

Nederlands
uitgeversverbond



Jaarverslag 2014



INHOUDSOPGAVE

WOORD VOORAF	3
WAT DOET HET NUV?	5
ECONOMISCHE EN JURIDISCHE ZAKEN	7
SOCIALE ZAKEN	15
NUV ACADEMY	23
GROEP ALGEMENE UITGEVERS	26
GROEP EDUCATIEVE UITGEVERIJEN	30
GROEP PUBLIEKSTIJDSCHRIFTEN	33
MEDIA VOOR VAK EN WETENSCHAP	37
NDP NIEUWSMEDIA	41
FINANCIËLE TOELICHTING	45
KENGETALLEN	48
PERSONENREGISTER	52
NAMENOVERZICHT	55
AFKORTINGEN	58
COLOFON	60



WOORD VOORAF

Dat de digitalisering een nieuwe wereld heeft gebracht, beseffen de consument en professionele partijen eens te meer. Barrières als tijd en locatie bestaan niet meer. Alles en iedereen is met elkaar verbonden. Informatie wordt op ieder gewenst moment, op iedere locatie ter wereld, eenvoudig geraadpleegd, gedeeld en uitgewisseld. De vlucht die sociale media hebben genomen, heeft daar nog verder aan bijgedragen. Aan mediaproducten en uitgevers de uitdaging om zich mee te ontwikkelen dan wel te transformeren, om zo te kunnen voorzien in de behoeftes van de eigentijdse consument en professionele afnemer. Gelukkig doen zij dit al op grote schaal.

Uitgevers begeven zich vandaag de dag in de volle breedte van de creatieve media-industrie. Diensten en producten verschijnen offline en online, al dan niet interactief, multimediaal en crossmediaal. Daarbij experimenteren we druk met allerlei verdienmodellen:

gratis versus betaalde content al dan niet achter een betaalpoort, aanvullingen op tal van basisproducten zoals *second screen*, apps, *real time* geactualiseerde websites, digitale platforms voor onderwijs op maat en streamingmodellen. Om innovatieve slagkracht te bereiken en te behouden vindt steeds meer samenwerking plaats tussen uitgevers en andere marktpartijen, zoals softwareproducenten.

En het gaat om veel meer dan content alleen; content vormt soms nog maar een beperkt onderdeel van de waarde van het product of de dienst die wordt geleverd. De innovatie zit in de hele onderneming. Veel is al mogelijk dankzij de digitalisering en nieuwe technologische ontwikkelingen die daarmee samenhangen. Tegelijkertijd beseffen we dat we pas aan het begin staan van veel nieuwe mogelijkheden in de creatieve media-industrie. Het is niet te voorspellen welke technische mogelijkheden zich nog meer in de komende jaren zullen

openbaren, maar we mogen vaststellen dat onze bedrijfstak een uiterst boeiende markt blijft.

Het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) draagt graag zijn steentje bij aan de snel veranderende media-industrie, door zich sterk te maken voor een optimaal ondernemersklimaat voor uitgevers. De medewerkers van het NUV investeren samen doorlopend in kennis, inzicht en ervaring op mediagebied. Voor de collectieve belangen van zijn lidbedrijven voert het NUV intensieve lobby, zowel nationaal als internationaal, op diverse beleidsterreinen. Dat vindt plaats in afstemming of in actieve samenwerking met de aangesloten groepsverenigingen, de leden van het NUV en soms ook in samenwerking met andere brancheorganisaties. Daarbij is het doel altijd tot werkbare en adequate regelingen c.q. afspraken te komen.

Ook in het afgelopen jaar heeft het NUV veel werk verricht om de gezamenlijke belangen van de media-industrie op overkoepelend niveau te behartigen. Dit jaarverslag biedt u een inzage in de speerpunten en activiteiten van het NUV en de aangesloten groepsverenigingen in het afgelopen jaar. Samen zullen we onze uiterste best blijven doen de markt te stimuleren en ondersteunen waar mogelijk.

En tot slot, ook het NUV ontwikkelt zich mee met de tijd. Daarom kunt u dit online NUV-jaarverslag 2014 op ieder gewenst moment, op iedere locatie en op iedere drager lezen en delen met anderen. Voor de lezers onder u die liever een papieren jaarverslag ter hand nemen, verwijs ik u graag naar deze printbare pdf.

drs. Loek Hermans
voorzitter



WAT DOET HET NUV?

NEDERLANDS UITGEVERSVERBOND

Het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) is de brancheorganisatie van uitgevers in Nederland en behartigt de collectieve belangen van uitgevers van literatuur, entertainment & lifestyle, nieuws en informatieproducten voor onderwijs, vak en wetenschap (boeken, kranten, tijdschriften, radio, televisie en digitale domeinen). Lidbedrijven van het NUV vertegenwoordigen gezamenlijk meer dan 90 procent van de Nederlandse uitgeefbranche.

Zij zijn zowel lid van het NUV als van een of meer van de volgende groepsverenigingen:

- Groep Algemene Uitgevers (GAU)
- Groep Educatieve Uitgeverijen (GEU)
- Groep Publiekstijdschriften (GPT)
- Media voor Vak en Wetenschap (MVW)
- NDP Nieuwsmedia

Het NUV behartigt de gezamenlijke belangen op overkoepelend niveau. De activiteiten van de groepsverenigingen zijn afgestemd op

een specifiek segment binnen de branche. Daarnaast kunnen NUV-leden ook lid worden van de Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf (WU). In deze werkgeversvereniging heeft het NUV alle cao-gerelateerde activiteiten van de branche samengebracht.

Het NUV-bureau bestaat uit de directie, het vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken, het vaksecretariaat Sociale Zaken, de afdeling Algemene Zaken/Financiën, de afdeling Communicatie en het professionaliseringsprogramma NUV Academy. Buiten de eigen organisatie is het NUV vertegenwoordigd in tal van werkgroepen en commissies, ook in aanpalende sectoren, die zich bezighouden met specifieke onderwerpen binnen de creatieve media-industrie.

Speerpunten

Het NUV rekt het bijdragen aan de ontwikkeling van een goed speelveld voor de creatieve media-industrie tot zijn primaire taak. Daarbij horen ook het overeenkomen van afgewogen en eerlijke spelregels en het toezicht op naleving daarvan.

Het NUV signaleert relevante ontwikkelingen voor de sector en probeert deze, waar nodig, te beïnvloeden. De brancheorganisatie heeft veelvuldig contact met Den Haag en Brussel, om ruimte te maken in wet- en regelgeving voor creatief ondernemen en innovatie in de huidige netwerkeconomie.

Naast de gezamenlijke belangenbehartiging die het NUV voor zijn leden verricht, kunnen lidbedrijven bij het NUV terecht voor individueel advies op juridisch/economisch gebied en op het terrein van HR en arbeidsvoorwaarden.

Omdat het speelveld alleen maar groter wordt, oriënteert het NUV zich op samenwerkingsverbanden met andere brancheorganisaties, om kennis en innovatieve draagkracht te vergroten en om de lobby te versterken. Een concrete stap daarin heeft het NUV gemaakt in juli 2014 met de structurele samenwerking met NVPI, de branchevereniging voor de entertainmentindustrie.

Informeren

Professionele dienstverlening aan leden is het fundament van het bestaan van het NUV. Lidbedrijven regelmatig, volledig en accuraat informeren over relevante ontwikkelingen in het speelveld en de daaraan verbonden taken die het NUV uitvoert, is daarbij onmisbaar. Communicatiemiddelen die het NUV daarvoor gebruikt, zijn onder meer de website, de NUV Nieuwsbrief en het jaarverslag.

De website is een belangrijke pijler in de communicatie van het NUV. Bezoekers vinden er een actueel overzicht van nieuws over de branche en relevante dossiers op economisch, juridisch en sociaal terrein. Daarnaast bevat de site een inspirerende agenda, onderzoeksrapportages en regelingen van het NUV en zijn groepsverenigingen.

Ook hecht het NUV veel waarde aan face-to-face-contact met zijn leden. Bijvoorbeeld door middel van de bijeenkomsten en trainingen van NUV Academy, waarover u verderop in dit jaarverslag meer informatie vindt. Maar ook door middel van de jaarlijkse Openbare Jaarvergadering. In december 2014 waren meer dan 200 genodigden aanwezig bij de bijeenkomst met ditmaal als thema 'Van eigendom naar toegang: eerlijk zullen we alles delen'. NUV-voorzitter Loek Hermans ging in zijn jaarrede nader in op de veranderende creatieve media-industrie en benadrukte het belang van cross-over samenwerking, voor de ontwikkeling van nieuwe producten, maar ook voor belangrijke thema's als bescherming van het auteursrecht en de privacy van de consument.



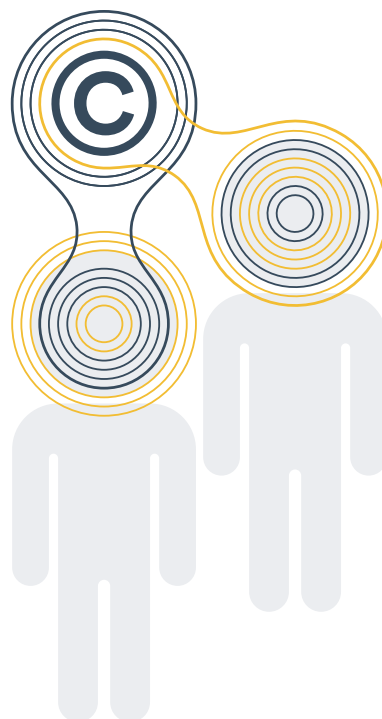


SAMEN REGULEREN

ECONOMISCHE EN JURIDISCHE ZAKEN

Over EZ/JZ

Het vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken (EZ/JZ) biedt NUV-leden diensten op juridisch en economisch gebied, zoals praktisch juridisch advies op maat en de ontwikkeling van modelcontracten en -regelingen. Daarnaast voert het vaksecretariaat in samenwerking met andere brancheorganisaties en lidbedrijven intensieve lobby op diverse beleidsterreinen, zowel nationaal als internationaal. EZ/JZ maakt zich sterk voor de bescherming van de producten van lidbedrijven zodat zij hun investeringen in de ontwikkeling en exploitatie daarvan kunnen terugverdienen.



Auteursrecht

De Europese invloed op het auteursrechtstelsel is de afgelopen jaren sterk toegenomen. De tendens is dat steeds meer begrippen uit het auteursrecht van het Hof van Justitie van de Europese Unie uniform moeten worden uitgelegd. In 2014 heeft het Hof bijvoorbeeld duidelijk gemaakt wanneer sprake is van een parodie, waardoor de vrijheid van nationale rechters om uitleg te geven aan een dergelijk begrip afneemt.

Michiel Kramer, hoofd van het vaksecretariaat EZ/JZ: 'Het positieve van deze harmonisatie is dat in de praktijk eenduidige antwoorden kunnen worden gegeven op vraagstukken waar uitgevers mee te maken hebben, waarbij wel ruimte moet blijven bestaan voor de nationale situatie.' Zo is uit Europese rechtspraak gebleken dat geen toestemming hoeft te worden gevraagd voor het opnemen van een externe video in een nieuwsbericht.

Ook heeft het Europese Hof duidelijkheid verschaft dat het downloaden uit illegale bron niet kan worden gerechtvaardigd met een beroep op de thuiskopie-uitzondering in de Auteurswet. Mede hierdoor zullen in 2015 wijzigingen optreden met betrekking tot de Thuiskopieregeling.

Europese rechtspraak heeft in 2014 geleid tot afschaffing van de geschriftenbescherming, waardoor bijvoorbeeld programmeergegevens in Nederland niet langer auteursrechtelijk zijn beschermd. Ook is de Europese richtlijn voor verweesde werken geïmplementeerd in de Auteurswet. Op grond van deze regelgeving kunnen werken die onder het auteursrecht vallen uit de collecties van bijvoorbeeld bibliotheken, onderwijsinstellingen en musea door instellingen online ter beschikking worden gesteld wanneer de rechthebbenden niet kunnen worden achterhaald. Hiervoor is wel

vereist dat eerst grondig onderzoek wordt gedaan naar de rechthebbenden.

De behandeling in de Tweede Kamer van het wetsvoorstel auteurscontractenrecht is het afgelopen jaar niet afgerond. Wel is in januari 2014 een amendement ingediend op het wetsvoorstel dat gebruik van wetenschappelijk werk dat is gefinancierd met publieke gelden op basis van *Open Access* onder bepaalde voorwaarden mogelijk moet maken.

Hans Osinga, adjunct-secretaris van het vaksecretariaat EZ/JZ: 'Met de invoering van het auteurscontractenrecht en het veranderende mediagebruik neemt het belang toe om goed te onderzoeken onder welke voorwaarden afspraken worden gemaakt met auteurs om innovatie mogelijk te maken. Vanuit het NUV organiseren wij voor en met onze lidbedrijven cursussen en bieden wij juridische ondersteuning om te komen tot oplossingen, onder andere door het opstellen van modellen.'



Nieuwe regelingen en initiatieven

In samenwerking met makers en belanghebbenden heeft het NUV in 2014 verschillende initiatieven opgetuigd en zijn regelingen vernieuwd. Via de website www.onderwijsauteursrecht.nl kunnen gebruikers bijvoorbeeld een stuk eenvoudiger antwoord krijgen op vragen over de toelaatbaarheid en voorwaarden van kopiëren, scannen of delen van auteursrechtelijk beschermde inhoud, zoals boeken of websites in onderwijssituaties. Vertegenwoordigers van

uitgevers en universiteiten hebben daarnaast het afgelopen jaar overeenstemming bereikt over een collectieve regeling waardoor instellingen de komende jaren op eenvoudige wijze gebruikmaken van korte overnames uit auteursrechtelijk beschermde werken.

Osinga geeft nog enkele voorbeelden: ‘Naast deze nieuwe onderwijsregelingen zijn met Dedicon en het Vlaamse Luisterpunt afspraken gemaakt waardoor literatuur niet langer in zowel Nederland als België hoeft te worden bewerkt in een aangepast leesformaat voor mensen met een leeshandicap. Hiermee dient Nederland als gidsland in Europa. Met de Koninklijke Bibliotheek zijn de afspraken vernieuwd over het opslaan van werken en cultureel erfgoed in een elektronisch depot.’ De Federatie Auteursrechtbelangen, waar het NUV via het Platform Creatieve Media Industrie ook deel van uitmaakt, heeft in januari 2014 thecontentmap.nl gelanceerd. Dit initiatief helpt consumenten legale content op het internet te vinden, zoals e-books, muziekalbums en tv-uitzendingen.

Procedures

In 2014 was het NUV betrokken bij verschillende principiële rechtszaken op het gebied van auteursrecht. Zo is het NUV partij in de zaak van de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB) tegen Stichting Leenrecht, waarin vragen zullen worden gesteld aan het Europese Hof van Justitie over of het uitlenen van e-books valt onder het leenrecht. Daarnaast zijn het NUV, de GAU en MVW een procedure tegen Tom Kabinet gestart over de toelaatbaarheid van het doorverkopen van ‘tweedehands’ e-books. De voorzieningenrechter in Amsterdam deed in eerste instantie geen inhoudelijke uitspraak over de toelaatbaarheid van de website, maar in hoger beroep heeft het gerechtshof Tom Kabinet verboden om de onrechtmatige handelswijze voort te zetten.

Toekomst van het auteursrecht

Uitgeverijen hebben groot belang bij een sterk auteursrecht. Het NUV en zijn leden hebben daarom begin 2014 gereageerd op de Europese consultatie over de herziening van het auteursrechtstelsel. De consultatie zag bijvoorbeeld op de wenselijkheid van uitzonderingen op het gebied van het uitlenen van e-books, *user generated content* en de wenselijkheid van een Europees auteurscontractenrecht. Dergelijke ontwikkelingen kunnen grote gevolgen hebben voor de uitgeefpraktijk. Diverse individuele lidbedrijven van de vijf groepsverenigingen van het NUV hebben de reactie van het NUV in Brussel onderstreept. Kramer: ‘De kern van de boodschap van het NUV is dat auteursrecht een belangrijke motor is van investeringen. En het stelsel heeft bewezen flexibel te zijn en zich te kunnen aanpassen aan technologische ontwikkelingen. Zelfregulering is daarbij een effectief instrument om flexibel in te spelen op marktontwikkelingen.’

‘De kern van de boodschap van het NUV is dat auteursrecht een belangrijke motor is van investeringen.’

Verder heeft het NUV, in samenwerking met NVPI, richting de Tweede Kamer gereageerd op de respons van het Nederlandse kabinet op de Europese consultatie. De strekking van de reactie is dat, anders dan wat de regering beweert, de huidige uitzonderingen in de Auteurswet ook in het digitale tijdperk goed functioneren en een duidelijk kader bieden.

Een *open fair use*-exceptie in plaats van de huidige excepties zal niet de door het kabinet bepleite duidelijkheid bieden en zal leiden tot rechtsonzekerheid.

Inmiddels is een nieuwe Europese Commissie aangetreden, waarbij de focus ligt op ‘modernisering van het auteursrecht in het kader van de digitale revolutie, nieuwe consumentenbehoeften en culturele diversiteit’. In 2015 worden deze plannen vermoedelijk nader uitgewerkt.

Freelancers

De politiek ziet de stijging van het aantal zzp'ers in Nederland steeds meer als een probleem. In Nederland zouden veel zzp'ers werkzaam zijn die in werkelijkheid in loondienst zijn. Sinds het regeerakkoord aankondigde dat vast en flex naar elkaar toe moeten groeien zijn diverse maatregelen in gang gezet. Een voorbeeld is de uitbreiding van de werkingssfeer van de Wet minimumloon naar alle niet-zelfstandige opdrachtnemers. Dit wetsvoorstel is voorlopig in de koelkast gezet vanwege bezwaren over handhaafbaarheid en uitvoerbaarheid en het feit dat een belangrijke doelgroep van dit wetsvoorstel juist uitgesloten zou worden.

Een andere maatregel die in 2014 werd gelanceerd, is invoering van een Beschikking geen loonheffingen (BGL) ter vervanging van de Verklaring arbeidsrelatie (VAR). Na



invoering is de BGL aan te vragen met behulp van een webmodule: een hulpmiddel om echte zelfstandigen te onderscheiden van schijnzelfstandigen en

om opdrachtgevers medeverantwoordelijk te maken voor de beoordeling.

EZ/JZ-secretaris Miranda Maasman: ‘Het NUV ziet dit wetsvoorstel als overbodig en daarnaast onwenselijk aangezien het leidt tot zwaardere administratieve lasten en meer onzekerheid voor uitgevers. Bovendien is het dusdanig generiek dat het tot onwenselijke uitkomsten zal leiden. Het NUV ziet liever een sectorspecifieke oplossing, waarin ofwel het convenant Eigen Verklaring behouden blijft ofwel dit wordt vervangen door een oplossing die nog meer rekening houdt met het zeer geringe percentage verkapte én fictieve dienstverbanden in de uitgeefsector.’

Mediabeleid

In 2013 reageerde het NUV op de consultatie over het controversiële wetsvoorstel Computercriminaliteit III. Naar verwachting zal het binnenkort naar de Tweede Kamer gaan. Het NUV voorziet aantasting van de vrijheid van meningsuiting en de persvrijheid als gevolg van vooral twee elementen van dit voorstel.

Maasman licht toe: ‘Ten eerste de bevoegdheid van justitie om zich bij verdenking van strafbare feiten toegang te verstrekken (‘terughacken’) tot geautomatiseerde werken, zoals computers, smartphones, *wearables* en auto's. Noodzakelijke waarborgen tegen het onthullen van journalistieke bronnen ontbreken in het wetsvoorstel, waardoor het enkele bestaan van die bevoegdheid zal leiden tot zelfcensuur en een *chilling effect*. Ten tweede heeft het NUV bezwaar tegen de bevoegdheid van de officier van justitie om bij enige verdenking van een delict, hoe gering ook, websites te laten blokkeren. Het wetsvoorstel wordt gepresenteerd als remedie tegen ernstige vormen van *cybercrime*, kinderporno en terrorisme, maar in werkelijkheid krijgt justitie al vergaande bevoegdheden bij veel mildere delicten en delicten die dicht aanliggen tegen de vrijheid van meningsuiting, zoals discriminatie, majesteitsschennis en godslastering.’

Het NUV blijft, samen met andere belanghebbenden als de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ), het Persvrijheidsfonds en het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren, strijden tegen de ongewijzigde invoering van dit wetsvoorstel.

Consumentenbescherming

In 2014 werd het nieuwe consumentenrecht van kracht, waarmee Nederland de Europese Consumentenrichtlijn doorvoerde. Daarin zijn met name rechten en plichten bij online verkoop gedetailleerd geregeld. In het voortraject werkte het NUV constructief samen met het ministerie van Veiligheid en Justitie (VenJ), waardoor het uiteindelijke wetsvoorstel – binnen de kaders van de richtlijn – goed werkbaar is geworden. Het NUV heeft de leden geholpen bij de implementatie van de regels, zowel met advies aan individuele uitgeverijen als door middel van checklists en andere meer generieke informatie via de website en de nieuwsbrief. Eén onduidelijkheid in het wetsvoorstel, de rechten en plichten van de consument bij streamingdiensten, is na een serie vragen vanuit de Eerste Kamer opgehelderd met een nieuw wetsvoorstel.

De Abonnementenwet leek een afgesloten dossier. Medio 2014 organiseerde de Autoriteit Consument & Markt (ACM) echter een zogeheten ‘handhavingsdag abonnementen’, waarop zij controleerde of aanbieders van uiteenlopende abonnementen de regels voor stilzwijgende verlenging van abonnementen en opzegging correct naleefden. De handhavingsdag werd afgesloten zonder boetes; NUV-leden hebben zich goed aangepast aan de gewijzigde regels. Dit was conform de verwachtingen, enerzijds omdat de wet een gunstige uitzondering kent voor abonnementen op kranten en tijdschriften, anderzijds omdat NUV-leden zich al sinds 2007 aan een

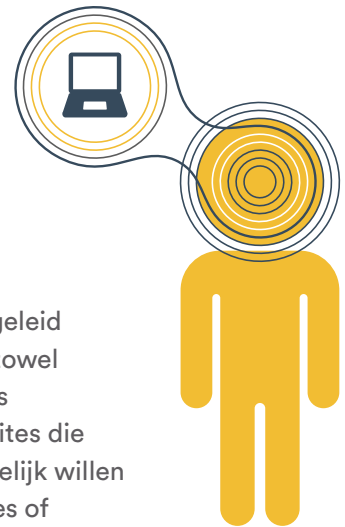
gedragscode houden die veel overlap vertoont met de wet.

Privacy

De cookiewet heeft geleid tot grote irritatie bij zowel internetgebruikers als aanbieders van websites die wel gebruikersvriendelijk willen zijn, maar geen boetes of dwangsommen willen riskeren van toezichthouders. Laatstgenoemden stellen websiteaanbieders verantwoordelijk voor zowel eigen cookies als die van derden. Voortschrijdend inzicht, mede ingegeven door belanghebbenden als het NUV, leidde in 2014 tot een nieuwe wet die maart 2015 is ingevoerd. De wijziging zelf is voor commerciële websites minder relevant. Het grote voordeel zit in de toelichting bij het wetsvoorstel, waarin minister Kamp van Economische Zaken de huidige en aanstaande wet op een werkbare wijze interpreteert. Gaandeweg is het accent van een formaliteit als toestemming wat verschoven naar het goed informeren van internetgebruikers.

Onder leiding van ECP werken het NUV en andere belanghebbenden aan meer uniforme en transparante informatie over cookiegebruik en aan instrumenten die internetters meer controle over hun online privacy geven.

Ook de Algemene verordening gegevensbescherming heeft de volle aandacht van het NUV. Deze verordening zal de nationale privacywetgeving vervangen. Vooral voor direct marketing en profiling kan deze verordening (te) strenge eisen introduceren.



Reclame en commerciële communicatie

Het NUV is van mening dat zelfregulering door middel van reclamecodes vaak een beter middel is om tot zorgvuldige advertenties te komen dan wettelijke regels, aangezien die vaak minder effectief zijn en schadelijker kunnen uitpakken voor advertentieafhankelijke media.

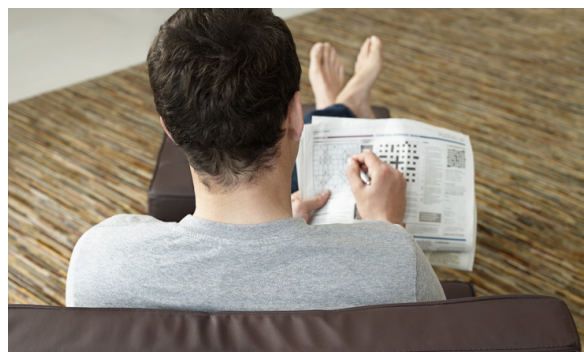
In 2014 adviseerde het vaksecretariaat EZ/JZ de Groep Publiekstijdschriften en NDP Nieuwsmedia over een aantal reclamecodes in wording en over een nieuwe procedure voor de totstandkoming van bijzondere reclamecodes. De nieuwe procedure schrijft vroegtijdige betrokkenheid van belanghebbenden voor, wat het draagvlak voor een dergelijke reclamecode bij het brede bedrijfsleven ten goede zal komen.

Kansspelen

Uitgevers organiseren promotionele kansspelen (bel-en-win, prijspuzzels et cetera) en adverteren voor kansspelen van bijvoorbeeld de Lotto en Staatsloterij. In 2014 stuurde staatssecretaris Teeven het wetsvoorstel Kansspelen op afstand naar de Kamer, waarmee online gokken onder voorwaarden wordt toegestaan. Deze wijziging zal het aantal kansspeladverteerders vergroten: een welkome aanvulling op de advertentie-inkomsten. Wel is dit wetsvoorstel voor sommigen aanleiding om te pleiten voor een totaalverbod op reclame voor kansspelen. 'Het NUV vindt dat reclame voor legale producten en diensten alleen verboden kan worden als daarvoor zeer zwaarwegende redenen bestaan. We zijn dan ook tegenstander in het debat over het reclameverbod', aldus Miranda Maasman.

Per 1 januari 2014 is de Gedragscode promotionele kansspelen aanzienlijk aangescherpt. Deze code reguleert vooral onschuldige prijspuzzels, cryptogrammen en

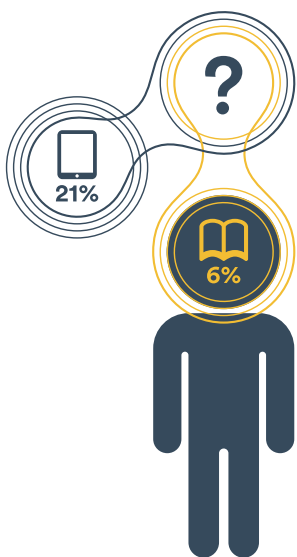
bel-en-win-spelletjes. Dit lijkt inconsequent met de huidige ontwikkeling in de richting van verruiming van mogelijkheden voor online kansspelen. Het NUV probeert met VenJ en in samenwerking met VNO-NCW tot een oplossing te komen voor de belangrijkste knelpunten van de Gedragscode, waaronder het opdrogen van prijspuzzels als inkomstenbron voor goede doelen.



Btw

Het NUV zet zich al lange tijd in voor behoud van het verlaagde btw-tarief voor print en uitbreiding daarvan naar ook digitale media. Verwacht mag worden dat vergelijkbare producten op dezelfde wijze worden belast. Voor uitgeefproducten geldt dit niet. Afhankelijk van de drager wordt dezelfde inhoud verschillend belast. 'Dat met 21 procent het geldende tarief voor digitale media 15 procent hoger is dan het tarief voor offline media, is niet uit te leggen en onrechtvaardig vanuit oogpunt van fiscale neutraliteit.

Daarnaast remt het de innovatie in de sector waar juist volop wordt geïnvesteerd in digitale uitgeefproducten, in lijn met de behoefte van de consument', aldus secretaris EZ/JZ Cecilia van Dalen. Ook remt het fiscale onderscheid de totstandbrenging van de door de Europese Commissie beoogde Europese *Digital Single Market*.



Nederland kan niet zelfstandig besluiten het btw-tarief voor digitale media te verlagen. Daarvoor is een aanpassing nodig van Europese en nationale wetgeving, zo wees ook een recente uitspraak van het Europese Hof van Justitie uit in een rechtszaak tegen Frankrijk en Luxemburg over het verlaagde btw-tarief op e-books. In navolging van 2014 maakt het NUV zich hier

in nauwe samenwerking met de Europese koepelorganisaties ook in 2015 onverminderd sterk voor.

Met de lancering van het Groenboek btw gaf de Europese Commissie eind 2010 al het startsein voor een evaluatie van de huidige Europese btw-regelgeving. Een wijzigingsvoorstel voor aanpassing van de Europese btw-richtlijn is er desondanks nog altijd niet. Door de Europese Parlementsverkiezingen en daaropvolgende nieuwe formatie van de Europese Commissie hebben de ontwikkelingen in Brussel in 2014 vrijwel stilgelegen.

Aanpassing van de Europese btw-richtlijn vergt een unaniem Europees besluit. Nu deze besluitvorming vertraagt, is het positief te zien dat het aantal voorstanders van een verlaagd btw-tarief voor digitale media in Europa groeit. Na België, Luxemburg en Frankrijk meldde ook Duitsland zich in 2014 nadrukkelijk. Een belangrijke ommezwaai, want Duitsland was lang fel tegenstander van elke uitbreiding van de toepassing van het verlaagde tarief. Recent voegde ook Italië zich bij het rijtje voorstanders; vooruitlopend op Europese besluitvorming besloot de Italiaanse regering het btw-tarief op e-books vanaf 2015 te verlagen. Ook Nederland staat positief tegenover het oplossen van het ongelijke btw-speelveld voor digitale media. Dit werd in 2014 herhaaldelijk

duidelijk tijdens de contacten van het NUV met het ministerie van Financiën, maar ook door moties die in de Tweede Kamer werden aangenomen en door Kamervragen. Het afgelopen jaar kaartten onder andere Kamerleden Omtzigt en Heerma (CDA), Duisenberg (VVD) en Jadnanansing (PvdA) en Groot (PvdA) de merkwaardige btw-ongelijkheid aan. In reactie noemde Wiebes, staatssecretaris van Financiën, het hoge btw-tarief op digitale media ‘totaal achterhaald, om niet te zeggen idioot’. Desondanks ziet hij binnen de bestaande regels geen ruimte voor een beleidswijziging.

Wel kaartte Wiebes de problematiek opnieuw aan bij de Europese Commissie en deed de toezegging deze aan de orde te stellen tijdens het Nederlandse EU-voorzitterschap in 2016.

In 2014 kondigde Wiebes echter ook plannen aan voor herziening van het nationale belastingstelsel. Een keuzerichting is verschuiving van belasting op arbeid naar belasting op consumptie. Uniformering van de btw-tarieven of verhoging van het verlaagde tarief zal grote gevolgen hebben voor de uitgeefsector, die momenteel al onder druk staat. Het NUV pleit daarom voor behoud voor de fiscale uitzonderingspositie voor professionele media, mede gezien het grote maatschappelijke belang ervan.

*‘Staatssecretaris
Wiebes noemde het
hoge btw-tarief op
digitale media “totaal
achterhaald, om niet te
zeggen idioot”.’*

Toenemende internationalisering, digitalisering en uitbreiding van het aanbod hybride uitgeefproducten zorgen daarnaast voor een groeiend aantal vragen van NUV-leden over de juiste toepassing van de btw-regelgeving. Samen met het ministerie van Financiën en de Belastingdienst tracht het NUV meer duidelijkheid te verkrijgen en waar mogelijk tot praktische brancheafspraken te komen.

Betalingsverkeer

Sinds medio 2014 is SEPA – één Europese betaalmarkt – formeel een feit. Voor uitgevers verliep de overgang zonder grote problemen. Desondanks vergt dit onderwerp nog steeds de nodige aandacht en inzet van het NUV. Het betaallandschap is erg in beweging en technologische ontwikkelingen gaan snel. Aan de minimale Europese SEPA-vereisten is voldaan, nu volgt inzet voor standaardisatie en efficiency.

Ook wordt gewerkt aan de door uitgevers zo gewenste digitale machtiging voor incasso en zorgvuldige introductie van de zogenoemde ‘goedkeuringslijst’ voor de consument. Het belang van banken blijkt niet altijd parallel te lopen met het belang van het bedrijfsleven. Ook zijn belangrijke verschillen in praktische uitvoering tussen banken naar voren gekomen, wat bij *multi-banking* voor problemen zorgt.

Het NUV neemt namens de uitgeefsector deel aan het Giraal Stakeholders Forum (GSF) waarin vertegenwoordigers van bedrijfsleven en grote banken samen spreken over lopende projecten, knelpunten en ook nieuwe ontwikkelingen op giraal betaalgebied.

Papier en milieu/MVO

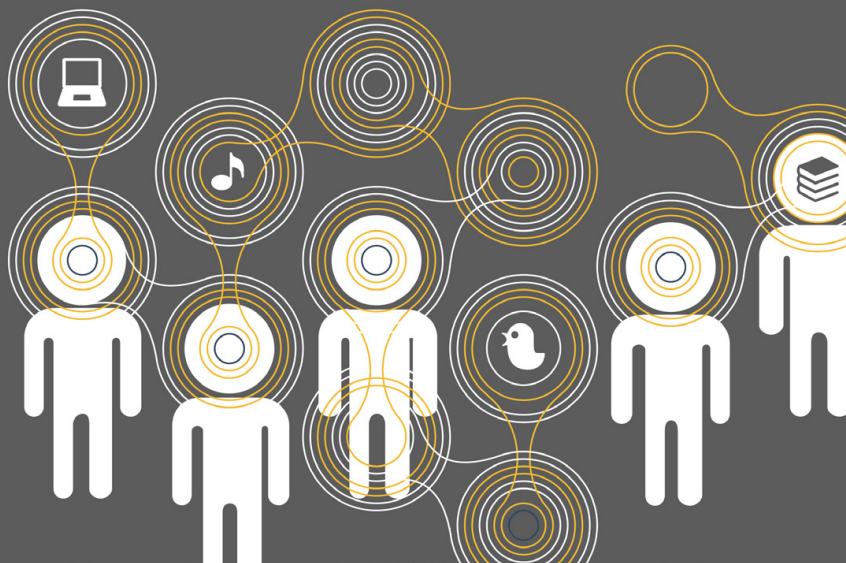
Samen met ketenpartners werkt het NUV aan initiatieven gericht op duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het NUV is hiertoe al vele jaren vertegenwoordigd in de besturen van stichting Papier Recycling Nederland (PRN), Papierenkarton.nl en Postfilter. Doel van PRN is de continuïteit van de inzameling en recycling van oud papier onder alle marktomstandigheden te waarborgen. De bestaande afspraken van PRN hierover met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) golden tot eind 2014 (Papiervezelconvenant IV).

Inzet voor 2015 is een nieuw convenant overeen te komen voor een periode van vier jaar. Van Dalen: ‘De afspraken en de inzet vanuit PRN zijn al jaren een belangrijke succesfactor voor het hoge inzamel- en recyclingresultaat van oud papier en karton en maakt Nederland op dit gebied een koploper in Europa.’

Het NUV ziet toe op zo laag mogelijke uitvoeringskosten en de daarmee gepaard gaande heffing. Mede door het PRN-systeem is een permanente wettelijke heffing op papieren producten, waarvan in veel andere Europese landen sprake is, in Nederland niet nodig.

‘Mede door het PRN-systeem is een permanente wettelijke heffing op papieren producten in Nederland niet nodig.’

SAMEN SOCIAAL



SOCIALE ZAKEN

Over SZ

Het vaksecretariaat Sociale Zaken (SZ) volgt de sociaaleconomische ontwikkelingen in wet- en regelgeving en vertaalt deze waar nodig naar de sector. SZ is daarbij werkzaam voor drie organisaties: het Nederlands Uitgeversverbond, de Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf en het Bedrijfstakbureau voor het Uitgeverijbedrijf. Het vaksecretariaat ondersteunt de WU in alle cao-trajecten en de werkzaamheden die daarmee samenhangen. Daarnaast biedt SZ advies en ondersteuning aan de NUV-lidbedrijven op het gebied van HR en arbeidsvoorwaarden.

Breed terrein

‘Veel mensen denken dat de belangenbehartiging van het vaksecretariaat SZ zich beperkt tot de cao’s.’ Aan het woord is Ruud Schets, secretaris SZ en hoofd van de afdeling. ‘Dat is niet verwonderlijk,

cao’s zijn heel zichtbaar, omdat ze vrijwel iedereen in de bedrijfstak aangaan. Andere aandachtsgebieden en beleidsterreinen van SZ spelen zich veel meer af op bedrijfstakniveau en zijn daardoor minder zichtbaar.’

Schets benoemt kort een aantal andere aandachtsgebieden: ‘Naast de individuele belangenbehartiging, die een groot deel van onze werkzaamheden beslaat, zijn dat bijvoorbeeld het Sectorplan Uitgeverijbedrijf dat in 2014 in het kader van de Asschergelden op touw is gezet. Daarbij is ruim zes miljoen euro aan subsidie voor de bedrijfstak beschikbaar gekomen. Maar ook de pensioenproblematiek in brede zin, die vooral speelt met de komst van de nieuwe CAO voor het Uitgeverijbedrijf per 1 januari 2015. En niet te vergeten het overleg met de fiscus over een aantal onderwerpen waarvoor wij voor de sector eigen fiscale convenanten hebben afgesloten, diverse projecten op het terrein van scholing en opleiding, en mantelpolissen

ten behoefte van de lidbedrijven. En zo zijn er nog wel wat.’ Schets vervolgt: ‘Breed kunnen blijven opereren vergt dat je weet wat er leeft en wat er te koop is.’ Die informatie moet je gebruiken voor passende oplossingen. Veel HR-ondersteuning binnen NUV-lidbedrijven is verdwenen als gevolg van reorganisaties. Het NUV voorziet in de behoefte aan professionele ondersteuning op het gebied van arbeidsvoorwaarden en HR.’

Individueel advies op maat

Door de transformatie die de uitgeefbranche doormaakt, kunnen NUV-leden steeds minder investeren in eigen stafafdelingen en/of externe adviseurs. Dat betekent dat er voor het NUV meer werk aan de winkel is. Ondersteuning van de leden op het terrein van SZ vergt kennis van arbeidsvoorwaarden en het brede HR-terrein. In 2014 heeft het NUV een aantal bedrijven bij reorganisaties begeleid en geadviseerd over onderwerpen als afspiegeling, het ontslagtraject bij het UWV en cetera. Waar meer gerichte ondersteuning vereist was, vond nauwe samenwerking plaats met Bosch Advocaten, een kantoor dat goed is ingevoerd in de uitgeverij. Dit leidde veelal tot passende oplossingen.

Maar het gaat bij de ondersteuning niet alleen over reorganisaties. Veel vragen betreffen specifieke onderwerpen op arbeidsvoorwaardelijk terrein: vragen over functies, salarisindeling, arbeidscontracten en cetera. Zowel kleine, middelgrote als grote ondernemingen vroegen het NUV om individueel advies.

Samenwerken

Op het vaksecretariaat SZ is het thema ‘Samen’ bij uitstek van toepassing. Schets: ‘Wij hebben een kleine bezetting, dus wij kunnen alleen maar onze doelen realiseren in nauwe

samenwerking met anderen. In ons geval zijn dat de NUV-leden en ons HR-netwerk in het veld. Binnen de kaders van de cao wordt samen invulling gegeven aan eigentijds beleid en de dienstverlening aan de leden. Dat geldt ook zeker voor de gedachtevorming en beleidsvoorbereiding. Het monitoren van sociaaleconomische en/of wettelijke ontwikkelingen en het vertalen daarvan naar de cao, of andere regelingen met consequenties voor bedrijven, kan alleen maar plaatsvinden in een goede onderlinge wisselwerking.

De praktijk leert dat dankzij dat goede netwerk van contacten, zowel leidinggevendenden als de specialisten op gebied van HR of arbeidsvoorwaarden, mooie resultaten worden geboekt. Met alleen de bezetting van 2,8 fte op bureauniveau zou dat allemaal ondenkbaar zijn.’

Maar de samenwerking betreft ook sociale partners. Hoewel ieder voor zijn eigen belang opkomt, mag worden geconstateerd dat door de jarenlange relaties tussen cao-partijen ook vertrouwen is gegroeid. Dat vertrouwen heeft het mogelijk gemaakt om samen grote stappen te zetten bij het realiseren van de gemeenschappelijke cao voor de hele sector.

*‘Op het vaksecretariaat
SZ is het thema
“Samen” bij uitstek van
toepassing.’*

Cao-overleg 2014

Het cao-overleg is in 2014 succesvol afgerond. Na een gedegen voorbereiding heeft in 2014 overleg plaatsgehad over de nieuwe CAO voor het Uitgeverijbedrijf per 1 januari 2015. Tegelijkertijd vond overleg plaats over voortzetting van de bestaande cao's tot en met het jaar 2014. Het cao-overleg heeft in 2014 door de gestelde looneisen grote vertraging opgelopen. Gelukkig werd aan het einde van het jaar toch een onderhandelingsresultaat bereikt dat daarna door alle cao-partijen is goedgekeurd.

In de aanloop naar de nieuwe cao in 2015 zijn de bestaande cao's voortgezet tot en met het jaar 2014 onder toekenning van een loonsverhoging van 1 procent per 1 januari 2014. De daadwerkelijke overstap naar de nieuwe CAO voor het Uitgeverijbedrijf per 1 januari 2015 was onderdeel van het akkoord. Dit is de eerste bedrijfstak-cao die op moderne leest is geschoeid.

Zes oude en dichtgegroeide cao's zijn losgelaten om tot één nieuw flexibel pakket te komen. Belangrijk onderdeel van de nieuwe cao is het zogeheten persoonlijke keuzebudget (PKB), dat de werknemer in staat stelt zijn eigen arbeidsvoorwaardenpakket samen te stellen. De technische faciliteiten waarmee het PKB daadwerkelijk kan worden beheerd, worden in april 2015 opgeleverd en via het Bedrijfstakbureau Uitgeverijbedrijf aan werkgevers en werknemers ter beschikking gesteld.

Ondernemingen krijgen in de nieuwe cao veel ruimte om tot invulling van eigen arbeidsvoorwaarden op bedrijfsniveau over te gaan. Werkgevers en werknemers bepalen samen voor een belangrijk deel het arbeidsvoorwaardenpakket dat binnen de onderneming zal gelden. Voor kleine ondernemingen biedt de cao een basispakket. Ook scholing en opleiding krijgen in de nieuwe

cao een prominente rol, meer dan voorheen het geval was. Dat sluit aan bij de transformatiefase waarin de sector zich bevindt. Werkgevers en werknemers worden gestimuleerd om samen goede opleidingsplannen te maken.

In het kader van de voorlichting over de nieuwe cao heeft het NUV eind 2014 vier roadshows in het land gehouden, die druk werden bezocht door de NUV-leden. Schets: 'Wanneer de nieuwe cao in 2015 daadwerkelijk is ingevoerd, zullen we opnieuw roadshows organiseren om alle nieuwe ontwikkelingen voor het voetlicht te brengen.'



Pensioenen

Een ander zeer belangrijk aandachtsgebied voor SZ betreft de pensioenproblematiek. Het gaat daarbij om technisch ingewikkelde onderwerpen. Schets: 'Daarvoor heeft het vaksecretariaat experts en deskundigen achter de hand die daarin begeleiden. Wat de pensioenen betreft proberen wij vanuit de bedrijfstak alle wensen van de NUV-leden zo goed mogelijk in vervulling te laten gaan.'

Belangrijke onderwerpen van aandacht zijn zowel de voorwaarden waaraan pensioenregelingen dienen te voldoen (cao) als de uitvoering van de pensioenregelingen. Het uitgangspunt is daarbij om op ondernemingsniveau zo veel mogelijk regelruimte te bieden aan werkgevers en werknemers.

Een belangrijke pensioenuitvoerder voor de sector is het Pensioenfonds PGB geworden. PGB heeft enige jaren geleden, mede op initiatief van het NUV, zijn basis verbreed en

de deuren ook opengesteld voor niet-grafische ondernemingen. In toenemende mate brengen uitgeverijbedrijven hun eigen pensioenregeling onder bij PGB.

Inmiddels hebben ook andere sectoren de weg naar PGB gevonden. PGB biedt zelf ook een pensioenregeling aan, die uiteraard voldoet aan de minimumeisen die door de cao worden gesteld.

Werkgeversberaad Uitgeverijen

In 2014 maakten elf uitgeverijbedrijven deel uit van het deelnemersbestand van PGB, die samen een kwart van de premieopbrengst bijeenbrachten. Dat maakt de uitgeverijsector binnen het PGB tot een grote speler.

In dat licht is in 2014 ook het initiatief genomen om dichterbij het bestuur te zitten, waarin de uitgeverijsector op dit moment nog niet vertegenwoordigd is. Dat heeft geleid tot de instelling van de zogenoemde werkgeversraad, die tot doel heeft invloed uit te oefenen op de werkgeversleden in het bestuur. De werkgeversleden binnen PGB zijn inmiddels cao-partijen uit allerlei sectoren. Dat maakt de behoefte van uitgevers om in een apart werkgeversberaad zaken te volgen en te bespreken die binnen het bestuur van PGB spelen des te groter. Het werkgeversberaad heeft een eigen reglement.

Sectorcommissie Uitgeverijen

Daarnaast is er op initiatief van het NUV, mede op verzoek van enkele grote en middelgrote uitgeverijen, bij PGB een zogenoemde Sectorcommissie Uitgeverijbedrijf ingesteld, die bestaat uit vertegenwoordigers van bedrijven uit de uitgeverijsector die hun eigen pensioenregeling hebben ondergebracht bij PGB. De sectorcommissie heeft in 2014 periodiek overleg gehad met het PGB-bestuur over premiehoogte, de eisen van De Nederlandsche Bank (nieuw financieel toetsingskader, vereiste

dekkingsgraden en dergelijke) en de veranderende pensioenwetgeving (verlaging opbouwpercentage, fiscale aftopping van pensioengevend salaris).

‘Betaalbare en qua kosten beheersbare pensioenafspraken binnen de onderneming blijven het uitgangspunt.’

Nieuwe pensioenvormen

Omdat de ontwikkelingen in pensioenland snel gaan, wil de uitgeverijsector ook graag ruimte voor andersoortige pensioenregelingen dan alleen eindloon of middelloon. PGB is daarom gevraagd ook andere producten te ontwikkelen, zoals *Defined Contribution* (DC)-regelingen/ beschikbare premieregelingen. Vanzelfsprekend dienen nieuwe pensioenproducten te passen binnen de kaders van de nieuwe cao.

Uitgangspunt is en blijft altijd dat er binnen de onderneming zo veel mogelijk ruimte moet zijn om betaalbare pensioenafspraken te maken. Dat moet zich niet noodzakelijk beperken tot slechts een of enkele pensioensystemen, combinaties moeten ook mogelijk zijn. Het gaat erom dat de besluitvorming daarover dient plaats te vinden op ondernemingsniveau, omdat de sector nu eenmaal geen bedrijfstakpensioenfonds heeft waarin centrale afspraken kunnen worden gemaakt. De nieuwe pensioenafspraken in het kader van de CAO voor het Uitgeverijbedrijf worden gemaakt in de eerste helft van 2015.

Sectorplan Uitgeverijbedrijf

Minister Asscher van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) heeft in 2013 aangekondigd middelen beschikbaar te stellen aan sectoren om maatregelen te treffen in het kader van behoud en ontwikkeling van werkgelegenheid. Het doel van deze Asschergelden is het bevorderen van duurzame inzetbaarheid, door werknemers toe te rusten met competenties die zij in de toekomst nodig hebben. Het zijn crisismaatregelen omdat er veel druk was op de werkgelegenheid binnen de branche. Het vaksecretariaat SZ heeft het initiatief genomen om daarop in te springen en een subsidieaanvraag in te dienen in de vorm van een sectorplan. Het doel van het sectorplan is: 'Goed geschoold en opgeleid zijn om te voldoen aan de nieuwe competenties in de uitgeverijsector.'

Het Sectorplan Uitgeverijbedrijf is voor een belangrijk deel gebaseerd op de veranderingen in de uitgeverijsector en op het bevorderen van de duurzame inzetbaarheid van werknemers.

Ingeschreven is op een zestal maatregelen, die zijn in te delen in enerzijds scholing en opleiding en anderzijds activiteiten om mensen weer snel aan het werk te helpen, zoals werk-naar-werktrajecten. In september 2014 keurde de minister het plan goed en werd de subsidieaanvraag gehonoreerd middels een ministeriële beschikking. Daarmee is een subsidiebedrag van 6,2 miljoen euro voor de sector beschikbaar gekomen. Op basis van strikt geformuleerde spelregels kan deze subsidie worden aangewend voor werkgelegenheidsmaatregelen ten behoeve van de uitgeverijsector.

De uitvoering van het sectorplan verloopt via het Bedrijfstakbureau Uitgeverijbedrijf, hoofdaanvrager van het sectorplan. De doorlooptijd bestrijkt de kalenderjaren 2014 en 2015.

Mantelpolissen

Het NUV heeft ten behoeve van zijn leden een aantal mantelpolissen afgesloten. Doel is het bieden van goede faciliteiten op het terrein van verzekeringen. Deelname geschiedt altijd op vrijwillige basis. De looptijd van de verschillende afspraken met verzekeraars loopt uiteen. De mantelpolis pensioenen NUV/Aegon loopt eind 2015 af, na een looptijd van tien jaar. Er dienen in 2015 nieuwe mantelafspraken te worden gemaakt op basis van de pensioenafspraken die in de nieuwe cao worden gemaakt. Veel leden maken gebruik van de mantelpolis voor de zorgverzekering bij Zilveren Kruis; de dienstverlening van de verzekeraar is goed.

Fiscaal overleg

Op initiatief van het vaksecretariaat SZ vond ook in 2014 regelmatig overleg plaats met de fiscus over onderwerpen die voor de sector van groot belang zijn. Dat zijn onder meer de Werkkostenregeling (WKR), de regeling Gratis Krantverstrekking en freelancers (in samenwerking met het vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken).

Regeling Gratis Krantverstrekking/WKR

Door de komst van de WKR worden de mogelijkheden om een gratis krant te verstrekken zeer beperkt. Verstrekking zal straks nog slechts kunnen plaatsvinden aan enkele functiegroepen en bijzondere medewerkers in dagbladorganisaties. SZ heeft opnieuw het overleg met de Belastingdienst aangegrepen om zich sterk te maken voor behoud van de gratis krant voor verkoopmedewerkers en journalisten. Om de gratis verstrekking te kunnen handhaven, moet worden voldaan aan het criterium in de WKR dat stelt dat de krant als gereedschap moet kunnen worden aangemerkt. Het overleg hierover tussen SZ en de fiscus is nog gaande.

Freelancers

Afgesproken is om een administratieve verlichting te realiseren ten aanzien van de VAR bij bedrijven voor kleine freelance opdrachten (wanneer freelancers minder dan 8.200 euro verdienen bij een en dezelfde opdrachtgever).

‘SZ maakt zich bij de Belastingdienst sterk voor behoud van de gratis krant voor verkoopmedewerkers en journalisten.’

In 2014 begonnen de voorbereidingen voor de zevende Nyenrode-conferentie die in april 2015 is gehouden, voorafgaand aan de uitreiking van de Tegels, jaarprijzen voor de journalistiek. Het thema was: ‘Journalistieke vernieuwing, belicht vanuit diverse invalshoeken.’



Scholing en opleiding

Platform Mediastages

Het Platform Mediastages (PMS) is een initiatief van SZ en betreft een overleg met alle partijen die betrokken zijn bij de opleidingstrajecten. Het PMS verbindt het werkveld (redacties) en de opleidingen (scholen voor journalistiek en universitaire opleidingen). Het PMS organiseert onder andere de jaarlijkse Nyenrode-conferenties. Deze conferenties gaan over de actualiteit en de ontwikkelingen in de journalistiek en hoe de opleidingen daaraan tegemoet kunnen komen zodat studenten adequaat toegerust zijn voor hun taak op de redacties. Het overleg vindt plaats tussen vertegenwoordigers van journalistieke opleidingen, redacties, het Nederlands Genootschap van Hoofredacteuren (NGvH), en Mediastages (onderdeel van de Media Academie) die veelal als makelaar fungeert tussen stagiaires en inlenende bedrijven. Ook de NVJ en de werkgevers zijn vertegenwoordigd in het PMS.

Toekomstprofielen

Het NUV en het Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen (KVGO) hebben in samenwerking met kennisinstituut TNO praktijkgerichte toekomstscenario's ontwikkeld. Het resultaat betreft vier scenario's van hoe een uitgeverij in de nabije toekomst eruit komt te zien. Hoewel de rollen binnen de uitgeverij niet zullen veranderen, zal dat wel gelden voor de competenties die in de nabije toekomst nodig zijn. Samen met opleidingsinstituut GOC wordt daar door het NUV praktische invulling aan gegeven.

Naast de toekomstscenario's zijn, in 2013, tien toekomstprofielen opgesteld voor de medewerkers binnen de sector in 2020. Deze profielen dienden mede als basis voor de opzet en de invulling van het Sectorplan Uitgeverijbedrijf. In 2015 wordt hieraan via enkele informatiebijeenkomsten aandacht besteed.

Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf

De Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf (WU) is sinds 2013 de rechtspersoon waarin het NUV alle activiteiten aan werkgeverszijde met betrekking tot cao's en cao-overleg heeft ondergebracht. Alle taken op dit terrein die voorheen door het NUV werden uitgevoerd, vallen nu onder verantwoordelijkheid van de WU. Het vaksecretariaat SZ voert nog steeds de werkzaamheden uit die daaraan verbonden zijn. Het voordeel van de WU is vooral praktisch: alle onderhandelingen vinden nu in één hand plaats, wat de efficiëntie en het te bereiken resultaat zeer ten goede komt. Er vinden geen afzonderlijke onderhandelingstrajecten meer plaats. De nieuwe aanpak heeft bijgedragen aan het gezamenlijke cao-resultaat voor de verlenging van de zes cao's in 2014 en de invoering van de nieuwe CAO voor het Uitgeverijbedrijf in 2015.



Bedrijfstakbureau

Het Bedrijfstakbureau Uitgeverijbedrijf (BTB) is het orgaan waarin cao-partijen gezamenlijk zitting hebben en dat de cao-afspraken uitvoert. Het bedrijfstakbureau is ondergebracht in een stichting waarin de vijf partijen participeren die zijn betrokken bij de cao's in de sector. Dat zijn aan werkgeverszijde de Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf (WU) en aan werknemerszijde: FNV KIEM, CNV Dienstenbond, De Unie en de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ). Het Bedrijfstakbureau is een belangrijk vehikel om allerlei activiteiten ten behoeve van de bedrijfstak te kunnen laten plaatsvinden dan wel in goede banen te leiden. De werkzaamheden voor het BTB vinden eveneens plaats door het vaksecretariaat SZ.

De projecten die door het BTB in 2014 zijn afgerond of opgestart: het Sectorplan Uitgeverijbedrijf, de ontwikkeling van een arbeidsvitaliteitsapp, de start van de ontwikkeling van de PKB-arbeidsvoorwaardentool en de eerste uitrol van de toekomstprofielen.



Website Uitgeverijbedrijf.nl

Na een lang voorbereidingstraject is medio 2014 de nieuwe BTB-website gelanceerd. De informatie op de site is door middel van een geheel nieuwe navigatiestructuur snel te vinden. Hoewel de site functioneert onder auspiciën van het Bedrijfstakbureau, wordt de site geheel onderhouden door het vaksecretariaat SZ.

Gezond Uitgeven!

Gezonduitgeven.nl vormt een onderdeel van de BTB-website, met als belangrijk aspect de digitale RI&E, de risico-inventarisatie en -evaluatie, die wettelijk verplicht is. De uitgeefsector heeft van het ministerie van SZW een eigen keurmerk gekregen. Van de digitale RI&E op de site wordt veel gebruikgemaakt door vooral kleine en middelgrote ondernemingen. In 2014 ging het om ruim 80 uitgeverijen. De digitale arbocatalogus Gezond Uitgeven! is na de vernieuwing van de BTB-website in 2014 geheel geïntegreerd in de site.

Toekomst

In 2015 wordt veel aandacht gegeven aan de invoering van de nieuwe CAO voor het Uitgeverijbedrijf en de implementatie ervan bij de leden.

Een ander belangrijk aandachtsgebied in 2015 is de verdere ontwikkeling van een extern HR-netwerk, inclusief de ontwikkeling van een HR-netwerkapp. Op deze manier kan het vaksecretariaat ook in de toekomst klein van opzet blijven en adequaat blijven reageren op vragen vanuit de NUV-leden. Verder zal meer aandacht gegeven worden aan specifieke, thematische communicatie op het terrein van SZ in brede zin.

*‘Belangrijke
speerpunten in
2015 zijn de nieuwe,
moderne cao en de
ontwikkeling van
een netwerk van HR-
specialisten.’*





SAMEN PROFESSIONALISEREN & NETWERKEN

NUV ACADEMY



Het NUV lanceerde in 2013 NUV Academy: een initiatief om de professionalisering in de uitgeefbranche te ondersteunen door het delen van kennis en ervaring en door samenwerking tussen leden te stimuleren. Wegens het succes in 2013 en 2014 biedt NUV Academy ook in 2015 allerlei bijeenkomsten en trainingen aan.

Platform voor professionalisering en innovatie

Aan het woord is Nineke van Dalen, directeur van NUV Academy: 'NUV Academy is het platform dat professionalisering en innovatie in de branche stimuleert door leden samen te brengen, zodat zij kennis en *best practices* kunnen delen. Alle uitgeefsectoren hebben te maken met vraagstukken over digitale transformatie en mediaconvergentie. Met zijn Academy brengt het NUV de expertise van de verschillende NUV-leden op het gebied van digitaal uitgeven samen op het niveau van de gehele uitgeefindustrie.'



NUV Academy realiseert dit vooral door strategische en themabijeenkomsten te organiseren, net als trainingen (in samenwerking met derden) voor het *hands-on* ontwikkelen van digitale uitgeefskills. Ook stelt NUV Academy specifieke programma's samen op verzoek van de vijf bij het NUV aangesloten groepsverenigingen. Van Dalen: 'Met NUV Academy geeft het NUV invulling aan de lang gekoesterde wens om leden concreet te ondersteunen bij hun

transformatie tot professionele digitale media-ondernemingen. Dat is in deze tijd, waarin bij veel bedrijven de opleidingsbudgetten onder druk staan, een belangrijke uitbreiding van onze dienstverlening. Dat blijkt ook uit de uitstekende opkomst vanuit alle vijf uitgeefsectoren. In 2013 en 2014 werden dertig bijeenkomsten georganiseerd. In 2014 namen in totaal 764 medewerkers van NUV-leden deel aan de bijeenkomsten. Mooi is dat de branche zich vanuit de kracht van het eigen netwerk versterkt door *best practices* en *lessons learned* manifest te maken. Naast het bijkomende opleidingsaanbod biedt NUV Academy de leden een platform voor talentscouting, samenwerkingspartners en acquisitieproposities.’



Sectorspecifieke meerwaarde voor alle NUV-leden

‘Er is natuurlijk al een groot trainingsaanbod in de markt’, aldus Van Dalen. ‘De kracht van NUV Academy is nu juist het specifiek verbinden van uitgeefervaringen in een veilige setting. Hierdoor levert de interactie tussen de deelnemers direct toepasbare oplossingen voor hun eigen praktijk op. De grootste uitdaging voor NUV Academy is het managen van de niveau- en faseverschillen tussen de lidbedrijven, naast de zeer uiteenlopende

omvang van de lidbedrijven. Persoonlijk vind ik dat we er goed in slagen om deze verschillen te overbruggen. De ene keer proberen we een cross-over te bewerkstelligen waarbij grote en kleinere leden, b2c- en b2b- en *multi channel*- en *mono track*-uitgeverijen van elkaar leren. De andere keer kiezen we voor één expliciet niveau en voldoen we daarbij aan de verwachtingen van de specifieke deelnemers.’ Uit de (anonieme) deelnemersevaluaties blijkt hun enthousiasme over de bijeenkomsten.

*‘Ik vond de sessie
ge-wel-dig.
Goede sprekers,
goede interactie, etc.
Top gedaan!’*

Veel bijeenkomsten worden via de contributie gefinancierd, die zijn dan ‘gratis’ voor leden. Denk bijvoorbeeld aan de cursus ‘Auteursrecht’ waar jaarlijks veel vakgenoten hun kennis actualiseren. In 2014 en 2015 werden en worden in het kader van het Sectorplan Uitgeverijbedrijf diverse informatieve bijeenkomsten georganiseerd. Rond de nieuwe CAO voor het Uitgeverijbedrijf trok NUV Academy, samen met het NUV-vaksecretariaat Sociale Zaken (SZ), het land in met roadshows op locatie bij een aantal lidbedrijven. Ruud Schets, hoofd van SZ: ‘NUV Academy draagt desgevraagd vanuit de branchevereniging op efficiënte wijze zorg voor informatie- en/of discussiebijeenkomsten over actuele (innovatie)aangelegenheden in de media-/uitgeverijsector. De afdeling kan worden beschouwd als een verrijking van de dienstverlening aan de NUV-lidbedrijven.’ Niet alle bijeenkomsten worden uit de contributie gefinancierd. Voor specifieke

themabijeenkomsten wordt een kostenbijdrage van de deelnemers gevraagd. Op die manier kan NUV Academy 'not for profit' de leden faciliteren zonder dat de contributie moet worden verhoogd.

Het aanbod in 2015

Ook voor 2015 ontwikkelt NUV Academy een interessant programma op het gebied van innovatie en digitaal uitgeven. Voor de themabijeenkomsten wordt samengewerkt met inspirerende deskundigen, aangevuld door een of meer uitgeefcases. Nog belangrijker is dat NUV Academy de deelnemers uitdaagt om deel te nemen aan de 'digitale uitgeefdiscours'. In de eerste maanden van 2015 vonden onder andere de masterclass 'Privacy', de themabijeenkomst 'Klantgedreven uitgeven' en de workshop 'Innoveren als een startup' plaats. De belangrijkste thema's voor uitgeefmedia in 2015 hangen samen met contentmarketing, online adverteren, *mobile marketing*, datagestuurd uitgeven, online video 3.0 en innovatieve skills en tools. Ook is er aandacht voor ontwikkelingen die kansen bieden om de uitgeefportefeuille te verrijken. Denk bijvoorbeeld aan *applied gaming*, *e-commerce* en *e-learning*. Een overzicht van de gerealiseerde en voorgenomen activiteiten in 2015 vindt u op www.nuvacademy.nl.

SAMENWERKEN VERSTERKT BOEKENVAK



GROEP ALGEMENE UITGEVERS

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

De markt in 2014 en de verwachting voor 2015

Voor de GAU was 2014 een jaar van uitersten. Het begon in mineur met het faillissement van Polare en ECI, maar eindigde met de doorstart van de boekenclub en van niet minder dan zeventien voormalige Polare-winkels. Daarnaast was de omzet in december uitstekend. Qua omzet was in de totale markt sprake van een daling van bijna 8 procent, maar zoals GAU-voorzitter Wiet de Bruijn zei op de nieuwjaarsreceptie: 'We zien dat de economie iets stabiliseert, wat z'n weerslag zal hebben op de boekenmarkt. Ik denk dat de grootste daling achter de rug is.' De markt voor e-books groeide opnieuw in 2014, bijna 11 procent in omzet en 20

procent in afzet. Ook het aanbod groeide met 27 procent; inmiddels zijn al meer dan 35.000 titels beschikbaar als e-book.

Ledeninformatiebijeenkomsten

In de loop van januari 2014 werd duidelijk dat de winkelketen Polare problemen had. Nadat uitstel van betaling was aangevraagd, organiseerden GAU en Media voor Vak en Wetenschap (MVW) een bijeenkomst in samenwerking met de curator. Gedurende de gehele periode informeerde de GAU zo goed mogelijk haar leden, met tot slot een bijeenkomst in mei waarin de directie van CB uitleg gaf over de afwikkeling van het faillissement van Polare. Gelukkig heropenden een groot aantal vestigingen weer hun deuren. Lezers/klanten van de voormalige Polare-winkels maakten samen met de boekhandels door diverse crowdfundingacties veelal een doorstart mogelijk. 'Bijna 1.800 mensen hebben een substantieel bedrag over voor de

voortzetting van de winkel’, vertelde Leo van de Wetering, een van de nieuwe eigenaren van Donner. Joost Nijsen (Podium) noemde het: ‘Een geluk bij een ongeluk.’

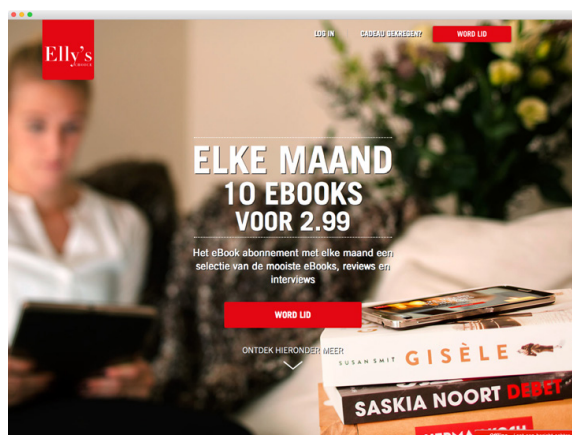
Onderzoek

De GAU droeg ook in 2014 weer bij aan het onderzoek dat in opdracht van de Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB) door GfK wordt uitgevoerd. De wekelijkse (betrouwbare) top 60 is het bekendste resultaat en in 2014 werden ook de e-books geregistreerd. De kwalitatieve onderzoeken gaven verdiepend inzicht in koop- en leesgedrag.

Zo bleek uit het onderzoek naar het kopen, lezen en lenen van boeken dat steeds meer lezers zowel papieren als digitale boeken lezen. In 2012 las 36 procent papieren boeken én e-books, in 2014 is dat gestegen naar 46 procent. Toch geeft ruim de helft van de Nederlanders nog steeds de voorkeur aan uitsluitend papieren boeken. Uit een later onderzoek bleek dat in 2014 ‘het digitale lezen op e-readers, tablets, computers en smartphones met 2 procent is gestegen. De smartphone wordt steeds vaker gebruikt voor het lezen van dagbladen en boeken en het kijken naar televisieprogramma’s.’

Ook toont onderzoek van SMB aan dat inmiddels ‘een op de vijf Nederlanders weleens boeken op een e-reader leest. Een op de tien van hen doet dat dagelijks of meerdere keren per week.’ (Bron: GfK)

‘Samenwerking met partijen buiten het boekenvak kan tot verrassende innovaties leiden.’



Elly's Choice en andere digitale initiatieven

2014 was ook het jaar van nieuwe initiatieven en samenwerking. In augustus werd Elly's Choice geïntroduceerd, een e-bookabonnementenservice. Elly's Choice is een idee van Digi-Muse. VBK en Overamstel uitgevers werken met hen samen. ‘Het idee is zo goed dat alleen iemand van buiten het vak het kan bedenken’, zei Luitingh-Sijthoff directeur Geneviève Waldmann bij de presentatie. ‘Samenwerking met partijen buiten het boekenvak kan tot verrassende innovaties leiden’, aldus Martijn David, secretaris van de GAU. GAU-lidbedrijven sloten in 2014 massaal overeenkomsten met bibliotheken voor de verhuur van e-books, ruim 7.000 titels zijn al beschikbaar. Nederland loopt met deze samenwerking tussen uitgevers en bibliotheken in Europa ‘echt voorop’, aldus minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap Jet Bussemaker. In september behandelde de Tweede Kamer overigens de nieuwe ‘bibliotheekwet’. De GAU en het NUV steunden deze wet, met name omdat de rol en functie van bibliotheken nu helder worden gedefinieerd, maar vroegen wel aandacht voor het risico van marktverstoring door de nieuw op te richten ‘nationale digitale bibliotheek’.

De procedure voor het Hof van Den Haag over de vraag of e-books onder het leenrecht vallen werd in 2014 voortgezet. Over deze vraag verschillen de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB) enerzijds en GAU/NUV, maar ook Lira en de Vereniging van Letterkundigen, anderzijds fundamenteel van mening. De rechtbank Den Haag heeft daarover vragen gesteld aan het Hof van Justitie van de Europese Unie.

In november 2014 introduceerde de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB) twee nieuwe prijzen op het gebied van digitaal lezen. 'De eerste, *de Kameleon*, is de prijs voor het beste interactieve kinderboek. De tweede, *de Gekko*, is voor de beste interactieve spin-off van een kinderboek', aldus CPNB.

Inspiratie

In januari 2014 hield de GAU haar traditionele nieuwjaarsbijeenkomst. Mizzi van der Pluijm (Atlas Contact) hield een prikkelend betoog over de stelling: 'Wat moeten we doen voor de auteur?' Stephen Page (CEO van Faber & Faber) liet zien hoe een bijna honderd jaar oude uitgeverij de digitale tijd volop kan omarmen, van Faber Social tot Faber Academy. Faber Academy won de 'Digital Publisher of the Year Award' voor de iPad-appversie van het klassieke gedicht *The Waste Land* van T.S. Eliot. Voor deze bijzondere app werkte Faber samen met Touchpress.

In augustus 2014 organiseerden de GAU-leden VBK, WPG en Lannoo Meulenhoff het nieuwe evenement 'Beste Boeken Live' in de Ziggo Dome, een marketingdag voor boekverkopers. 'Het was een dag om boekverkopers te inspireren, auteurs te ontmoeten en vooral in gesprek te gaan over sales en marketing', aldus Caroline Mouwens, commercieel directeur van VBK en een van de initiatiefnemers van de dag.

Internationaal

In maart 2014 werd aangekondigd dat op de Frankfurter Buchmesse 2016 Nederland en Vlaanderen gezamenlijk gastland zullen zijn. Minister Bussemaker was enthousiast: 'Dit is goed nieuws voor de Nederlandstalige creatieve cultuur. Een gastlandschap als dit kan een enorme impuls betekenen voor de literatuur, zoals we dat ook in 1993 hebben gezien bij de eerste gezamenlijke presentatie van Nederland en Vlaanderen. Het internationale succesverhaal van 1993 kan zijn vervolg krijgen in 2016 voor weer nieuwe generaties van auteurs en uitgevers en nieuwe verschijningsvormen van het boek.'

De Frankfurter Buchmesse vindt jaarlijks plaats in oktober en is met circa 7.500 deelnemende exposanten uit meer dan 100 landen, ruim 9.000 journalisten en circa 275.000 bezoekers de grootste en belangrijkste boekenbeurs ter wereld. De GAU en haar leden worden nauw betrokken bij alle voorbereidingen voor dit evenement. De organisatie zelf ligt in handen van de letterenfonds van Nederland en Vlaanderen.

In oktober organiseerde de GAU tijdens de Frankfurter Buchmesse 2014, in samenwerking met CB, haar jaarlijkse drukbezochte borrel. Het CB organiseerde daar interactieve sessies over de e-bookmarkt en artikelinformatie. Tijdens de Bologna Book Fair in maart vond de traditionele party van de kinderboekenuitgevers plaats. Veertien kinderboekenuitgevers, het Nederlands Letterenfonds en de GAU maken samen deze bijeenkomst voor relaties ieder jaar weer mogelijk.

Ook in 2014 heeft de GAU in zowel Den Haag als Brussel, in samenwerking met haar (internationale) zusterorganisaties als de Federation of European Publishers (FEP), zich ingezet om e-books onder het lage btw-tarief

te laten vallen. Het verschil tussen de twee tarieven, 15 procent, maakt e-books relatief duur ten opzichte van fysieke boeken.

Strijd tegen illegaliteit

De GAU leverde ook in 2014 een bijdrage aan de strijd tegen illegaal aanbod. De samenwerking met BREIN in het programma BREIN+ resulteerde in het verwijderen van 4,4 miljoen zoekresultaten die bij Google naar illegale bestanden leidden.

In juli 2014 startte de GAU samen met MVW een kort geding tegen Tom Kabinet, een website die 'tweedehands' e-books aanbood. De voorzieningenrechter wilde geen inhoudelijk oordeel vellen en wees de eis in eerste instantie af. In hoger beroep oordeelde het Hof van Amsterdam dat Tom Kabinet in ieder geval moest sluiten totdat het overweldigende illegale aanbod van de website was gehaald en geweerd bleef. Vele leden steunden, publiekelijk of in directe contacten, de aanpak van GAU en MVW.

Nieuwe leden

In 2014 mocht de GAU weer diverse 'nieuwe' uitgeverijen als lid verwelkomen. Singel Uitgeverijen (Querido, Nijgh & Van Ditmar, De Arbeiderspers en Athenaeum-Polak & Van Gennep) en Balans verzelfstandigden zich van WPG en werden lid. Ook De Crime Compagnie, Fontaine Uitgevers, De Kring en Maven Publishing sloten zich bij de GAU aan. Wereldbibliotheek en Bas Lubberhuizen kwamen onder de vlag van Nieuw Amsterdam.



SAMEN ONDERWIJS VERNIEUWEN

GROEP EDUCATIEVE UITGEVERIJEN

De Groep Educatieve Uitgeverijen (GEU) behartigt de belangen van uitgeverijen die leermiddelen en diensten ontwikkelen en leveren aan het primair onderwijs (po), het voortgezet onderwijs (vo) en het middelbaar en hoger beroepsonderwijs (mbo/hbo). De leden van de GEU ondersteunen dagelijks 3 miljoen leerlingen en studenten en ruim 250.000 leraren op 8.000 scholen in hun leerproces. De GEU is in 2014 in ledental gegroeid en telt inmiddels 37 leden.

Visie op onderwijsvernieuwing tastbaarder

In 2014 versterkte de GEU haar positie als gesprekspartner voor het onderwijs. René Montenarie, directeur van de GEU, zag het beeld veranderen dat scholen, bestuurders en politiek van uitgeverijen hebben: 'Uitgeverijen worden door het onderwijs steeds meer gezien als belangrijke partijen om te betrekken bij onderwijsvernieuwing. Men ziet ons steeds

meer als *enabler*. Daar ben ik blij mee. Het doet recht aan de enorme investeringen die uitgeverijen al jaren in innovatie en digitale leermiddelen doen.'

Uitgeverijen zijn steeds meer van elkaar gaan verschillen. Volgens Harold Rimmelzaan, voorzitter van de GEU, is dat goed: 'Uitgeverijen maken allemaal hun eigen strategische afwegingen in de dynamiek die nu in de markt ontstaan is door een veranderende vraag en de snelle technologische ontwikkelingen. Dat geeft de scholen veel meer te kiezen. Er is altijd wel een uitgever die producten en diensten levert die aansluiten bij hoe de school haar onderwijs wil vormgeven. We zijn er in 2014 in geslaagd om ondanks deze verschillen een heldere gezamenlijke visie te formuleren op de complexe uitdaging van de onderwijsvernieuwing.'

In 2014 bracht de GEU de gemeenschappelijke visie op verschillende manieren onder de

aandacht. Rimmelzwaan: 'We organiseerden begin 2014 een conferentie voor sectorraden, schoolbesturen en directeuren, ambtenaren en kennisinstituten. Met hen voerden we een stevige inhoudelijke discussie over hoe we samen de veranderingen in het onderwijs kunnen ondersteunen. Denk aan thema's als opbrengstgericht werken, differentiatie in het onderwijsaanbod, leermiddelenbeleid en de implementatie daarvan. Iedereen was het erover eens dat we elkaar daarvoor hard nodig hebben.' Montenarie: 'Ook publiceerden we twee goed ontvangen rapporten en deelden we in onderwijsmagazines onze visie.'

Ook in 2015 zal de GEU veel aandacht geven aan haar zichtbaarheid in het gesprek over onderwijsvernieuwing. Montenarie: 'We willen ons verhaal nadrukkelijk concretiseren. Er gebeurt veel bij uitgeverijen. Dat willen we zichtbaar maken in nieuwe rapporten en artikelen aan de hand van concrete cijfers en voorbeelden van producten en diensten die onze leden vandaag al kunnen leveren.'

Samen met scholen het onderwijs beter maken

Vernieuwing van het onderwijs vindt natuurlijk niet plaats op conferenties, maar in de klas. Het is aan leraren om het onderwijs voor leerlingen aantrekkelijker en meer op maat te maken en tegelijk daarbij het rendement te waarborgen. Rimmelzwaan: 'Dat is een complexe opgave voor de leraar. Samenwerking en kennisuitwisseling zijn daarvoor onontbeerlijk. Daarom zijn de uitgeverijen in 2014 steeds nadrukkelijker scholen gaan ondersteunen bij hun interne dialoog over het ontwerpen van nieuwe leerprocessen. Goede aansluiting van onze leermiddelen op die leerprocessen is cruciaal. Dat bereiken we door kennis en ervaring van scholen en uitgeverijen te combineren.' De GEU en de uitgeverijen droegen in 2014 ook weer bij aan het initiatief van stichting

LeerKRACHT, waarin leraren met elkaar het onderwijs elke dag een beetje beter maken. Montenarie licht toe: 'LeerKRACHT helpt leraren en schoolleiding aanvankelijk vooral met het veranderingsproces zelf: met welke aanpak bereik je resultaat en betrokkenheid? We zien dat na het eerste leerKRACHT-jaar de vragen op de scholen steeds inhoudelijker en specifiekter worden. Leraren zoeken naar manieren om de veranderende onderwijsvisie van de school concreet te maken in de klas; bijvoorbeeld op het gebied van leerlingmotivatie of differentiatie. Om ze daarbij te helpen zullen we ook in 2015 bijdragen aan LeerKRACHT.'

*'Goede aansluiting
van onze leermiddelen
op die leerprocessen
bereiken we door
kennis en ervaring van
scholen en uitgeverijen
te combineren.'*

De GEU is ook betrokken bij het Doorbraakproject Onderwijs & ICT. Dit is een initiatief van PO-Raad, VO-raad en de ministeries van OCW en EZ om met marktpartijen een impuls te geven aan het gebruik van ICT als middel voor maatwerk en gepersonaliseerd leren. Rimmelzwaan: 'In 2015 gaan uitgeverijen een actieve rol vervullen in enkele leerlabs in het vo. Een leerlab is een project waarin enkele scholen samen met coaches en marktpartijen oplossingen voor een specifieke vraag in de praktijk zullen realiseren. Ook in het po willen uitgeverijen actief bijdragen aan de doorbraakvraagstukken

op scholen.’

Met elkaar standaarden en voorzieningen maken

De GEU is al jaren betrokken bij initiatieven als Edustandaard en iECK waarin diverse partijen gezamenlijk technische standaarden en voorzieningen voor de digitalisering van het onderwijs ontwikkelen. Die rol zal de GEU ook in 2015 blijven vervullen.

Montenarie: ‘Belangrijk en actueel is de ontwikkeling van een pseudoniem om de privacy van leerlingen beter te kunnen borgen bij het gebruik van leerlinggegevens en de uitwisseling daarvan met de school. Dit jaar zullen we daarnaast aandacht geven aan de implementatie van de standaard voor het uitwisselen van leerresultaten.’

In 2014 heeft de GEU het initiatief genomen om versnelling en vereenvoudiging mogelijk te gaan maken rond de distributie van en toegang tot digitale leermiddelen in het mbo. In de laatste maanden van 2014 hebben de GEU-uitgevers daarvoor een selectietraject doorlopen om te komen tot een of meerdere partners die een *white label* webshopvoorziening ontwikkelen en zelfstandig exploiteren. De keuze is daarbij gevallen op IT-Workz als partner voor de realisatie en de organisatie van pilots in het komende schooljaar.

Privacy belangrijke randvoorwaarde

Leermiddelen bieden steeds vaker mogelijkheden aan leraren om de vorderingen van leerlingen te volgen en daarop het leerproces aan te passen. Daarvoor leggen die leermiddelen gegevens van leerlingen vast. Rimmelzwaan: ‘We vinden het van groot belang dat de privacy van leerlingen en leerkrachten goed gewaarborgd is. De zorgvuldige behandeling van persoonsgegevens heeft veel

aandacht bij uitgeverijen.’

In 2014 hebben we binnen de GEU ons privacyreglement aangescherpt en bindend verklaard. Een uitgeverij moet dit reglement dus onderschrijven om lid te kunnen zijn van de GEU.’ Het privacyreglement van de GEU laat zich vatten in tien beloften. Montenarie: ‘Eind 2014 hebben we onze communicatie rondom onze beloften versterkt. Dit zullen we in 2015 verder voortzetten.’

Belang internationale contacten neemt toe

Het is duidelijk dat de invloed van Europese regels groter wordt en het belang van de internationale contacten toeneemt. Montenarie: ‘Om de beleidsmakers en politici in Europa goed te kunnen informeren over de ontwikkelingen bij educatieve uitgeverijen, werken we in onze internationale brancheorganisaties (IPA en FEP) nauw samen met andere landen. Het is daarbij van belang de innovatieve ontwikkelingen in Nederland goed over het voetlicht te brengen. De internationale samenwerking zullen we in 2015 daarom verder verstevigen.’

In 2014 heeft de GEU voor het tweede achtereenvolgende jaar met een groep stakeholders uit Nederland de conferentie ‘What Works?’ in Londen bezocht.

KRACHTEN- BUNDELING DOOR SAMENWERKING



GROEP PUBLIEKSTIJDSCRIFTEN

De Groep Publiekstijschriften (GPT) behartigt de belangen van 25 aangesloten magazine mediabedrijven. Deze bedrijven richten zich op consumentenmedia (tijdschriften, websites, evenementen). Hierbij staat de behoefte van de gebruiker centraal. Om in deze behoefte te voorzien, creëren en vermarkten de GPT-leden content in alle mogelijke vormen. In tekst en beeld, video en events. Door middel van hoogwaardige creativiteit en kwaliteit willen zij de consument inspireren en informeren.

Ontwikkelingen in de branche: nieuwe partnerships

Het tijdschriftenvak is onderhevig aan forse veranderingen. Alle gevestigde uitgevers lopen tegen hetzelfde probleem aan: de omzet uit de oude business, lezers- en advertentieomzet bij het papieren tijdschrift, is nog dominant maar krimpt sneller dan dat de omzet uit de nieuwe business groeit. Die groei kan uit alles komen:

websites, evenementen, e-commerce, reizen, noem het maar op.

Alles draait om merken, content en de *customer journey*: via welke kanalen bereik je consumenten op welk moment en met welke content? Het gaat erom lezers op diverse manieren te boeien en binden. Digitale strategieën worden ontwikkeld en mediamerken kunnen hun reikwijdte vergroten door nieuwe partnerships. Ook *advertising* wordt steeds meer door technologie gedreven. Met het toenemen van het aantal kanalen kunnen techniek en data helpen de boodschap te communiceren.

Nieuwe koers

De GPT wil optimaal aansluiting zoeken bij de nieuwe ontwikkelingen in de markt en zorgen voor een sterke belangenbehartiging voor de leden. In 2014 is een strategisch beleidsplan 2015-2017 opgesteld waarin kernachtig staat

beschreven waar de vereniging zich de komende jaren op richt.

Gekozen is voor een koers die aansluit bij de behoefte van de leden. De focus ligt op krachtige belangenbehartiging vanuit het domein *magazine media*. Daarnaast richt de vereniging zich op ontwikkeling van een kennisplatform.

De nieuwe missie luidt: 'De GPT ondersteunt de aangesloten leden bij de slag die zij maken om hun magazinemerken te transformeren naar multimediale merken.' Voor een sterke lobby in Den Haag en het overleg met de werknemersorganisaties over sociale zaken werkt de GPT nauw samen met het NUV.

Voor de lobby in Brussel is de GPT aangesloten bij de European Magazine Media Association (EMMA).

Meer samenwerking met leden

De GPT wil een aantrekkelijke vereniging zijn voor alle uitgevers van tijdschriften in Nederland, zowel groot als klein. In 2014 zijn kwalitatieve en kwantitatieve enquêtes gehouden onder de leden om een goed beeld te krijgen van de marktontwikkelingen en van de beeldvorming van de leden over de GPT. De vereniging wil de leden meer inhoudelijk toegevoegde waarde bieden. Hierbij is een efficiënte en flexibele manier van werken nodig. Om alle leden zo veel mogelijk te betrekken bij haar beleid, heeft de GPT gekozen voor een verenigingscyclus waarin samen met de leden het beleid wordt vastgesteld en geëvalueerd.

De Algemene Ledenvergadering komt drie keer per jaar bijeen en het bestuur bestaat uit vijf leden. Het bestuur gaat werken met portefeuilles voor de belangrijkste taakgebieden.

Voorzitter Luc van Os: 'De GPT heeft zich in de afgelopen jaren ontwikkeld tot een sterke vereniging met een belangrijk netwerk. Onze missie is de aangesloten leden te ondersteunen bij de slag die zij maken om hun magazinemerken te transformeren naar multimediale merken. Samen met nieuwe partners en de leden worden nieuwe strategieën ontwikkeld.'

'De GPT ondersteunt de aangesloten leden bij de slag die zij maken om hun magazinemerken te transformeren naar multimediale merken.'

GPT-directeur Harriët Schrier vult aan: 'Inhoudelijk zal de vereniging zich meer gaan richten op de digitale ontwikkelingen en vanuit een stevige kennispositie de collectieve belangenbehartiging krachtig vorm gaan geven. De focus moet leiden tot een herkenbare koers, met inzet op die thema's en activiteiten die intern en extern de meeste toegevoegde waarde leveren voor de leden.'

Oplage en bereik

De grens tussen traditionele en nieuwe media vervaagt. Mediamerken bieden hun content op verschillende platforms aan. Uitgevers willen dus de hele *footprint* van hun mediameerk in kaart brengen. Dit heeft geleid tot het besluit in juli 2014 dat er geen basis meer is voor de oplagemeting van dagbladen en tijdschriften door HOI, Instituut voor Media Auditing. Een logische stap was dat Nationaal Onderzoek

Multimedia (NOM) de oplagemeting onder haar hoede neemt, aangezien NOM al het bereik van dezelfde media meet. ‘Het gaat voortaan om totaal lezen van mediamerken’, aldus Schrier, die naast haar functie van GPT-directeur ook NOM-bestuurslid is. ‘NOM heeft als brede doelstelling het in kaart brengen van totale mediamerken, ongeacht het platform waarop content wordt verspreid. Dit door middel van dataverzameling, controle en certificering van gegevens over verspreiding en bereik van dagbladen, magazines en vakbladen.’

In oktober 2014 lanceerde NOM het langverwachte onderzoek *Opportunity To See Advertising* (OTSA). Dit is een grote stap in de informatievoorziening over het gebruik van dagbladen en magazines: van mediumbereik naar voorspelling van reclamebereik. Naar aanleiding hiervan heeft NOM het boekje *Alles over print* uitgegeven. Daarin staat een overzicht van alle beschikbare onderzoeksresultaten op het gebied van adverteren in dagbladen en magazines. Naast de reguliere publicaties van de NOM Print Monitor en de NOM Print & Doelgroep Monitor werd in februari de eerste editie van de NOM Kids Monitor gepubliceerd: een *multi-client* onderzoek over mediagedrag van kinderen van zes tot en met twaalf jaar.

Promotie

Sinds 2011 ontwikkelt de GPT via het merk Magazines.nl initiatieven om het mediumtype tijdschrift onder de aandacht te brengen op de advertentiemarkt. In 2014 is nadrukkelijker dan ooit ingezet op educatie. Ongewijzigd bleven de opvallende advertenties bij relevante berichtgeving in de vakpers. Ook de tweewekelijkse campagne Magazine als Merk in *MarketingTribune* werd gecontinueerd. Hierin stonden titels centraal die in staat zijn gebleken de printtitels te ontwikkelen tot multimediale formats.

Magazines.nl was daarnaast sponsor en

organisator van een workshop tijdens het *Branded Content Event*. Hiervoor werd een speciale uitgave met allerhande cases geproduceerd. In het kader van educatie werd voor de leden *De Dag van het Laaghangende Fruit* georganiseerd. Dit seminar gaf circa honderd deelnemers tools om ‘direct verzilverbare’ kansen te ontdekken en benutten. Magazines.nl was wederom sponsor van het 24 Festival. Tijdens dit event werd een talkshow georganiseerd onder leiding van Matthijs van Nieuwkerk. In korte sessies schoven telkens drie gasten aan die de gelegenheid kregen om het medium tijdschrift, maar uiteraard ook het eigen portfolio, te profileren ten overstaan van een zaal met adverteerders en afgevaardigden van mediabureaus.



De drager van alle activiteiten is de site www.magazines.nl. Daarop verschijnen nieuwsitems, feiten en cijfers en vooral zaken die inspireren, maar ook de tool Mediamixer en de online educatieve portal Magazines.nl Academy. Alle activiteiten worden aangejaagd via sociale media, een nieuwsbrief en op maat gemaakte presentaties.

Samen krachten bundelen

In december 2014 werd de kracht van de branche gebundeld bij de zeventiende editie van de MERCUR-uitreiking met als thema

‘Smaakmakers aan Tafel!’ Presentator Jan Jaap van der Wal reikte, onder het genot van een

diner voor ruim 700 aanwezigen, samen met diverse prijsuitreikers acht MERCURS uit in de Amsterdamse Kromhouthal (zie voor de winnaars www.mercurs.nl).



Een andere vorm van krachtenbundeling was de samenwerking tussen tijdschriftuitgevers, tijdschriftendistributeurs en retailers: de Bladenparade. Deze landelijke promotionele consumentenactie werd voor het tweede achtereenvolgende jaar georganiseerd. In totaal 5,5 miljoen kortingskraskaarten werden verspreid via de deelnemende retailers en de covers van een selectief aantal tijdschriften. Nieuw in 2014 was de online kraskaart waarmee de consument digitaal korting kon krassen.

De transitiefase waarin de branche zich bevindt vraagt natuurlijk om professionalisering.

Educatie is daarbij een belangrijke factor. Ten aanzien van educatieve projecten werkt de GPT samen met de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) en de Freelancers Associatie (FLA) in de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP). De COP initieert, organiseert en financiert voor (freelance)

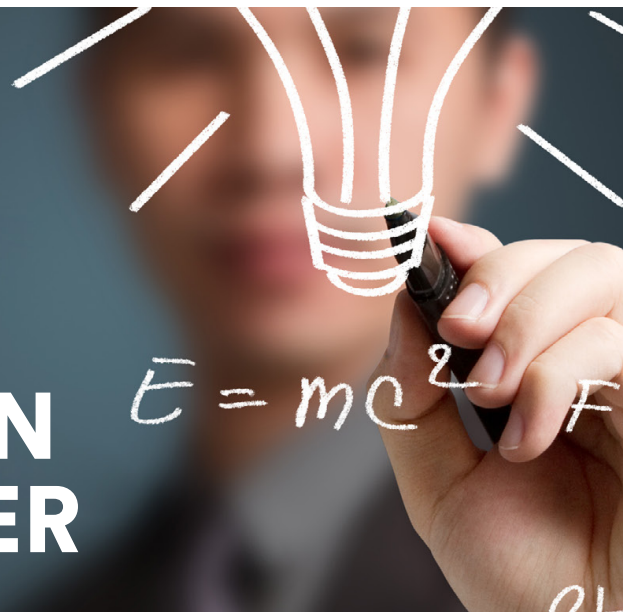


redactiemedewerkers diverse workshops, masterclasses en de bijeenkomsten Bladen in de Balie.

Onderzoek

Ook onderzoek stond prominent op de agenda. De GPT Research Commissie was actief in vele dossiers, zoals een onderzoek in samenwerking met het Erasmus Center for Neuroeconomics naar de fysiologische reactie op tijdschriftadvertenties. Dit onderzoek, genaamd ‘Breinrespons op magazine ads: print werkt in 0,3 seconde’, werd in juni gelanceerd en is breed door de pers opgepakt. Tevens participeerde de GPT in het jaarlijkse onderzoek ‘Trends in digitale media’ van GfK. Het onderzoek verschaft inzicht in bezit en gebruik van mobiele apparaten en gaat specifiek in op de ontwikkeling van digitaal lezen van tijdschriften. De Research Commissie was nauw betrokken bij de introductie van NOM OTSA. Ook verleende de GPT opnieuw medewerking aan de internationale FIPP-productie ‘Proof of Performance’, waarvan deel II in november is geïntroduceerd.

SAMENWERKEN MET DE KLANT EN DE ADVERTEERDER



MEDIA VOOR VAK EN WETENSCHAP

De brancheorganisatie Media voor Vak en Wetenschap (MVW) behartigt de belangen van professionele, wetenschappelijke, vakinformatieve mediabedrijven en van studieboekenuitgeverijen voor het hoger onderwijs. Dat zijn zowel gevestigde uitgeverijen als nieuwe toetreders in de markt. En MVW-leden zijn zowel (inter)nationale niche-uitgeefmediabedrijven als professionele en wetenschappelijke mediaconcerns.

De uitgeefsector voor media, vak en wetenschap is flink in beweging. MVW-leden zijn dan ook actief in de meest uiteenlopende markten. Vrijwel alle lidbedrijven transformeren van printgeoriënteerde naar multimediale mediabedrijven met digitale en face-to-face-verdienmodellen. Vakinformatieve uitgevers omarmen de beloftes van contentmarketing en *customer data* en verkennen nieuwe mogelijkheden op de advertentiemarkten, bijvoorbeeld *programmatic trading*. Digitalisering biedt

een scala aan mogelijkheden en de opname ervan door de MVW-leden is even divers als het MVW-ledenbestand zelf. Events en digitale workflowoplossingen bepalen voor meer dan de helft de inkomsten van vakinformatieve uitgevers. Wetenschappelijke en studieboekenuitgevers op hun beurt worden uitgedaagd om te voorzien in digitaal studiemateriaal, *open online courses* en *open access content*.

MVW-voorzitter Wim van der Stelt (Springer Science+Business Media): 'Media voor vak en wetenschap bieden professionals in wetenschap, bedrijf en beroep toegang tot merken en community's, informatie- en kennisdomeinen, data, producten, diensten, beurzen, seminars en opleidingen die voor hun economisch en maatschappelijk functioneren onmisbaar zijn. MVW-uitgevers hebben diepgaande kennis van doelgroepen, hun klanten en hun werkprocessen.'

MVW-penningmeester Ton Roskam (Koninklijke BDU) voegt daaraan toe: ‘Zij leveren kennisintensieve en oplossingsgerichte mediaproducten en -diensten die waarde toevoegen aan het functioneren van professionals en stellen hen in staat om te excelleren in hun business en bedrijfsvoering. In die zin vormen de leden van MVW een belangrijke schakel in de totstandkoming van het bruto nationaal product. Tot die professionals rekenen wij ook wetenschappers en professionals in opleiding in het hoger onderwijs. MVW maakt zich sterk voor de gemeenschappelijke belangen van deze groep mediaondernemers.’

Multimediale portfolio's

MVW-bestuurslid Peter Backx (Wolters Kluwer): ‘MVW-bedrijven moeten inspelen op de continue verandering in de werkprocessen van hun afnemers. Het web en API's spelen een steeds grotere rol in werkprocessen van klanten en opleidingen. Dat heeft consequenties voor de portfolio-ontwikkeling van MVW-bedrijven. Contentoplossingen zijn steeds meer verbonden met het gebruiksgemak van mobiele apparaten. Het is dan ook niet vreemd dat Wolters Kluwer zich op lijstjes van succesvolle softwarebedrijven manifesteert.’

Via sociale netwerken vormen zich gebruikerscommunity's rond merken en producten. De uitgever heeft daarbij de rol van regisseur die zijn content op vraag levert via alle kanalen en platforms. Online video speelt daarbij een steeds belangrijkere rol waardoor uitgeefmedia zich tot *multi channel* netwerken ontwikkelen. Een andere belangrijke ontwikkeling is dat de klant specifieke voor hem of door hem samengestelde content krijgt aangeboden op basis van zijn gebruikers- of klantdata of -profiel. 2015 en 2016 zullen voor een belangrijk deel in het teken staan van de omvorming naar *customer centric publishing*.

MVW-bestuurslid Casper Niesink (Reed Business): ‘MVW-leden vertalen in rap tempo nieuwe technische mogelijkheden in producten en diensten. Relevante dataverzamelingen vormen de grondslag voor content- en marcomproposities. Branding, communitymanagement, online (beeld) context, *programmatic trading*, *data asset management*, contentmarketing, leadgeneratie en conversie, licenties, *micro payments* en co-creatie; allemaal sleutelwoorden die de MVW-mediabranche typeren.’

Samenwerken met de klant en de adverteerder

Niesink: ‘De uitgever wordt steeds meer een curator en faciliteerder van de community's rondom zijn merken en producten. Gebruikers die zelf een actieve bijdrage leveren aan de content en de moderatie in de community in de vorm van blogs, vlogs en discussieplatforms, conferentieverslagen en recensies. De adverteerder is niet zelden een partner geworden die zich manifesteert in de community met whitepapers, webinars en seminars. Of omgekeerd: de uitgever verzorgt voor de adverteerder content voor zijn marketing.

MVW-bestuurslid Æbele Kluwer (Æneas): ‘MVW-uitgevers hebben de afgelopen jaren succesvol ingezet op events en andere face-to-face-activiteiten. Naast traditionele print en digitale advertenties biedt contentmarketing nieuwe kansen, waarbij kwaliteit van de inhoud vooropstaat. Tegelijkertijd rekent de adverteerder steeds vaker af op basis van resultaat in plaats van niet-meetbare exposure. Omdat content een grote rol in de marcom speelt, is flexibele ontsluiting voor diverse doelen, kanalen en platforms cruciaal.’

Ter inspiratie van de vakinformatieve mediabranche en zijn klanten looft MVW tweejaarlijks de LOF-prijs voor Vakinformatie uit. In januari 2015 werd de prijs van 10.000 euro uitgereikt aan *Coachlink*, een multimediaal platform van Boom Nelissen, vanwege de rijke content en het digitale ondernemerschap. De LOF-prijs voor Vakinformatie wordt in samenwerking met de Stichting Lucas-Ooms Fonds georganiseerd ter bevordering van de kwaliteit van vakinformatieve media.

Open Access en een leven lang leren

MVW-voorzitter Wim van der Stelt: ‘Staatssecretaris Dekker van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) introduceerde Gold Open Access als leidend principe voor de publicatie van wetenschappelijk onderzoek dat is betaald uit algemene middelen. Hierbij betaalt de auteur, meestal indirect via zijn onderzoeksfinancier, de uitgever voor zijn publicatiediensten. MVW is voor de politiek een van de gesprekspartners om het Open Access-beleid de komende periode in Nederland mede vorm te geven. Cruciaal voor uitgevers is dat er een businessmodel ontstaat dat hen in staat stelt te blijven investeren in nieuwe producten en diensten en deze investeringen terug te verdienen. Complicerende factor daarbij is dat de wetenschappelijke informatieketen een internationaal karakter heeft. Met de mondiaal grootste uitgeefconcerns in haar geledingen, ligt hier een grote uitdaging voor MVW.’

In de markt van het hoger onderwijs anticiperen uitgevers op nieuwe technologieën die *blended learning* mogelijk maken. Deze ontwikkeling wordt in Europees verband gevoed door ontwikkelingen rond *Open Educational Resources* en een *leven lang leren* (noodzakelijk in een flexibele en steeds veranderende arbeidsmarkt).

De boekenmarkt: Tom Kabinet en de bibliotheken; de vaste boekenprijs

MVW is belanghebbende in de rechtszaken tegen tweedehands boekenplatform Tom Kabinet en tegen de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB). De uitgeefmarkt wordt in zijn wortels aangetast wanneer het e-book kan worden doorverkocht en/of onder het leenrecht zou gaan vallen. Ook ondervinden uitgevers directe schade door de, veelal illegale, verkoop van tweedehands e-books.

MVW was – samen met de Groep Algemene Uitgevers (GAU) en de Koninklijke Boekverkopersbond (KBb) – in 2013-2014 betrokken bij de Tweede evaluatie van de Wet op de vaste boekenprijs. MVW-bestuurslid Wouter van Gils (Boom Uitgevers Amsterdam): ‘De Wet op de vaste boekenprijs vormt voor MVW-uitgevers geen vanzelfsprekende stimulans voor innovatie en voor het grijpen van marktkansen. Het afbakingsvoorstel van MVW om het vakinformatieve en wetenschappelijke boek uit te zonderen van de wet werd niet overgenomen in het voorstel dat de minister begin 2015 naar de Eerste en Tweede Kamer heeft gestuurd.’

Innovatie door samenwerking

Roskam: ‘Digitaal publiceren leidt niet tot lagere kosten. Content moet immers in steeds meer formats en via steeds meer kanalen vindbaar zijn, terwijl de b2b-adverteerders niet altijd de digitale mediaproposities op waarde weten te schatten en bereid zijn daarvoor te betalen. Binnen dit uitdagende kader moet de media-exploitant zijn merkwaarde op peil houden tegen een acceptabele marge.’

MVW-bestuurslid Corinne Rodenburg (Koninklijke Van Gorcum): ‘MVW-leden creëren ruimte voor innovatie door te focussen op

kansrijke markten. De contentproposities van uitgevers zijn in toenemende mate softwaregedreven. Uitgevers voegen steeds meer diensten toe aan hun portfolio's en aan licenties voor (institutionele) afnemers en partners. Er voltrekt zich een technische revolutie in de front- en backoffices van de MVW-leden teneinde slagvaardig te kunnen reageren op het veranderende professionele gebruik van uitgeefmedia.'

Crossmediaal uitgeven is in MVW-uitgeefsectoren business as usual. Print vervult steeds vaker een aanvullende informatiefunctie of ontbreekt helemaal in de portfolio. MVW-secretaris Nineke van Dalen: 'Uitgevers zijn crossmediale ondernemers. Hun *counterparts* zijn de stakeholders in de eigen marktsegmenten en distributieketens, naast de software- en online industrie. De sector is volop bezig om content- en distributieprocessen hybride en vraaggestuurd in te richten. Daarbij worden klantdata steeds belangrijker voor de inrichting van *custom centric premium content* en klantprofielen voor adverteerders. Multimediale mediabedrijven worden gekenmerkt door multidisciplinaire, flexibel samengestelde en projectgestuurde kernbezettingen.'



V.l.n.r. Laura Hassink, Wouter van Gils, Ton Roskam, Wim van der Stelt, Nineke van Dalen, Peter Backx, Casper Niesink, Corinne Rodenburg, Ebebe Kluwer

MVW-bestuurslid Laura Hassink (Elsevier) vult aan: 'Zo ontstaan wendbare en schaalbare mediaondernemingen die effectief en snel kunnen inspelen op marktverandering en *multi channel* mediagebruik. (Innovatie)risico's worden kleiner doordat de klant in een vroeg stadium bij de ontwikkeling van producten en diensten wordt betrokken via sociale netwerken. De uitgever wordt mediapartner in een samenwerkende netwerkeconomie waarin samen met klanten en andere belanghebbenden koers, propositie en werkwijze van de mediaondernemer worden bepaald.'

Belangenbehartiging en dienstverlening MVW

De grenzen van MVW als sector en van de uitgeefindustrie als geheel worden meer en meer fluïde. MVW focust op sectorale belangenbehartiging en directe ledenondersteuning. Nu digitalisering en mediaconvergentie leidend zijn in elke uitgeefsector, is de professionaliseringsfunctie van MVW geaggregeerd binnen het aanbod van NUV Academy. Daarmee krijgt kennis- en ervaringsuitwisseling dwars door alle uitgeefsectoren vorm en komt voor alle NUV-leden beschikbaar.

Internationaal werkt MVW samen met Scientific, Medical and Technical Publishers (STM) en met de International Publishers Association (IPA). Op Europees niveau is de Federation of European Publishers (FEP) het belangrijkste samenwerkingsplatform naast de European Magazine Media Association (EMMA).



Public affairs

In het najaar van 2014 presenteerde staatssecretaris Sander Dekker van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) de plannen van het kabinet om het publieke mediabestel te moderniseren. Door de opening van het bestel kunnen ook organisaties buiten het traditionele bestel media-aanbod maken binnen de publieke mediaopdracht. De publieke omroep moet duidelijk maken welke waarde hij toevoegt ten opzichte van private mediaorganisaties. Dit is een goede stap richting een minder ongelijk speelveld tussen publieke omroepen en private mediaorganisaties.

41 | **NUV** Jaarverslag 2014

NDP Nieuwsmedia keert zich echter tegen de uitzondering die bij het openen van het publieke bestel is gemaakt voor de publieke nieuwsvoorziening. In 2015 blijft NDP Nieuwsmedia zich sterk maken voor een goede uitgangspositie voor private nieuwsmedia. Campagne: 'Een gelijk speelveld met alle spelers, ook de publieke, is cruciaal voor een toekomstbestendige private nieuwssector.'

NDP Nieuwsmedia zet zich in voor een sterke *ex ante* markttoets bij het goedkeuren van diensten van de publieke omroep, waarin de belangen van commerciële mediapartijen zorgvuldig meegewogen worden. Staatssecretaris Dekker heeft toegezegd de Nederlandse goedkeuringsprocedure aan een internationale vergelijking te onderwerpen. Tom Nauta, directeur NDP Nieuwsmedia: 'De Nederlandse toets is een van de meest vrijblijvende van de EU-lidstaten. De brancheorganisatie is voorstander van een stevige toets met een belangrijke rol voor de Autoriteit Consument & Markt (ACM) bij het inventariseren van de marktimpact van nieuwe diensten van de publieke omroep. De toets moet ook worden ingezet bij wijzigingen van bestaande diensten. Bovendien moeten marktpartijen om de toets kunnen verzoeken en dienen de uitkomsten openbaar te zijn.'

'Het stimuleren van een klimaat waarin journalisten hun vak goed kunnen uitoefenen is belangrijk. De overheid dient open te zijn en informatie te delen,' zegt Nauta. De journalistiek is niet gebaat bij de aanpassingen die minister Plasterk van Binnenlandse Zaken wil doorvoeren in de *Wet openbaarheid van bestuur*.

Het doet NDP Nieuwsmedia deugd dat journalistieke bronbescherming wettelijk verankerd gaat worden. 'Journalistieke bronbescherming is essentieel voor het goed functioneren van de pers en daarmee voor het

goed functioneren van de democratie.' Het wetsvoorstel moet echter wel in lijn zijn met de Europese jurisprudentie. NDP Nieuwsmedia zet zich hier samen met andere journalistieke organisaties voor in.

'Een gelijk speelveld met alle spelers, ook de publieke, is cruciaal voor een toekomstbestendige private nieuwssector.'

Voor digitale nieuwsmedia geldt het hoge btw-tarief van 21 procent, terwijl voor gedrukte nieuwsmedia het lage btw-tarief van 6 procent geldt. Op basis van ervaringen in het buitenland leken er binnen de Europese btw-richtlijn mogelijkheden te bestaan om digitale replica's van kranten te belasten tegen het lage tarief. Campagne: 'Het verlaagde btw-tarief, dat drempels voor nieuwsconsumptie beoogt weg te nemen, zou niet alleen voor papieren nieuwsmedia moeten gelden, maar ook voor digitale. In de Tweede Kamer bestaat hiervoor brede steun.' De Tweede Kamer en het kabinet onderzoeken deze weg. Staatssecretaris Wiebes heeft toegezegd zich tijdens het Nederlandse voorzitterschap van de Europese Unie begin 2016 sterk te zullen maken voor een laag btw-tarief op digitale nieuwsmedia.

Internationaal

NDP Nieuwsmedia maakt zich ook internationaal sterk voor gunstige wet- en regelgeving en de bevordering van een vrije pers. De World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) zet zich op mondiaal niveau in voor nieuwsbedrijven.

De belangenbehartiging op EU-niveau doet NDP Nieuwsmedia in nauwe samenwerking met de European Newspaper Publishers' Association (ENPA). Tom Nauta werd in 2014 benoemd als voorzitter het *Legal and Social Affairs Committee* van ENPA.



Op Europees niveau maakt NDP Nieuwsmedia zich samen met ENPA sterk voor een verlaging van het btw-tarief op digitale nieuwsmedia. Daarnaast waren privacy en gegevensbescherming belangrijke onderwerpen. Het Europese Hof van Justitie deed een uitspraak over het 'recht om vergeten te worden' en het Europees Parlement en de Europese Raad onderhandelden over de nieuwe Verordening gegevensbescherming. Google deed, als reactie op het onderzoek van de Europese Commissie naar misbruik van de marktpositie, opnieuw diverse schikkingsvoorstellen. NDP Nieuwsmedia en ENPA volgen deze ontwikkelingen kritisch.

Bijeenkomsten

NDP Nieuwsmedia hield in het najaar van 2014 een dinerbijeenkomst op het Amsterdamse REM Eiland. Tijdens deze bijeenkomst, waar de directies en hoofdredacties van de lidbedrijven vertegenwoordigd waren, interviewde journalist Eric Smit van Follow the Money de oprichters van startups als Blendle, Crowdynews, Peerby en Uber Nederland.

Daarnaast vonden in 2014 ledenvergaderingen plaats bij FD Mediagroep en het Volkshotel in Amsterdam.



Onderzoek en advertentiemarkt

NDP Nieuwsmedia maakt zich in bestuurlijk en onderzoekstechnisch opzicht sterk voor betrouwbare cijfers over de consumptie van nieuwsmedia. Belangrijk aandachtspunt daarbij is de door de lidbedrijven beoogde integratie van de bestaande bereikonderzoeken voor print, internet, radio en televisie. NDP Nieuwsmedia vertegenwoordigt de lidbedrijven in de JIC's (*Joint Industry Committees*), zowel op bestuurlijk niveau als in technische adviescommissies. De brancheorganisatie is behalve bij printbereikonderzoek (NOM) ook actief betrokken bij online bereikonderzoek. Dutch Digital Media Measurement (DDMM) is in het najaar van 2014 opgevolgd door NOBO. Dit panelonderzoek zal zowel het surfgedrag als het online videokijkgedrag rapporteren.

NDP Nieuwsmedia heeft zich in 2014 succesvol ingezet voor de hervorming van de ontsluiting van oplagecijfers in Nederland. De wens hierbij was de cijferreeksen beter aan te laten sluiten bij de andere cijfers uit de advertentiemarkt. Een ander doel was het vereenvoudigen van de gecompliceerde oplagespecificaties. Met de

fusie van de organisaties NOM Media en HOI in december 2014 zijn deze wensen gerealiseerd.

In de cursus Nieuwsmedia Academy zijn kennis, planningtools en actuele informatie over nieuwsmedia voor mediaprofessionals samengebracht. In de in 2014 vernieuwde opzet geeft Nieuwsmedia Academy een compleet overzicht van nieuwsmedia als advertentiemedium. Eind 2014 hadden in totaal 400 mediaprofessionals het examen van Nieuwsmedia Academy succesvol afgelegd.

Nieuws in de klas

Nieuws in de klas, het educatieplatform van NDP Nieuwsmedia, helpt docenten in het primair en voortgezet onderwijs nieuwsmedia in hun lessen te verwerken. Met behulp van de Nieuwsservice werken docenten met hun leerlingen aan taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap. In 2014 is het bereik van Nieuws in de klas verder gegroeid. Zware nieuwsonderwerpen als terreuraanslagen, MH17 en IS leidden in het onderwijs tot extra aandacht voor het omgaan met schokkend nieuws. Nieuwsmedia zorgen voor inhoudelijke verrijking, maar spelen ook een belangrijke rol bij het motiveren van leerlingen. Chris van Hall, manager Nieuws in de klas: 'Nieuws koppelt de lesstof aan de wereld buiten school. Het werkt motiverend omdat relevante en reële contexten meer betekenis aan lesstof geven.'

‘Nieuws in de klas koppelt de lesstof aan de wereld buiten school. Lesstof krijgt in deze context meer betekenis. Dat werkt motiverend.’

De Nieuwsservice staat centraal in het educatieve aanbod van Nieuws in de klas. Deze wordt aangeboden in samenwerking met de aangesloten lidbedrijven. De service bestaat uit bezorgdiensten voor docenten en leerlingen en online toegang via de Nieuwsmediaportal. Via deze dienstverlening van Nieuws in de klas maken veel jongeren actief kennis met de nieuwstitels. Het aantal aanvragen voor de Nieuwsservice is in 2014 gestegen met 9 procent.

Naast de Nieuwsservice biedt Nieuws in de klas docenten ondersteuning in de vorm van lesmaterialen en praktijkvoorbeelden. In 2014 zijn in samenwerking met docenten en educatieve partners nieuwe diensten gelanceerd als NieuwsMakers en de Nieuwstool, die samen met KlasseTV en Teachers in Media zijn ontwikkeld. In samenwerking met Codename Future is het lespakket Informatievaardigheden gepubliceerd. Daarnaast werkt Nieuws in de klas samen met Prodemos, de Brede School Academie, Stichting Lezen, Mediawijzer.net en verschillende educatieve uitgeverijen.



FINANCIËLE TOELICHTING

TOELICHTING



Het NUV en de groepsverenigingen worden gefinancierd uit contributies, reprocerechtgelden en bestemmingsheffingen. In totaal bedragen de inkomsten volgens de begroting 2015 bijna 6,2 miljoen euro. Meer dan de helft (54 procent) van de begroting wordt besteed aan personeelskosten en aanverwante kosten, zoals huisvestings- en kantoorkosten. Het NUV houdt zowel een garantievermogen als een continuïteitsreserve aan om zo financiële tegenvallers op te kunnen vangen en, in geval van problemen, aan de verplichtingen te kunnen voldoen.

Het NUV en de afzonderlijke groepsverenigingen hebben een eigen begroting en jaarrekening. Hierover leggen zij verantwoording af aan de eigen algemene ledenvergadering. Er zijn goede afspraken gemaakt over bijvoorbeeld de onderlinge doorberekeningen, welke lasten ten laste van het NUV en de groepsbegrotingen gebracht worden, de hoogte van het garantievermogen

en de beleggingen. De Stuurgroep Financiën, bestaande uit de penningmeesters van het NUV en de groepsverenigingen, adviseert over deze afspraken. De stuurgroep komt tweemaal per jaar bijeen.

Inkomsten

De totale inkomsten van het NUV en de groepsverenigingen bedragen volgens de begroting 2015 bijna 5,2 miljoen euro. Hiervan neemt het NUV 1,2 miljoen voor zijn rekening en de groepsverenigingen de resterende 4 miljoen euro. NDP Nieuwsmedia is de grootste met 1,6 miljoen euro. Daarna komen de GAU met 0,9 miljoen euro, de GPT met 0,6 miljoen euro, de GEU met 0,5 miljoen euro en MVW met 0,3 miljoen euro. Contributies zijn de belangrijkste inkomstenbron (4,4 miljoen) naast reprocerechtgelden en bestemmingsheffingen (0,8 miljoen).



Contributie

De contributie die de leden aan het NUV en de groepsverenigingen betalen, wordt vastgesteld op basis van hun omzet: hoe meer omzet, hoe hoger de contributie. Hiervoor gelden contributiestaffels. Het NUV berekent de contributie op basis van de omzet van het jaar daarvoor. Voor 2014 was dus de omzet van 2013 leidend. De omzetten worden in kaart gebracht door een onderzoeksbureau dat in het voorjaar een omzetenquête verstuurt.

Aan deze omzetenquête is ook een aantal vragen gekoppeld om inzicht te krijgen in de bedrijfstak. Gedurende het jaar verstuurt het NUV twee voorschotnota's. In het najaar wordt op basis van de opgegeven omzet een eindafrekening opgesteld. De totale omzet van de NUV-leden daalde in 2013 met 5 procent ten opzichte van 2012.

Uitgaven

De salariskosten en aanverwante huisvestings- en kantoorkosten vormen de grootste kostenpost voor het NUV. Circa 54 procent van de begroting wordt hieraan uitgegeven. Daarnaast worden er kosten gemaakt voor activiteiten en lidmaatschappen en voor bijdragen aan (internationale) organisaties. De kosten van de vaksecretariaten worden doorbelast aan het NUV, de 5 groepsverenigingen en de WU.

Formatie

De medewerkers van het NUV en de groepsverenigingen zijn in dienst van het NUV. Begin 2014 bedroeg de totale formatie 35 fulltime plaatsen. Voor 2015 worden 33 fulltime plaatsen begroot.

Vermogen

Het NUV en de groepsverenigingen hebben afgesproken een garantievermogen aan te houden, ter hoogte van eenmaal de personeelslast. Dat garantievermogen heeft uitsluitend ten doel om bij een eventuele liquidatie aan de verplichtingen te kunnen voldoen. Het garantievermogen wordt voor het NUV en de groepsverenigingen afzonderlijk bepaald en bedraagt bijna 2,8 miljoen euro. Het NUV kent daarnaast nog een afzonderlijke continuïteitsreserve. Deze is bedoeld om financiële tegenslagen het hoofd te kunnen bieden en knelpunten in personele en organisatorische sfeer te kunnen oplossen. De continuïteitsreserve bedraagt de helft van de jaarlast van het NUV: circa 0,6 miljoen euro. Het is het beleid van het NUV om, behalve het garantievermogen, de continuïteitsreserve en bestemmingreserves, geen andere reserves op te bouwen. De algemene reserve is beschikbaar voor eenmalige projecten en om een bedrag terug te kunnen geven aan de leden in de vorm van een korting.

Beleggingsbeleid

Overeenkomstig de wens van de Stuurgroep Financiën zijn de te beleggen gelden op een spaarrekening geplaatst. De liquide middelen worden over meerdere banken verdeeld.

Begrotingssysteem

De begrotingen van het NUV en de groepsverenigingen bevatten de kostenposten die direct door het bestuur beïnvloed kunnen worden. De groepsbegrotingen bevatten alleen de kosten van het groepssecretariaat, de doorbelaste kosten van de vaksecretariaten en de kosten van de eigen groepsactiviteiten. De kosten van de algemene afdelingen en de kosten voor NUV-activiteiten worden meegenomen in de NUV-begroting. In de

algemene ledenvergadering van juni 2014 is een financieel plan voor 2015-2017 besproken. De aanleiding voor het opstellen van dit financiële middellangetermijnplan is het advies van de financiële commissie, die uit drie leden bestaat die de algemene ledenvergadering adviseren.

Het advies aan de ledenvergadering luidde in 2014 als volgt:

‘De commissie adviseert om een meerjarenbegroting NUV en groepsverenigingen op te stellen en daarbij mede de stand van de reserves te betrekken. Overwogen moet worden om reserves voor zover die niet meer noodzakelijk zijn terug te betalen aan de leden.’



Voorgesteld werd om met ingang van 2017 de contributiesystematiek aan te passen waarbij de kosten verdeeld worden over de leden, op basis van de bestaande omzetverhoudingen en staffels. Het Algemeen Bestuur stelde voor om de in het plan voorgestelde wijziging voor 2017 in de contributiesystematiek al in te laten gaan in 2015. Dit betekent dat met ingang van 2015 de begrote kosten, op basis van de omzetverhoudingen en de staffelverdeling, over de leden worden verdeeld. In de begroting 2015 wordt rekening gehouden met een omzetsdaling bij de leden van ongeveer 5 procent. Hierdoor zijn de contributiepromillages met 5 procent gestegen.

De structurele lasten zijn in evenwicht met de structurele baten.

Voor 2015 heeft het NUV een aantal incidentele projecten begroot, waardoor het uiteindelijke resultaat uitkomt op minus 0,2 miljoen. De algemene reserve is voldoende groot om dit bedrag op te kunnen vangen. In december 2014 hebben de algemene ledenvergaderingen van het NUV en de groepsverenigingen de begrotingen voor 2015 goedgekeurd.

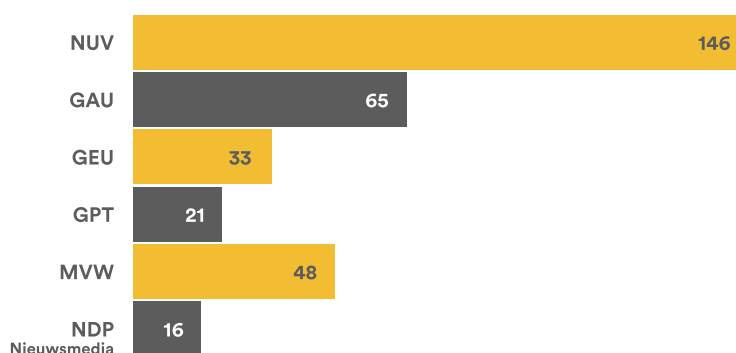
FINANCIËLE KENGETALLEN

KENGETALLEN

In dit hoofdstuk staan enkele kengetallen van het NUV en zijn lidbedrijven. Deze getallen illustreren een aantal belangrijke ontwikkelingen en trends in de uitgeefbranche, bijvoorbeeld de omzetontwikkeling, belicht vanuit diverse perspectieven. De cijfers zijn grotendeels afkomstig uit de jaarlijkse omzetenquête en werkgelegenheidsenquête. Gedurende heel 2014 vond de uitvraag plaats met betrekking tot de gegevens van 2013.

Aantal leden per groep
(op holdingniveau, peildatum 31 december 2014)

Bron: NUV-ledenadministratie



Gerealiseerde netto-omzet lidbedrijven naar groep (in miljoen euro), 2009-2013

Bron: ABF Research

	netto-omzet totaal 2009	netto-omzet totaal 2010	netto-omzet totaal 2011	netto-omzet totaal 2012	netto-omzet totaal 2013
GAU	327,8	322,0	314,9	288,3	258,3
GEU*	379,9	386,0	384,4	377,9	389,0
MVW	522,7	478,6	482,2	449,1	420,8
NDP Nieuwsmedia	1.384,7	1.364,5	1.321,5	1.277,0	1.221,2
GPT	719,3	713,8	711,0	675,2	615,8
Totaal	3.334,3	3.264,9	3.214,0	3.067,5	2.905,1

*Met ingang van 2012 inclusief omzet uit educatieve dienstverlening

Ontwikkeling netto-omzet lidbedrijven naar groep (in percentage), 2009-2014

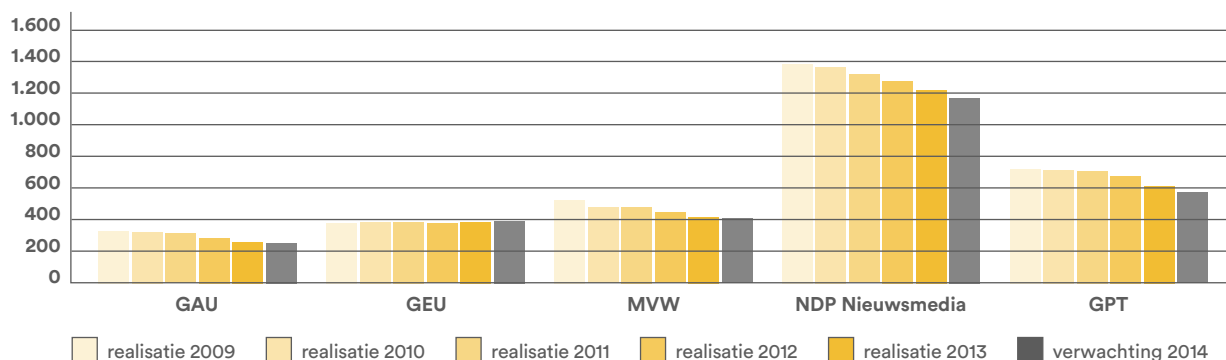
Bron: ABF Research

	gerealiseerde ontwikkeling 2009-2010	gerealiseerde ontwikkeling 2010-2011	gerealiseerde ontwikkeling 2011-2012	gerealiseerde ontwikkeling 2012-2013	verwachte ontwikkeling 2012-2013	verwachte ontwikkeling 2013-2014
GAU	-1,7%	-2,2%	-8,4%	-10,4%	-5,4%	-2,0%
GEU	1,6%	-0,4%	-2,8%	2,9%	1,0%	1,1%
MVW	-8,4%	0,7%	-7,6%	-7,2%	-4,5%	-2,9%
NDP Nieuwsmedia	-1,5%	-3,2%	-3,4%	-4,4%	-3,5%	-3,8%
GPT	-0,8%	-0,4%	-4,9%	-8,9%	-5,5%	-6,3%
Totaal	-2,1%	-1,6%	-4,8%	-5,3%	-3,7%	-3,4%

De totale netto-omzet in Nederland van bedrijven die aangesloten zijn bij het NUV bedroeg in 2013 2.905 miljoen euro. Voor het tweede opeenvolgende jaar is de totale omzet met 5,3 procent afgenomen. Opvallend is de stijging van de omzet in 2013 binnen de GEU tot 389 miljoen euro. Dit oversteeg de verwachte omzetstijging van 1 procent.

Netto-omzet lidbedrijven naar groep (in miljoen euro), 2009-2014 (realisatie en verwachting)

Bron: ABF Research



Aandeel digitale omzet in totale netto-omzet lidbedrijven naar groep, 2010-2014 (realisatie en verwachting)

Bron: ABF Research

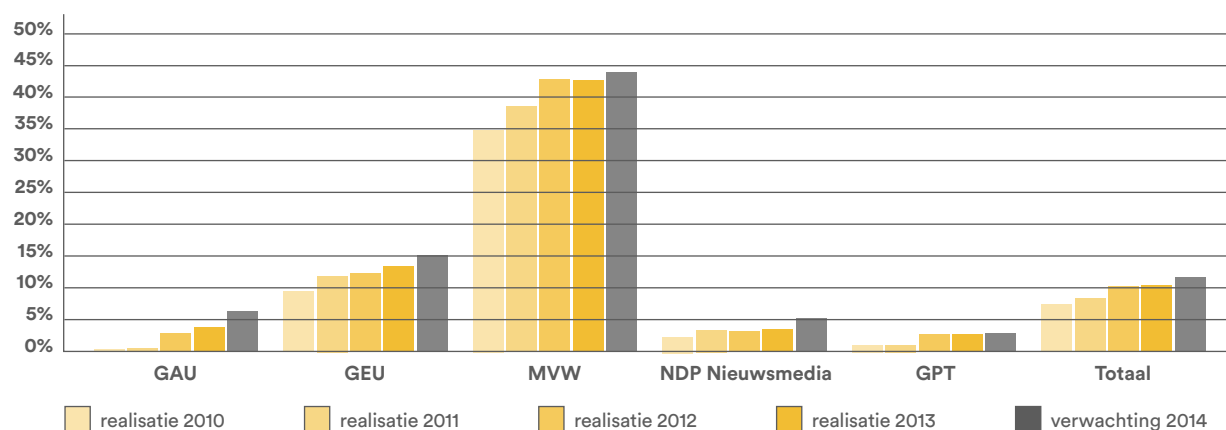
	realisatie digitaal 2010	realisatie digitaal 2011	realisatie digitaal 2012	realisatie combi print/digitaal 2012	realisatie digitaal 2013	realisatie combi print/digitaal 2013	verwachting digitaal 2014	verwachting combi print/digitaal 2014
GAU	0,0%	0,5%	2,9%		3,8%		6,4%	
GEU	9,3%	11,8%	12,2%	3,5%	13,4%	3,0%	15,0%	13,6%
MVW	34,8%	38,6%	42,8%		42,7%		43,9%	
NDP Nieuwsmedia	2,3%	3,4%	3,1%	26,4%	3,4%	27,3%	5,2%	27,5%
GPT	1,0%	1,0%	2,6%		2,6%		2,9%	
Totaal	7,4%	8,4%	10,1%		10,3%		11,7%	

De totale digitale omzet bedroeg in 2013 10,3 procent van de algehele omzet in de sector. De verwachting is dat het aandeel in 2014 zal stijgen tot 11,7 procent.

NB Hierbij is enkel gekeken naar volledig digitale producten, dus exclusief de omzet uit combinatieproducten (print en digitaal).

Aandeel digitale omzet in totale netto-omzet lidbedrijven naar groep, 2010-2014 (realisatie en verwachting)

Bron: ABF Research



Netto-omzet naar omvang lidbedrijven (in miljoen euro), 2012-2013

Bron: ABF Research

	netto-omzet totaal 2012	aandeel 2012*	netto-omzet totaal 2013	aandeel 2013*	ontwikkeling 2012-2013*
Klein (< 1 mln. euro)	23,5	1%	19,4	1%	-17%
Middel (1 - 10 mln. euro)	176,9	6%	178,0	6%	1%
Groot (10 - 100 mln. euro)	935,9	31%	881,6	30%	-6%
Grootst (> 100 mln. euro)	1.927,8	63%	1.826,0	63%	-5%
Totaal	3.064,1	100%	2.905,0	100%	-5%

*Percentages afgerond

De middelgrote organisaties (1-10 mln. euro) laten een lichte stijging in de totale omzet zien. Zij zijn goed voor een aandeel van 6 procent in de totale omzet van de sector.

Verdeling aantal werknemers naar cao, 2012-2013

Bron: ABF Research

	werkenden 2012	aandeel 2012*	werkenden 2013	aandeel 2013*	ontwikkeling 2012-2013*
CAO voor het Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf (BTU)	7.180	47%	7.220	51%	1%
CAO voor Vaktijdschriftjournalisten (VAK)	340	2%	280	2%	-18%
CAO voor Publiekstijdschriftjournalisten (PU)	800	5%	830	6%	4%
CAO voor Opinieweekbladjournalisten (OP)	110	1%	100	1%	-9%
CAO voor het Dagblad Uitgeverijbedrijf (DU)	3.690	24%	2.990	21%	-19%
CAO voor Dagbladjournalisten (DJ)	3.077	20%	2.810	20%	-9%
Totaal	15.197	100%	14.230	100%	-6%

*Percentages afgerond

Advertentiemarkt:**bruto-mediabestedingen per mediumtype, 2013-2014**

Bron: Nielsen

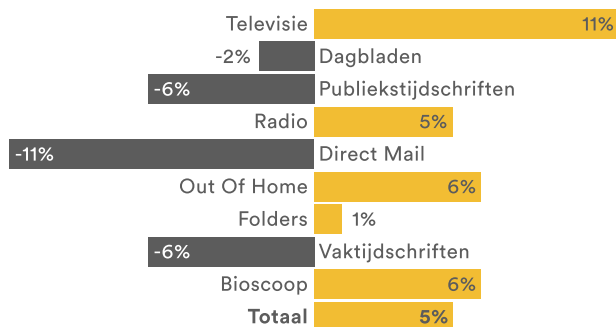
Bedragen x € 1.000	2013	2014
Televisie	3.280.223	3.646.480
Dagbladen	876.329	858.060
Publiekstijdschriften*	662.086	622.372
Radio	660.432	694.570
Direct Mail	471.635	421.264
Out Of Home	457.718	484.906
Folders**	161.069	162.613
Vaktijdschriften	146.557	137.584
Bioscoop	12.401	13.102
Totaal	6.728.450	7.040.949

*Vanaf dit jaar zijn publiekstijdschriften en sponsored magazines samengebracht onder publiekstijdschriften

**Vanaf dit jaar bestaan de bestedingen aan folders alleen uit verspreidkosten (eerdere jaren: druk- en verspreidkosten)

Ontwikkeling bruto-mediabestedingen 2013-2014

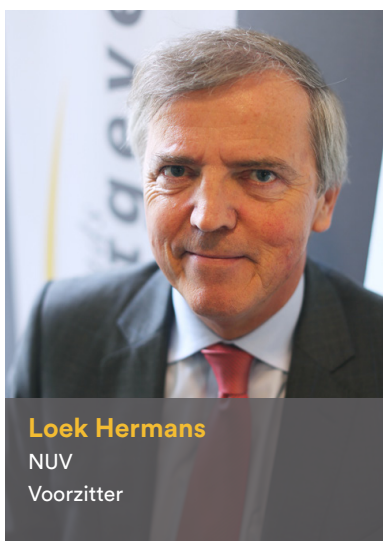
De totale bruto-mediabestedingen zijn in 2014 met 5 procent gestegen ten opzichte van 2013.

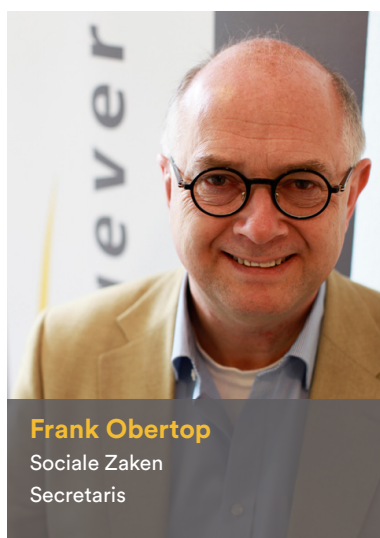


PERSONENREGISTER

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 2014.







NAMENOVERZICHT

NAMENOVERZICHT *(stand van zaken 1 mei 2015)*

Bureau Nederlands Uitgeversverbond

R.W. (Ruud) Schets MBA (interim-directeur)
R. (Ria) Harder (directiesecretaresse)

Economische en Juridische Zaken

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

Sociale Zaken

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

Financiën/Infrastructuur

H. (Hans) Stokebrand MA (hoofd)

Communicatie

drs. L. (Loesje) Schriks (hoofd)

NUV Academy

A.C. (Nineke) van Dalen (directeur)

Algemeen Bestuur Nederlands Uitgeversverbond

drs. L.M.L.H.A. (Loek) Hermans (voorzitter)
drs. L.W.L. (Wiet) de Bruijn
K. (Koen) Clement
W.J. (Wouter) van Gils
F. (Frans) Klaassen
P. (Peter) de Mönnink
L.A.J. (Luc) van Os
drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan
T. (Ton) Roskam MBA
G.J. (Geert-Jan) van der Snoek

Bestuur Groep Algemene Uitgevers

drs. L.W.L. (Wiet) de Bruijn (voorzitter)
drs. H.T.M.M. (Henk) Pröpper (vicevoorzitter)
S. (Sander) Ruys (penningmeester)
R. (René) Bego
Y.N. (Yrja) Danner
M.H. (Martijn) Griffioen
J.M.H.C. (Annemie) Jans

mr. M. (Martijn) David (algemeen secretaris)

Bestuur Groep Educatieve Uitgeverijen

drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan
(voorzitter)
drs. A.M.W. (Arjen) Holl (penningmeester)
drs. A.F.S. (Anneke) Blok
J. (Jannes) Hessels
drs. H.J.F. (Eric) Razenberg

R. (René) Montenarie MBA (directeur)

Portefeuillehouders Groep Educatieve Uitgeverijen

drs. A.F.S. (Anneke) Blok (primair onderwijs)
drs. S.L. (Stephan) de Valk (voortgezet onderwijs)
J. (Jannes) Hessels (mbo)
Vacant (hbo)
drs. H.J.F. (Eric) Razenberg (ICT en Digitalisering)
P. (Paul) Gillijns (Economische en Juridische Zaken)

Bestuur Groep Publiekstijdschriften

L.A.J. (Luc) van Os (voorzitter)
D.M. (David) Vink (vicevoorzitter)
E. (Eric) Blok (penningmeester)
mr. B.J. (Barent) Momma
L.M. (Leo) Schaap

J.M.E. (Harriët) Schrier (directeur)

Bestuur Media voor Vak en Wetenschap

W. (Wim) van der Stelt (voorzitter)
T. (Ton) Roskam (penningmeester)
P. (Peter) Backx
W.J. (Wouter) van Gils
L. (Laura) Hassink
Æ. (Æbele) Kluwer
C. (Casper) Niesink
C. (Corinne) Rodenburg

A.C. (Nineke) van Dalen (algemeen secretaris)

Bestuur NDP Nieuwsmedia

F.C.R. (Frits) Campagne (voorzitter)
ir. B. (Bart) Visser (penningmeester)
D.M. (Rien) van Beemen
mr. M.N.J. (Marjolein) van der Linden
P.A. (Peter) Stadhouders
E. (Eugenie) van Wiechen
H. (Harry) de Wit

T. (Tom) Nauta (directeur)

Bestuur Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgevers Groepen U.A.

drs. A.F.S. (Anneke) Blok
drs. C.M.J. (Kees) van den Hoek
G.P. (Gert) van Oort
L.M. (Thys) VerLoren van Themaat

J. (Jenny) Dijkers (adjunct-secretaris)

Bestuurscommissie Auteursrecht

R.F. (Frank) van Amerongen
R. (Renske) Hendriksen
mr. M.B. (Michiel) Kramer
C.M. (Christine) Schouwenaar
mr. K. (Karin) Visser
J. (John) Vogel
J. (Jan) bij de Weg

Bestuurscommissie Distributie

drs. C. (Cecilia) van Dalen (secretaris)
G. (Geert) Gortzak
drs. J.P. (Flip) van Leeuwen
A. (Aad) Mengerink
K. (Karoline) de Nijs

Stuurgroep Financiën

E. (Eric) Blok
drs. A.M.W. (Arjen) Holl
T. (Ton) Roskam MBA
S. (Sander) Ruys
H. (Hans) Stokebrand MA (secretaris)
ir. B. (Bart) Visser

Financiële commissie

C. (Christof) Abrahamse (Wolters Kluwer)

J. (Jeroen) van Dijk (FD Mediagroep)

drs. S. (Steven) Flipse RC (Sanoma)

Algemeen Bestuur Werkgeversvereniging

Uitgeverijbedrijf

drs. L.M.L.H.A. (Loek) Hermans (voorzitter)

drs. L.W.L. (Wiet) de Bruijn

F.C.R. (Frits) Campagne

F. (Frans) Klaassen

P. (Peter) de Mönnink

L. (Luc) van Os

drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan

G.J. (Geert-Jan) van der Snoek

W. (Wim) van der Stelt





AFKORTINGEN

AFKORTINGEN



ACM	Autoriteit Consument & Markt	FEP	Federation of European Publishers
API	Application Programming Interface	FIPP	International Federation of the Periodical Press
b2b	business to business	FLA	FreeLancers Associatie
b2c	business to consumer	fte	fulltime-equivalent
BGL	Beschikking geen loonheffingen	GAU	Groep Algemene Uitgevers
BREIN	Bescherming Rechten Entertainment Industrie Nederland	GEU	Groep Educatieve Uitgeverijen
BTB	Bedrijfstakbureau Uitgeverijbedrijf	GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
btw	belasting over de toegevoegde waarde	GPT	Groep Publiekstijdschriften
cao	collectieve arbeidsovereenkomst	GSF	Giraal Stakeholders Forum
CEO	Chief Executive Officer	hbo	hoger beroepsonderwijs
COP	Commissie Onderwijfsfonds Publiekstijdschriften	HOI	Instituut voor Media Auditing
CPNB	stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek	HR	Human Resources
DC	Defined Contribution	iECK	implementatie Educatieve ContentKeten
DDMM	Dutch Digital Media Measurement	IPA	International Publishers' Association
EMMA	European Magazine Media Association	JIC	Joint Industry Committee
ENPA	European Newspaper Publishers' Association	KBb	Koninklijke Boekverkopersbond
EU	Europese Unie	KVGO	Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen
EZ	ministerie van Economische Zaken	LOF	Lucas-Ooms Fonds
EZ/JZ	vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken	mbo	middelbaar beroepsonderwijs
		MVO	maatschappelijk verantwoord ondernemen

MVW	Media voor Vak en Wetenschap	SZ	vaksecretariaat Sociale Zaken
NGvH	Nederlands Genootschap van Hoofdredacteurs	SZW	ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid
NOM	Nationaal Onderzoek Multimedia	VAR	Verklaring arbeidsrelatie
NUV	Nederlands Uitgeversverbond	VenJ	ministerie van Veiligheid en Justitie
NVJ	Nederlandse Vereniging van Journalisten	VNG	Vereniging van Nederlandse Gemeenten
NVPI	Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers	VNO-NCW	grootste ondernemingsorganisatie van Nederland
OCW	ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap	vo	voorgezet onderwijs
OTSA	Opportunity To See Advertising	VOB	Vereniging van Openbare Bibliotheken
PKB	persoonlijk keuzebudget	WAN-IFRA	World Association of Newspapers and News Publishers
PMS	Platform Mediastages	WKR	werkkostenregeling
po	primair onderwijs	WU	Werkgeversvereniging
PRN	stichting Papier & Recycling Nederland	zzp	Uitgeverijbedrijf zelfstandige zonder personeel
RI&E	risico-inventarisatie en -evaluatie		
SEPA	Single European Payments Area		
SMB	Stichting Marktonderzoek Boekenvak		
STM	Scientific, Technical and Medical Publishers		

COLOFON



Nederlands Uitgeversverbond
Hogehilweg 6
1101 CC Amsterdam
Postbus 12040
1100 AA Amsterdam
telefoon: 020 – 430 91 50
fax: 020 – 430 91 99
e-mail: info@nuv.nl
internet: www.nuv.nl

Tekst: NUV

Coördinatie en eindredactie:
Afdeling Communicatie NUV

Concept en vormgeving:
Reclamebureau REM

Fotografie: NUV,
Anna Green | Portfolio Fotografie,
Reclamebureau REM,
Shutterstock