

Nederlands

uitgeversverbond



erlands

uitg



Nederlands
uitgeversverbond

Jaarverslag
2011



Inhoud

02 Woord vooraf

Transparantie is bij uitstek belangrijk voor de sector waarbinnen uitgevers en het NUV opereren.

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 branche-organisatie voor dagbladuitgevers naar een branche-organisatie 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 boeken-uitgevers van literatuur, 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 Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap

UVW verbreedt zich tot Media voor Vak en Wetenschap en geeft ruimte voor een meer gevarieerde achterban.

48 Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A.

Coöp BUG verzorgt de verdeling van mogelijke inkomsten uit het lidmaatschap van de Coöperatie Boekenvak.

50 Kengetallen

52 Personenregister

54 Namenoverzicht

56 Afkortingen

58 Colofon





Woord vooraf

Transparantie. Dat betekent zoveel als 'doorzichtig en doorschijnend zijn' of 'helderheid van structuur en opzet' en staat voor eerlijkheid, oprechtheid, integriteit, ethiek en naleving van de wet. Allemaal zaken die bij uitstek van toepassing zijn op de sector waarbinnen uitgevers opereren en die in de afgelopen jaren alleen nog maar belangrijker zijn geworden.

In 2011 is het proces van uitgeven verder veranderd: veel uitgeverijen hebben zich ontwikkeld tot multimediale bedrijven en steeds meer spelers uit van oorsprong andere disciplines begeven zich op de uitgeefmarkt. Social media als Twitter, blogs en forums hebben een grote vlucht genomen en liggen tegenwoordig verankerd in de dagelijkse mediaconsumptie. In rap tempo ontstaan tal van nieuwe producten en diensten, voor de consument en voor de professional, op de pc en mobiel. En online adverteerders kunnen hun advertenties gericht tonen aan vermoedelijk geïnteresseerde consumenten, op basis van hun surfgedrag. Allemaal transparantieverhogend, zowel voor als over de consument en zijn mediagebruik. Tegelijkertijd raken veel consumenten juist in dit vluchtige en veranderende medialandschap in het ongewisse. Aan uitgevers daarom de taak om meer helderheid en duidelijkheid te verstrekken.

Het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) draagt aan deze ontwikkelingen actief bij. Dat begint met uitgevers goed te informeren over wet- en regelgeving die relevant is voor de sector. Dat doen we door voorlichting via onze website en bijeenkomsten en door het uitwisselen van kennis en ervaring in workshops, trainingen en seminars. In 2011 heeft het NUV, na een succesvolle lobby, de leden uitvoerig geïnformeerd over de wet stilzwijgende verlenging van abonnementen. Datzelfde geldt voor de politieke ontwikkelingen rond cookies en op consumentenbescherming gerichte wetgeving.

Omdat het digitaal creëren en verspreiden van media-producten steeds eenvoudiger wordt, is het belang van regulering voor een (zowel analoge als digitale) gezonde markt nog groter geworden. Intellectueel eigendom is immers brandstof voor de creatieve sector. Een goede bescherming van het auteursrecht is van cruciaal belang. Het NUV zet zich actief in voor een eerlijke honorering voor het gebruik en hergebruik van content, op een manier die innovatie bevordert. De nadruk ligt daarom op bewustwording van het belang van auteursrecht, de uitoefening van auteursrechten en de essentiële rol van zelfregulering en het sluiten van convenanten met sectoren en partijen in de markt. Bredere samenwerking binnen de overkoepelende Federatie Auteursrechtbelangen zal het effect hiervan verhogen.



Een ander terrein waarop het NUV meer transparantie nastreeft, is dat van de arbeidsvoorwaarden. Cao's sluiten niet altijd meer voldoende aan bij de praktijk. Zowel aan werknemerszijde als aan werkgeverszijde is behoefte aan flexibiliteit, meer maatwerk, opties en ontwikkelingskansen voor werknemers en mobiliteit. Werkgevers en vakorganisaties in de uitgeverijsector zijn daarom een project gestart om tot één raam-cao voor de gehele uitgeverijsector te komen, die op hoofdlijnen een uniform pakket van arbeidsvoorwaarden en regelingen voor alle beroepsgroepen in de sector bevat. In de beoogde raam-cao zullen de huidige cao's worden ingebed, waardoor specifieke zaken per beroepsgroep of per bedrijf geregeld kunnen worden. Daarmee creëren we ruimte voor werkgevers en werknemers om zelf tot nadere invulling van het arbeidsvoorwaardenpakket te komen. Hiertoe zal ook op brancheniveau een arbeidsvoorwaarden-tool worden ontwikkeld, die werkgevers en werknemers mede in de gelegenheid stelt tot het digitaal operationeel maken van afspraken over besteding van een zogeheten personal benefit budget.

Tot slot, ook binnen de branchevereniging zelf zijn transparantie en openheid een belangrijk goed. Het NUV beoogt laagdrempelig te zijn voor zijn leden en wil dat leden zich verbonden voelen met de organisatie, zijn groepsverenigingen en met elkaar. Om hieraan te kunnen voldoen volgt de brancheorganisatie de digitale en cross-mediale ontwikkelingen van leden. In 2011 heeft NDP Nieuwsmedia een start gemaakt met de verbreding van een vereniging voor dagbladuitgevers naar een vereniging voor nieuwsmedia. Ook UVW heeft per half maart 2012 zijn naam en organisatie gewijzigd naar een mediabrede brancheorganisatie waar, naast de traditionele uitgeverijen, ook aangrenzende exploitanten van kennis-

en informatieproducten voor professionals kunnen toetreden als lid. Het NUV zal in 2012 zijn kennis en know-how op het crossmediale en digitale mediaterein verder ontwikkelen om zijn leden ook in de toekomst optimaal van dienst te kunnen zijn. Daarvoor kijkt de branchevereniging naar het aangaan van samenwerkingsverbanden met andere brancheorganisaties.

In dit jaarverslag informeren wij u graag over de speerpunten en activiteiten van het NUV in 2011. Ook kunt u lezen op welke terreinen de aangesloten groepsverenigingen het afgelopen jaar actief zijn geweest en waar we ons, ook in de verdere toekomst, op zullen richten.

Drs. Loek Hermans

Voorzitter



“In rap tempo ontstaan tal van nieuwe producten en diensten, voor de consument en voor de professional, op de pc en mobiel.”

Het vaksecretariaat Economische/Juridische Zaken (EZ/JZ) biedt dienstverlening aan NUV-leden op juridisch en economisch gebied. De afdeling vervaardigt modelcontracten en -regelingen en levert praktisch juridisch advies op maat. Daarnaast voert het vaksecretariaat intensieve lobby op diverse beleidsterreinen, zowel op nationaal als op internationaal niveau. Hierbij werkt EZ/JZ vaak nauw samen met (internationale) zusterbelangenorganisaties. De afdeling zet zich in 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.

Economische en Juridische Zaken





Auteursrecht en auteurscontractenrecht

Het belangrijkste rechtsgebied waar het NUV mee te maken heeft en waarop het zijn leden adviseert, is het auteursrecht. Het NUV zet zich actief in 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 rechthebbers en met betrekking tot alle media. Dossierhouder namens het vaksecretariaat EZ/JZ is Michiel B. Kramer, hoofd van de afdeling.

In de zomer van 2011 is een wetsvoorstel auteurscontractenrecht ter advisering naar de Raad van State gestuurd. Vooralsnog is er officieel nog niets bekend over de inhoud van de wetswijziging; die wordt openbaar op het moment dat de regering het voorstel naar de Tweede Kamer stuurt. Op basis van uitspraken van staatssecretaris Teeven van Veiligheid en Justitie (V&J) is wel bekend dat het verbod op overdracht bij leven van de auteur en de herroepbaarheid van een exclusieve licentie na vijf jaar niet in het wetsvoorstel zijn opgenomen. Deze maakten aanvankelijk wel deel uit van het voorontwerp auteurscontractenrecht uit 2010. Het NUV heeft destijds op deze twee punten zware kritiek geuit, mede vanwege de nadelige gevolgen hiervan voor zijn leden.

In april 2011 heeft de staatssecretaris in de speerpuntenbrief *auteursrecht 2002/20* de uitgangspunten van het toekomstige auteursrechtbeleid van het huidige kabinet kenbaar gemaakt. Het NUV heeft in een reactie laten weten verheugd te zijn dat de staatssecretaris het belang

onderkent van de auteursrechtelijk relevante sectoren, waaronder de uitgeverijbranche, voor de Nederlandse economie en de rol en functie van het auteursrecht hierin. Kramer licht toe: 'Het NUV steunt de visie van de staatssecretaris ten aanzien van voorlichting aan het publiek over de cruciale rol van het auteursrecht voor de Nederlandse kenniseconomie. De sectoren leveren een belangrijke bijdrage aan het Nederlandse cultuurgood. Dit gegeven moet worden meegenomen in het bepalen van het auteursrechtbeleid.' Het NUV onderschrijft in grote lijnen het beoogde beleid, maar plaatst daarbij wel een aantal kanttekeningen:

- Versterking contractuele positie van auteurs: in de uitgeverijbranche is de positie van de auteur reeds gewaarborgd door goed functionerende zelfregulering, zoals de zogeheten modelcontracten. Dit zijn standaardcontracten die in samenspraak met auteursorganisaties worden opgesteld. De bestaande modelcontracten voorzien nu al in een *non usus*-bepaling en een *bestseller*-beding. In een eventuele wettelijke regeling zou voor zelfregulering veel ruimte moeten blijven. Het NUV is geen voorstander van een wettelijke regeling die voorziet in collectieve afspraken over billijke vergoedingen. De hoogte van vergoedingen moet worden overgelaten

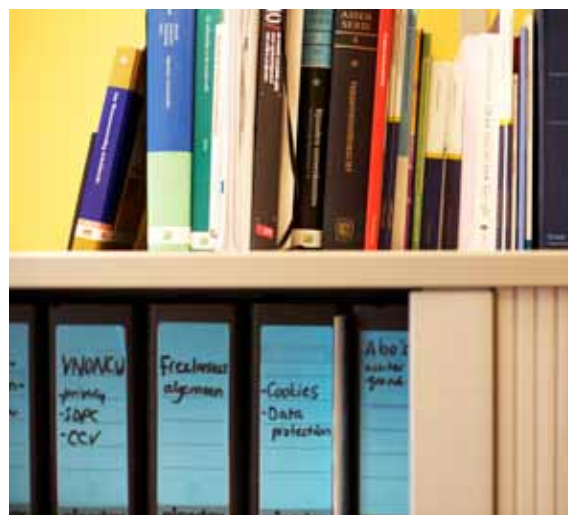
aan de individuele marktpartijen. Collectieve afspraken verstoren de marktwerking, en het is bovendien de vraag of zij praktisch uitvoerbaar zijn.

- Onrechtmatig maken van downloads uit evident illegale bron: het NUV juicht dit toe, maar vraagt zich wel af hoe effectief dit zal zijn als naleving van dit verbod alleen civielrechtelijk kan worden afgedwongen en niet tegen consumenten kan worden ingeroepen die op grote schaal downloaden uit evident illegale bron. Het NUV is van mening dat, mede gezien het economische belang, ook een strafrechtelijke sanctie gerechtvaardigd is. Vooral ook vanwege de preventieve werking die daarvan uitgaat en vanwege de extra juridische waarborgen die het strafrecht biedt.
- *Fair use*-exceptie: de speerpuntenbrief vermeldt dat de Nederlandse overheid graag een discussie ziet over het opnemen van een *fair use*-uitzondering in de (Europese) richtlijn auteursrecht, voor het niet-commercieel creatief hergebruik van werk. Het NUV raadt een dergelijke uitzondering ten stelligste af, daar een *fair use*-uitzondering volgens de brancheorganisatie misbruik van content juist in de hand werkt. Het huidige stelsel van uitzonderingen in de auteurswet geeft gebruikers al ruime mogelijkheden tot 'fair use'. Het NUV pleit voor een aanpak waarin per sector marktpartijen afspraken kunnen maken over hoe om te gaan met de bestaande beperkingen en uitzonderingen. Dit leidt tot meer flexibiliteit en bevordert het draagvlak. In Nederland bestaan al goede voorbeelden van dergelijke afspraken, die in de praktijk goed werken, zoals de readerregelingen in het onderwijs en de regeling met blindenbibliotheken.

Readerregeling, Reprerecht

Andere met het auteursrecht verbonden onderwerpen die in 2011 in beweging waren, waren de readerregelingen en de reprerechregeling.

De bestaande readerregeling met de universiteiten werd in 2010 eenzijdig door de universiteiten opgezegd. Inmiddels is er overeenstemming bereikt over een tijdelijke regeling voor 2011 en 2012. Voor 2012 staat een onderzoek naar het readergebruik aan een aantal universiteiten gepland. Op basis van de uitkomsten daarvan zal per 2013 een nieuwe readerregeling tot stand komen.



In 2011 heeft Stichting Reprerecht, waarin het NUV actief participeert, samen met VNO-NCW en MKB-Nederland onderzoek gedaan naar gebruik en omvang van digitale en papieren kopieën binnen bedrijven tot honderd werknemers. De huidige regeling op het gebied van het reprerecht geldt alleen voor papieren kopieën. Het onderzoek wijst uit dat het digitale kopieervolume (onder andere print en scans) aanzienlijk is. Op basis van deze onderzoeksresultaten onderhandelt Stichting Reprerecht met VNO-NCW en MKB over een nieuwe regeling, die ook voorziet in een vergoeding voor digitale kopieën. Parallel hieraan wordt gewerkt aan de oprichting van de sectie Pro-mandaat bij stichting PRO, de collectieve rechtenorganisatie van de uitgevers. In 2012 zal de lidbedrijven worden verzocht een mandaat te geven aan Pro-mandaat om zo digitale

“Informatie is in een democratische samenleving een eerste levensbehoefte.”

kopieergelden collectief te kunnen innen, voor zover dat niet al door licenties is geregeld. Deze constructie is nodig omdat een wettelijk mandaat ontbreekt voor digitale kopieën. Het NUV is nauw bij deze onderhandelingen betrokken, die een goed voorbeeld vormen van zelfregulering die het NUV voorstaat.

Mededinging

In 2011 is de 'Gedragscode mededinging', die van toepassing is op de NUV-medewerkers en de leden van besturen en commissies die onder het NUV vallen, geactualiseerd. 'De code is opgesteld om betrokkenen en het NUV te behoeden voor – al dan niet bewuste – overtredingen van het mededingingsrecht,' aldus Kramer. Alle betrokkenen hebben de herziene code ontvangen en kunnen deze tevens vinden in de vergaderzalen en andere gemeenschappelijke ruimten van het NUV. Daarnaast licht het vaksecretariaat de code toe in een voorlichtingsbijeenkomst, die jaarlijks zal worden gehouden voor nieuwe werknemers en leden van besturen en commissies. De 'compliance officer' van het NUV ziet toe op naleving van de code.

Stilzwijgende verlenging abonnementen

Het initiatiefwetsvoorstel met betrekking tot het stilzwijgend verlengen van abonnementen, dat Kamerlid Martijn van Dam in 2006 indiende, is per 1 december 2011 ingevoerd. Deze wet beperkt de mogelijkheden tot het stilzwijgend verlengen van abonnementen en verkort de opzegtermijn voor de consument. Dankzij de actieve lobby door het NUV bevat deze wet gunstige uitzonderingen voor kranten en tijdschriften; in tegenstelling tot andere producten en diensten mogen deze abonnementen nog altijd stilzwijgend worden verlengd. Voor het NUV is de wet dan ook acceptabel, temeer omdat deze nagenoeg overeenkomt met het voorstel tot zelfregulering dat het NUV in 2009, voorafgaand aan de behandeling van het wetsvoorstel, aan de Kamer heeft voorgelegd. In 2011 heeft EZ/JZ de NUV-leden uitvoerig geïnformeerd over deze wet en haar consequenties. Naast de talloze individuele ledenvragen organiseerde dossierhouder Miranda Maasman in januari 2011 een informatiemiddag voor de leden. Tijdens deze bijeenkomst was veel aandacht voor vragen over de praktische implementatie van de nieuwe wet. Er was veel onduidelijkheid over de gevolgen van de inwerkingtreding van de wet voor reeds lopende abonnementen. De ministeries van EL&I en V&J en de Consumentenautoriteit communiceerden voortdurend dat de wet uitsluitend van toepassing zou zijn op abonnementen vanaf 1 december 2011. Omdat Van Dam dit niet zo had bedoeld, diende hij kort voor inwerkingtreding van



de wet een reparatiewet in. Deze wet moest regelen dat de algemene voorwaarden van lopende abonnementen en reeds voltooide verlengingen vernietigbaar zouden worden. Het reparatiewetsvoorstel bleek echter, nadat dit door de Tweede Kamer al was aangenomen, uitsluitend de toepasselijkheid te regelen op algemene voorwaarden van lopende contracten en niet ook reeds voltooide verlengingen aantastbaar te maken. Bovendien had de Eerste Kamer begrip voor de argumenten van het NUV en andere belanghebbenden tegen een dermate ingrijpende wetswijziging op deze extreem korte termijn; zij was voornemens de reparatiewet af te wijzen. Van behandeling in de Eerste Kamer is het overigens nooit gekomen, want de indiener koos ervoor zijn reparatiewet aan te houden. Eind 2013 evalueert het NUV de gevolgen van de nieuwe wet voor de uitgeefsector. Die evaluatie is door Kamerleden Van der Ham en Vos geëist, omdat zij vreesden voor te schadelijke effecten voor deze sector.

Privacy

Privacy krijgt als thema veel politieke aandacht, vooral nu technologische ontwikkelingen nieuwe risico's op dit gebied meebrengen. De overheid, zowel nationaal als Europees, speelt hierop in met wetgeving. In mei 2011 had een Europese richtlijn op het gebied van internetprivacy in Nederlandse wetgeving geïmplementeerd moeten zijn.

Een belangrijk onderdeel van die richtlijn is de zogeheten 'cookiebepaling'. Cookies maken het onder meer mogelijk om advertenties te tonen die zijn gebaseerd op eerder surfgedrag en daarmee vermoedelijke interesses van de gebruiker. De richtlijn schrijft voor dat cookies alleen geplaatst mogen worden wanneer de geïnformeerde gebruiker daarvoor *toestemming* heeft gegeven. Hoewel de deadline al ruimschoots is verstreken, werkt Nederland nog steeds aan deze wet (aanpassing van de Telecomwet). Oorzaak hiervan is de aanneming van een amendement van PVV en PvdA door de Tweede Kamer. Dit amendement vermoedt dat alle 'tracking cookies' persoonsgegevens zijn én dat voor dit soort cookies *ondubbelzinnige* toestemming moet zijn verleend. Door dit vermoeden zouden plaatsers / uitlezers van cookies op computers van Nederlandse gebruikers zich moeten houden aan strengere regels dan plaatsers / uitlezers van cookies op computers van burgers van andere lidstaten. Eisen die bovendien nauwelijks uitvoerbaar zijn. In 2011 voerde het NUV samen met andere DDMA en IAB, verenigd in de zogeheten 'cookie-coalitie', een intensieve lobby ter voorkoming van te vergaande wetgeving. De Eerste Kamer bleek ontvankelijk voor de argumenten en heeft veel kritische vragen over het amendement gesteld. Minister Verhagen van EL&I heeft inmiddels bij toezichthouder OPTA aangedrongen op terughoudendheid in de handhaving. Zowel de minister als CDA en VVD hebben veel aandacht voor het ongelijke speelveld dat kan ontstaan wanneer Nederland strengere eisen oplegt dan andere lidstaten. De behandeling in de Eerste Kamer moet, ten tijde van dit schrijven, nog plaatsvinden.

Een andere ontwikkeling met betrekking tot privacy betreft Telemarketing. OPTA heeft, vooral in de periode kort na invoering van het bel-me-niet-register, hoge boetes uitgedeeld aan bedrijven die – volgens haar interpretatie – de Telecomwet overtraden. Omdat OPTA vervolgens weigerde inzage te geven in de klachtenprocedures, konden bedrijven zich niet adequaat verdedigen en waren ze niet in staat om hun processen aan te passen. Later in 2011 publiceerde OPTA het zogeheten Standpunt Telemarketing, waarin de wet zeer strikt werd uitgelegd. Dossierhouder Miranda Maasman heeft, samen met een aantal leden van de Commissie Privacy van VNO-NCW, in een gesprek met OPTA dit gebrek aan transparantie aangekaart. OPTA heeft hierover beterschap toegezegd. In het gesprek kwam tevens het begrip 'bestaande klant' aan de orde, waarvoor mildere regels gelden dan voor 'koud bellen'. Maasman licht toe: 'OPTA is van oordeel dat een consument alleen klant is wanneer er geld betaald is voor een product of dienst, terwijl uitgevers ook veel gratis, maar wel hoogwaardige diensten aan consumenten

leveren, zoals nieuwsbrieven.' Ook is OPTA van mening dat het aankruisen van een hokje waarin toestemming wordt gegeven om iemand te bellen nog niet betekent dat het bel-me-niet-register niet eerst geraadpleegd moet worden. Het eerste gesprek met OPTA heeft een opening geboden om verder te praten over deze punten.

Btw

De Europese btw-systematiek is complex, met veel verschil in gehanteerde tarieven. De Europese Commissie zet zich in om te komen tot harmonisatie en een eenvoudiger, meer transparante systematiek. Eind 2011 publiceerde de Europese Commissie de uitkomsten van een consultatie (Greenpaper VAT), gevolgd door een communiqué over de toekomst van de btw-systematiek. Het communiqué bevat belangrijke aanknopingspunten voor instandhouding van het lage btw-tarief, alsmede voor de opheffing van het onderscheid in tarief voor print en digitaal. Ondanks de huidige ongunstige economie zet de Europese lobby zich voort. In Europees verband maakt het NUV zich, samen met zijn Europese zusterorganisaties ENPA (European Newspaper Publishers' Association), EMMA (European Magazine Media Association, voorheen FAEP) en FEP (Federation of European Publishers), sterk voor een laag btw-tarief voor ook digitale content. De lobby richt zich nu met name op de Europese Raad, die unaniem over eventuele aanpassingen in de btw-systematiek dient te besluiten. Wijzigingen worden op zijn vroegst in 2013 verwacht. Een tweetal landen (Frankrijk en Luxemburg) heeft deze wijzigingen niet afgewacht en, tegen de Europese regels in, al met ingang van 2012 een laag btw-tarief ingevoerd voor e-books. Zij beroepen zich hierbij op het neutraliteitsbeginsel, eenzelfde btw-tarief voor vergelijkbare producten en diensten. De Europese Commissie beraadt zich nog op actie.

Op nationaal niveau richtte het NUV zich in 2011 primair op behoud van het lage btw-tarief voor print. Hier staat de Fiscale Agenda van staatssecretaris van Financiën Weekers centraal, op basis waarvan uniformering van het btw-tarief dreigt. Een eerste verhoging van het lage btw-tarief van 6 procent naar 8 procent wordt genoemd, om dit op termijn te bewerkstelligen. 'Hoewel het NUV het streven van de staatssecretaris om te komen tot een eenvoudiger, meer solide en fraudebestendig belastingstelsel begrijpt, staat het NUV afwijzend tegenover de plannen dit te bereiken door een uniform tarief,' aldus dossierhouder Cecilia van Dalen. Het lage btw-tarief is van toepassing op de consumentenprijs van vrijwel alle gedrukte informatieproducten van de leden van het NUV. 'De uitgeefsector zelf kan een btw-verhoging op dit mo-

ment niet dragen. Een dergelijke tariefsverhoging zal dan ook direct leiden tot hogere prijzen, met een aanzienlijke daling in de verkoop van informatieproducten als gevolg,' is de verwachting van Van Dalen. De praktijk in Finland heeft dit reeds uitgewezen. Het lage btw-tarief biedt de consument een laagdrempelige toegang tot informatie en kennis. Een verhoging van het btw-tarief tast de rentabiliteit van de 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. 'Ook zet dit een rem op de innovatie van de uitgeefsector. Een sector die, als gevolg van de digitalisering en een veranderende samenleving, juist voor een belangrijke transitie staat die veel investeringen vergt.' Begin 2011 bestempelde minister Verhagen van EL&I de creatieve industrie, met inbegrip van de media, nog als een van de topsectoren van het land, waarin gericht moet worden geïnvesteerd en waarvoor belemmeringen moeten worden weggenomen. Het NUV heeft staatssecretaris Weekers hier in een persoonlijk onderhoud in november 2011 ook nadrukkelijk op gewezen. Weekers deed de NUV-delegatie vervolgens de toezegging dat in ieder geval tijdens de huidige kabinetsperiode niet getornd zal worden aan het huidige lage tarief voor uitgeefproducten.

Uniformering lijkt dus op korte termijn niet aan de orde. Een tariefsverhoging is dat mogelijk wel. Nadere voorstellen voor aanpassing van het Nederlandse belastingstelsel worden in 2012 verwacht. Uiteraard zal het NUV ook in 2012 de btw-lobby voortzetten en de ontwikkelingen, zowel nationaal als internationaal, nauwlettend volgen. Hiertoe zal ook nauw worden samengewerkt met ENPA, EMMA en FEP. Tevens zal het NUV zich verder inspannen om duidelijkheid te verkrijgen voor de leden over de btw op gecombineerde uitgeefproducten (print/digitaal). Het overleg met de Belastingdienst hierover zal worden gecontinueerd.

Freelancers

In 2011 is het convenant Eigen Verklaring geëvalueerd met een aantal NUV-leden en de Belastingdienst. De tevredenheid over dit convenant is groot, omdat het zorgt voor minder administratieve en handhavinglasten. Een enkele aanpassing wordt in 2012 doorgevoerd. In 2011 begon ook een politieke discussie rondom de *overeenkomst van opdracht* (freelanceovereenkomst), die – hoewel begonnen op de postmarkt – uiteindelijk kan leiden tot onwenselijke maatregelen voor alle sectoren, zoals verplichte indiensttreding van freelancers. Sommige Kamerleden zien de *overeenkomst van opdracht* als een 'rechteloos' soort arbeidsovereenkomst, wat zou vragen om extra

bescherming, zoals het beperken van de *overeenkomst van opdracht* voor zelfstandig ondernemers. Naar aanleiding van deze discussie heeft minister Kamp onderzoek gedaan naar de overeenkomst. Het NUV nam deel aan dit onderzoek en heeft daarnaast het ministerie toegelicht waarom de kwetsbaarste groep freelancers juist niet rechteloos is. Kamp benadrukte eind 2011 het grote belang van de *overeenkomst van opdracht* voor de Nederlandse arbeidsmarkt. Hij zal zich daarom vooral richten op aanpak van misbruik ervan. Tot verplichte indiensttreding zal het vermoedelijk niet komen. Wel wil Kamp opdrachtgevers gaan verplichten het wettelijk minimumloon te betalen aan freelancers. Tot slot, dat freelancers niet rechteloos zijn wordt bevestigd in een arrest van de Hoge Raad van december 2011, over de rechtspositie van een freelancer bij beëindiging van zijn opdrachten door zijn opdrachtgever. Hoewel betreffende freelancer niet feitelijk in dienst was, kon hij toch aanspraak maken op ontslagbescherming. Het NUV zal zijn leden voorzien van een informatieve notitie, onder meer met preventieve adviezen. Daarnaast zal het onderwerp aan de orde komen in een ledenbijeenkomst over personele veranderingen.

Papier en milieu

Europees Ecolabel voor drukwerk en Newsprint

In 2011 gaf de Europese Commissie opdracht tot de ontwikkeling van een Europees milieukeurmerk voor drukwerk op papier (of op papier gebaseerde producten) en krantenpapier. In tegenstelling tot een eerder besluit uit 2007 blijken nu ook uitgeefproducten als kranten en tijdschriften in de scope van dit Ecolabel te zijn opgenomen. Vanuit de Europese zusterorganisaties ENPA en EMMA is in 2011 in samenspraak met het NUV actie ondernomen in dit dossier. 'Hoewel het NUV de invoering van een eenduidig Europees Ecolabel niet per definitie afwijst, zijn belangrijke verwachte knelpunten voor uitgevers de administratieve last (een Ecolabel per titel) en de voorgestelde grafische specificaties,' aldus secretaris Cecilia van Dalen. De insteek van de Europese Commissie lijkt: hoe hoger het percentage gerecycled papier, hoe beter. 'In de praktijk zal dit zeker niet altijd opgaan en mogelijk zelfs knelpunten opleveren ten aanzien van de verkrijgbaarheid, alsmede de prijs en kwaliteit van het papier,' aldus Van Dalen. Daarbij kiest een consument een titel om de specifieke inhoud en niet om het label dat erop staat. In de optiek van het NUV vereist een Europees Ecolabel voor kranten dan ook zorgvuldige afstemming. Medio 2012 zal hierover definitieve besluitvorming plaatsvinden.

Afvalbrief van staatssecretaris Atsma

In augustus 2011 publiceerde staatssecretaris Atsma zijn zogeheten Afvalbrief. In deze brief, die met name inzet

op afvalpreventie, laat de staatssecretaris zich onder andere kritisch uit over het huidige papierverbruik en het gebruik van het kunststof hoesje voor de distributie van uitgeefproducten en reclamedrukwerk. Bij monde van Papier Recycling Nederland (PRN), waarin ook het NUV bestuurlijk vertegenwoordigd is, heeft de samenwerkende keten van uitgevers, grafici, adverteerders, papierproducenten, verspreiders en de recyclingindustrie gereageerd op deze uitlatingen. Gesproken is met vertegenwoordigers van het ministerie van I&M, waarbij over het kunststof hoesje al werd vastgesteld dat vooralsnog geen beter alternatief beschikbaar is. Daarnaast heeft PRN aangegeven dat in de keten reeds concrete stappen worden gezet om tot verduurzaming, preventie en recycling te komen. Een voorbeeld hiervan is het reeds vele jaren goed werkende systeem voor papierinzameling en -recycling. Alle partijen uit de papierketen, waaronder uitgevers, dragen hier in belangrijke mate aan bij. Het zelfreguleringssysteem dat PRN onderhoudt en dat zelfs algemeen verbindend is verklaard, is gebaseerd op de marktprijs voor oud papier. Het systeem zorgt ervoor dat, ook in tijden van lage marktprijzen, de inzameling en recycling van oud papier in stand wordt gehouden. 'Met een gemiddelde van 89 procent in 2010 behoort Nederland bij de Europese koplopers in papierrecycling,' aldus Van Dalen. In 2011 zijn de afspraken hiertoe in het zogeheten Papiervezelconvenant IV verlengd tot eind 2014. Namens de ketenpartijen heeft PRN aan het ministerie van I&M een voorstel gedaan voor een zogeheten *Green Deal*, om op basis van zelfregulering de bewustwording bij de consument van het belang van recycling te helpen vergroten en de haalbaarheid van nog dunnere en biologisch afbreekbare folies te onderzoeken.

Distributie

De NUV Distributiecommissie komt een aantal keer per jaar bijeen om te spreken over de ontwikkelingen op de postmarkt die relevant zijn voor de uitgeefsector. In 2009 werd de liberalisering van de Nederlandse postmarkt voltooid en ook het laatste onderdeel van de markt vrijgegeven. Beoogd doel van de liberalisering was om de markt open te stellen voor nieuwe toetreders en om marktwerking te bevorderen. Met de overname van SelektMail door Sandd in 2011 en het overblijven van slechts twee landelijk opererende partijen lijkt van deze oorspronkelijke doelstelling weinig over. Ondanks prijsdalingen in de afgelopen paar jaar zorgen het beperkt aantal aanbieders, afnemende postvolumes als gevolg van digitalisering en het van overheidswege verplicht doorvoeren van arbeidsvoorwaarden momenteel voor een opwaartse prijsdruk voor de distributie van uitgeefproducten. Ook staat als gevolg van organisatiewijzigingen bij de verspreiders de kwaliteit van dienstverlening onder druk. 'De NUV Distributiecommissie zal in 2012 deze ontwikkelingen kritisch volgen om, waar nodig, direct in actie te kunnen komen richting de beleidsmakers in Den Haag,' aldus secretaris Van Dalen.

Betalingsverkeer

Eind december 2011 hebben de Europese Commissie en het Europees Parlement overeenstemming bereikt over de verplichte ingangsdatum van de *Single Euro Payments Area* (SEPA), één Europese betaalmarkt, te weten 1 februari 2014. Met een speciale verordening wordt de in 2008 in gang gezette eenwording van de Europese betaalmarkt nu ook wettelijk geregeld. Dit betekent dat 1 februari 2014 de harde formele einddatum zal zijn voor het gebruik van nationale betaalproducten als de overschrijving, incasso etcetera. Bedrijven moeten al vóór 1 februari 2014 de overstap naar de nieuwe Europese betaalproducten hebben gemaakt. Dit lijkt nog ver weg, maar zeker is dat de overgang van bedrijven veel voorbereiding vergt. Alle uitgevers krijgen met wijzigingen in het betalingsverkeer te maken. Dit geldt echter in het bijzonder voor uitgevers die voor de inning van abonnementsgelden veelvuldig gebruikmaken van de Incasso. Ook het voortbestaan van de veelgebruikte Nederlandse Acceptgiro is nog onzeker. Hierover zal in 2012 worden besloten. Vooralsnog zijn geen goede Europese alternatieven beschikbaar. Het NUV zet zich daarom in voor behoud van de acceptgiro zo lang als nodig. Daarnaast maakt het NUV zich sterk voor het verkrijgen van duidelijkheid en het maken van afspraken rondom de verplichte prenotificatie, minimaal veertien dagen voorafgaand aan de incasso bij de consument. In 2012 zal het NUV een notitie over SEPA en de belangrijkste wijzigingen voor uitgevers beschikbaar stellen.

Sociale zaken

In de rol van werkgeversorganisatie is het NUV 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.

arbeids
Waarde
kosten
cundai
re zak
standi

voorwaarde (de (x), meerv.)
en waaronder werk wordt verricht
vergoeding, aantal vakantiedagen
re arbeidsvoorwaarden, die betrekking
en dan hoogte van loon en andere
igheden



Raam-cao

In 2011 kwam de weg vrij om een raam-cao voor de gehele uitgeverijsector tot stand te brengen. Hierin zullen de zes afzonderlijke cao's die nu van toepassing zijn, worden ingebed. Het vaksecretariaat SZ kreeg het mandaat om deze raam-cao uit te werken. Van de NUV-leden behoort 80 procent tot het Midden- en Kleinbedrijf (MKB). Werknemers hebben meer behoefte aan keuzemogelijkheden en flexibiliteit in hun arbeidsvoorwaardenpakket. Werkgevers hebben op hun beurt de wens om de arbeidsvoorwaarden meer op de eigen bedrijfssituatie af te stemmen. Het NUV kan hier straks in voorzien met de raam-cao, die voor iedere bedrijfsgrootte toepasbaar is. 'Met de raam-cao kan het NUV op zoek naar een moderne cao die past in deze tijd en die ruimte biedt aan zowel de grote als de kleine leden,' vertelt secretaris Ruud Schets. De beoogde cao zal qua inhoud helemaal op de moderne werkverhoudingen toegerust zijn. Ze zal een uniform pakket van arbeidsvoorwaarden en regelingen bevatten voor alle beroepsgroepen in de sector. Waar verbijzondering gewenst is voor specifieke beroepsgroepen, kunnen andere of aanvullende arbeidsvoorwaarden worden opgenomen. 'De werknemer zit zelf aan het stuur,' aldus Ruud Schets. Uitgangspunt van de raam-cao is om te zorgen voor 'duidelijkheid, helderheid en compactheid enerzijds en flexibiliteit en individualisering anderzijds. Waarbij dit alles zowel voor de werkgever als voor de werknemer geldt'. Het streven van SZ is om de raam-cao in 2012 gestalte te geven.

Overbruggingscao's

In 2011 was SZ tevens druk bezig met de onderhandelingen over de cao's die de periode tussen de aflopende cao's en de nieuwe raam-cao moeten overbruggen. Gegeven de economische crisis en de oriëntatie binnen de branche op businessmodellen, verliepen de onderhandelingen moeizaam. 'Vroeger had de uitgever alleen te maken met de papierleverancier en de adverteerder. Tegenwoordig is dat krachtenveld onder invloed van adverteerders en sociale media veranderd,' licht Ruud Schets de situatie toe. Het was dan ook zaak om de loonkosten zoveel mogelijk te matigen. Na afstemming binnen de Bestuurscommissie Sociaal Beleid (BSB) en mandaat van het dagelijks bestuur van het NUV zijn de onderhandelingen in de loop van 2011 gestart. Inzet van werkgeverskant waren de

afschaffing van zoveel mogelijk ontsiaatregelen, zoals seniorendagen, aanpak van de bovenmatigheid en het verruimen van de minimumpensioenvoorwaarden. Daarnaast was het van belang om de structurele loonstijging zo beperkt mogelijk te houden.

Uiteindelijk zijn alle afzonderlijke cao's in 2011 vernieuwd, al verliepen de onderhandelingen vaak moeizaam. Zo namen de onderhandelingen over de cao voor Dagblad-journalisten (cao DJ) negen maanden in beslag, waarbij de NVJ aanvankelijk vasthield aan de oude arbeidsverhoudingen. 'Op een ultimatum van het NUV volgde een tegenultimatum van de NVJ. Uiteindelijk zijn we er met een overleg in kleine comités uitgekomen,' licht Ruud Schets

“Met de raam-cao kan het NUV op zoek naar een moderne cao die past in deze tijd en die ruimte biedt aan alle leden.”

toe. ‘Beide partijen waren het er uiteindelijk over eens dat er gemoderniseerd moet worden. De overeengekomen cao vormt dan ook een opmaat naar de nieuwe raam-cao.’

De nieuwe cao voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf (BTU) en die voor Vaktijdschriftjournalisten hebben een looptijd van anderhalf jaar, waarbinnen twee keer een salarisverhoging van 1 procent is afgesproken. Voor de Publiekstijdschrift- en de Opinieweekbladjournalisten (PUOP) is een looptijd van twee jaar overeengekomen, met een jaarlijkse verhoging van het salaris van 1 procent. Ook bij de dagbladjournalisten is uiteindelijk een nieuwe cao met een looptijd van twee jaar afgesloten. In dit geval zijn uit de onderhandelingen een salarisverhoging van 1 procent en twee verhogingen van 0,5 procent gekomen.

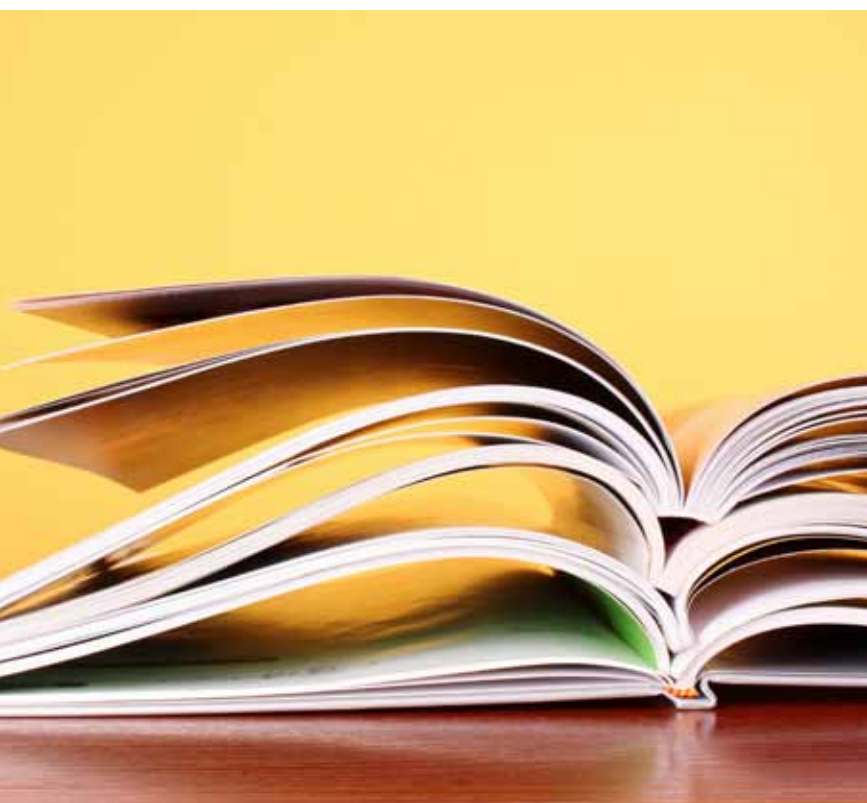
Met het bereiken van alle cao-akkoorden is de weg vrij voor de overgang van de individuele cao's naar een raam-cao. Deze moet eind 2012 gereed zijn, zodat in 2013 de overgang plaats kan vinden.

Overig

SZ organiseerde in 2011 onder andere seminars om de leden te informeren over bijvoorbeeld het thema duurzame inzetbaarheid. Daarnaast trad het vaksecretariaat een aantal keren op als secretariaat in verschillende geschillencommissies, onder andere bij de Raad van Uitvoering over het al dan niet uitbetalen van de zogeheten auteursrechtentoeslag bij een van de dagbladondernemingen. SZ was voorts actief betrokken als adviseur bij diverse kleinere uitgeverijen om noodzakelijke reorganisaties goed voor te bereiden en te begeleiden.

Waar het mogelijk is probeert SZ te overleggen met organisaties uit andere, aanpalende branches over (verzekerings- en mantel)contracten. In 2011 trad SZ in gesprek met organisaties over pensioenregelingen en inkomensverzekeringen. In 2011 overlegde SZ ook met enkele brancheorganisaties over dienstverlening richting zz'ers / freelancers. Veel freelancers zijn tegenwoordig werkzaam voor verschillende werkgevers / opdrachtgevers binnen de creatieve industrie. Al eerder sloot het NUV een convenant met de Belastingdienst ter verlichting van de administratieve lasten voor werkgevers / opdrachtgevers bij inzet van zz'ers / freelancers.

Naast het verder uitwerken en ontwikkelen van de raam-cao denkt SZ na over het groeiend aantal freelancers binnen de lidbedrijven van het NUV. ‘Wat willen en kunnen we daarvoor betekenen?’ Ook bekijkt SZ de mogelijkheden tot het opzetten van een digitale opleidingswijzer op de NUV-website. Die zal informatie bieden over media-competenties / functieprofielen en relevante opleidingen voor de uitgeverij- en mediasector.



NDP Nieuwsmedia is de brancheorganisatie voor nieuwsbedrijven in Nederland. NDP Nieuwsmedia draagt de kracht en maatschappelijke functie van nieuwsmedia uit en maakt zich sterk voor de zakelijke en journalistieke belangen van de aangesloten nieuwsbedrijven. Eind 2011 telde de organisatie dertien leden (op holdingniveau).

NDP Nieuwsmedia







Verbreiding

De naam De Nederlandse Dagbladpers (NDP) maakte in 2011 plaats voor NDP Nieuwsmedia. De naamswijziging vloeit voort uit de nieuwe strategie van de organisatie. NDP Nieuwsmedia werd een brancheorganisatie voor nieuwsbedrijven, dus niet alleen van dagbladuitgevers. Inmiddels zijn ook RTL Nieuws en het ANP lid geworden. De speerpunten van NDP Nieuwsmedia blijven dezelfde: public affairs, belangenbehartiging en mediantypepromotie op de advertentiemarkt en op de jongerenmarkt. De promotie op de advertentiemarkt is in handen van Cebuco. De jongerenmarkt wordt bediend door Nieuws in de klas.

De nieuwe strategie van NDP Nieuwsmedia vindt haar oorsprong in de snelle verandering van de mediasector. Traditionele dagbladuitgeverijen zijn zonder uitzondering multimediale nieuwsbedrijven geworden. Daardoor zijn hun belangen parallel gaan lopen met die van nieuwsbedrijven met een origine van buiten de dagbladsector.

Als eerbetoon is de bekende afkorting NDP gehandhaafd en werd de term 'nieuwsmedia' toegevoegd. Volgens Jacques Kuyl, voorzitter van NDP Nieuwsmedia en CEO van FD Mediagroep, benadrukt de nieuwe naam het innovatieve karakter van de sector. 'De naam geeft aan dat de sector in beweging is en nieuwe mogelijkheden omarmt.' Eind 2011 mocht NDP Nieuwsmedia de eerste nieuwe leden verwelkomen: RTL Nieuws en het ANP. Hun lidmaatschap ging per 2012 in. Voorzitter Jacques Kuyl en NDP Nieuwsmedia-directeur Tom Nauta zien de verbreding van de brancheorganisatie en de komst van

nieuwe leden als het grootste succes van het afgelopen jaar. 'In 2012 hopen we meer nieuwe leden te mogen verwelkomen,' voegt Nauta toe.

Public affairs

Nieuwsmedia hebben een maatschappelijke functie en zijn onmisbaar in een democratische samenleving. NDP Nieuwsmedia behartigt de zakelijke en journalistieke belangen van de aangesloten (private) nieuwsbedrijven in politiek Den Haag en Brussel. Gezonde concurrentieverhoudingen met publieke media, een sterk auteursrecht en gunstige wettelijke randvoorwaarden waarbinnen nieuwsbedrijven hun journalistieke functie kunnen vervullen, zijn doelen die de brancheorganisatie nastreeft.

Een belangrijk succes in het verslagjaar was de intrekking door de minister van OCW van de Tijdelijke wet mediaconcentraties per 1 januari 2011. De mediaconcentratie-



“De organisatiennaam NDP Nieuwsmedia geeft aan dat de sector in beweging is.”

wetgeving beperkte het toegestane marktaandeel van dagbladuitgevers, evenals het toegestane gecombineerde marktaandeel op de markten dagbladen, televisie en radio. De dagbladsector valt voortaan alleen onder het reguliere markttoezicht van de NMa.

Eind 2010 diende een rechtszaak tegen de minister van OCW over de goedkeuringsprocedure voor nieuwe diensten van de publieke omroep. Met name in het digitale domein hebben private nieuwsbedrijven last van nieuwe, gesubsidieerde activiteiten van de publieke omroep. Voordat de minister deze activiteiten goedkeurt, moet het schadelijke effect op de markt worden onderzocht. Door dit niet te doen handelt de minister in strijd met Europese regels, vindt NDP Nieuwsmedia. NDP Nieuwsmedia won de rechtszaak, maar verloor de zaak vervolgens in hoger beroep. NDP Nieuwsmedia diende vervolgens begin 2012 een klacht in bij de Europese Commissie. Het tegengaan van concurrentievervalsing door de publieke omroep zal de komende jaren hoog op de agenda van de brancheorganisatie blijven staan.

Een sterk auteursrecht is een van de speerpunten in de lobby. In juni 2011 won NDP Nieuwsmedia in hoger beroep de rechtszaak tegen de provincie Flevoland over het zonder vergoeding overnemen van nieuwsartikelen

in knipselkranten. Tom Nauta over het arrest: ‘Het Hof heeft bevestigd dat het creatieve werk van journalisten beschermd is. Dit is van groot belang voor een gezonde exploitatie door nieuwsbedrijven.’

Ook btw-tarieven, die binnen het kader van Europese regelgeving bepaald worden, staan hoog op de agenda van NDP Nieuwsmedia. Dagbladen kennen verschillende tarieven voor papieren (6 procent) en digitale uitgaven (19 procent), twee tarieven voor inhoudelijk identieke producten. ‘Dat is volgens de brancheorganisatie niet uit te leggen. Bovendien remt het hoge tarief op digitale nieuwsproducten de innovatie in de sector,’ zegt Tom Nauta. De Europese koepelorganisatie ENPA, waarin NDP Nieuwsmedia vertegenwoordigd is, voert de btw-lobby op Europees niveau.

In 2011 startte NDP Nieuwsmedia met het organiseren van ledenbijeenkomsten over innovatie. Naast gastsprekers van onder andere *The Guardian* en Google, presenteerden lidbedrijven hun uitgeefconcepten en verdienmodellen aan hun collega-uitgevers.

Cebuco

Cebuco is het marketingplatform van NDP Nieuwsmedia, met als primaire taak het profileren van de producten van de lidbedrijven als sterke multimediale advertentieplatforms bij adverteerders, mediabureaus en reclamebureaus. De advertentiemarkt zal de komende jaren inspelen op de ontwikkeling van nieuwe kanalen en wegen in de markt om de nieuwscontent bij de consument te krijgen. Daar waar lezers zijn, is het per definitie interessant voor adverteerders om te communiceren. In 2011 waren het papieren platform (de krant) en het digitale platform (de dagbladsites) onverminderd belangrijk voor de activiteiten van Cebuco.

In 2011 lazen gemiddeld ruim negen miljoen Nederlanders iedere dag een krant. Daarnaast bereikten de dagbladsites, met een gemiddelde contactfrequentie van 21 keer, gemiddeld ruim zeven miljoen Nederlanders per maand. Het werkdomein van Cebuco omvat de



“Cebuco profileert de producten van de lidbedrijven als sterke multimediale advertentieplatforms bij mediabureaus.”

advertentiemarkt. De focus van de activiteiten ligt op de nationale adverteerders. Cebuco opereert als onafhankelijke partij en begeeft zich niet op het commerciële speelveld tussen de uitgevers en de inkopers. Informatie over de lezersmarkt, zoals bereikcijfers uit de NOM Doelgroep Monitor, is primair bedoeld als argumentatie voor de advertentiemarkt. Belangrijke speerpunten van Cebuco zijn onderzoek, promotie en communicatie



Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM) (bereiksonderzoek print), het Joint Industry Committee (JIC) STIR (bereiksonderzoek internet) en HOI, Instituut voor Media Auditing wordt toegezien op het tot stand komen van valide en bruikbare cijfers over de dagbladen en dagbladsites. Cebuco streeft er continu naar om de impact van dagbladinzet door middel van onderzoek zichtbaar te maken: van mediumbereik (NOM en STIR), via reclamebereik (Reclame Reactie Onderzoeken) en reclamewerking (effectonderzoeken) tot en met verkooprespons. Daarmee maakt Cebuco inzichtelijk op welke manier dagbladen het meest effectief kunnen bijdragen aan het behalen van de communicatie-doelstellingen. Met deze inzichten adviseert de organisatie over een optimale inzet van de nieuwsmidiumtypen papieren dagbladen en dagbladsites, zodat de reclameboodschap de gewenste impact heeft en de adverteerder optimaal kan profiteren van het hoogwaardige bereik van dagbladen en hun aanverwante digitale producten.

Om een goede beoordeling van de verschillende mediumtypen te kunnen maken is onderlinge vergelijkbaarheid noodzakelijk. Cebuco draagt actief bij aan het creëren en bewaken van *common currencies* die zich hiervoor lenen. Als *performance indicator* zijn bereikcijfers de standaard boven oplagecijfers. Het bereik van dagbladen wordt gemeten in het bereiksonderzoek voor printmedia, NOM. Naast het bereik van dagbladen rapporteert Cebuco als STIR-participant ook regelmatig over het bereik van de gezamenlijke dagbladsites. De 'Bereiksversterker' is een instrument om de meest actuele bereikcijfers te raadplegen.

en het delen van kennis en informatie, bijvoorbeeld tijdens bijeenkomsten. Daarnaast richt Cebuco zich op de ontwikkeling van planningtools en harmonisatie en standaardisatie van advertenties.

Onderzoek

Cebuco ziet toe op de totstandkoming van betrouwbare kengetallen voor mediaplanning en -strategie. Vanuit de besturen en/of de technische commissies van het

Met het doen van effectonderzoek beantwoordt Cebuco aan de toenemende behoefte van adverteerders om het rendement van hun media-investeringen zichtbaar te maken. Hieronder vallen ook de studies die worden gedaan in het kader van de RReporter (Reclame Reactie Onderzoek). De Cebuco-webapplicatie RReporter (www.rreporter.nl) biedt toegang tot een database met meer dan duizend Reclame Reactie Onderzoeken. Aan de



hand van de beschikbare gegevens kunnen mediaprofessionals de effectiviteit van hun campagne optimaliseren.

Cebuco presenteert haar onderzoeksresultaten in onder meer persberichten, nieuwsbrieven, op haar website, maar ook in columns, door middel van presentaties en in de actuele kennismodule Dagblad Academy (www.dagbladacademy.nl) met de daarbij behorende lezingen onder de noemer Dagblad Academy Masterclass. Daarnaast heeft Cebuco in 2011 opnieuw speciale Masterclasses georganiseerd voor sales- en marketingprofessionals van de lidbedrijven en voor de derde keer een imago-onderzoek uitgevoerd onder bureaus en adverteerders.

Communicatie

Het succes van de centrale mediumtypepromotie is voornamelijk afhankelijk van goede communicatie van Cebuco naar haar diverse doelgroepen. Primair naar de adverteerders, media- en reclamebureaus, maar zeker ook richting de sales- en marketingafdelingen van de lidbedrijven. In 2011 heeft NDP Nieuwsmedia een start gemaakt met de verbreding van een vereniging voor dagbladuitgevers naar een vereniging voor nieuwsmedia. Deze verschuiving heeft vanzelfsprekend ook gevolgen voor het werkterrein van Cebuco. Cebuco-directeur Olaf Croon: 'Dagbladen hebben een zeer sterk merkimago. Het zijn A-merken, die steeds meer activiteiten ontwikkelen om lezers te bereiken met hun nieuwscontent. Alhoewel papier nog steeds een belangrijk platform is

om inkomsten te genereren op de advertentiemarkt, worden de "nieuwe" kanalen steeds groter.'

De verkiezing van de beste dagbladadvertentie van het jaar, Dagbladgoud, is in 2011 voor de zevende maal georganiseerd. Bij deze verkiezing belonen de lezer en een vakjury alle primaire doelgroepen van Cebuco (adverteerders, mediabureaus en reclamebureaus) op eigen wijze voor hun creatieve en strategische inspanningen.

De online opleidingstool Dagblad Academy (www.dagbladacademy.nl) bleek in 2011 opnieuw succesvol. De 212e mediaprofessional heeft in het verslagjaar het certificaat *KrantMaster* verworven. Daarnaast heeft Cebuco in 2011 onder het Dagblad Academy-label meerdere open en besloten Masterclasses georganiseerd.

Standaardisatie en harmonisatie zijn en blijven zeer wenselijk. Door het sterk veranderende dagbladlandschap is de complexiteit van advertentiemogelijkheden in het papieren kanaal flink gestegen. Daarom is de organisatie een aantal jaren geleden een project gestart om de keuze tussen de diverse mogelijkheden te harmoniseren en te vereenvoudigen. In 2011 heeft Cebuco de 2.0-versie van de *Tarief Calculator* ontwikkeld. Een tool die specifiek voor de mediaprofessionals is ontworpen en die veel praktische barrières bij het calculeren van dagbladcampagnes wegneemt. 'Een mediaplanner of adverteerder ziet in een oogopslag of zijn wensen mogelijk zijn en welk prijskaartje daaraan hangt,' licht Olaf Croon toe.

Cebuco draagt actief bij aan de positieve beeldvorming van dagbladen onder reclamemakers. Dit doet het platform onder meer met het hoofdsponsorschap van de Art Directors Club Nederland en de participatie in de organisatie van workshops voor jonge creatieve teams.

Technische standaardisatie

De ontwikkeling en het beheer van technische standaarden voor advertentiematerialen wordt aangestuurd door de stuurgroep SAM (Standaardisatie Advertentie Materiaal). Cebuco coördineert alle activiteiten die betrekking hebben op dit onderwerp. Daarnaast voert Cebuco het secretariaat voor deze stuurgroep en voor de beide technische commissies die in opdracht van de stuurgroep opereren.

De jaarlijkse KWIK-praktijktest is in 2011 voor de zesde keer uitgevoerd. Alle dagbladen hebben in mei van het verslagjaar een speciale testadvertentie geplaatst. Het drukwerk is door een commissie van deskundigen beoordeeld. De resultaten waren, evenals voorgaande jaren, bevredigend.



Nieuws in de klas

Nieuws in de klas is het educatieplatform van NDP Nieuwsmedia. Nieuws in de klas helpt jonge mensen om mediawijze burgers te worden door hen via het onderwijs actief gebruik te laten maken van nieuwsmedia. De organisatie biedt docenten en leerkrachten in het primair en voortgezet onderwijs de mogelijkheid om nieuwsmedia, zowel op papier als digitaal, in te zetten als lesinstrument ter bevordering van taalvaardigheid, mediawijdsheid en burgerschap.

Van krant naar nieuws

Aansluitend bij de nieuwe koers van NDP Nieuwsmedia, gericht op innovatie en verbreding, is de naam Krant in de Klas op 18 mei 2011 gewijzigd in Nieuws in de klas. Fifi Schwarz, directeur van Nieuws in de klas, legt uit: 'De nieuwe naam brengt veel sterker tot uitdrukking dat in het educatieve aanbod niet de drager centraal staat, maar de inhoud. De diensten van Nieuws in de klas zijn

Ook biedt de organisatie educatieve ondersteuning in de vorm van leermiddelen. Hierbij kunnen docenten kiezen uit lesopdrachten en educatieve diensten die Nieuws in de klas zelf of in samenwerking met andere leerontwikkelaars heeft geproduceerd. De lesopdrachten worden kosteloos ontsloten via www.nieuwsindeklas.nl en de onderwijsrepository *Edurep* van Kennisnet.

In 2011 ontwikkelde Nieuws in de klas samen met het Creative Learning Lab van Waag Society het innovatieve leerarrangement *De Digitale Nieuwscollage*. Hierbij lezen en bewerken leerlingen, met gebruik van iPads, nieuwsitems van nieuwstitels die zijn aangesloten bij NDP Nieuwsmedia. Hun selecties sturen ze uiteindelijk zelf naar het digibord voor een klassikale bespreking. Fifi Schwarz: 'De Digitale Nieuwscollage laat goed zien waar Nieuws in de klas voor staat: journalistieke inhouden



gericht op de journalistieke *content* van nieuwsmedia, op welk technologisch platform die ook verschijnt.'

Leermiddelen

Nieuws in de klas helpt docenten om nieuwsmedia in hun lesprogramma in te passen. Dat doet de stichting onder meer met de *Nieuwsservice*. Deze service biedt docenten de mogelijkheid om de Bezorgdienst en toegang tot de online nieuwsarchieven van de aangesloten lidbedrijven aan te vragen. Daarnaast kunnen docenten gebruikmaken van de Nieuwsmediaportal (www.nieuwsmediaportal.nl).

op een betekenisvolle manier inzetten in het onderwijs. Technologische vernieuwingen horen daarbij, zolang ze het onderwijsproces vergemakkelijken. In De Digitale Nieuwscollage is nieuwe technologie het vehikel om leerlingen in de inhoud te laten duiken. Zij combineren tekstanalyse met een actieve bespreking van hoe nieuwsmedia te werk gaan in hun berichtgeving. Zo verbindt De Digitale Nieuwscollage taalvaardigheid met mediawijds burgerschap.' Eind maart 2012 wonnen Nieuws in de klas en het Creative Learning Lab van Waag Society de zogeheten IPON / Mediawijzer.net Award met dit project.

Ook is Nieuws in de klas de samenwerking aangegaan met het in 2011 opgerichte ProDemos. Scholen die deelnemen aan de Haagse Tribune kunnen twee weken lang nieuwsmedia gebruiken, om zich zo optimaal voor te bereiden op hun excursie in de Tweede Kamer. Fifi Schwarz: 'Dergelijke samenwerkingsverbanden zijn voor beide organisaties interessant. Voor ons betekent het dat we nieuwsmedia kunnen inbedden in educatieve projecten waar docenten al gebruik van maken; voor de partner dat zij hun educatieve aanbod kunnen koppelen aan de actualiteit. Daar is veel belangstelling voor vanuit het onderwijs.'

Nieuws in de klas werkte in 2011 ook mee aan de pilot van de Stichting Leerplan Ontwikkeling rondom het nieuwe eindexamenprogramma voor maatschappijleer en maatschappijwetenschappen. Doel van deze samenwerking is om de actualiteit als vast onderdeel op te nemen in het eindexamenprogramma.

In 2011 is het gebruik van de diensten van Nieuws in de klas verder toegenomen. Met name het aantal downloads is enorm gestegen: van 211.968 in 2010 naar 571.708 in 2011, een toename van 170 procent. Dit is mede het resultaat van de koppeling met de onderwijs-repositories. Ondertussen is de organisatie begonnen met het verder automatiseren van de bestelprocedure, die het docenten voortaan gemakkelijker maakt om diensten aan te vragen.

Kennis en lobby

Eén van de functies van Nieuws in de klas is om onderwijsgevend en beleidsmakers te informeren over de effectiviteit en het belang van nieuwsmedia voor het onderwijs. Zo is in 2011 een gebruikersonderzoek verricht onder 581 docenten. Onderzoeksresultaten wijzen de



praktische toepasbaarheid van de Nieuwsservice en de lesmaterialen uit en bevestigen bovenal ook de effectiviteit van de service. Van de respondenten stelt 90 procent dat de diensten van Nieuws in de klas in belangrijke mate bijdragen aan taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap. Daarnaast neemt Fifi Schwarz namens de organisatie deel in de projectgroep Meten van Mediawijsheid. Deze projectgroep heeft in opdracht van Mediawijzer.net een meetinstrument ontwikkeld aan de hand waarvan kan worden vastgesteld in hoeverre specifieke interventies bijdragen aan mediawijsheid. Binnen het netwerk van Mediawijzer.net is Nieuws in de klas de organisatie die erop gericht is te laten zien hoe nieuwsmedia (jonge) burgers helpen om zich actief, kritisch en bewust te informeren over de samenleving waarvan zij deel uitmaken.

Ook in 2012 zal Nieuws in de klas zich blijven inspannen om de relatie tussen mediawijsheid, taalvaardigheid en burgerschap te benadrukken. Fifi Schwarz: 'Voor ons geldt dat mediawijsheid niet een doel op zichzelf is, maar een functie van burgerschap: wie mediaprocessen en -inhouden kan doorgronden, kan geïnformeerd en actief participeren in de samenleving. Evenzo geldt dat het doorgronden van media-inhouden en het deelnemen aan maatschappelijke discussies taalvaardigheid vereist. Nieuwsmedia die op velerlei manieren informeren over maatschappelijke ontwikkelingen zijn daarom praktische en prachtige hulpstukken voor onderwijs in taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap.'

“Nieuws in de klas brengt veel sterker tot uitdrukking dat in het educatieve aanbod niet de drager centraal staat, maar de inhoud.”

De Groep Publiekstijdschriften (GPT) behartigt de belangen van de aangesloten uitgevers van publieks- en opinietijdschriften en omroepbladen. Dit betreft uitgevers die informatie op de markt brengen voor de consument op basis van abonnementen en/of losse verkoop. Bij de groep waren in 2011 27 uitgevers aangesloten, die samen circa tweehonderd titels op de markt brengen.

Groep Publiekstijd- schriften





Magazines.nl

De GPT startte het verslagjaar op 1 januari succesvol met een initiatief waar voorzitter Auke Visser en algemeen secretaris Harriët Schrier bijzonder trots op zijn: Magazines.nl. Op 26 april 2011 werd de website Magazines.nl gelanceerd. 'Wat Cebuco is voor NDP Nieuwsmedia, is Magazines.nl voor de tijdschriften,' licht Visser het initiatief toe. Magazines.nl positioneert het mediumtype publiekstijdschriften vanuit de branchevereniging met nieuw elan in de advertentiemarkt. De website bevat nieuwsfeiten, links en onderzoeksresultaten op het gebied van tijdschriften en ondersteunt tevens een breed activiteitenprogramma. Naast de website verschijnt er op regelmatige basis een digitale nieuwsbrief. Tezamen leveren ze een helder beeld van de tijdschriftensector in Nederland. Alhoewel bijna alle tijdschriften tegenwoordig ook digitaal beschikbaar zijn en apps hebben ontwikkeld, is de advertentiemarkt toch vooral nog gericht op printproducten. 'Magazines.nl is het promotiebureau voor de tijdschriftenbranche,' vult Schrier aan. 'Communicatie van onderzoeksresultaten is een belangrijk onderdeel van de website.' Vanzelfsprekend wordt op de website ook melding gedaan van onderzoeken naar de digitale media als versterkende markt. 'Een bijzonder initiatief in een tijd van teruglopende budgetten,' concludeert Visser.



Overige initiatieven

Magazines.nl is niet het enige publiciteitskanaal van de groepsvereniging om tijdschriften onder adverteerders te promoten. Marketing en redactie komen bij elkaar in een initiatief van de GPT in het tijdschrift Marketing Tribune. Iedere twee weken verschijnt daarin de rubriek Editor in Chief. 'In elke aflevering krijgt een hoofdredacteur van een publiekstijdschrift de gelegenheid de kracht van zijn tijdschrift onder de aandacht te brengen. Het bereiken van specifieke doelgroepen is een van de vaste onderwerpen,' verduidelijkt Visser het belang van de rubriek voor potentiële adverteerders.

De GPT ontwikkelt initiatieven waar niet alleen de eigen leden, maar de gehele tijdschriftensector profijt van heeft. In 2011 organiseerde de GPT voor de vierde keer

de Bladenweek (voorheen Week van het Tijdschrift), in samenwerking met distributeurs Aldipress en Betapress. In het verslagjaar werden vanuit 2.300 deelnemende verkooppunten bijna 400.000 exemplaren van het speciaal ontwikkelde tijdschrift 'BLAD' naar de Nederlandse consument verspreid. Voor de organisatie van de actie in 2012 zijn een werkgroep en een stuurgroep geformeerd. Voor het eerst zijn ook afgevaardigden van retailers hierin vertegenwoordigd. De Bladenweek zal in 2012 plaatsvinden van 10 tot en met 23 september.

Succesvolle andere initiatieven van de GPT zijn diverse educatieve projecten zoals de Expeditie Bladenmaken, de Masterclass Bladenmaken, de Hoofdredactiedag en de bijeenkomst Bladen in De Balie. De Expeditie Bladen-



“Magazines.nl positioneert het mediumtype publiekstijdschriften vanuit de branchevereniging met nieuw elan in de advertentiemarkt.”

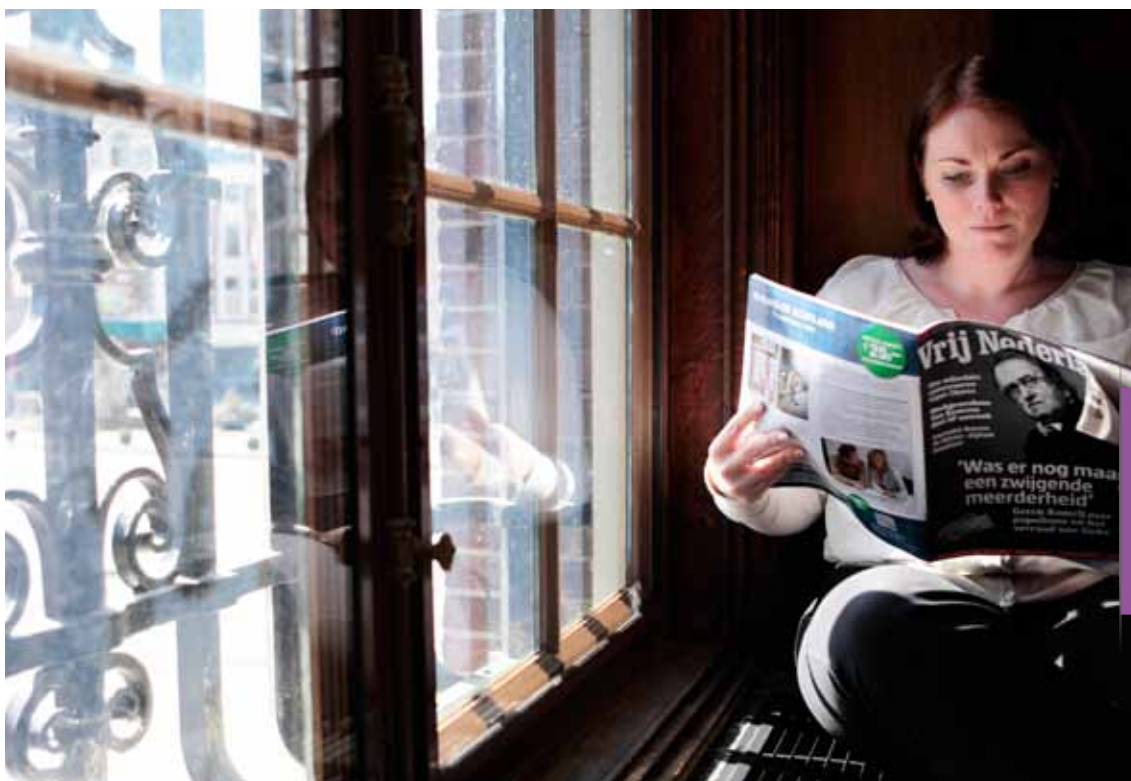
maken wordt sinds 2005 georganiseerd door de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP), een samenwerking van de GPT en de NVJ Academy. Tijdens de expeditie verblijven twintig (freelance) redacteurs van publiekstijdschriften op locatie en krijgen daar allerlei presentaties en opdrachten aangeboden. Zo krijgen ze de kans hun redactionele talenten te ontdekken en verder te ontwikkelen. De expeditie wordt financieel mogelijk gemaakt door de reproductieuitkeringen die de NVJ en GPT ontvangen.

In 2011 organiseerde de GPT voor het eerst de Hoofdreductiedag, een speciale inspiratiedag voor hoofdredacteurs van publieks- en opinietijdschriften en omroepbladen in Nederland. Tijdens het programma traden diverse sprekers op, zowel van eigen bodem als internationaal. De bijeenkomst werd afgesloten met een paneldiscussie. Deelname is gratis en staat ook open voor niet-leden. Het programma werd een groot succes, waarbij het aantal beschikbare plaatsen ruim werd

overschreden. In 2012 zal de GPT dan ook een tweede editie van het evenement organiseren.

Een nieuw initiatief voor 2012 is de op (adjunct-)hoofdredacteurs gerichte Masterclass Bladenmaken. Ook dit initiatief wordt georganiseerd door de COP. De masterclass is een driedaags programma van workshops om de leidinggevende vaardigheden van de deelnemers aan te scherpen. Daarnaast is er aandacht voor het bewaken van het DNA van een tijdschrift, het samenstellen van een redactie en het versterken van financieel management.

Voor een breder publiek dan alleen (hoofd)redacteurs organiseert de GPT zes keer per jaar middagbijeenkomsten in De Balie onder de titel Bladen in De Balie. Tijdens de bijeenkomsten worden actuele onderwerpen binnen de tijdschriftuitgeverij besproken naar aanleiding van één of meerdere presentaties van prominente collega's. Schrier omschrijft het doel van de bijeenkomsten als 'voor elkaar en leren van elkaar'.





TijdschriftenGala en de Mercurus

Een belangrijk evenement van de GPT voor de eigen achterban is zonder twiifel het jaarlijks terugkerende TijdschriftenGala. Het hoogtepunt van dit gala is de uitreiking van de Mercurus, de prijzen voor de tijdschriftenbranche. Personen en tijdschriften die zich in het afgelopen jaar verdienstelijk hebben gemaakt voor de tijdschriftuitgeverijsector, maken kans op een van de onderscheidingen. In 2011 vond op 8 december alweer de veertiende editie plaats, met een recordaantal inschrijvingen. Er werden Mercurus uitgereikt in tien categorieën. Voor acht categorieën konden deelnemers inzenden. De opvallendste ontwikkelingen over het afgelopen jaar tonen niet zozeer veel nieuwe tijdschriften op de markt, maar veelal een restyling van reeds bestaande bladen. Ook de nieuwe media waren in de prijscategorieën vertegenwoordigd, in de vorm van de Mercur voor *Innovatie van het Jaar*. De belangrijkste Mercur gaat naar *Tijdschrift van het Jaar*. Een belangrijk criterium om de prijs te kunnen winnen is in eerste instantie de redactionele ontwikkeling van het tijdschrift, gekoppeld aan een gezonde oplageontwikkeling. In 2011 wist *Grazia* de prijs in de wacht te slepen. Het tijdschrift mag een jaar lang de Mercur op zijn omslag voeren. Op de website www.mercurus.nl is een overzicht van de nominaties en prijswinnaars te vinden. Ook wordt jaarlijks een Mercur-juryrapport uitgegeven.

Daarnaast houdt de GPT, zoals Visser zegt, 'ogen en oren open voor wat er om ons heen gebeurt'. Afgevaardigden van de brancheorganisatie bezoeken congressen in binnen- en buitenland en vertalen de daar opgedane in-

formatie naar de eigen leden middels workshopmiddagen, bijvoorbeeld op het vlak van digitalisering. 'Vooralsnog is het merendeel van tijdschriftenapps een een-op-eenvertaling,' vertelt Visser. 'Internet is op dit moment wel een verrijking voor de branche, maar nog geen verdienmodel.'

Een aantal onderwerpen stond in 2011 hoog op de agenda van de GPT. Zo heeft de wet stilzwijgende verlenging abonnementen grote consequenties voor de tijdschriftenbranche. Op Europees niveau speelde het onderwerp Advertentierichtlijnen, waarbij de politiek bescherming van de consument altijd vooropstelt, wat niet altijd in het voordeel van de branche is.

Transparantie

Voor de GPT is transparantie een groot goed. Daarom participeert zij ook actief in besturen, technische commissies en/of adviescommissies van diverse Joint Industry Committees (JIC's). Zo neemt de GPT deel aan het bereikcijferonderzoek van het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM), die regelmatig de NOM Print en Doelgroep Monitor rapporteert. NOM breidde in 2011 het onderzoek uit met een indeling in leefstijlen en een segmentatiemodel dat in alle mediabereiksonderzoeken beschikbaar wordt gesteld.

Daarnaast is HOI, Instituut voor Media Auditing, belangrijk voor de registratie en publicatie van de oplagecijfers. Betrouwbare oplagecijfers zijn zeer belangrijk. Enerzijds voor de adverteerders en mediabureaus, die hun mediakeuze deels op deze cijfers baseren, anderzijds voor de uitgeverijen, die door betrouwbare en gecontroleerde oplagecijfers aan te leveren een kwaliteitsstempel verwerven waarmee zij zich onderscheiden van vakgenoten.

Internationaal

Op internationaal gebied is de GPT aangesloten bij de Europese tijdschriftorganisatie EMMA, European Magazine Media Association (tot oktober 2011 bekend onder de naam FAEP) en de internationale tijdschriftorganisatie FIPP (International Federation of the Periodical Press). Veel nationale wetgeving vindt haar oorsprong in Europese richtlijnen, verordeningen en verdragen. EMMA promoot en beschermt de belangen van uitgevers van geprinte én digitale media binnen de Europese Unie. De Europese zusterorganisatie representeert vijftienduizend uitgevers door 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 bijvoorbeeld gesproken over veranderingen in gegevensbescherming en wijziging van btw-tarieven.



*“Transparantie
is voor de GPT
een groot goed.”*

Groep Algemene Uitgevers

De Groep Algemene Uitgevers (GAU) behartigt de collectieve belangen van de Nederlandse boekenuitgevers van literatuur, kinderboeken en non-fictie. Hierbij wordt geen onderscheid gemaakt tussen papieren boeken, e-books, apps en luisterboeken. In 2011 telde de GAU 94 leden.



10





“De digitalisering in het medialandschap is belangrijk binnen de activiteiten van de GAU.”

Successen 2011

Een grote mijlpaal in 2011 was voor de GAU de dividenduitkering van het Centraal Boekhuis. Voorzitter Cees van Wijk licht toe: ‘De gesprekken om dit mogelijk te maken hebben ruim twee jaar in beslag genomen. De GAU-leden hebben veel profijt van de dividenduitkering, aangezien uitgevers flink investeren in digitalisering. Bijkomend voordeel is dat de leden over hun uitkering geen belasting meer hoeven te betalen.’ Secretaris Paula Vrolijk-de Vries voegt daaraan toe: ‘Zodra het akkoord rond was, hebben we in november een informatiebijeenkomst georganiseerd voor de leden van GAU, GEU en UVW die zaken doen met het Centraal Boekhuis.’

De GAU mocht in 2011 vijf nieuwe leden verwelkomen: Bertram + de Leeuw Uitgevers, WPG België, tutti, Baeckens Books en Van Duuren Media.

Digitalisering

De voortschrijdende digitalisering in het medialandschap is een belangrijk speerpunt binnen de activiteiten van de GAU. Elke twee maanden organiseert de GAU informatiebijeenkomsten over dit onderwerp. In 2011 ging de aandacht onder meer uit naar de mogelijkheden van digitaal aanbieden. Onderling inspireren GAU-leden elkaar door kennisuitwisseling over het digitaliseringsproces binnen de eigen organisaties.

De GAU heeft meerdere werkgroepen die actief zijn, zoals de Literaire Uitgeversgroep, de Werkgroep Non-fictie en de Werkgroep Kinderboekenuitgevers, en werkt daarnaast nauw samen met andere sectororganisaties. Daarbij valt te denken aan de Koninklijke Boekverkoopersbond (KBb), de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB), de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB), het Letterenfonds, de Stichting Lezen, de Vereniging van Letterkundigen (VvL), de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB) en de Stichting Literaire Rechten Auteurs (LIRA).

Met de KBb heeft de GAU het initiatief genomen tot de ontwikkeling van een digitale infrastructuur, met als doel ervoor te zorgen dat consumenten eenvoudig e-books of andere digitale producten kunnen vinden en aanschaffen of huren. De digitale infrastructuur is eenduidig en gestandaardiseerd en kan e-books leveren aan partijen die de individuele uitgever zelf selecteert. Dit kan variëren van boekhandels en internetsites als Bol.com, tot bedrijven als Apple, Kobo, Google, Amazon,



sites van grootwinkelbedrijven (bijvoorbeeld AH, HEMA), bibliotheken en reisbureaus. Medio 2012 zal de infrastructuur worden opgeleverd.

Een ander digitaal initiatief waar de GAU in 2011 bij betrokken was, is de Titelcatalogus. Ook hiervoor wordt nauw samengewerkt met de KBb, het CB en Meta4Books. Met de komst van steeds meer verschillende dragers van een titel (luisterboek, digitaal, papier), met allemaal een eigen ISBN, dreigt het overzicht van de beschikbaarheid van een titel verloren te gaan. 'De Titelcatalogus komt hieraan tegemoet door alle verschillende versies onder een soort overkoepelend ISBN, de zogeheten ISTC, onder te brengen,' legt Paula Vrolijk-de Vries uit. 'Zo kunnen boekverkopers in een oogopslag zien welke vormen er van een titel bestaan, bij welke uitgevers een bepaalde titel verschenen is en welke versies nog beschikbaar zijn. De klant kan er bijvoorbeeld op gewezen worden dat het e-book momenteel niet leverbaar is, maar het luisterboek wel. Het maakt het totale aanbod transparant.' Het systeem zal in de loop van 2012 klaar zijn. De Titelcatalogus wordt deels door uitgevers gevuld met informatie (basisgegevens over titel, auteur etc.) en kan verrijkt worden met bijvoorbeeld recensies van boekverkopers.

Ook in 2011 heeft de GAU zich actief beziggehouden met bestrijding van piraterij van e-books. Daarvoor werkt de organisatie nauw samen met Stichting Brein. Een ander speerpunt is het btw-tarief: ook in de boekenbranche doen de effecten van de verschillende btw-tarieven voor papieren (6 procent) en e-publicaties (19 procent) zich gelden. De GAU ondersteunt daarom de lobby van het NUV om het btw-tarief voor digitale producten te verlagen.



Verder bejijverde de GAU zich in 2011 om nieuwe literaire modelcontracten te realiseren. De oude contracten behoefden aanpassing, mede als gevolg van enkele wensen van zowel de GAU als de VvL, de digitalisering en de daarmee samenhangende wijziging in de royaltystructuur. Het modelcontract voor kinderboeken en het modelcontract voor literaire vertalers worden in 2012 onder de loop genomen en aangepast aan ontwikkelingen als het e-book.

“Met de Titelcatalogus kunnen boekverkopers in een oogopslag zien welke vormen er van een titel bestaan, bij welke uitgevers een bepaalde titel verschenen is en welke versies nog beschikbaar zijn.”



Onderzoek

Om haar leden een goed inzicht in de marktontwikkelingen te kunnen geven verricht de GAU doorlopend onderzoek. Vier keer per jaar vindt er consumentenonderzoek plaats om het lees-, leen- en aankoopgedrag van boeken in kaart te brengen. Deze onderzoeken richten zich op bijvoorbeeld de resultaten van boekencampagnes zoals rond de Boekenweek, de vraag in hoeverre boeken cadeau worden gegeven of voor eigen gebruik worden aangeschaft, of hoe het bezit van tablets zich ontwikkelt. De leden van de GAU zijn nauw betrokken bij de opzet en kunnen onderzoeksvragen indienen. Ook verzamelt de GAU verkoopdata van boekverkopers. Wekelijks wordt op de belangrijkste verkooppunten (ruim negenhonderd boekhandels en ruim tweeduizend secundaire outlets) in relevante verkoopkanalen in Nederland gemeten hoeveel boeken er worden verkocht, voor welke prijzen,

en welke titels dat zijn. Deze zogeheten scandata geven GAU-leden nauwkeurig inzicht in wat er in kwantitatieve zin in de boekenmarkt gebeurt, zowel in geld en aantallen, als in soorten boeken en de NUR-(sub)genres. De Stichting Marktonderzoek Boekenvak, opgericht door de GAU en KBb, draagt zorg voor dit landelijke onderzoek; marktonderzoeksbureau GfK is verantwoordelijk voor de uitvoering. GAU-leden hebben via een onlinesysteem toegang tot hun data. In 2011 zijn voor het eerst ook de verkoop en de gemiddelde prijs van e-books in het onderzoek meegenomen.

Naast deze marktonderzoeken houdt de GAU een jaarlijkse ledenenquête. Doel hiervan is informatie te verstrekken aan haar leden over onder meer werkgelegenheid, titelproductie en omzet.

Verkoopcijfers

Recent onderzoek naar verkoopcijfers heeft aangetoond dat er een verschuiving plaatsvindt in de verkoopcijfers van algemene boeken: de omzet in papieren boeken daalt en de omzet van digitale producten zoals e-books en apps stijgt. De verwachting is dat deze tendens zich de komende jaren zal voortzetten. Inmiddels heeft circa een miljoen Nederlanders een e-reader of een tablet. Prognoses wijzen uit dat dit aantal de komende jaren nog verder zal groeien.

Beurzen

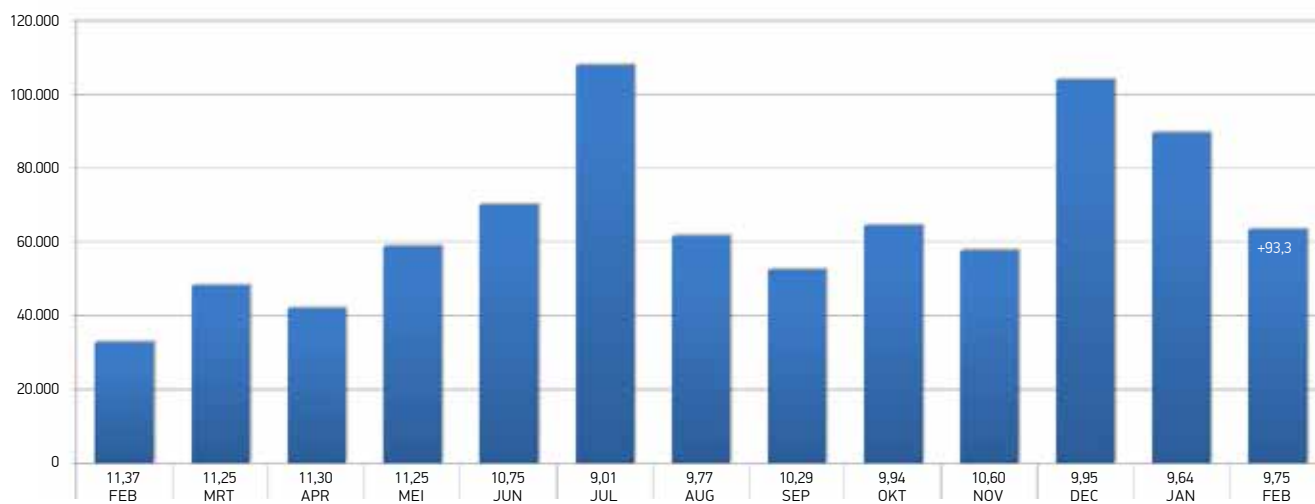
Om de leden geld en tijd te besparen heeft de GAU ervoor gekozen om met ingang van 2012 de inkoopbeurzen die ze zelf organiseerde, samen te voegen

met de inkoopbeurzen die door retailers werden georganiseerd. De GAU ondersteunde ook in 2011 de aanwezigheid van haar leden op internationale beurzen. Op de kinderboekenbeurs in Bologna verzorgde de GAU een collectieve stand van negen Nederlandse kinderboekenuitgeverijen en organiseerde er de jaarlijkse netwerkbijeenkomst voor vierhonderd internationale uitgeverijen. Namens de kinderboekenuitgevers richt de GAU een Kinderboekenstraat in tijdens de Nationale Onderwijs Tentoonstelling (NOT); hier worden kinderboeken onder de aandacht gebracht van basisschool-docenten. Voor met name de literaire en non-fictie-leden organiseert de GAU op de Frankfurter Buchmesse een jaarlijkse netwerkbijeenkomst.

“De GAU verricht doorlopend onderzoek om haar leden een goed inzicht in de marktontwikkelingen te kunnen geven.”

E-bookafzet

Januari 2012



De weergegeven groei is de vergelijking van die maand t.o.v. dezelfde periode vorig jaar

Bron: Centraal boekhuis/ePage/KVB-smb/GfK

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 volwasseneneducatie en het hoger beroepsonderwijs. In 2011 telde de branchevereniging 32 leden.

Groep Educatieve Uitgeverijen







Ontwikkelingen binnen het onderwijsveld

De voortschrijdende digitalisering binnen het onderwijs en de Wet gratis schoolboeken leiden onder meer tot een toename in de vraag naar digitale leermiddelen. De ontwikkeling van digitale producten en diensten wordt steeds vaker door onderwijsinstellingen uitbesteed aan de educatieve uitgeverij. ‘De afgelopen jaren verschuift de rol van educatieve uitgeverijen,’ aldus algemeen secretaris René Montenarie. ‘De educatieve uitgeverijen ontwikkelen zich in toenemende mate als educatieve dienstverleners, die als partner van het onderwijs ervoor zorgen dat diverse soorten en vormen van lesmateriaal flexibel en op maat kunnen worden ingezet.’ Educatieve uitgeverijen maken dit mogelijk door de ontwikkeling van digitale platforms voor leermiddelen, e-books en samenwerking aan standaarden. Deze standaarden zorgen ervoor dat leermiddelen direct en flexibel in het onderwijs ingezet kunnen worden.

“Educatieve uitgeverijen zijn educatieve dienstverleners en daarmee een belangrijke partner in het primaire proces van het onderwijs.”



GEU-voorzitter Harold Rimmelzwaan, die in mei 2011 de taken van zijn voorganger Jaap van Loon overnam, ziet het als een primaire taak van de GEU om beleidsmakers binnen het onderwijs op de hoogte te stellen van deze uitdagende ontwikkelingen. 'In ons contact met de overheid is het van belang uit te dragen wat de huidige rol van educatieve uitgeverijen is,' licht Rimmelzwaan toe. 'En dat is veel meer dan alleen het vervaardigen van schoolboeken, zoals de politiek nog te vaak veronderstelt. Educatieve uitgeverijen hebben de laatste jaren laten zien hoe hun dienstverlening nauw aansluit bij de wensen van de scholen. Dat gaat niet alleen om het leveren van digitale producten, maar ook om diverse vormen van dienstverlening. Scholen kunnen flexibeler gebruikmaken van de expertise van educatieve uitgeverijen. Daar zijn alle stakeholders in het onderwijs bij gebaat.'

De kredietcrisis die in 2009 is ingezet, heeft helaas ook negatieve gevolgen voor het onderwijs. 'Binnen het onderwijs is er in de huidige economische crisis en als gevolg van bezuinigingen sprake van een toenemende druk op de middelen,' aldus Rimmelzwaan. 'Eén van de consequenties daarvan is dat het leermiddel soms gezien wordt als een kostenpost in plaats van als investering in de kwaliteit van het onderwijs.' Het is aan de GEU om het onderwijs ervan te overtuigen dat leermiddelen een essentieel hulpmiddel zijn voor kwalitatief hoogwaardig onderwijs. Zowel voor de docent, als voor de leerlingen en studenten.

Naast de toename van digitale leermiddelen zijn er de afgelopen jaren nog enkele ontwikkelingen die van belang zijn voor het werkveld van de educatieve uitgeverijen. Zo krijgen scholen steeds meer ruimte van de overheid voor de vormgeving van eigen onderwijsbeleid. De overheid

beperkt zich voornamelijk tot kwaliteitsbewaking op basis van kerndoelen, eindtermen en referentieniveaus. Opbrengstgericht werken is vanuit de overheid het sturingsmiddel richting scholen. Door opbrengstgericht te werken verbeteren scholen hun resultaten planmatig en cyclisch, zowel op leerling- als op groeps- en schoolniveau. Uitkomsten van toetsen worden gebruikt om het onderwijsaanbod te optimaliseren. Montenerie: 'De GEU ziet het als haar taak om aandacht te vragen voor een sterke samenhang tussen lesgeven, leermiddelen en toetsing. Langs deze weg kunnen scholen hun onderwijs voortdurend verbeteren. Educatieve uitgeverijen spelen een cruciale rol in de totstandkoming van opbrengstgericht werken, niet alleen als leverancier van leermiddelen en toetsen, maar ook als partner in de keuze van de maatwerkoplossingen per school.'

Digitalisering en standaardisatie

In 2011 waren de resultaten van het samenwerkingsprogramma Educatieve Contentketen (ECK) een belangrijke mijlpaal voor de GEU. De branchevereniging startte de samenwerking in het programma in 2010, samen met Kennisnet en het Nationaal Expertisecentrum Leerplanontwikkeling (SLO). ECK staat voor de keten van alle processen die nodig zijn om tot (digitaal) leermateriaal te komen: van het ontwikkelen, beschikbaar stellen en vinden van lesmateriaal tot het toegang krijgen, het flexibel kunnen inzetten en gebruiken van dit materiaal. Het programma ECK2 ondersteunt dit gehele traject door standaardisatie, die tot stand komt via afspraken tussen aanbieders, softwareleveranciers en afnemers. Dit alles op basis van transparantie en zelfregulering, twee belangrijke speerpunten binnen het NUV-beleid. Het project is een publiek-private samenwerking waaraan, naast de bijdrage



“Belangrijker dan de vraag wat een leermiddel kost, is wat een leermiddel oplevert. In deze benadering doet de vorm er ook niet meer toe. Digitaal of papier maakt niet uit, als het resultaat maar optimaal is.”

van de publieke en private partijen, ook het ministerie van OCW een subsidie heeft toegekend. Na een verkennende fase in 2010 is het project in 2011 van start gegaan om te komen tot de gewenste (technische) standaardisatie. Het streven is om deze standaarden vanaf 2012 stapsgewijs te implementeren, zodat de scholen hier vanaf het schooljaar 2013/2014 optimaal van kunnen profiteren.



Conferentie voor schoolleiders in het voortgezet onderwijs

Op maandag 28 november 2011 organiseerde de GEU in het Spoorwegmuseum in Utrecht de conferentie ‘Leermiddelenbeleid, digitalisering en ketenoptimalisering’. De conferentie richtte zich op bestuurders en directeuren van scholen voor voortgezet onderwijs. Ook relevante partners zoals Kennisnet, SLO en het ministerie van OCW waren aanwezig. In het plenaire deel en de workshops

keerde één vraagstelling telkens terug: *Als scholen leermiddelen als investering zien en niet als kostenpost, hoe kunnen scholen dan het beste leermiddel tegen de beste prijs krijgen?* Niet alleen de onderwijsvisie blijkt daarin bepalend; maar ook een andere manier van aanbesteden is noodzakelijk om het beste leermiddel te krijgen.

Auteursrecht

De commissie auteursrecht van de GEU richt zich onder andere op zelfregulering door het maken van branchebrede afspraken en op het tegengaan van illegaal kopiëren. Zo is de GEU in overleg met de Vereniging van Educatieve Auteurs (VvEA) om te komen tot een model auteurscontract voor educatieve uitgaven, en wordt met Dedicon overleg gevoerd over de aanlevering van bestanden door educatieve uitgeverijen zodat Dedicon deze kan omzetten naar geschikte bestandsformaten voor dyslexiesoftware.

Het probleem van illegaal hergebruik verplaatst zich in toenemende mate naar digitale omgevingen. Educatieve uitgevers zien het als hun voornaamste taak om te zorgen voor een goed en toegankelijk aanbod van leermiddelen, zodat scholen en leerlingen niet hun toevlucht nemen tot illegale kopieën. De GEU wil met name bewustwording onder afnemers creëren van het belang van een goede bescherming van het auteursrecht. Rimmelzwaan: ‘We hebben er veel meer aan om voorlichting te geven over wanneer het maken van kopieën van leermiddelen illegaal is, dan om ons volledig te storten op het opsporen en bestrijden van illegaal hergebruik.’ De GEU streeft ernaar dat het onderwijs hier voornamelijk zelfregulerend optreedt. ‘Zolang het niet om exploitatie op grote schaal gaat, volstaan we met informeren en waarschuwen,’ sluit Montenarie aan. ‘Maar het gebeurt ook dat copyshops op grote schaal gekopieerde studieboeken aanbieden. We zien ons dan genoodzaakt in te grijpen.’



Btw

Het effect van het hoge btw-tarief van 19 procent op digitale publicaties is ook voor de achterban van de GEU merkbaar. Terwijl alle ontwikkelingen binnen het lesaanbod duiden op een verschuiving naar een digitale leeromgeving, stijgen de kosten voor de aanschaf ten opzichte van papieren leermiddelen met 13 procent. Het hoge tarief vormt dan ook een belemmering voor innovatie. De GEU volgt daarom de NUV-lobby op dit terrein nauwgezet en is voorstander van een algehele btw-vrijstelling voor leermiddelen in het onderwijs.

Ontwikkelingen in 2012

Gegeven de ontwikkelingen in het onderwijs en in de markt voor educatieve uitgeverijen, zal de GEU in de komende jaren het gebruik van digitale leermiddelen in het onderwijs verder stimuleren. Het gesprek met bestuurders en schoolleiders over de relatie tussen opbrengstgericht werken en investeringen in leermiddelen en dienstverlening van educatieve uitgeverijen is één van de prioriteiten. Ook zullen educatieve uitgeverijen in 2012 blijven samenwerken om te komen tot standaardisatie, gemeenschappelijke afspraken en digitale platforms, zodat de toegankelijkheid, vindbaarheid en

bruikbaarheid van digitale leermiddelen verder worden vergroot. Daarbij wordt de ketensamenwerking met Kennisnet en SLO in het programma ECK2 voortgezet. Verder zal de GEU zich, in samenwerking met OCW, SLO, het College voor Examens (CvE) en de sectorraden, hard maken voor de verbetering van de basisvaardigheden in het Nederlandse onderwijs. Belangrijk aandachtspunt is de noodzaak voor extra investeringen om de taal- en rekenachterstanden van leerlingen weg te werken. Deze investeringen betreffen niet alleen toetsen en (digitale) leermiddelen, maar ook maatwerkoplossingen voor scholen, waarbij lesgeven, leermiddelen en toetsen als één geheel wordt benaderd.

De speerpunten van de afgelopen jaren blijven onverminderd van belang. De GEU zal ook in 2012 afnemers informeren over het belang van auteursrecht en optreden als gesprekspartner voor beleidsmakers. De GEU zal blijven bijdragen aan het maatschappelijk debat over de waarde van leermiddelen in relatie tot de kwaliteit van het onderwijs, (juridisch) advies aan zijn leden leveren, en schaalvoordelen proberen te behalen door het maken van collectieve afspraken voor haar leden.

De Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap (UVW) behartigt de belangen van professionele, wetenschappelijke en vakinformatieve uitgeverijen. Ruim zestig uitgeverijen zijn bij UVW aangesloten, die samen 75 procent van de markt vertegenwoordigen. Begin 2012 verbreedde de branchevereniging zijn positionering en paste zijn naam daaraan aan.

Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap







Nieuwe positionering en naam: MVW – Media voor Vak en Wetenschap

Door de snelle technische ontwikkelingen in de markt vindt er een verschuiving plaats in de activiteiten van de UVW-lidbedrijven. De leden, veelal met een traditionele uitgeefachtergrond, ontwikkelen zich tot zeer uiteenlopende mediabedrijven. Daarnaast dienen nieuwe spelers vanuit verschillende achtergronden zich aan in de sector. Om de achterban ook in de toekomst optimaal van dienst te kunnen zijn, besloot UVW daarom in 2011 om zijn positionering te verbreden en nieuwe accenten aan te brengen in de activiteiten. In samenhang daarmee werd ook de nieuwe verenigingsnaam gekozen. Op 21 juni in het verslagjaar ging de algemene ledenvergadering van UVW akkoord met deze veranderingen.

Sinds half maart 2012 gaat UVW verder onder de naam MVW - Media voor Vak en Wetenschap. De nieuwe naam geeft ruimte voor een meer gevarieerde achterban. Naast de 'traditionele' uitgeverijen kunnen voortaan ook nieuwe media-exploitanten voor vak en wetenschap lid worden. Daarmee doet MVW recht aan de innovatieve kracht en de toekomstgerichtheid van de sector. 'Al vanaf 1990 zien we een ontwikkeling waarbij de uitgeverij steeds meer een digitaal en online-gedreven bedrijf wordt,' licht voorzitter Sylvester Nieuwe Weme de naamswijziging toe. 'Het biedt ons de mogelijkheid om relevant te blijven voor meerdere soorten mediabedrijven,' vertelt secretaris Nineke van Dalen. 'De portfolio's van de leden worden

steeds diverser en ook mediaondernemers die niet vanuit de traditionele uitgeefhoek komen, kunnen lid worden. 'Internet heeft ervoor gezorgd dat de grenzen van het traditionele uitgeefbedrijf zijn weggevallen,' vult Nieuwe Weme aan, 'waardoor er nieuwe spelers in het veld zijn bijgekomen. Je moet meebewegen met wat er in de markt om je heen gebeurt.'

MVW zal nog sterker de nadruk leggen op het signaleren van nieuwe ontwikkelingen, innovatie, marktstimulering, strategische samenwerking en het tot stand brengen van een transfer van kennis van buiten de eigen sector. Dit alles om een optimaal klimaat te creëren voor de

“MVW geeft ruimte voor een meer gevarieerde achterban: naast de ‘traditionele’ uitgeverijen kunnen voortaan ook nieuwe media-exploitanten voor vak en wetenschap lid worden van de groep.”

ontwikkeling van nieuwe, duurzame business- en verdienmodellen door lidbedrijven. Uiteraard blijven de bestaande speerpunten als collectieve belangenbehartiging, professionalisering en dienstverlening van primair belang.

De wijzigingen in de organisatie vormden aanleiding voor een aanpassing van de statuten en het huishoudelijk reglement, waarmee de leden in februari 2012 unaniem instemden.

Kernprogramma's

Naast de speerpunten belangenbehartiging en dienstverlening zal MVW zich nog meer profileren als netwerkorganisatie, om ook kennis en expertise in aanpalende sectoren te ontsluiten voor leden. Hiermee beoogt MVW zijn leden verder te ondersteunen bij de ontwikkeling van nieuwe mediaproposities en omzetgroei. Daartoe initieerde MVW twee nieuwe kernprogramma's :

Media: Markt & Innovatie

Om de visie op de toekomst te verankeren, streeft het bestuur er naar om minstens een maal per jaar een netwerktafel te organiseren waar kopstukken en strategisch management van binnen en buiten de branche met elkaar in gesprek gaan over nieuwe ontwikkelingen, innovatie en samenwerking. De eerste netwerktafel zal plaatsvinden op 19 juni 2012.

Media & Professionals

MVW streeft ernaar om de komende jaren het imago van de branche onder jonge mediaprofessionals en hun opleidingen te verbeteren en om hun competenties af te stemmen op de behoeftes binnen de lidbedrijven. Om dit





te bereiken heeft MVW in 2011 het kernprogramma 'Media & Professionals' ontworpen. Dit kernprogramma verbindt mediaopleidingen en afstuderend talent met MVW-lidbedrijven. MVW geeft leden toegang tot een netwerk van relevante opleidingen en hun uitstroom en levert input voor de gewenste ontwikkeling van de curricula van deze opleidingen. De meest effectieve methode om jong talent aan de MVW-sector te binden is via (voornamelijk afstudeer)stages en gastcolleges waarin het internationale en dynamische karakter van de branche kan worden belicht. In oktober 2011 vond een eerste platformbijeenkomst met een aantal opleidingen en experts plaats. In 2012 zal MVW het kernprogramma implementeren via een

digitale staalkaart van relevante mediaopleidingen voor het NUV en de groepsverenigingen, een *stageboard* voor jong talent in samenwerking met Mediastages en wordt er gewerkt aan modernisering van de functieprofielen in de cao's. Het is de bedoeling dat MVW gastcolleges gaat ontwikkelen in samenwerking met vijf toonaangevende hbo-opleidingen.

2012 en verder

Wetenschappelijke en vakinformatieve publicaties lopen voorop in digitaal uitgeven. Van Dalen: 'De omslag van papier naar digitaal vond in de exacte wetenschappen al vijftien jaar geleden plaats. In deze disciplines publiceren wetenschappers hun actuele onderzoek en bevindingen voornamelijk in digitale tijdschriften.' Nieuwe Weme: 'De vereniging is altijd op zoek naar inspirerende voorbeelden en nieuwe businessmodellen voor de leden.' In de wetenschappelijke markt wordt volop geëxperimenteerd met nieuwe modellen, waaronder het *open access publishing*-model. Hierbij betaalt de auteur de uitgever voor de geboden uitgeefdiensten en wordt het op die manier mogelijk om vrije toegang tot formeel gepubliceerde wetenschappelijke literatuur te bevorderen. In het algemeen constateert MVW dat veel afnemers van vak- en wetenschappelijke informatie een onvoldoende beeld hebben van de inspanningen en toegevoegde waarde die uitgevers in de digitale omgeving leveren. 'De branchevereniging zou hierin wellicht een rol kunnen spelen door meer transparantie te brengen,' overweegt Van Dalen.

MVW laat iedere twee jaar een branchebreed en toekomstgericht onderzoek uitvoeren naar trends in B2B mediabestedingen. Dit business-to-business-onderzoek geeft de sector inzicht in de toekomstige bestedingen van adverteerders en mediaplanners aan de promotie van producten, diensten, merken en vacatures. In maart 2012 werd de derde editie van het onderzoek gepresenteerd met de uitkomsten over de periode 2012-2013.

“MVW zal nog sterker de nadruk leggen op het signaleren van nieuwe ontwikkelingen.”



Elk jaar reikt MVW de zogeheten LOF Prijs voor Vakinformatie uit, een vakprijs voor een excellent vakinformatief product of dienst. Vernieuwing en de ontwikkeling van een duurzaam verdienmodel staan daarbij centraal. Uit vijf nominaties koos de jury in januari 2011 *Food Inspiration Magazine* als winnaar. De winnaar ontvangt naast een oorkonde ook een bedrag van 10.000 euro. In 2011 bestond de prijs, inmiddels een begrip in de sector, tien jaar en in januari 2012 werd *Emerce* uitgeroepen tot winnaar. 'Behalve dat de prijs een beloning is voor professionalisering van en inspiratie voor de UVW-sector, brengt hij de sector extra onder de aandacht van de adverteerder,' licht Nineke van Dalen de reikwijdte van de prijs toe. 'De nominaties en winnaars van de afgelopen jaren bevestigen de toenemende digitalisering in ons vakgebied.' In het eigen tijdschrift, *UVW Magazine*, is uitgebreid aandacht besteed aan de genomineerden en de winnaar.

Met de naamswijziging van UVW naar MVW draagt ook het *UVW Magazine* sinds maart 2012 de naam *MVW Magazine*. Het magazine is een belangrijke informatiebron over recente ontwikkelingen en activiteiten van de vereniging voor de leden. MVW communiceert via dit kanaal ook over de inspanningen van de vaksecretariaten Sociale Zaken en Economische en Juridische Zaken van het NUV. Het MVW-jaarverslag wordt als

themanummer van het magazine gepubliceerd, evenals het speciale LOF-nummer naar aanleiding van het eerste lustrum van de gelijknamige vakprijs.

Professionalisering staat hoog aangeschreven in het beleid van MVW. In dat verband organiseert MVW, of participeert in, tal van bijeenkomsten over uiteenlopende praktische onderwerpen die de sector raken. Nieuwe Weme: 'Behalve om up-to-date te blijven, is ook de netwerkfunctie voor de deelnemers een hoog gewaardeerde asset ervan. De deelnemers komen met name ook naar de bijeenkomsten om elkaar te ontmoeten en van elkaars ervaringen te leren.' Bijeenkomsten waarbij de organisatie in 2011 betrokken was, gingen onder andere over de consequenties van de nieuwe abonententwet, de plannen voor een nieuw distributieplatform voor de NUV-boekengroepen, sociale mediastrategieën voor uitgevers en de juridische *do's* en *don'ts* van sociale media. In het najaar van 2011 organiseerde de branchevereniging in samenwerking met de Uitgeefacademie een modulaire cursus over sociale media. De cursus besloeg drie dagen waarin achtereenvolgens de online wereld, mediavakmatigheden en mobiel en online leren aan de orde kwamen. Ook in 2012 zal MVW met dit soort bijeenkomsten zijn leden informeren over relevante en op handen zijnde ontwikkelingen binnen de sector.



Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A.

Sinds 2009 werken het NUV en de KBb aan de herstructurering van de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB). Doel van deze herstructurering is om de certificaten van het Centraal Boekhuis (CB) over te dragen van de KVB naar de twee oprichters van het CB, zijnde de KBb en de boekengroepen van het NUV (GAU, GEU en UVW). Namens het NUV is oud-GAU-voorzitter Ria Derks de drijvende kracht in dit traject.



In november 2010 heeft het NUV een Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A. (Coöp BUG) opgericht. Deze coöperatie heeft als doel het verzorgen van de verdeling van de mogelijke inkomsten die zij uit het lidmaatschap van de Coöperatie Boekenvak, en derhalve uit de indirecte deelneming in het CB, verwerft. De Coöp BUG is lid van de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB), alsmede van de Coöperatie Boekenvak U.A.

Coöp BUG en het A- en het B-lidmaatschap

De drie boekengroepen (GAU, GEU en UVW) zijn A-lid van de Coöp BUG. Uitgevers die lid zijn van één van de drie NUV-boekengroepen en die zaken doen met het CB, kunnen B-lid worden. Het bestuur van de Coöp BUG heeft 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 B-leden. Van dit bedrag wordt het merendeel, namelijk bijna 2.400.000 euro, aan de B-leden uitgekeerd. De verdeling is gebaseerd op de kostenbijdrage die aan het CB betaald is. Voor de verdeling heeft het bestuur een reglement opgesteld. De A-leden, de GAU, de GEU en UVW, vertegenwoordigen 90 procent van de stemmen (de GAU 50, de GEU 20, de UVW 20). De B-leden vertegenwoordigen tezamen 10 procent van de stemmen.

De Coöperatie BUG bestaat uit vier bestuursleden, twee namens de GAU, één namens de GEU en één namens UVW. NUV-directeur Geert Noorman zit de vergadering voor. Voorts zijn ook Hans Stokebrand (hoofd financiën van het NUV) en Jenny Dijkers (adjunct secretaris) inhoudelijk nauw betrokken bij de Coöp BUG.

In november 2011 is de herstructurering van de KVB goedgekeurd door de leden; daarmee zijn de statuten gewijzigd en is de KVB omgevormd tot een Coöperatie Boekenvak.

De Coöperatie Boekenvak kent twee leden, te weten de KBb en de nieuwe Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen (Coöp BUG). Coöp Boekenvak is houder van de certificaten van aandelen in het kapitaal van CB. De nieuwe structuur maakt het mogelijk om inkomsten uit de deelneming in het CB uit te keren aan de leden. Er is een KVB Cultureel opgericht met daarin een KVB-adviesraad: een breed platform waarin het boekenvak en organisaties rond het boek samenwerken.





kengetallen

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

Het NUV is, naast brancheorganisatie van uitgeefbedrijven, ook werkgeversorganisatie van de uitgevers in Nederland. In deze rol is het NUV onderhandelingspartij in cao-onderhandelingen en vervult de organisatie een actieve rol bij de vaststelling van het sociaal beleid in de bedrijfstak. De resultaten van dit beleid komen in belangrijke mate terug in de cao's die door de groepsverenigingen, behorend tot het NUV, met de vakorganisaties worden afgesloten. In de kengetallen is ook een overzicht opgenomen van het aantal werknemers per cao.

Aantal leden per groep

(op holdingniveau, peildatum 1-1-2010 / 1-1-2011)

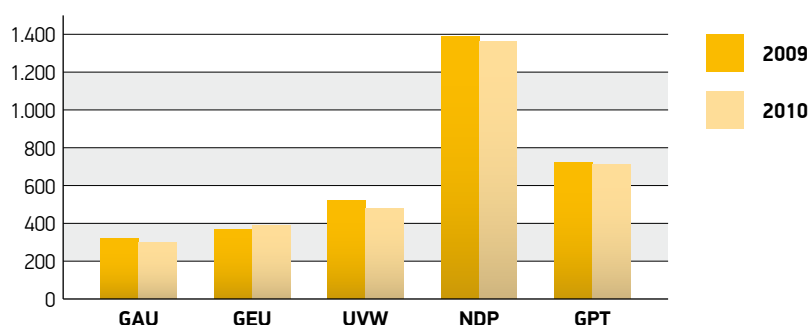
GAU	2010	71
	2011	66
GEU	2010	31
	2011	27
NDP	2010	11
	2011	11
GPT	2010	19
	2011	20
UVW	2010	60
	2011	50

Totale netto omzet NUV en groepsverenigingen (in totalen, periode 2009-2010)

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

	2010 Netto omzet totaal	2010 Aandeel	2009 Netto omzet totaal	2009 Aandeel	Ontwikkeling 2009-2010
GAU	311,3	10%	317,0	10%	-2%
GEU	386,0	12%	379,9	11%	2%
UVW	478,6	15%	522,7	16%	-8%
NDP	1.364,5	42%	1.384,7	42%	-1%
GPT	713,8	22%	719,3	22%	-1%
Totaal	3.254,1	100%	3.323,5	100%	-2%

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



Netto omzet naar groep

Netto omzet naar groep (in miljoen euro), 2010

	Omzet uit abonnementen en licenties	Omzet uit losse verkoop (print)	Omzet uit advertenties (print)	Digitale omzet (exclusief advertenties)	Digitale omzet advertenties	Netto omzet totaal
GAU	0,0	311,3	0,0	0,0	0,0	311,3
GEU	41,4	308,8	0,0	35,8	0,0	385,9
UVW	236,9	13,8	61,6	150,7	15,6	478,6
NDP	813,6	70,6	448,8	3,6	27,9	1.364,5
GPT	379,8	169,8	157,2	4,6	2,4	713,8
Totaal	1.471,7	872,3	669,5	181,4	59,2	3.254,1
Totaal (%)	45%	27%	21%	6%	2%	100%

Netto omzet naar categorie

Netto omzet naar categorie, 2010

	Omzet uit abonnementen en licenties	Omzet uit losse verkoop (print)	Omzet uit advertenties (print)	Digitale omzet (exclusief advertenties)	Digitale omzet advertenties	Netto omzet totaal
GAU	0%	36%	0%	0%	0%	10%
GEU	3%	35%	0%	12%	22%	12%
UVW	16%	2%	9%	83%	26%	15%
NDP	55%	8%	67%	2%	47%	42%
GPT	26%	19%	23%	3%	4%	22%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Netto omzet naar grootte lidbedrijven

Netto omzet naar omvang (in miljoen euro), 2009-2010

	Netto omzet totaal 2010	Aandeel 2010	Netto omzet totaal 2009	Aandeel 2009	Ontwikkeling 2009-2010
klein (< 1 mln. euro)	20,3	1%	19,1	1%	6%
middel (1 - 8,8 mln. euro)	160,8	5%	156,4	5%	3%
groot (> 8,8 mln. euro)	3.073,1	94%	3.148,0	95%	-2%
totaal	3.254,1	100%	3.323,5	100%	-2%
grootste 11*	2.475,0	76%	2.560,0	77%	-3%

*11 grootste lidbedrijven NUV

CAO-werknemers

Verdeling aantal werknemers naar CAO, 2009-2010

	2010	aandeel 2010	2009	ontwikkeling 2009-2010
CAO Boeken- en Tijdschrift Uitgeverijbedrijf (BTU)	7.690	60%	8.480	-9%
CAO voor Vaktijdschriftjournalisten (VAK)	330	3%	450	-27%
CAO voor Publiekstijdschriftjournalisten (PU)	890	7%	860	3%
CAO voor Opinieweekbladjournalisten (OP)	110	1%	140	-21%
subtotaal	9.020	70%	9.930	-9%
CAO voor Dagblad Uitgeverijbedrijf (DU)	3.890	30%	nvt	
totaal onder bovengenoemde CAO	12.910	100%		
overig, niet onder bovengenoemde CAO	715			
totaal	13.625			

Bruto mediabestedingen (naar mediumtype, 2009-2011)*

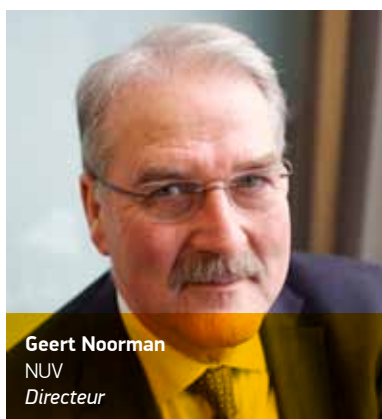
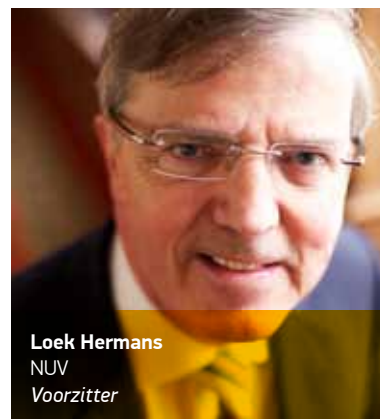
Bron: Nielsen

bedragen x € 1.000	2009	2010	2011
Dagbladen	890.071	927.416	872.056
Publiekstijdschriften	352.149	355.698	361.698
Sponsored Magazines	42.611	40.253	43.628
Vaktijdschriften	156.658	146.053	142.609
Televisie	3.083.624	3.334.453	3.400.858
Radio	532.557	566.752	584.814
Bioscoop	12.396	13.591	15.334
Out Of Home	278.220	310.740	334.915
Ongeadresseerde brievenbusreclame	538.994	552.852	511.051
totaal	5.887.280	6.247.808	6.266.963

* Nielsen is in juli 2011 gestart met een nieuwe registratie van de bruto mediabestedingen aan online display advertising. De nieuwe internetregistratie biedt een sterk verbeterde representativiteit, compleetheid en detaillering. De bruto mediabestedingen internet bedroegen over de periode juli – december 2011 335.979.000 euro. Dat is 8,1% van de totale bruto mediabestedingen in die periode.

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 2011.





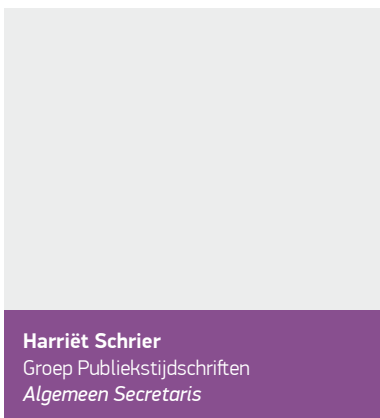
Paula Vrolijk-de Vries
GAU
Algemeen Secretaris



Jenny Dijkers
Coöperatie BUG
Adjunct Secretaris



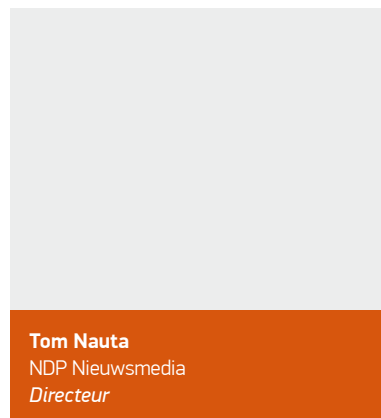
Auke Visser
Groep Publiekstijdschriften
Voorzitter



Harriët Schrier
Groep Publiekstijdschriften
Algemeen Secretaris



Jacques Kuyf
NDP Nieuwsmedia
Voorzitter



Tom Nauta
NDP Nieuwsmedia
Directeur



Fifi Schwarz
Nieuws in de klas/NDP Nieuwsmedia
Directeur



Olaf Croon
Cebuco/NDP Nieuwsmedia
Directeur



Sylvester Nieuwe Weme
Groep Media voor Vak en Wetenschap
Voorzitter



Nineke van Dalen
Groep Media voor Vak en Wetenschap
Algemeen Secretaris



Harold Rimmelzwaan
Groep Educatieve Uitgeverijen
Voorzitter



René Montenarie
Groep Educatieve Uitgeverijen
Algemeen Secretaris

Namenoverzicht

(Stand van zaken 1 januari 2012)

Algemeen Bestuur Nederlands Uitgeversverbond

drs. L.M.L.H.A. (Loek) Hermans, **voorzitter**
mr. H.M.P. (Herman) van Campenhout
K. (Koen) Clement
W.J. (Wouter) van Gils
D. (Dick) Molman
mr. S. (Sam) van Oostrom
L. (Luc) van Os
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

mr. C.G.A. (Cees) van Wijk (voorzitter)
L.W.L. (Wiet) de Bruijn (vicevoorzitter)
drs. C.M.J. (Kees) van den Hoek (penningmeester)
R. (René) Bego
P. (Paulien) Loerts
drs. P.F.A. (Piero) Stanco
E. (Eric) Visser
P. (Paula) Vrolijk-de Vries (algemeen secretaris)

Bestuur Groep Educatieve Uitgeverijen

drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan (voorzitter)
drs. A.F.S. (Anneke) Blok
drs. A.M.W. (Arjen) Holl (penningmeester)
drs. R.N.J. (Robert) van Oosten
G. (Geeske) Steeneken
drs. H.J.F. (Eric) Razenberg
R.F. (Frank) van Amerongen
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
H. (Hans) Nijenhuis
R. (Rob) de Spa
F. (Frank) Volmer
ir. B. (Bart) Visser
T. (Tom) Nauta (directeur)

Cebuco

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

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
R. (Roland) van Geest
K. (Karin) van Gilst
drs. R. (Ric) Hofmans
W. (Winnie) Moltmaker
mr. B.J. (Barent) Momma
L. (Leo) Schaap
D. (David) Vink
J.M.E. (Harriët) Schrier (algemeen secretaris)

Bestuur Groep Uitgevers voor Vak en Wetenschap

S.M. (Sylvester) Nieuwe Weme (voorzitter)
drs. N. (Nic.) Louis (vicevoorzitter)
dr. W.J. (Wouter) van Gils
A.D. (Anton) van Kempen
E.B.H. (Eddy) Reuling
T. (Ton) Roskam MBA (penningmeester)
W. (Wim) van der Stelt
P.M.A.B. (Philippe) Terheggen
Æ. (Æbele) Kluwer
A.C. (Nineke) van Dalen (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
A.J. (Wendy) Boers
mr. W.F. (Wouter) Bybau
K. (Koen) Clement
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
H. (Heinz) Reinink
R. (Ronald) van Slooten
drs. M.J.P.M. (Mai) Spijkers
A.A.M. (Ad) Verrest
J. (Jannet) Visser
Mr. P. (Poppe) Wolters
F. (Frank) Vrancken Peters
F.C.R. (Frits) Campagne
P.W.J. (Peter) Hendriks
R.W. (Ruud) Schets MBA (secretaris)
mr. F.W. (Frank) Obertop (secretaris)

Bestuurscommissie Auteursrecht

mr. P.J. (Petra) Keuchenius (voorzitter)
R.F. (Frank) van Amerongen
mr. M.B. (Michiel) Kramer
mr. S.M. (Simon) van der Linde
mr. H.M.A. (Heleene) van Meurs-Bergsma
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
F. (Franca) Zuddas

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

Sociale Zaken

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

ROTA

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

Afkortingen

AB	algemeen bestuur	IAB	Interactive Advertising Bureau
AFM	Autoriteit Financiële Markten	ICT	informatie- en communicatietechnologie
ANP	Algemeen Nederlands Persbureau	I&M	ministerie van Infrastructuur en Milieu
AVV	Algemeen Verbindend Verklaring	IPA	International Publishers' Association
BCA	Bestuurscommissie Auteursrecht	IPK	Informatiecentrum Papier en Karton
BCB	Bestuurscommissie Commercieel Beleid	ISBN	Internationaal Standaard Boeknummer
BON	Vereniging Beter Onderwijs Nederland	ISTC	International Standard Text Code
BSB	Bestuurscommissie Sociaal Beleid	IVIR	Instituut voor Informatierecht
BTB	Bedrijfstakbureau voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf	JIC	Joint Industry Committee
BTU	Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf	KB	Koninklijke Bibliotheek
BVA	Bond van Adverteerders	KBb	Koninklijke Boekverkopersbond
cao VAK	cao voor Vaktijdschriftjournalisten	KVB	Koninklijke Vereniging van het Boekenvak
cao BTU	cao voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf	KVGO	Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen
cao DJ	cao voor Dagbladjournalisten	KWIK	KWaliteit in de Krant
cao DU	cao voor het Dagbladuitgeverijbedrijf	LIRA	Stichting Literaire Rechten Auteurs
cao PUOP	cao voor Opinieweekblad- en Publiekstijdschriftjournalisten	LOF	Lucas-Ooms Fonds
CB	Centraal Boekhuis	LUG	Literaire Uitgeversgroep
CIER	Centrum voor Intellectueel Eigendomsrecht	MEP	Magazine Executive Program
CLIP	Copyright Licentie- en Incassobureau PRO	MES	Magazine Engagement Study
CMC	Centrum voor Merk en Communicatie	MKB	Midden- en Kleinbedrijf
Coöp BUG	Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A.	MVW	Media voor Vak en Wetenschap
COP	Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften	MWG	Media Werkgroep
CPNB	Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek	NBb	Nederlandse Boekverkopersbond
CvdM	Commissariaat voor de Media	NMa	Nederlandse Mededingingsautoriteit
CvE	College voor Examen	NOM	Stichting Nationaal Onderzoek Multimedia
DDMA	Dutch Dialogue Marketing Association	NOT	Nederlandse Onderwijs Tentoonstelling
DRM	Digital Rights Management	NPO	Nederlandse Publieke Omroep
EADP	European Association of Directory and Database Publishers	NSTD	Nederlandse Standaard Tarief Documentatie
EASA	European Advertising Standards Alliance	NTB	Nationaal Titelbestand
ECK	Educatieve Contentketen	NUV	Nederlands Uitgeversverbond
EL&I	ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie	NVJ	Nederlandse Vereniging van Journalisten
EMMA	European Magazine Media Association (tot oktober 2011 bekend als FAEP)	NVPI	Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers
ENPA	European Newspaper Publishers' Association	OCW	ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap
EPC	European Publishers Council	OM	Openbaar Ministerie
EZ/JZ	vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken	ONUB	Overleg Nederlandstalige Uitgeverij en Boekhandel
FAEP	European Federation of Magazine Publishers (per oktober 2011 bekend als EMMA)	OPTA	Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit
FAQ	Frequently Asked Questions	PAN	Platform Affiliate Netwerken
FEP	Federation of European Publishers	PECK	Programma Educatieve Contentketen
FIFA	Fédération Internationale de Football Association	PEFC	Programme for the Endorsement of Forest Certification
FIPP	International Federation of the Periodical Press	PIBN	Platform Internet Bureaus Nederland
GAU	Groep Algemene Uitgevers	PMA	Platform Media Adviesbureaus
GCA	GEU Commissie Auteursrecht	PPS	publiek-private samenwerking
GEU	Groep Educatieve Uitgeverijen	PRN	Stichting Papier Recycling Nederland
GPT	Groep Publiekstijdschriften	PRO	Stichting Publicatie- en Reproductierechten
HOI	Instituut voor Media Auditing	PUOP	publieks- en opinietijdschriften
		RCC	Reclame Code Commissie

RI@E	risico-inventarisatie en -evaluatie
ROTA	Raad van Orde en Toezicht voor het Advertentiewezen
RSS	Really Simple Syndication (eenvoudige gelijktijdige publicatie)
SAM	Standaardisatie Advertentie Materiaal
SEO	Stichting Economisch Onderzoek
SEPA	Single Euro Payments Area
SLO	Stichting voor Leerplanontwikkeling
SMB	Stichting Marktonderzoek Boekenvak
SRC	Stichting Reclame Code
STARBEL	Stichting Auteursrechtbelangen
STIR	Stichting Internetreclame
STM	International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers
SVF	Stichting Verwijderingsfonds
SZ	vaksecretariaat Sociale Zaken
SZW	ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid
Twm	Tijdelijke wet mediaconcentraties
U.A.	Uitgesloten Aansprakelijkheid
UVW	Uitgevers voor Vak en Wetenschap
UWV	Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringen
V@J	ministerie van Veiligheid en Justitie
VAK	vaktijdschriftjournalisten
VAR	Verklaring Arbeidsrelatie
VBP	vaste boekenprijs
VCR	Vereniging van Commerciële Radio
VESTRA	vereniging van commerciële omroepen
VGP	Vereniging Grootgebruikers Postdiensten
VLPO	Vereniging van Leveranciers aan het Primair Onderwijs
VNO-NCW	grootste ondernemingsorganisatie van Nederland
VOB	Vereniging Openbare Bibliotheken
VRN	Stichting Verpakkingen Recycling Nederland
VSN	Vereniging van Universiteiten
VSNU	Nederlandse organisatie voor het versterken van de maatschappelijke positie van het wetenschappelijk onderwijs en onderzoek
VUT TJ	aanvullende VUT-regeling 2006
VvEA	Vereniging van Educatieve Auteurs
VZU	Vereniging van Zelfstandige Uitgevers
WAN-IFRA	World Association of Newspapers and News Publishers
WAO	Wet arbeidsongeschiktheidsverzekering
WIA	Wet werk en inkomen naar arbeidsvermogen
WKR	werkkostenregeling
WKU	Werkgroep Kinderboekenuitgevers
WRR	Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid
Wet VPL	Wet VUT/prepensioen en introductie levensloopregeling
Wvpb	Wet op de vaste boekenprijs
WW	Werkloosheidswet
zp'er	zelfstandig professional
zzp'er	zelfstandige zonder personeel



1 media (de; mediae) *tenuis* • Eng. van *tenuis*

2 media (mv.) de middelen
kennis en informatie
syn. *communicatiemiddelen*
media, zoals internet

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
Loesje Schriks

Concept/Vormgeving

Reclamebureau R.E.M.

Fotografie

Anna Green, Portfolio Fotografie
Nederlands Uitgeversverbond
Reclamebureau R.E.M.
Shutterstock

Drukwerk

Veenman+, Rotterdam



