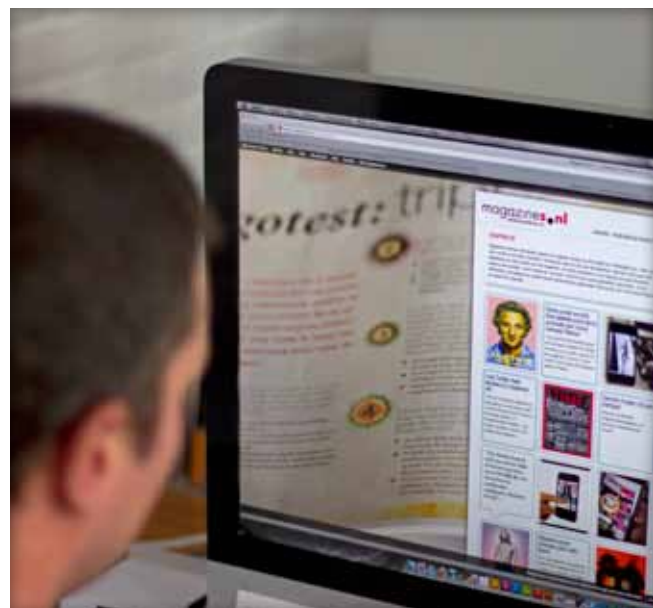
Magazines.nl was tevens een van de sponsors van het evenement *De 24 uur van de reclame* van de bond van adverteerders (BVA) en de Vereniging van Communicatie-adviesbureaus (VEA). 'Als onderdeel van het sponsorpakket konden wij ook een workshop organiseren. Dit werd een goed bezochte paneldiscussie met hoofdredacteuren,' vertelt Magazines.nl-directeur Henk Borst. Diverse onderzoeken en onderzoeksactiviteiten kregen vakinhoudelijk hoge waardering en werden breed opgepikt door de pers, zoals het 'Mediabelevingsonderzoek', 'Bladen komen binnen' en de productie 'Proof of Performance' van de International Federation of the Periodical Press (FIPP). Magazines.nl zet naast haar website met onder meer actueel nieuws, de tool 'Mediamixer' en het online educatieportal 'Magazines.nl Academy' ook social media actief in, en maandelijks verschijnt er een nieuwsbrief.

Lezersmarkt / Bladenweek 2012

De Bladenweek vond in 2012 plaats van 10 tot en met 23 september. Bij aankoop van 7,50 euro aan tijdschriften ontving de consument het unieke magazine *BLAD*. De Bladenweek is een initiatief van uitgevers, distributeurs



Scan deze pagina met de Layar app en blader door het magazine.



"Distributie van digitale content die zorgt voor een substantiële verkoop van losse nummers en abonnementen, staat hoog op de agenda in 2013."

“De branche kijkt uit naar nieuwe initiatieven, zoals een groot media-tijdbestedingsonderzoek, de rapportage van reclamebereik en een nieuw jongerenonderzoek.”

en verkopers van tijdschriften. Tijdens deze landelijke tijdschriftenpromotie staan tijdschriften centraal bij 2500 tijdschriftspeciaalzaken, boekhandels en tabak- en gemakswinkels. Ook uitgevers ondersteunden de actie met onder meer een advertentiecampagne in meer dan tweehonderd publiekstijdschriften. De totale mediawaarde hiervan bedroeg ruim 1,3 miljoen euro. De GPT heeft eind 2012 besloten de Bladenweek na vijf edities te beëindigen. ‘De promotie van de losse verkoop blijft echter meer dan ooit van belang, alle betrokken partijen zijn het hierover eens,’ zegt Visser. ‘Daarom is besloten in 2013 gezamenlijk met retailers en distributeurs een nieuwe actie ter promotie van het tijdschrift te ontwikkelen. Hierbij wordt gedacht aan een grote actie, één of meerdere keren per jaar, om de categorie tijdschriften bij de consument te profileren.’

Educatie

De educatieve activiteiten van de GPT voor (freelance) redactionele medewerkers worden geïnitieerd, georganiseerd en gefinancierd door de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP), waarin de GPT en de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) zijn vertegenwoordigd. ‘Bij alle door de COP georganiseerde workshops werd de inschrijflimiet overschreden en moest het COP-bestuur een deelnemersselectie maken. Dit toont aan hoe populair de workshops zijn. De programma’s worden ook steeds afgestemd op de ontwikkelingen in onze bedrijfstak,’ zo meldt Schrier, die zitting heeft in het COP-bestuur. In 2012 werden Expeditie Bladenmaken (al acht jaar succesvol), Masterclass Bladenmaken voor hoofdredacteurs en freelance redacteurs (vijfde keer), Kijk op





Foto: De Balie. Fotografie: Jan Boeve.



Scan deze pagina in zijn geheel met de Layar app voor extra beeldmateriaal. fotografie: Fons Klappe

Beeld Dagen en de Hoofredactiedag georganiseerd. 'Voor 2013 staan twee nieuwe initiatieven op het programma: een educatieve filmmarathon en een inspiratiedag voor freelancers,' aldus Schrier.

Bladen in de Balie

'Bladen in de Balie' is al jaren een succesvol initiatief. Tijdens deze bijeenkomsten ontmoeten collega's en vakgenoten elkaar om praktijkervaringen uit te wisselen en bijgepraat te worden over de meest actuele redactionele en technische ontwikkelingen op tijdschriftengebied. Bladen in de Balie vindt vijf keer per jaar plaats in De Balie in Amsterdam. In 2012 stonden de trends in tijdschriftfotografie, de strategie van social media, de losse verkoop en de licentietitels op het programma. Tijdens de editie op de Nationale Uitgeefdag in Den Haag vertelde een nieuwe generatie hoofdredacteurs over hun eerste ervaringen in tijdschriftenland. In 2013 zal de interactiviteit van Bladen in de Balie worden verbreed met een facebook- en een twitteraccount.

Digitale Workshops / Masterclass Consumer Publishing

In 2010 startte de GPT met de organisatie van digitale workshops voor directies en hun online uitgevers. Nationale en internationale sprekers brengen op inspirerende wijze de genodigden in een halve dag op de hoogte van de actuele digitale ontwikkelingen. Deze activiteit wordt in 2013 gecontinueerd. Dit geldt tevens voor de 'Masterclass Consumer Publishing' voor uitgevers, marketing-/bladmanagers en salesdirectors, die zich concentreert op innovatie, business(modellen) en marketing.

Studiereis

In 2012 organiseerde de GPT een studiereis voor zestien CEO's van lidbedrijven naar Hamburg. Op het programma



stonden bezoeken aan gerenommeerde Duitse publieks-tijdschriftuitgevers en presentaties van digitale initiatieven.

TijdschriftenGala

GPT-voorzitter Auke Visser: 'Vele mensen maken dag in dag uit prachtige tijdschriften voor de Nederlandse consument. De makers daarvan worden een keer per jaar door ons in het zonnetje gezet. Speciaal voor hen organiseren we het TijdschriftenGala.' In december 2012 werd het TijdschriftenGala, met de uitreiking van de Mercurs, voor de vijftiende keer georganiseerd. In tien categorieën werden vakprijzen uitgereikt in aanwezigheid van ruim 850 bladenmakers. Het TijdschriftenGala is het jaarlijkse feestelijke hoogtepunt van de publiekstijdschriftenbranche.

Internationaal / EMMA en FIPP

De GPT is aangesloten bij de European Magazine Media Association (EMMA) in Brussel. Veel nationale wetgeving vindt haar oorsprong in Europese richtlijnen, verordeningen en verdragen. De missie van EMMA is de belangen van uitgevers van geprinte en digitale media te promoten en te beschermen binnen de Europese Unie. EMMA representeert vijftienduizend uitgevers in heel Europa, die gezamenlijk vijftigduizend relatie- en b2b-bladen produceren voor 360 miljoen Europese lezers. EMMA volgt circa veertig beleids- en wetsvoorstellen die zorgwekkend voor uitgevers kunnen zijn. Zo wordt er gesproken over veranderingen in gegevensbescherming en wijziging van btw-tarieven. Daarnaast is de GPT aangesloten bij de internationale tijdschriftorganisatie FIPP in Londen. Voor 2013 heeft de FIPP vier evenementen op de agenda staan: FIPP/VDZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger) 6th Digital Innovators' Summit, Worldwide Media Marketplace (WMM), FIPP Research Forum and Awards en 39th FIPP World Magazine Congress in Rome.





Groep Algemene Uitgevers

De Groep Algemene Uitgevers (GAU) behartigt de belangen van de Nederlandse boekenuitgevers die zich op de publieksmarkt richten met onder andere literatuur, fictie, non-fictie en kinderboeken. Eind 2012 telde de GAU 94 leden.



Verbreiding

Voor de algemene uitgevers was 2012 in vele opzichten een uitdagend jaar. Enerzijds was er opnieuw sprake van een dalende omzet en ging groothandelaar Libridis failliet. Anderzijds toonde het verslagjaar een duidelijke toename van de omzet en het aanbod van e-books. Daarnaast vonden uitgevers nieuwe wegen om hun lezers en de retail te vinden en om de rechten van auteurs in de breedst mogelijke zin te exploiteren. Werken van auteurs werden verfilmd, verkocht in het buitenland, 'ver-appt' en tot luisterboek bewerkt. In 2012 werden veel uitgevers daadwerkelijk 'multimedialer', zowel in hun digitale aanbod als in het gebruik van social media. Wiet de Bruijn, GAU-voorzitter per 1 januari 2013: '2012 was het jaar waarin we accepteerden dat de markt echt veranderd is. Het leesgedrag van de consument, de manier waarop we omgaan met auteurs en onze verhoudingen met retailers zijn blijvend anders.'

Tegengaan illegaal aanbod versus breed aanbod

Ook in 2012 heeft de GAU zich sterk gemaakt voor het tegengaan van het aanbod van illegale e-books. Martijn David, algemeen secretaris van de GAU: 'Daarvoor werkte de GAU onder meer nauw samen met Stichting BREIN (Bescherming Rechten Entertainment Industrie Nederland). Inmiddels hebben veel GAU-leden de weg naar BREIN gevonden en wordt illegaal aanbod van hun producten op bijvoorbeeld Marktplaats.nl en download-sites snel verwijderd.' Ook steunt de GAU Stichting BREIN in zijn processen tegen access providers om onder andere The Pirate Bay te blokkeren. De GAU heeft het BREIN met financiële steun mogelijk gemaakt nog meer illegaal aanbod op te sporen; sinds november 2012 ontvangt BREIN iedere week van GfK het nieuwe titelaanbod. Tegelijkertijd stimuleert de GAU haar leden een breed en gevarieerd geprijsd aanbod aan digitale boeken ter beschikking te stellen. Inmiddels zijn er meer dan twintigduizend e-books in de Nederlandse taal beschikbaar.

Digitaal Platform en Titelcatalogus

'De voortschrijdende digitalisering was in het verslagjaar opnieuw een belangrijk speerpunt voor de GAU,' aldus David. 'Zo kreeg het Digitaal Platform, een initiatief waarin uitgevers en boekverkopers samenwerken om e-books

zowel ter verkoop als ter verhuur aan te bieden, verder vorm. Inmiddels heeft een toegenomen aantal retailers, zowel "traditionele" partijen zoals Bruna en Bol.com, als nieuwe aanbieders als Apple en Hema, zich aangesloten bij dit Digitaal Platform.' De ontwikkeling van de Titelcatalogus, een lang gekoesterde wens van uitgevers, boekverkopers en consumenten, heeft in 2012 vervolg gekregen. Ook de toekenning van de zogeheten Internationale Standaard Tekst Code (ISTC), een soort overkoepelend ISBN dat alle uitvoeringen van een titel, van luisterboek tot e-book en van filmeditie tot pocket bij elkaar brengt, startte in 2012. Meta4Books, waarmee het Centraal Boekhuis (CB) en Boek.be samenwerken, heeft inmiddels 1,5 miljoen titels van Nederlandstalige werken ingeladen. Deze zijn in 2012 verder gecorrigeerd en aangevuld. De titelcatalogus maakt het voor uitgevers en boekverkopers mogelijk hun titelbestanden met metadata te verrijken. Het CB bood uitgevers eind 2012 eenmalig de mogelijkheid om hun volledige aanbod van e-books van watermerkbeveiliging te voorzien, een vorm van beveiliging die door de consument als vriendelijker wordt ervaren dan bijvoorbeeld Adobe DRM. Inmiddels is een ruime meerderheid van de beschikbare titels voorzien van een dergelijk watermerk. De pilot om e-books tijdelijk ter beschikking te stellen,



Bekijk hier de
powerpointpresentatie
van BREIN.

*"Uitgevers moeten hun markt
verbreden om te kunnen groeien.
Deze tijden vragen niet om een
naar binnen gekeerde blik."*

- René Bego (Mo'Media) -





Meer weten over de ontwikkelingen in de markt? Scan deze pagina met de Layar app.

een mogelijkheid die het Digitaal Platform biedt, werd uitgesteld tot begin 2013. In juni 2012 organiseerde de GAU een bijeenkomst voor haar leden onder de titel 'Hoe haal je meer rendement uit de verhuur en verkoop van (e)boeken'.

Faillissement Libridis

De onrust rond het voortbestaan van Selexyz, dat uiteindelijk fuseerde met De Slegte, en het faillissement van Libridis in 2012 hebben boekenuitgevers veel zorgen en financiële schade berokkend. De GAU heeft, in samenwerking met het NUV-vaksecretariaat EZ/JZ, een actieve rol gespeeld ten tijde van het faillissement van Libridis. David licht toe: 'De brancheorganisatie hield zijn leden zo goed mogelijk op de hoogte, en het NUV heeft samen met een advocaat de contacten met de curator onderhouden en zijn leden geadviseerd ten aanzien van hun vorderingen op Libridis.'

Intomart GfK onderzoek 2012

Ook in 2012 werkten de GAU en de Koninklijke Boekverkoopersbond (KBb) nauw samen in de Stichting

Marktonderzoek Boekenvak (SMB). Wekelijks wordt van ruim 3500 verkooppunten de omzet van boeken en e-books gemeten. Deze meting levert niet alleen de top-60, maar ook diverse rapportages over ontwikkelingen in de markt, zowel in omzet als in aantallen, gespecificeerd naar genres et cetera. In het verslagjaar initieerde SMB een viertal grotere onderzoeken. In het najaar werd er onderzoek verricht naar het leesgedrag van kinderen tussen de zeven en vijftien jaar. Ook naar 'vakantieboeken' werd onderzoek gedaan, onder andere naar de keuzes die lezers hierin maken. Uit een onderzoek 'Trends in Digitale Media' bleek hoezeer de tablet inmiddels gemeengoed is geworden in menig huishouden en in hoeverre deze wordt gebruikt voor 'lezen'. GAU-leden hebben via een online systeem toegang tot deze data. Een groot aantal uitgevers heeft daarnaast een zogeheten 'plus-abonnement', waarmee zij toegang tot nog meer gegevens uit de markt krijgen. Tijdens een marketingbijeenkomst in mei kregen leden uitleg over het efficiënte gebruik van cijfers afkomstig uit SMB/GfK.

“Het is heel uitdagend om, nu het vak zo in verandering is, over de schutting naar de toekomst te kijken.”

- Joost Nijssen (Podium) -



Modelcontracten

In 2011 werd het Modelcontract voor oorspronkelijk werk reeds aangepast aan de nieuwe digitale tijd, zodat e-books voortaan tot de zogenaamde primaire exploitatie behoren. In 2012 is het Modelcontract voor de vertaling van een literair werk op soortgelijke wijze aangepast. De Literaire Uitgeversgroep (LUG; onderdeel van de GAU) en de Vereniging van Letterkundigen (VvL) hebben hierover goede afspraken gemaakt. Ook is er voortgang geboekt om te komen tot een nieuw Modelcontract voor kinderboeken.

Beurzen

Namens de kinderboekenuitgevers richtte de GAU een Kinderboekenstraat in tijdens de Nationale Onderwijs Tentoonstelling (NOT). In maart vond de traditionele party van de kinderboekenuitgevers tijdens de Bologna Book Fair plaats. Elf kinderboekenuitgevers van de GAU, het Letterenfonds en de GAU zelf maken deze bijeenkomst voor relaties ieder jaar weer mogelijk. Tijdens de Frankfurter Buchmesse organiseerde de GAU voor haar leden in samenwerking met het CB een drukbezochte borrel. Het CB presenteerde daar de nieuwe (verhuur)mogelijkheden van het Digitaal Platform. Om redenen van efficiency organiseert de GAU met ingang van 2012 niet meer de BoekenVakbeurs. De zelfstandige boekhandelaren die deze beurs bezochten worden voortaan uitgenodigd voor de Retail Market beurs.

Internationaal

De GAU werkt op internationaal vlak niet alleen nauw samen met andere verenigingen binnen het NUV, zoals Media voor Vak en Wetenschap (MVW) en de Groep Educatieve Uitgeverijen (GEU), en met de afdeling EZ/JZ van het NUV, maar ook binnen de Federation of European Publishers (FEP). Sommige dossiers zijn letterlijk grensoverschrijdend en worden veelal in Brussel behandeld. Voorbeelden zijn de btw (de GAU ondersteunt het streven om het btw-tarief voor e-books omlaag te krijgen), grensoverschrijdend uitlenen, regelingen met betrekking tot verweesde werken en internationale ontwikkelingen met betrekking tot het auteursrecht.

2013

Wiet de Bruijn, de nieuwe voorzitter van de GAU, werpt een blik vooruit: 'Wat mij betreft is 2013 het jaar van innovatie. Dan heb ik het over een houding: openstaan voor nieuwe oplossingen en ernaar handelen. En wat mij betreft het belangrijkste: plezier halen juist uit het feit dat je het anders moet doen. Plezier halen uit het experimenteren. Wat dat betreft kunnen we ook van elkaar leren. Acceptatie van het feit dat de markt veranderd is, is het begin van de oplossing: je weet dan waar je aan moet werken. Het goede nieuws is dat uitgevers de nieuwe wereld oppakken en nieuwe wegen vinden naar de lezers, auteurs en retail. Het belangrijkste is nu creativiteit en innovatie.'



*“De bedreigingen van
vandaag zijn de kansen
van morgen. Creatief en
innovatief je vak bedrijven
is het devies.”*

- Martijn David, algemeen secretaris GAU -





Groep Educatieve Uitgeverijen

De Groep Educatieve Uitgeverijen (GEU) behartigt de belangen van uitgevers die leermiddelen en integrale leersystemen maken en bijpassende dienstverlening leveren voor het primair onderwijs, het voortgezet onderwijs, de beroeps- en volwassenen-educatie en het hoger beroepsonderwijs. In 2012 telde de branchevereniging 34 leden.

Actieve rol als gesprekspartner

In 2012 heeft de GEU samen met scholen en andere stakeholders belangrijke stappen voorwaarts gezet. Zo kwamen er voor schoolleiders in het primair en het voortgezet onderwijs twee publicaties tot stand die gretig aftrek vinden: een *Informatiekaart Leermiddelenbeleid in het primair onderwijs* en een *Denkhulp Leermiddelen in het voortgezet onderwijs*. De GEU voert overleg met OCW over de consequenties van de afschaffing van de Wet gratis schoolboeken voor scholen en uitgevers. Daarnaast trekt de GEU actief op met scholen en besturen bij het realiseren van een adequate inzet van digitaal leermateriaal. Het toegankelijk maken van dit leermateriaal is een speerpunt.

‘De GEU is actief in het opstarten van pilots en experimenten met onderwijsinstellingen,’ aldus algemeen secretaris René Montenarie. ‘Scholen en uitgevers lopen steeds meer samen met elkaar op. De GEU brengt partijen bij elkaar en zoekt de dialoog over de onderwerpen die ertoe doen in het onderwijsveld. Denk bijvoorbeeld aan toetsing, opbrengstgericht werken, taal en rekenen en de inzet van digitale en open leermiddelen.’

hebben grote stappen gemaakt, denk aan de realisatie van *single sign-on* voor digitaal leermateriaal in het voortgezet onderwijs. Docenten en leerlingen hebben nu directe toegang tot het online leermateriaal. Voor het basisonderwijs werken we nu hard aan Basispoort, dat in 2013 gelanceerd zal worden. Dat betekent dat we voor het primair en voortgezet onderwijs veel gebruiksgemak hebben gecreëerd, vooral door standaardisatie.’



Scan deze pagina met de Layar app en bekijk het filmpje over Educatieve dienstverleners.

GEU-voorzitter Harold Rimmelzwaan bevestigt deze veranderde rol van de GEU en haar leden: ‘Educatieve uitgevers hebben zich de laatste jaren sterk ontwikkeld tot educatieve dienstverleners. Uitgevers zijn in toenemende mate gesprekspartner van scholen om samen goed onderwijs in praktijk te brengen. De GEU heeft in 2012 belangrijke zaken voor elkaar gekregen, waar het onderwijs echt mee wordt geholpen.’

Toegankelijker digitaal leermateriaal

Rimmelzwaan ziet 2012 als een jaar waarin veel vooruitgang is geboekt rond het thema digitalisering: ‘Wij

De GEU is nauw aangesloten bij initiatieven in het middelbaar (mbo) en het hoger beroepsonderwijs (hbo) om een digitaal platform te creëren. Enkele mbo-instellingen draaien in samenwerking met GEU-uitgevers pilots als onderdeel van het programma Leermateriaal in het MBO (LiMBO). Voor het hbo wordt overleg gevoerd over de selectie van één digitaal platform. Doel hiervan is dat docenten en studenten gemakkelijk en direct leermiddelen kunnen vinden die op gebruiksvriendelijke wijze in het onderwijs zijn in te zetten.



Auteursrecht

De laagdrempelige toegang van digitaal leermateriaal leidt helaas ook tot schending van de Auteurswet. De GEU is eind 2012 opgetreden tegen copyshops die illegaal en georganiseerd studieboeken kopiëren. De brancheorganisatie wil voorkomen dat misbruik ten koste gaat van investeringen voor vernieuwing en digitalisering van leermiddelen. De GEU werkt daarom tevens aan een voorlichtingscampagne voor docenten en schoolleiders.

“Uitgevers zijn gesprekspartner van scholen om gezamenlijk goed onderwijs in praktijk te brengen.”

Opbrengstgericht werken en meer differentiatie

Naast digitalisering is ook opbrengstgericht werken een actueel thema in het onderwijsveld. Opbrengstgericht werken is meer dan het toetsen van resultaten of voortgang. ‘Toetsen zien wij als middel om de leerlingopbrengsten te verbeteren,’ aldus Rimmelzwaan. ‘In overleg met het ministerie kijken we naar de rol van methodetoetsen en voortgangstoetsen in het onderwijsleerproces. De invoering van de referentieniveaus taal en rekenen biedt kansen om het leerstofaanbod, de praktijk van de docent en de toetsen adequaat met elkaar te verbinden.’

Montenarie vult aan: ‘Toetsresultaten brengen verschillen tussen leerlingen beter in kaart. Dat brengt variatie en differentiatie, en dus onderwijs op maat, een stap dichterbij. De GEU en haar leden helpen scholen om deze voordelen van toetsing te benutten in de onderwijspraktijk. Hierdoor kan ook de meerwaarde van digitaal leermateriaal beter gerealiseerd worden.’

Ook de tussentijdse toets voor taal en rekenen en de leerlingvolgsystematiek in het voortgezet onderwijs behoren tot opbrengstgericht werken. Het is voor de GEU belangrijk dat er in het onderwijs keuzevrijheid ontstaat, zodat scholen een leerlingvolgsysteem kunnen kiezen dat het beste aansluit bij de eigen aanpak.

Wet gratis schoolboeken

De Wet gratis schoolboeken wordt afgeschaft. Dat levert de overheid in 2015 een besparing op van 55 miljoen euro en daarna jaarlijks structureel 185 miljoen euro. De GEU zal ook in 2013 met het ministerie van OCW in gesprek blijven over de plannen, en alle ontwikkelingen nauwlettend volgen. Hierbij baseert de GEU zich mede op de lopende pilots met onderwijsinstellingen rond de invoering van opbrengstgericht werken en de toepassingsgerichte inzet van digitale leermiddelen. De GEU blijft benadrukken dat leermiddelen een katalysator zijn voor actuele onderwijsambities en voor kwaliteitsverbetering.

Ambitie realiseren door juiste inzet van leermiddelen

In 2012 heeft de GEU in samenwerking met De Argumentenfabriek een kaartenboek *Denkhulp Leermiddelen in het voortgezet onderwijs* ontwikkeld. Deze *Denkhulp* helpt besturen en directies van scholen leermiddelen zo

in te zetten dat deze optimaal bijdragen aan de ambities van de school. Geen sinecure, aangezien leermiddelen verbonden zijn met alle aspecten van het onderwijs: de inhoud, de leerlingen en hun ouders, en de eisen die worden gesteld door de overheid. Rimmelzwaan: 'De *Denkhulp* helpt het primair en voortgezet onderwijs om de besluitvorming en financiering van leermiddelen dicht bij de eigen school en ambitie te houden. Hierdoor kan een school maatwerk realiseren in haar keuze van leermiddelen die nauw aansluiten bij de eigen onderwijsvisie.' Montenarie voegt daaraan toe: 'De *Denkhulp* helpt ook om een duidelijk verschil te maken tussen een leermiddel en een hulpmiddel. Een leermiddel bevat leerstof of content in een leerlijn. Een hulpmiddel is de fysieke drager of het device, dat kan een tablet of een digitaal schoolbord zijn. In het realiseren van de schoolambitie is het verschil tussen beide begrippen belangrijk, zowel voor de besluitvorming als voor de financiering.'



Ook de Denkhulp raadplegen of bestellen?
Scan dan de code.



“Uitgevers werken vanuit de GEU samen met scholen aan het stimuleren van het gebruik van multimediale leermiddelen met als doel het onderwijs substantieel te verbeteren.”

Open leermiddelen in Europees perspectief

Opening up Education is een beleidsinitiatief van de Europese Commissie voor het ontwikkelen van open leermiddelen, door en voor docenten in Europese landen. Educatieve uitgevers in EU-landen zijn geconsulteerd over de haalbaarheid en wenselijkheid van dit voorname. Namens Nederland heeft de GEU deelgenomen aan de consultatieronde. De GEU wijst de Europese Commissie op recente publicaties over het gebruik van leermiddelen in Nederland, zoals *Trends in leermiddelen*. *Leermiddelenmonitor 07-12* (<http://bit.ly/ZEE2Rs>). Ook heeft de GEU haar visie op Wikiwijs gedeeld. De GEU adviseert de Europese Commissie om de docent als vertrekpunt te nemen bij het vaststellen van de precieze behoefte aan open leermateriaal. De docent is het best in staat om de juiste mix te maken tussen open leermateriaal en methodisch materiaal. Verder beveelt de GEU aan om zo snel mogelijk alle stakeholders bij de ontwikkeling en onderzoek van *Opening up Education* te betrekken: zowel leerlingen, docenten, ouders en schoolmanagers als educatieve uitgeverijen en onderwijsondersteunende instellingen. Dat biedt een breder draagvlak en vereenvoudigt bovendien de afstemming tussen vraag en aanbod van leermiddelen.

Ook in 2012 was GEU gespreks- en samenwerkingspartner van de sectorraden, Kennisnet, SLO (nationaal expertisecentrum leerplanontwikkeling) en OCW over vraagstukken rond open leermiddelen, zoals metadatering, leerlijnen en de educatieve contentketen (ECK2). Deze contacten blijft de GEU in 2013 intensief onderhouden.

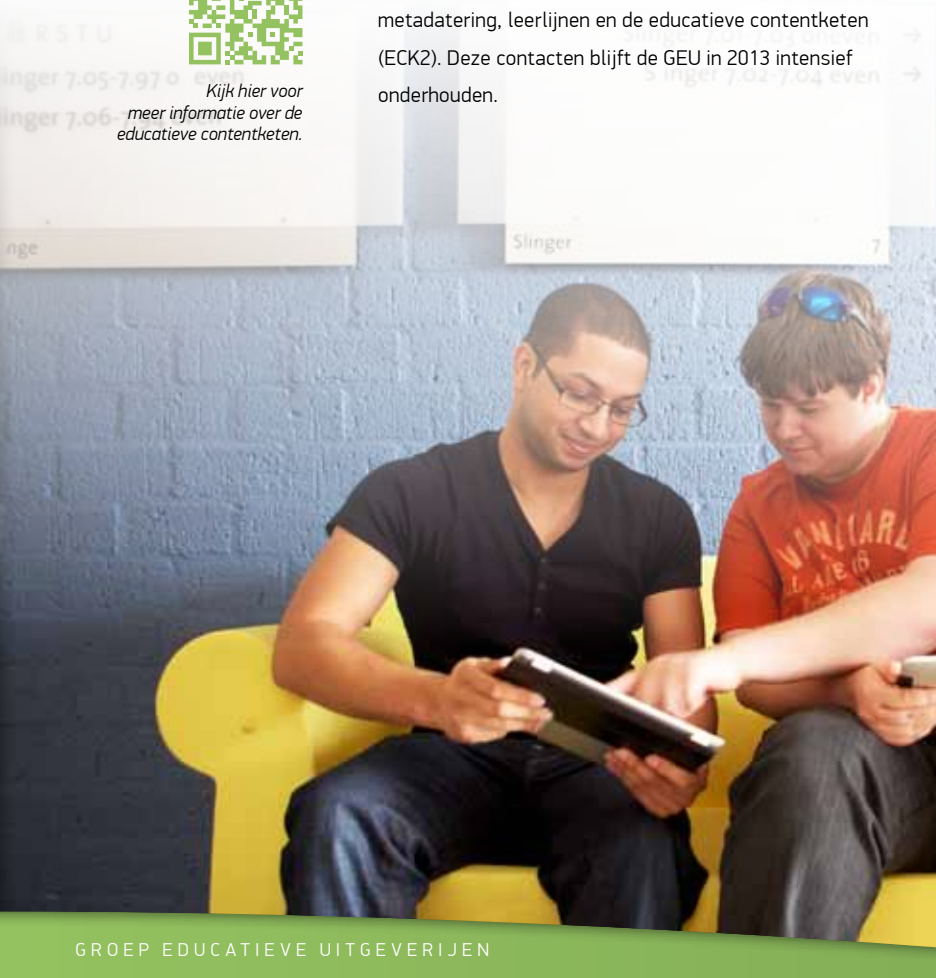


Kijk hier voor meer informatie over de educatieve contentketen.

Programma leerKRACHT

De GEU ziet de taak van educatieve uitgevers snel veranderen. Uitgevers zijn in toenemende mate educatieve dienstverleners, die onderwijsinstellingen ondersteunen bij een adequaat gebruik van leermiddelen. Voorzitter Rimmelzwaan: 'De GEU en haar leden zoeken steeds meer de samenwerking met scholen. In het najaar van 2012 heeft de brancheorganisatie zich verbonden aan het programma van de stichting leerKRACHT. De GEU wil conclusies van het McKinsey-rapport *How the world's most improved school systems keep getting better* (<http://bit.ly/NBU6Ah>) samen met leerKRACHT in praktijk brengen.

In 2013 streven de educatieve uitgevers ernaar om leermiddelencaches aan vijftien pilotscholen te koppelen. Doel is het realiseren van een substantiële kwaliteitsverbetering in de scholen. Binnen de vijftien pilots met leerKRACHT gaat veel aandacht naar een betere inzet van multimediale leermiddelen. De coaches zorgen voor commitment bij bestuur, directie en docenten en richten zich op een veranderaanpak in de scholen. De aanpak is heel concreet: met de deur open lesgeven en bij elkaar in de klas gaan zitten.' Het programma zorgt voor een nauwe samenwerking met het onderwijsveld, en bevordert het gebruik van multimediale leermiddelen. LeerKRACHT biedt daarbij een kans om de afstemming tussen methodisch en open leermateriaal en de relatie met opbrengstgericht werken te optimaliseren. In de school, door de docent.



mvw
media voor vak & wetenschap

**BELEID &
2012-2013
ACTIVITEITEN**



Media voor Vak en Wetenschap

Media voor Vak en Wetenschap (MVW) behartigt de belangen van professionele, wetenschappelijke en vakinformatieve uitgeverijen. Samen vertegenwoordigen zij 75 procent van de markt. De brancheorganisatie verbreedde begin 2012 zijn positionering.

De markt: professionals in brede zin

MVW-voorzitter Sylvester Nieuwe Weme van Wolters Kluwer: ‘Media voor vak en wetenschap bieden aan talloze professionals in wetenschap, bedrijf en beroep toegang tot merken en communities, informatie- en kennisdomeinen, data, producten, diensten, beurzen, seminars en opleidingen die voor hun economisch en maatschappelijk functioneren onmisbaar zijn. Media-exploitanten voor vak en wetenschap hebben diepgaande kennis van doelgroepen, hun klanten en hun werkprocessen.’

MVW-secretaris Nineke van Dalen vult aan: ‘Zij leveren kennisintensieve en oplossingsgerichte mediaproducten en -diensten, die waarde toevoegen aan het functioneren van professionals en die hen in staat stellen om te excelleren. In die zin vormen de leden van MVW een belangrijke schakel bij de totstandkoming van het bnp. Tot die professionals rekenen wij ook wetenschappers en professionals in opleiding in het hoger onderwijs. MVW maakt zich sterk voor de gemeenschappelijke belangen van deze groep mediaondernemers.’

MVW: verbreding van de ledenbasis

MVW is een brede branchevereniging, waar zowel traditionele uitgeverijen als nieuwe toetreders zich thuis voelen. Sinds maart 2012 heet de vereniging: *Media voor Vak & Wetenschap*. Dat sluit aan bij de steeds verdergaande diversificatie en het crossmediale portfolio van MVW-leden, en bij wat zij jong creatief mediatalent te bieden hebben. De nieuwe naam weerspiegelt de innovatieve kracht en de toekomstgerichtheid van de MVW-branche en de lidbedrijven. Lid zijn zowel (inter)nationale niche-uitgeverijen als professionele en wetenschappelijke mediaconcerns.



Meer weten over het beleid en de activiteiten van MVW? Bekijk hier het MVW-jaarverslag 2012.



Brede uitdaging

MVW-bestuurslid Nic Louis van Sdu uitgevers: 'Media voor vak en wetenschap moeten inspelen op de enorme verandering in de werkprocessen van hun afnemers. Het (mobiele) web en apps beginnen de werkprocessen in arbeidsorganisaties en in opleidingen te domineren, steeds vaker toegankelijk in de "cloud". Dat heeft grote consequenties voor de portfolio-ontwikkeling van MVW-bedrijven. Innovatie is techniek-gedreven en verbonden met de leidende aanbieders van tablets, apps, smartphones, sociale netwerken, zoekmachines, workflowsoftware, marketing- en distributieplatformen.' Arbeid en afnemer oriënteren zich steeds globaler. Enerzijds faciliteren wereldspelers een toename in bereik voor professionele uitgevers, maar anderzijds bevorderen ze evengoed piraterij en romen regionale en lokale advertentiemarkten af.

*"MVW is een brede
branchevereniging
waar zowel traditionele
uitgevers als nieuwe
toetreders zich
thuis voelen."*

MVW-bestuurslid Eddy Reuling van Reed Business stelt dat media voor vak en wetenschap in rap tempo nieuwe mogelijkheden in producten en diensten vertalen: 'Branding, community management, contentstrategie, relevantie, context, interactiviteit, engagement, schaalgrootte, 'big data', licenties, lidmaatschappen, micro payments en co-creation zijn de trefwoorden voor de professionele mediabranche en haar gebruiker en adverteerder. Tot voor kort succesvolle businessmodellen gaan volledig op hun kop.' Bestuurslid Ebele Kluwer van uitgeverij Aeneas sluit zich daarbij aan: 'MVW-uitgevers hebben de afgelopen jaren massaal en succesvol ingezet op events en andere face-to-face activiteiten. Traditionele print en digitale advertentiemodellen zijn verlaten ten gunste van contentmarketing en de dialoog met de klant via social media. Daarbij wordt steeds vaker afgerekend op basis van resultaat: conversie is het nieuwe bereik. In de vakinformatieve lezersmarkten moet een uitgever content en context bieden die de lezer direct winst (in tijd, geld, kwaliteit of reputatie) opleveren. Zo niet, dan volstaat steeds vaker vakinformatie die gratis op het web te vinden is.'



MVW-bestuurslid Wim van der Stelt van Springer Science + Business Media: 'Wetenschappelijke media vinden steeds beter de aansluiting bij Open Access publishing. Voor de uitgever maakt het niet uit of de bibliotheek of de auteur hem beloont voor zijn publicaties en diensten, zolang zijn toegevoegde waarde maar wordt beloond.' Een recente ontwikkeling in de markt voor studiemateriaal is de zogenoemde Massive Open Online Course (MOOC): Universiteiten bieden gratis online hoorcolleges aan en trekken honderdduizenden studenten wereldwijd. Van der Stelt: 'Grote vraag is wie dat op termijn zal gaan betalen.'

Bedrijfseconomisch brede spagaat

MVW-bestuurslid Ton Roskam van Koninklijke BDU stelt dat digitaal publiceren niet tot lagere kosten leidt: 'Content moet in steeds meer formats en in steeds meer kanalen vindbaar zijn, terwijl de b2b-adverteerders nog niet altijd de digitale mediaproposities op waarde weten te schatten en bereid zijn om daarvoor te betalen. Tegelijkertijd blijkt dat traditioneel online adverteren als verdienmodel al weer op zijn retour is. Binnen dit uitdagende kader moet de media-exploitant zijn merkwaarde op peil houden tegen een acceptabele marge.'

Verbreiding: diversificatie

MVW-bestuurslid Wouter van Gils van Boom Uitgevers Amsterdam: 'MVW-leden zetten alles op alles om hun rol in de toekomst te kunnen blijven spelen. Zij staan



voor de uitdaging om alle relevante kanalen crossmediaal te bedienen, hun product of merk te verdiepen en te verrijken. Vrijwel alle MVW-leden hebben zich ontwikkeld tot multimediale bedrijven. Informatie-gerelateerde software maakt integraal onderdeel uit van producten en diensten. Ruimte voor innovatie wordt gecreëerd door sterk te focussen op minder, maar kansrijkere doelgroepen en markten. De grens tussen softwarediensten (met contentcomponenten) enerzijds en software-gedreven contentproducten anderzijds vervaagt. Er is een stille technische vernieuwing gaande in de primaire processen en backoffices van MVW-bedrijven om slagvaardig te kunnen reageren op nog komende mediashifts.'

Impact van web 3.0: hybride mediaorganisatie

Volgens MVW-bestuurslid Anton van Kempen van Prelum Uitgevers is de overgang naar crossmedia in de MVW-sector in 2012 voltooid: 'Printmedia zijn steeds vaker een afgeleide van digitale-mediaconcepten of ontbreken helemaal. Voorheen gescheiden mediasectoren gebruiken dezelfde platforms en kanalen, waardoor branchevervaging toeneemt. Productgeoriënteerde indelingen en identiteiten verdwijnen. In 2012 ging bijvoorbeeld een voormalige grote b2b-speler volledig op in de dagbladsector, namen uitgeefconcerns afscheid van hele marktsegmenten en

verwisselden hele pakketten conjunctuurgevoelige advertentiedragende vaktijdschriften van eigenaar.'

Voorzitter Nieuwe Weme: 'Uitgevers zijn crossmediale ondernemers, en ICT-bedrijven worden steeds meer uitgever. MVW-bedrijven richten met behulp van recente technologie hun processen hybride en vraaggestuurd in. Via social media kunnen redactie, prepress, backoffice et cetera worden geoutsourced en kan de mediaondernemer zich met een kleine flexibele en projectmatig werkende kernbezetting concentreren op de context, contentontsluiting en marketing.'

MVW-bestuurslid Philippe Terheggen van Elsevier vult aan: 'Zo ontstaan wendbare en schaalbare mediaondernemingen waarmee effectief en snel wordt ingespeeld op marktverandering en mediashifts. (Innovatie)risico's worden kleiner en de mediaondernemer transformeert tot een deelnemer in de netwerkeconomie waar in samenspraak met klant en stakeholders koers, propositie en werkwijze van de mediaondernemer worden bepaald.'

MVW-activiteiten 2012/2013

In 2012 introduceerde MVW het kernprogramma 'Media: Markt & Innovatie'. MVW-voorzitter Nieuwe Weme nam daartoe het initiatief: 'Dit programma is de opmaat voor een exploratie van hoe strategische ontwikkelingen kun-

“2012 was het jaar waarin de overgang naar crossmedia in de MVW-sector is voltooid.”

nen bijdragen aan innovatie en nieuwe samenwerkingen binnen en buiten de branche. MVW organiseerde in dat kader in juni 2012 een eerste ontmoeting van het standing strategisch management van MVW-bedrijven met kopstukken uit aanpalende mediasectoren over ieders rol in de toekomstige media-arena. Vanuit deze start moet blijken of er organisch een breed en structureel netwerk kan ontstaan van elkaar versterkende partijen in en buiten de branche. Omdat de scope van dit kernprogramma feitelijk breder is dan alleen MVW, zal het in 2013 worden voortgezet onder de vlag van de NUV Academy in oprichting.’

media aan de gang. Dat gaat steeds vaker in de vorm van partnerovereenkomsten met, maar ook zonder tussenkomst van vakinformatieve media. Er wordt steeds meer afgerekend op grond van conversie in plaats van bereik.’

LOF Prijs voor Vakinformatie

MVW reikt ieder jaar de LOF Prijs voor Vakinformatie uit aan vakinformatieve media die een bijdrage leveren aan de kwaliteit van vakinformatie. In 2012 won *Emerce* deze vakprijs van 10.000 euro. Begin 2013 was *Twinkle* de onbetwiste winnaar.



Extra content voor deze pagina beschikbaar via de Layer app.



In het kader van het tweede kernprogramma ‘Media & Professionals’ werd in 2012 een stageboard ontwikkeld in samenwerking met Mediastages. In 2013 volgen nog een Opleidingswegwijzer en acht nieuwe competentieprofielen voor rollen in ondernemingen die digitaal uitgeven. De vormgeving hiervan is in handen van het NUV-vaksecretariaat Sociale Zaken.

In maart 2012 presenteerde MVW-bestuurslid Ebele Kluwer de conclusies van het (derde) MVW nationale trendonderzoek naar b2b-mediabestedingen: ‘Er is een grote verplaatsing van budgetten naar online en vooral social

Round tables

Centraal in de activiteiten van MVW staat professionalisering via het ‘leren van elkaar’ tijdens praktische round tables, waarin de digitale uitgeefpraktijk vertrekpunt is. In 2012 woonden honderden medewerkers uit de lidbedrijven round tables bij over ‘Proces & Innovatie’, ‘De permanente deadline: de crossmediale redactionele organisatie’ en ‘Open Access: de weg vooruit’. Vanaf 2013 zullen deze round tables worden verzorgd door de in oprichting zijnde NUV Academy. Dit professionaliseringsprogramma van het NUV voorziet in de behoefte van leden aan kennisontwikkeling en innovatie.

Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A.

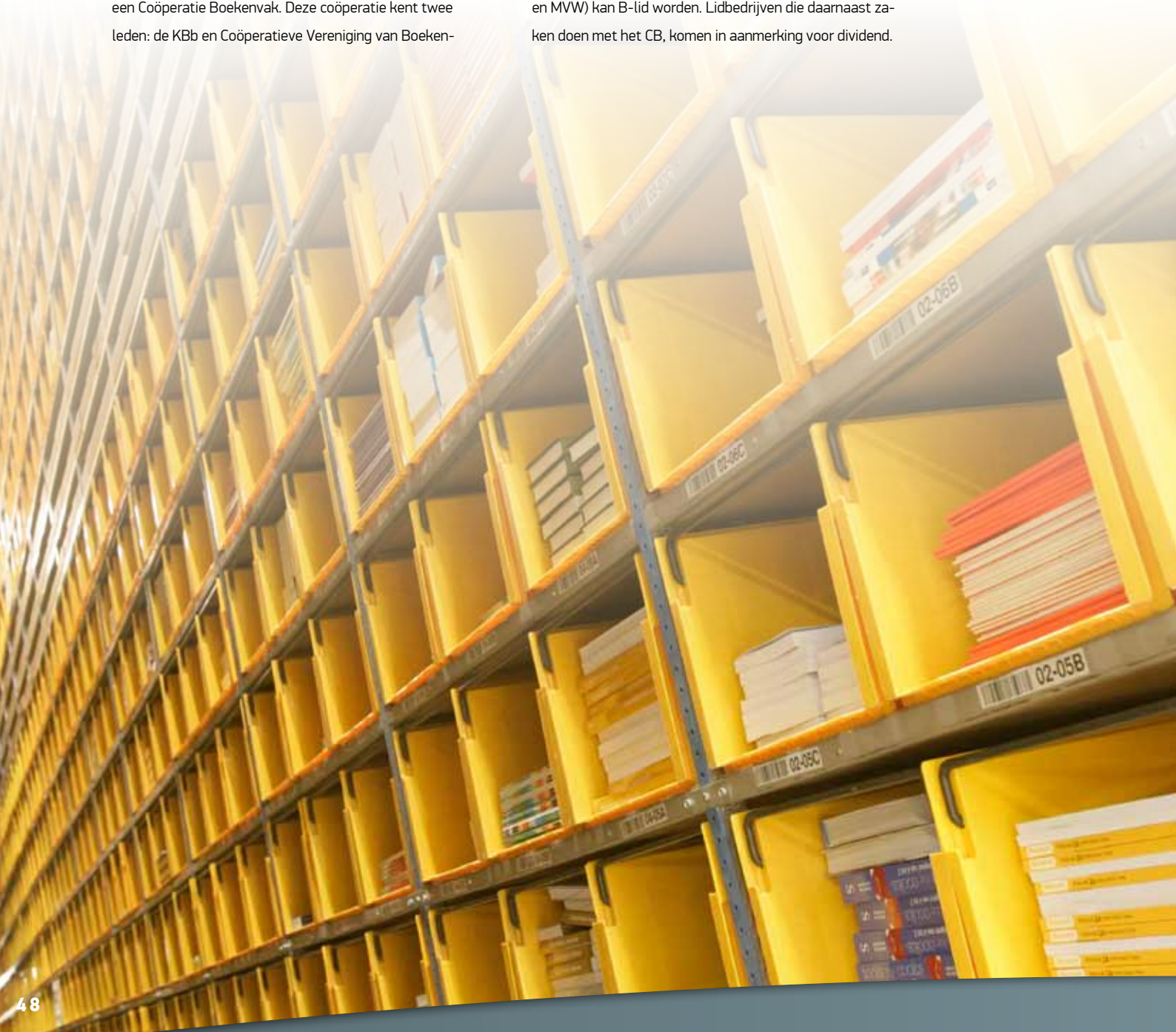
In 2012 werd, na 140 jaar bestaansgeschiedenis van het CB, voor het eerst aan de A- en de B-leden dividend uitgekeerd. Het dividend had betrekking op de resultaten van het CB over het jaar 2010 en werd uitgekeerd aan de Coöperatie Boekenvak.

Sinds 2009 werken het NUV en de Koninklijke Boekverkoopersbond (KBb) aan de herstructurering van de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB). Doel van deze herstructurering is om de certificaten van het CB over te dragen van de KVB naar de twee oprichters van het CB, zijnde de boekengroepen van het NUV (GAU, GEU en MVW) en de KBb.

Eind 2011 gingen de leden van de KVB akkoord met het voorstel tot herstructurering en is de KVB omgevormd tot een Coöperatie Boekenvak. Deze coöperatie kent twee leden: de KBb en Coöperatieve Vereniging van Boeken-

uitgevers Groepen U.A. (Coöp BUG). De Coöp BUG vertegenwoordigt A-leden (de groepsverenigingen GAU, GEU en MVW) en B-leden (uitgevers die lid zijn van een van de boekengroepen). Voornaamste doel van de Coöp BUG is om het uitgeversdeel, 60 procent van het dividend uit de jaarwinst CB die het CB aan de Coöp Boekenvak uitkeert, belastingvrij te verdelen onder haar leden. De resterende 40 procent gaat naar de KBb.

Ieder lid van de boekengroepen van het NUV (GAU, GEU en MVW) kan B-lid worden. Lidbedrijven die daarnaast zaken doen met het CB, komen in aanmerking voor dividend.



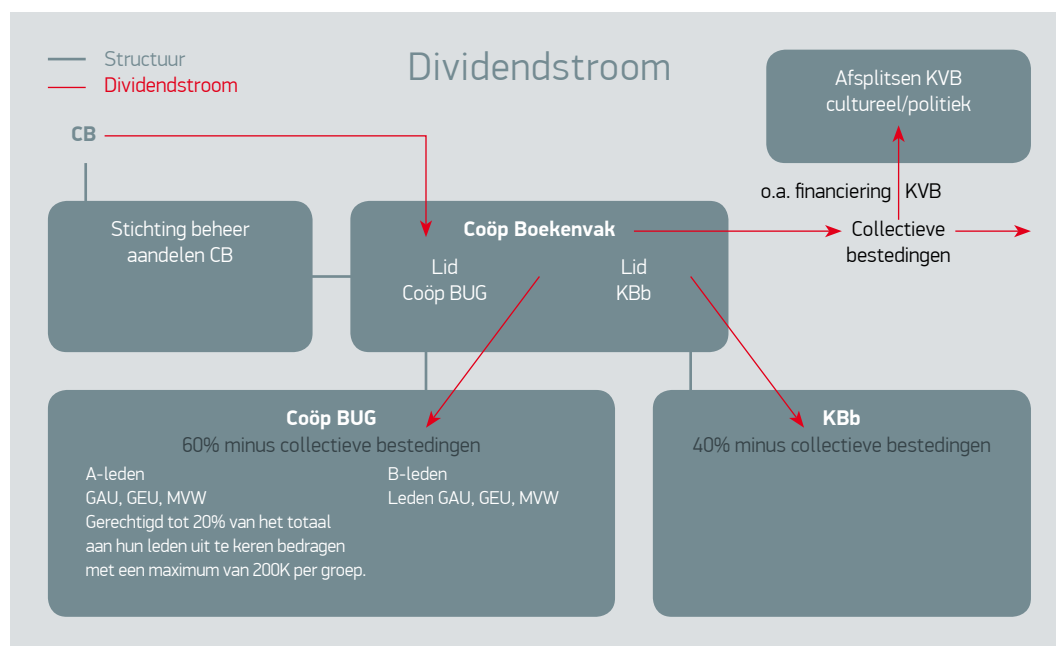


Het dividendbeleid wordt bepaald door het bestuur van de Stichting tot Beheer van de Aandelen CB. In dit bestuur zijn zowel de uitgevers als de boekverkopers vertegenwoordigd. De Coöp BUG is lid van de KVB, alsmede van de Coöperatie Boekenvak U.A.

Begin van het verslagjaar heeft het bestuur van de Coöp BUG de verzoeken van de uitgevers tot toekenning van het B-lidmaatschap in 2012 goedgekeurd. In februari 2012 heeft de Algemene Vergadering van de Coöp BUG op basis van de jaarwinst 2010 van het CB besloten tot een tussentijdse uitkering van 2.710.200 euro aan de A- en de

B-leden. Van dit bedrag is het merendeel aan de B-leden uitgekeerd. De verdeling is gebaseerd op de kostenbijdrage die aan het CB betaald is.

De Coöperatie BUG heeft vier bestuursleden, twee namens de GAU, één namens de GEU en één namens MWV. Het bestuur wordt voorgezeten door NUV-directeur Geert Noorman. Daarnaast zijn Hans Stokebrand (hoofd Financiën/Infrastructuur NUV) en Jenny Dijkers (adjunct-secretaris) inhoudelijk nauw betrokken bij de coöperatie. Jaarlijks wordt een Algemene Vergadering gehouden, waar de B-leden voor uitgenodigd worden.



Kengetallen

Deze pagina's tonen enkele kengetallen van het NUV en zijn lidbedrijven. Deze getallen illustreren een aantal belangrijke ontwikkelingen in de sector, zoals het aantal leden en de omzetontwikkeling, belicht vanuit diverse perspectieven en de bruto mediabestedingen naar mediumtype.

In januari 2013 heeft het NUV een aparte werkgeversvereniging afgesplitst, waarin de cao-gerelateerde zaken worden geregeld. Het NUV-vaksecretariaat Sociale Zaken verzorgt de voorbereiding en begeleiding van de diverse cao's. In de kengetallen is daarom ook een overzicht opgenomen van het aantal werknemers per cao. In 2013 vindt besluitvorming plaats bij alle betrokken cao-partijen over de raam-cao, die de zes bestaande cao's in de sector moet gaan vervangen.

Aantal leden per groep

(op holdingniveau, peildatum 1-1-2011 / 1-1-2012 / 31-12-2012)

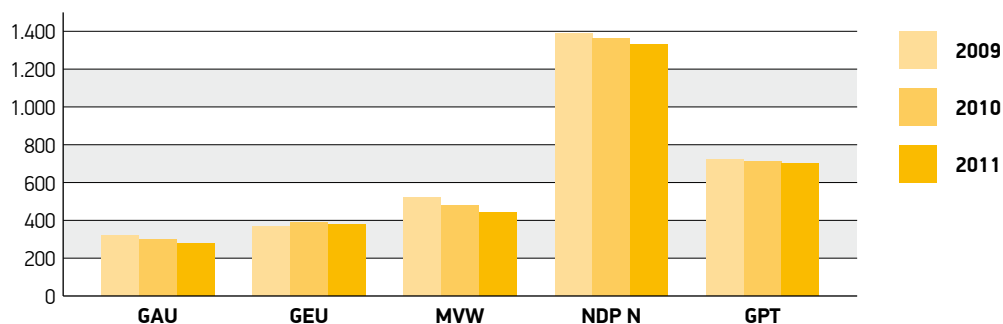
GAU	01-01-11	66
	01-01-12	63
	31-12-12	64
GEU	01-01-11	27
	01-01-12	29
	31-12-12	30
NDP N	01-01-11	11
	01-01-12	13
	31-12-12	13
GPT	01-01-11	20
	01-01-12	20
	31-12-12	21
MVW	01-01-11	50
	01-01-12	55
	31-12-12	57
NUV	31-12-12	149

Totale netto omzet NUV en groepsverenigingen (in totalen, periode 2010-2011)

Netto uitgifteomzet naar groep (in miljoen euro), 2010-2011

	2011	2011	2010	2010	Ontwikkeling
	Netto omzet totaal	Aandeel	Netto omzet totaal	Aandeel	2010-2011
GAU	316,2	10%	322,0	10%	-2%
GEU	384,4	12%	386,0	12%	0%
MVW	430,2	14%	478,6	15%	-10%
NDP N	1.321,5	42%	1.364,5	42%	-3%
GPT	711,0	22%	713,8	22%	0%
Totaal	3.163,2	100%	3.264,9	100%	-3%

Netto uitgifteomzet naar groep (in miljoen euro), 2009-2010-2011



Netto omzet naar groep Netto omzet naar groep en categorie (in miljoen euro), 2010-2011

	Omzet uit abonnementen en licenties		Omzet uit losse verkoop (print)		Omzet uit advertenties (print)		Digitale omzet (exclusief advertenties)		Digitale omzet advertenties		Netto omzet totaal	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
GAU	0	0	315	322	0	0	0	0	0	0	316	322
GEU	14	41	325	309	0	0	45	36	0	0	384	386
UVW	194	237	21	14	49	62	154	151	12	16	430	479
NDP N	821	814	68	71	389	449	5	4	40	28	1.322	1.365
GPT	384	380	164	170	155	157	4	5	3	2	711	714
Totaal	1.413	1.472	893	885	593	668	209	195	55	46	3.163	3.266
Totaal (%)	45%	45%	28%	27%	19%	20%	7%	6%	2%	1%	100%	100%

Netto omzet naar categorie *Netto omzet naar groep en categorie (als % van totale omzet per categorie), 2010-2011.*

	Omzet uit abonnementen en licenties		Omzet uit losse verkoop (print)		Omzet uit advertenties (print)		Digitale omzet (exclusief advertenties)		Digitale omzet advertenties		Netto omzet totaal	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
GAU	0%	0%	35%	36%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	10%	10%
GEU	1%	3%	36%	35%	0%	0%	22%	12%	0%	22%	12%	12%
UVW	14%	16%	2%	2%	8%	9%	73%	83%	22%	26%	14%	15%
NDP N	58%	55%	8%	8%	66%	67%	2%	2%	71%	47%	42%	42%
GPT	27%	26%	18%	19%	26%	23%	2%	3%	6%	4%	22%	22%
Totaal (%)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Totaal	1.413	1.472	893	885	593	668	209	195	55	46	3.163	3.266

Netto omzet naar grootte lidbedrijven *Netto omzet naar omvang (in miljoen euro), 2010-2011*

	Netto omzet totaal 2011	Aandeel 2011	Netto omzet totaal 2010	Aandeel 2010	Ontwikkeling 2010-2011
klein (< 1 mln. euro)	21,2	1%	21,1	1%	1%
middel (1 - 8,8 mln. euro)	162,2	5%	161,9	5%	0%
groot (> 8,8 mln. euro)	2.979,8	94%	3.081,9	94%	-3%
totaal	3.163,2	100%	3.264,9	100%	-3%
grootste 11*	2.371,7	75%	2.475,0	76%	-4%

*11 grootste lidbedrijven NUV

CAO-werknemers *Verdeling aantal werknemers naar CAO, 2010-2011*

	werkenden 2011	aandeel 2011	werkenden 2010	aandeel 2010	ontwikkeling 2010-2011
CAO Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf (BTU)	7.420	48%	7.610	48%	-2%
CAO voor Vaktijdschriftjournalisten (VAK)	350	2%	390	2%	-10%
CAO voor Publiekstijdschriftjournalisten (PU)	820	5%	840	5%	-2%
CAO voor Opinieweekbladjournalisten (OP)	110	1%	110	1%	0%
CAO voor Dagblad Uitgeverijbedrijf (DU)*	3.850	25%	3.710	24%	4%
CAO voor Dagbladjournalisten (DJ)	3.066	20%	3.099	20%	-1%
Totaal	15.616	100%	15.759	100%	-1%

*De stijging bij de CAO DU wordt veroorzaakt doordat de CAO DU in 2010 nieuw is ingevoerd en in dat jaar nog niet voor het gehele jaar gold.

Bruto mediabestedingen *(naar mediumtype, 2011-2012)*

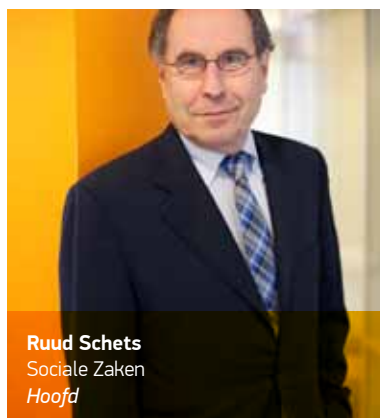
Bron: Nielsen

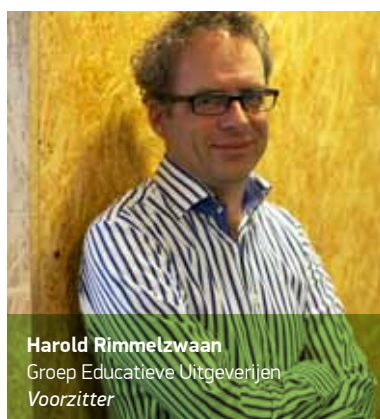
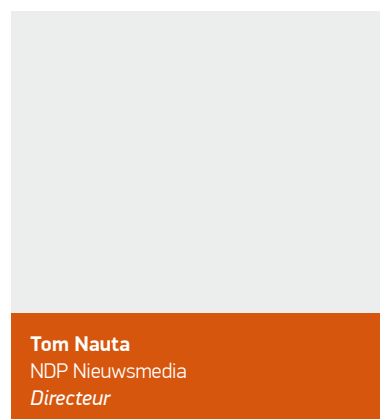
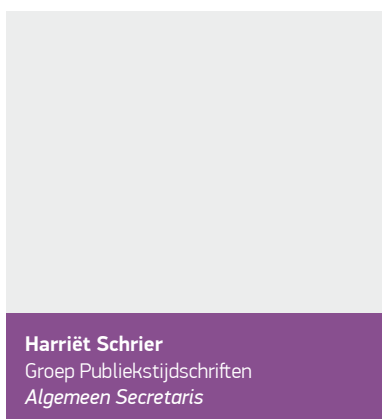
bedragen x € 1.000	2011	2012	+/- %
Dagbladen	877.957	920.769	4,9%
Publiekstijdschriften	365.459	332.078	-9,1%
Sponsored Magazines	44.093	38.449	-12,8%
Vaktijdschriften	144.489	138.770	-4,0%
Televisie	3.415.331	3.133.209	-8,3%
Radio	589.181	598.663	1,6%
Bioscoop	15.713	10.595	-32,6%
Out Of Home	344.984	366.402	6,2%
Folders	509.180	525.732	3,3%
Internet*		451.008	
Direct Mail*		460.586	
Totaal	6.306.386	6.064.667	-3,8%

*Voor beide mediumtypen is midden 2011 een nieuwe registratie gestart, waardoor geen cijfers voor heel 2011 beschikbaar zijn. Beide mediumtypen zijn daarom buiten de totaalcijfers gelaten.

Personenregister

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 veelal de voorzitter en de secretaris. De geïnterviewden hebben allen inzicht gegeven in hun werkzaamheden en de belangrijkste ontwikkelingen in hun vakgebied in 2012.





Namenoverzicht

(Stand van zaken 1 januari 2013)

Algemeen Bestuur Nederlands

Uitgeversverbond

drs. L.M.L.H.A. (Loek) Hermans, voorzitter
mr. H.M.P. (Herman) van Campenhout
K.F. (Koen) Clement
W.J. (Wouter) van Gils
D. (Dick) Molman
mr. S. (Sam) van Oostrom
L. (Luc) van Os
drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan
T. (Ton) Roskam
R. (Rob) de Spa
F. (Frank) Vrancken Peeters
mr. C.G.A. (Cees) van Wijk
G. (Geert) Noorman, directeur
R. (Ria) Harder (directiesecretaresse)

Bestuur Groep Algemene Uitgevers

L.W.L. (Wiet) de Bruijn (voorzitter)
drs. H. (Henk) Pröpper (vicevoorzitter)
drs. C.M.J. (Kees) van den Hoek (penningmeester)
R. (René) Bego
E. (Eric) Visser
Mr. C.G.A. (Cees) van Wijk (tot 1-1-2013 voorzitter)
mr. M. David (algemeen secretaris)

Bestuur Groep Educatieve Uitgeverijen

drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan (voorzitter)
drs. A.M.W. (Arjen) Holl (penningmeester)
R.F. (Frank) van Amerongen
drs. A.F.S. (Anneke) Blok
drs. R.N.J. (Robert) van Oosten
drs. H.J.F. (Eric) Razenberg
G. (Geeske) Steeneken
drs. S.L. (Stephan) de Valk
R. (René) Montenarie MBA (algemeen secretaris)

Bestuur NDP Nieuwsmedia

I.P.M. (Jacques) Kuyf (voorzitter)
F.C.R. (Frits) Campagne
mr. M.N.J. (Marjolein) van der Linden
J. B. (Jan) van der Marel
R. (Rob) de Spa
ir. B. (Bart) Visser
F. (Frank) Volmer
T. (Tom) Nauta (directeur)

Cebuco

drs. O.J.W. (Olaf) Croon (directeur)

Stichting Nieuws in de klas

drs. F.L. (Fifi) Schwarz (directeur)

Bestuur Groep Publiekstijdschriften

A.G. (Auke) Visser (voorzitter)
drs. H.D.C. (Henk) Scheenstra (vicevoorzitter)
L. (Luc) van Os (penningmeester)
E. (Eric) Blok
drs. E.T. (Everhard) van den Brakel
M. (Marieke) Cambeen
drs. R. (Ric) Hofmans
H. (Hylke) van der Meer
W. (Winnie) Moltmaker
mr. B.J. (Barent) Momma
L. (Leo) Schaap
D. (David) Vink
J.M.E. (Harriët) Schrier (algemeen secretaris)

Bestuur Media voor Vak en Wetenschap

S. (Sylvester) Nieuwe Weme (voorzitter)
N. (Nic) Louis (vicevoorzitter)
T. (Ton) Roskam (penningmeester)
W. Wouter van Gils
A. (Anton) van Kempen
E. (Eddy) Reuling
W. (Wim) van der Stelt
P. (Philippe) Terheggen
Æ. (Æbele) Kluwer
N. (Nineke) van Dalen (algemeen secretaris)

Bestuur Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A.

G. (Geert) Noorman (zit vergadering voor)
drs. A.F.S. (Anneke) Blok
mr. C.G.A. (Cees) van Wijk
drs. C.M.J. (Kees) van den Hoek
L.M. (Thys) VerLoren van Themaat
J. (Jenny) Dijkers (adjunct secretaris)

Bestuurscommissie Sociaal Beleid*

G. (Geert) Noorman (voorzitter)
P. (Paul) Ankoné
drs. F.Th.J. (Fred) Arp
mr. A.J. (Wendy) Boers



mr. W.F. (Wouter) Bybau
 F.C.R. (Frits) Campagne
 K.F. (Koen) Clement
 P.W.J. (Peter) Hendriks
 drs. L.M.L.H.A. (Loek) Hermans
 G.E.M. (Gemmie) Hermens
 D. (Dick) Molman
 mr. S. (Sam) van Oostrom
 L. (Luc) van Os
 R. (Ronald) van Slooten
 drs. M.J.P.M. (Mai) Spijkers
 A.A.M. (Ad) Verrest
 J. (Jannet) Visser
 F. (Frank) Vrancken Peters

mr. P. (Poppe) Wolters
 R.W. (Ruud) Schets MBA (secretaris)
 mr. F.W. (Frank) Obertop (secretaris)

**Met ingang van 1-1-2013 is de Bestuurscommissie
 Sociaal Beleid opgeheven wegens de oprichting
 van de Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf*

Bestuurscommissie Auteursrecht

mr. P.J. (Petra) Keuchenius (voorzitter)
 R.F. (Frank) van Amerongen
 mr. M.B. (Michiel) Kramer
 mr. H.M.A. (Heleene) van Meurs-Bergsma
 mr. H. Osinga
 mr. K. (Karin) Visser
 J. (John) Vogel
 J. (Jan) bij de Weg

Bestuurscommissie Distributie

W.H. (Wim) Findhammer (voorzitter)
 drs. C. (Cecilia) van Dalen (secretaris)
 G. (Geert) Gortzak
 drs. J.P. (Flip) van Leeuwen
 A. (Aad) Mengerink
 K. (Karoline) de Nijs
 D. (Daan) Van Rossum

Bureau van het Nederlands Uitgeversverbond

G. (Geert) Noorman (directeur)
 R. (Ria) Harder (directiesecretaresse)
 H. (Hans) Stokebrand (hoofd financiële administratie)

Communicatie

drs. L. (Loesje) Schriks

Economische en Juridische Zaken

mr. M.B. (Michiel) Kramer
 drs. C. (Cecilia) van Dalen
 mr. M.E. (Miranda) Maasman
 mr. H. (Hans) Osinga

Sociale Zaken

R.W. (Ruud) Schets MBA
 mr. F.W. (Frank) Obertop

ROTA

drs. R.F. (Ron) Rijntjes (directeur)

Afkortingen

AB	algemeen bestuur	IPA	International Publishers' Association
ANP	Algemeen Nederlands Persbureau	IPK	Informatiecentrum Papier en Karton
B2B	business-to-business	ISBN	Internationaal Standaard Boeknummer
BCA	Bestuurscommissie Auteursrecht	ISTC	Internationale Standaard Tekst Code
BCB	Bestuurscommissie Commercieel Beleid	IVIR	Instituut voor Informatierecht
BREIN	Bescherming Rechten Entertainment Industrie Nederland	JIC	Joint Industry Committee
BSB	Bestuurscommissie Sociaal Beleid	KB	Koninklijke Bibliotheek
BTB	Bedrijfstakbureau voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf	KBb	Koninklijke Boekverkoopersbond
BTU	Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf	KVB	Koninklijke Vereniging van het Boekenvak
BVA	Bond van Adverteerders	KVGO	Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen
cao BTU	cao voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf	LiMBO	Leermateriaal in het MBO
cao DJ	cao voor Dagbladjournalisten	Lira	Stichting Literaire Rechten Auteurs
cao DU	cao voor het Dagbladuitgeverijbedrijf	LOF	Lucas-Ooms Fonds
cao VAK	cao voor Vaktijdschriftjournalisten	LUG	Literaire Uitgeversgroep
cao's PUOP	cao's voor Opinieweekblad- en Publiekstijdschriftjournalisten	mbo	middelbaar beroepsonderwijs
CB	Centraal Boekhuis	MOOC	Massive Open Online Course
CIER	Centrum voor Intellectueel Eigendomsrecht	MVO Nederland	nationale kennis- en netwerkorganisatie voor maatschappelijk verantwoord ondernemen
CLIP	Copyright Licentie- en Incassobureau PRO	MVW	Media voor Vak en Wetenschap
Coöp BUG	Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A.	NBb	Nederlandse Boekverkoopersbond
COP	Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften	NMa	Nederlandse Mededingingsautoriteit
CPNB	Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek	NOM	stichting Nationaal Onderzoek Multimedia
CTC	Cebu Tarief Calculator	NOT	Nederlandse Onderwijs Tentoonstelling
CvdM	Commissariaat voor de Media	NPO	Nederlandse Publieke Omroep
DDMA	Dutch Dialogue Marketing Association	NUV	Nederlands Uitgeversverbond
DNB	De Nederlandsche Bank	NVJ	Nederlandse Vereniging van Journalisten
DRM	Digital Rights Management	NVPI	Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers
EASDP	European Association of Search and Database Publishing	O&O	Opleiding en Ontwikkeling
EASA	European Advertising Standards Alliance	OCI	Ontwikkelingsfonds Creatieve Industrie
ECK	Educatieve Contentketen	OCW	ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
EL&I	ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie	OM	Openbaar Ministerie
EMMA	European Magazine Media Association	ONUB	Overleg Nederlandstalige Uitgeverij en Boekhandel
ENPA	European Newspaper Publishers' Association	OPTA	Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit
EPC	European Publishers Council	OTSA	Opportunity To See Advertising
EZ/JZ	vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken	PGB	Pensioenfonds voor de Grafische Bedrijven
FEP	Federation of European Publishers	PIBN	Platform Internet Bureaus Nederland
FIPP	International Federation of the Periodical Press	PMA	Platform Media Adviesbureaus
FWG	Fonds Werkijdvermindering voor oudere Werknemers in de Grafische Bedrijven	PPS	publiek-private samenwerking
GAU	Groep Algemene Uitgevers	PRN	Stichting Papier Recycling Nederland
GCA	GEU Commissie Auteursrecht	PRO	Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie
GEU	Groep Educatieve Uitgeverijen	PUOP	publieks- en opinietijdschriften
GPT	Groep Publiekstijdschriften	RCC	Reclame Code Commissie
hbo	hoger beroepsonderwijs	RI&E	risico-inventarisatie en -evaluatie
HOI	Instituut voor Media Auditing	ROI	return on investment
IAB	Interactive Advertising Bureau	ROTA	organisatie voor media-exploitanten en reclamebureaus
IBAN	International Bank Account Number	SEO	Stichting Economisch Onderzoek
INMA	International News Media Association		

SEPA	Single Euro Payments Area	VOB	Vereniging Openbare Bibliotheken
SLO	Stichting Leerplanontwikkeling	VRN	Stichting Verpakkingen Recycling Nederland
SMB	Stichting Marktonderzoek Boekenvak	VSNU	Vereniging van Universiteiten
SRC	Stichting Reclame Code	VvEA	Vereniging van Educatieve Auteurs
STARBEL	Stichting Auteursrechtbelangen	VvL	Vereniging van Letterkundigen
STIR	Stichting Internetreclame	VZU	Vereniging van Zelfstandige Uitgevers
SZ	vaksecretariaat Sociale Zaken	WAN-IFRA	World Association of Newspapers and News Publishers
SZW	ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid	Wav	Wet arbeid vreemdelingen
V@J	ministerie van Veiligheid en Justitie	WGA	Werkhervattingsregeling gedeeltelijk arbeidsgeschikten
VAK	vaktijdschriftjournalisten	WKR	werkkostenregeling
VAR	Verklaring Arbeidsrelatie	WKU	Werkgroep Kinderboekenuitgevers
VDZ	Verband Deutscher Zeitschriftenverleger	WMM	Worldwide Media Marketplace
VEA	Vereniging van Communicatieadviesbureaus	Wvbp	Wet op de vaste boekenprijs
VNG	Vereniging van Nederlandse Gemeenten	zp'er	zelfstandig professional
VNO-NCW	grootste ondernemingsorganisatie van Nederland	zzp'er	zelfstandige zonder personeel







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

NUV

Coördinatie en eindredactie

Loesje Schriks

Concept/Vormgeving

Reclamebureau REM

Fotografie

Anna Green | Portfolio Fotografie,

Shutterstock, NUV, Reclamebureau REM

Drukwerk

Drukkerij De Bink bv, Leiden



Nederlands
uitgev