Nederlands uitgeversverbond

TERUG VERDER

BEKIJK DE NUV FACTSHEET

# WOORD VOORAF

De mediabedrijven en uitgeverijen investeerden in 2016 zwaar in innovatie van de portfolio's. Zij weten de consument en professional steeds beter te bedienen door hun content ook digitaal op pc, tablet en mobiel aan te bieden. Zo groeide het aantal digitale abonnementen op dagbladen sterk, is de 360 graden visie leidend bij elk succesvol magazine merk, steeg de afzet van e-books, transformeren wetenschappelijke en vakinformatieve mediabedrijven zich tot dienstverlener en softwareleverancier en zijn nieuwe en vernieuwde leermiddelen met de inzet van ICT in staat om de leerinhoud automatisch aan te passen aan de leerling. De noodzakelijke continue innovatie binnen de bedrijven vraagt blijvende hoge investeringen, zowel in ICT als in personeel dat nieuwe vaardigheden en competenties nodig heeft om bij te dragen aan de toekomst. De bedrijven zien die toekomst met vertrouwen tegemoet.

Het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) draagt het maatschappelijk en economisch belang van de sector uit, richt zich in de belangenbehartiging op voor lidbedrijven belangrijke thema's, biedt een platform voor kennisdeling en stelt dienstverlening aan lidbedrijven centraal.

In het afgelopen jaar heeft een aantal grote thema's de aandacht gevraagd van het NUV.

Zo is veel tijd besteed aan het ontwerpen van een nieuwe regeling voor de verdeling van de reprogelden. Bij Leenrecht is een regeling overeengekomen voor de repartitie over 2015/2016, maar de situatie is verder volstrekt ongewis. Ook is er overeenstemming bereikt over de verdeling van gelden uit Thuiskopie. Tot slot is een nieuwe Readerregeling universiteiten bijna afgerond.

Bij al deze dossiers is de grote hinder van de HP-Reprobel uitspraak steeds duidelijker. Vanuit het NUV wordt dan ook aangedrongen op een spoedige reparatie van de HP-Reprobel zaak; artikel 12 van het voorstel Richtlijn inzake auteursrechten in de digitale eengemaakte markt voor Europa (DSM) moet dat mogelijk maken.
Uitgevers ondervinden grote schade van deze uitspraak. Alleen al de schade in vergoedingen uit Reprorecht en Thuiskopie bedraagt bijna 12 miljoen euro (een uitkering van 8 miljoen euro in plaats van 20 miljoen euro, inclusief een eenmalige uitkering uit Thuiskopie). Daar bovenop komt nog mogelijke schade uit het ontbreken van vergoedingen uit Leenrecht en Readerregelingen, totaal bijna 6 miljoen euro.

Andere thema's die veel aandacht vergden waren de invoering van de Wet Deregulering Beoordeling Arbeidsvoorwaarden (DBA), de ontwikkeling van de modelovereenkomsten, de btw-verlaging op digitale uitgeefproducten, het uitgeversrecht voor nieuwsuitgevers, privacy, de pensioenparagraaf in de CAO voor het Uitgeverijbedrijf (CAO-UB) en de invoering van het Persoonlijk Keuzebudget (PKB).

TERUG | VERDER

# WOORD VOORAF

Naast deze thema's die relevant zijn voor de lidbedrijven is gewerkt aan de interne organisatie. In de eerste helft van 2016 is het NUV gereorganiseerd en vanaf 1 juli wordt gewerkt aan de implementatie van de nieuwe organisatie.

In 2015 heeft Van Spaendonck Brancheadvies - na een groot aantal gesprekken met lidbedrijven, bestuurders en medewerkers van het NUV en de branchevereningingen - een rapport uitgebracht waarin de opvattingen van deze betrokkenen over het NUV en hun wensen ten aanzien van een 'NUV nieuwe stijl' helder verwoord zijn. Op basis van dat rapport heeft het Algemeen Bestuur van het NUV ondergetekende als interim-directeur aangetrokken, met de opdracht om op basis van het rapport en de opvattingen van het Algemeen Bestuur het NUV te reorganiseren aan de hand van de volgende uitgangspunten.

- Het NUV moet zich richten op een aantal thema's:
  - auteursrecht en collectieve rechten (reprorecht, leenrecht, thuiskopie, enzovoort);
  - digitalisering en innovatie;
  - privacy en big data;
  - sociaal beleid en HR.
- De kosten van de organisatie moeten met 25 procent omlaag.
- De verhouding tussen vaste en variabele kosten moet veranderen.
- Er moet een vruchtbare en intensieve samenwerking tussen het NUV en de vijf branchevereningingen komen.

Op basis van deze uitgangspunten hebben wij een reorganisatieplan opgesteld waarbij een aanzienlijk aantal medewerkers van het NUV boventallig werd. De vaksecretariaten zijn opgeheven en er zijn drie senioradviseurs aangesteld die met elkaar de vier thema's afdekken die door de lidbedrijven zijn benoemd als thema's waar de focus op moet liggen. De kosten van het NUV dalen in 2017 met 435.000 euro (een kostendaling van ruim 25 procent) en de verhouding tussen vaste en flexibele kosten is teruggebracht naar tweederde vaste kosten en eenderde variabele kosten (was 92 procent vast en 8 procent flexibel).

Verder is in de nieuwe organisatie de afstemming van werkzaamheden met die van de vijf branchevereningingen (GAU, GEU, MMA, MVW en NDP Nieuwsmedia) gezekerd door de instelling van een managementteam. Daarin bespreken de algemeen secretarissen en directeuren van de branchevereningingen en de directeur van het NUV tweewekelijks de afstemming en coördinatie van werkzaamheden. Per 1 juli 2016 is ondergetekende benoemd als directeur van het NUV.

In de nieuwe organisatie staan de belangen van de lidbedrijven en de branchevereningingen centraal en stellen wij ons steeds de vraag hoe die belangen het best gediend worden. Het antwoord op die vraag is leidend voor de wijze waarop wij met een thema, een dossier of een actualiteit binnen de organisatie omgaan.

De activiteiten binnen het NUV en de branchevereningingen laten zich indelen naar:
- lobby;
- belangenbehartiging;
- dienstverlening;
- kennisdeling.

Voor alle thema's zijn werkplannen voor 2017 ontwikkeld die de Algemene Ledenvergadering van het NUV in december heeft goedgekeurd.

Er zijn ook onderwerpen die voor de lidbedrijven relevant zijn, maar strikt genomen buiten de vier genoemde thema's vallen. Dat zijn op dit moment de volgende onderwerpen:
- betalingsverkeer
- freelancers
- mededingingsrecht
- cookiewetgeving
- btw
- papier en milieu
- consumentenrecht
- juridische aspecten adblockers/reclame
- kansspelen.

Deze dossiers hebben allemaal een eigenaar binnen het NUV of een van de branchevereningingen.

In het afgelopen jaar hebben de medewerkers van het NUV en de branchevereningingen veel werk verzet om de belangen van de lidbedrijven zo goed mogelijk te dienen en ook de besturen van alle verenigingen hebben zich ingespannen de juiste onderwerpen te behandelen. Ik wil iedereen danken voor zijn inzet en heb er alle vertrouwen in dat de nieuwe organisatie die nu staat de gewekte verwachtingen kan waarmaken in 2017.

*Peter Stadhouders*
*directeur*

TERUG | VERDER

BEKIJK DE NUV FACTSHEET

# OVER HET NUV

Het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) is de overkoepelende branchevereniging voor uitgevers in Nederland. Het NUV behartigt de collectieve belangen van uitgevers van literatuur, entertainment & lifestyle, nieuws, leermiddelen, vak en wetenschap. Leden zijn zowel lid van het NUV als van een of meer van de aangesloten zelfstandige brancheverenigingen:

- Groep Algemene Uitgevers (GAU)
- GEU
- Magazine Media Associatie (MMA)
- Media voor Vak en Wetenschap (MVW)
- NDP Nieuwsmedia

Om bij te kunnen dragen aan de ontwikkeling van een goed speelveld voor de creatieve media-industrie signaleert het NUV 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 gebied, op het gebied van digitalisering en innovatie en op het terrein van HR en arbeidsvoorwaarden.

De dienstverlening aan haar leden en de lobby en belangenbehartiging namens het collectief behoren tot de primaire taken van de brancheorganisatie.

Daarnaast vervult de organisatie een netwerkfunctie voor haar leden. Bijvoorbeeld door middel van de bijeenkomsten en trainingen van NUV Academy en de jaarlijkse Openbare Jaarvergadering.

TERUG | VERDER

# DIGITALISERING EN INNOVATIE

### EEN BIJZONDERE TIJD VOOR UITGEVERIJEN

De markt voor informatievoorziening en advertenties blijft groeien. Consument en professional hebben de beschikking over meer informatie dan ooit tevoren. Maar uitgeverijen hebben tot nu toe moeite om de grote rol die ze van oudsher hierin hebben vast te houden, getuige de dalende omzetten*.

Consument en professional grijpen voor informatie en inspiratie steeds vaker naar hun mobiel en pc. En in het digitale domein weten uitgeverijen minder goed geld te verdienen dan met hun traditionele printproducten en ondervinden ze hevige concurrentie van Amerikaanse techreuzen als Google en Facebook. In de wetenschappelijke markt zorgt het aanjagen door de overheid van Open Access voor een sterk veranderend speelveld.

Digitalisering vraagt om andere verdienmodellen dan uitgeverijen gewend zijn; om andere samenwerkingsverbanden, andere producten, andere processen, andere organisatie-inrichting en om ander talent. Digitalisering biedt mogelijkheden tot kostenbesparing, maar ook voor het aanboren van nieuwe markten. Nederlandse uitgeverijen exploreren de nieuwe mogelijkheden en proberen nieuwe initiatieven uit. Soms met succes en soms zonder. De meeste van hen zitten midden in hun digitale transformatie.

### 2016 WAS BACK TO BUSINESS

Na jaren van experimenteren met nieuwe technologieën, het onderzoeken van nieuwe verdienmodellen en innovatielabs met exotische nieuwe bedrijvigheid lag in 2016 de nadruk dichter bij huis. Uitgeverijen leken dichter langs de randen van het bestaande verdienmodel te zoeken naar vernieuwing. Er werd vooral ingezet op het verzamelen van data van de huidige klanten en het opbouwen van profielen, oftewel het digitaal leren kennen van de klant.

### TIJD VOOR EEN NIEUWE STRATEGIE

'Om te overleven zal elke uitgeverij zichzelf opnieuw moeten uitvinden.' Volgens Jasper Baggerman, senior adviseur digitalisering & innovatie, is het verdienmodel dat eeuwenlang werkte op termijn niet meer houdbaar. 'Elke uitgeverij moet een nieuwe koers inzetten om antwoord te kunnen geven op de vragen "Waar verdienen we in de toekomst ons geld mee?" en "Waarom kiezen toekomstige klanten straks voor ons?".'

Het antwoord op deze vragen is anders voor elke uitgeverij. Maar qua proces, de wijze van organiseren, samenwerken en leren zijn de uitdagingen waarvoor uitgeverijen gesteld staan bij digitalisering vergelijkbaar voor de hele sector. Dat maakt het interessant om ook hier krachten te bundelen.

### DIGITALISERING EN INNOVATIE BIJ HET NUV

Sinds oktober 2016 biedt het Nederlands Uitgeversverbond zijn leden ook ondersteuning bij digitalisering en innovatie. Het NUV helpt uitgeverijen door inzicht te geven in welke ontwikkelingen wereldwijd spelen, innovatieverantwoordelijken met elkaar in verbinding te brengen, aansluiting te zoeken met andere netwerken en kennisoverdracht.

### Laten zien wat er speelt - inzicht in het ecosysteem

'Het weten wat er in de markt gebeurt is essentieel bij het bepalen van een nieuwe koers', aldus Baggerman.

TERUG | VERDER

# DIGITALISERING EN INNOVATIE

In 2016 is het NUV begonnen met het in kaart brengen van wereldwijde trends in uitgeven. Een onderzoek is gestart naar relevante start-ups in het boekenvak en naar internationale best practices.
'In 2017 wordt dit onderzoek uitgebreid naar andere uitgeefbranches. Hiernaast halen we de banden aan met verschillende kennisinstellingen om hun kennis en bevindingen inzichtelijk te maken voor de lidbedrijven.'

**Onderling verbinden**
Het uitwisselen van ervaringen met digitale transformatie bij uitgeverijen verhoogt het kennisniveau over de hele sector. In 2017 start het NUV met Innovatie expertmeetings, rondetafelgesprekken waarin innovatieverantwoordelijken van de uitgeverijen ervaring uitwisselen om van elkaar te leren en elkaar te inspireren.

**Aansluiting zoeken met andere netwerken**
Uitgeverijen staan niet alleen in hun digitale transitie. Door aansluiting te zoeken bij relevante netwerken zoals ECP - platform voor informatiesamenleving, VNO/NCW en de topsector Creatieve industrie, kan worden geleerd van andere branches. Hiernaast kan toegang tot subsidieprogramma's individuele leden helpen bij onderzoek en ontwikkeling.

**Inspiratie en kennisoverdracht**
In 2017 zal de NUV Academy presentaties en workshops organiseren over de concrete toepassing van nieuwe technologieën, zoals chatbots, voice, big data en artificial intelligence.

**Bron NUV ledenbenchmark 2009-2016*

TERUG | VERDER

# INTELLECTUEEL EIGENDOM, COLLECTIEVE RECHTEN EN PRIVACY

## AUTEURSRECHT

Het auteursrecht gold lange tijd als een weinig dynamisch rechtsgebied. Digitalisering en (harmoniserende) Europese wetgeving hebben daar inmiddels verandering in gebracht. Uitspraken van het Europese Hof en nieuwe wetgeving vanuit Brussel hebben grote gevolgen voor de dagelijkse praktijk van uitgeverijen. Voor het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) betekent dit meer dan ooit dat zijn lobbyactiviteiten zich niet alleen in Nederland, maar ook steeds meer in Brussel afspelen. Dat gebeurt soms direct, maar vooral in samenwerking met zijn Europese koepelorganisaties: News Media Europe (NME), European Magazine Media Association (EMMA) en Federation of European Publishers (FEP).

## COLLECTIEVE RECHTEN

In november 2015 besliste het Europese Hof in de zaak HP-Reprobel dat uitgevers op zichzelf geen rechthebbenden zijn voor vergoedingen uit collectieve rechten zoals Reprorecht. Wel kunnen uitgevers rechthebbenden zijn op basis van het werkgeversauteursrecht. Deze uitspraak heeft grote (financiële) gevolgen voor alle uitgevers. Uiteindelijk kwamen uitgevers en vertegenwoordigers van makers in de Stichting Reprorecht in het najaar tot een nieuw repartitieconvenant, waarbij voorzieningen zijn getroffen voor mogelijke claims uit het verleden en afspraken zijn vastgelegd aangaande toekomstige uitkeringen. Hetzelfde HP-Reprobel arrest zal ook van invloed zijn op toekomstige uitkeringen die uit Thuiskopieheffingen komen en waarover in 2017 nadere afspraken gemaakt worden.
Tenslotte bleek in de loop van 2016 dat binnen de Stichting Leenrecht mede door de HP-Reprobel-uitspraak onduidelijkheid was ontstaan in hoeverre uitgevers aanspraak konden maken op de reguliere vergoeding uit Leenrecht. Uiteindelijk is 80 procent van het zogenaamde uitgeversdeel uitgekeerd aan de rechthebbende uitgevers en moet er in 2017 meer duidelijkheid komen over de vraag of er een wettelijke juridische basis bestaat voor het uitgeversaandeel in het leenrechtstelsel.

## NIEUWE RICHTLIJN EU-AUTEURSRECHT

Op 14 september 2016 presenteerden eurocommissarissen Ansip en Oettinger een nieuwe richtlijn inzake auteursrecht als onderdeel van de Digital Single Market strategie van de Europese Commissie. Het voorstel kent voor uitgevers drie belangrijke elementen: een uitgeversrecht voor nieuwsuitgevers, een voorstel voor tekst en datamining en de 'reparatie' van het arrest HP/Reprobel van het Europese Hof.
In het voorstel krijgen lidstaten de mogelijkheid om uitgevers weer mee te laten delen in de inkomsten uit auteursrechtelijke collectieve heffingen zoals Reprorecht en Thuiskopie.
Uitgevers van nieuwsmedia en magazines krijgen een nieuw naburig recht, het zogenaamd uitgeversrecht. Het uitgeversrecht beoogt, in aanvulling op het auteursrecht, de positie van uitgevers ten opzichte van derden te versterken, zodat uitgevers met marktpartijen partnerships kunnen aangaan gericht op het hergebruik van content.
Het kabinet besloot in november 2016 een consultatie uit te zetten over deze voorstellen. Het NUV heeft van deze mogelijkheid gebruikgemaakt en zijn kritiek op de voorstellen verwoord, maar heeft vooral ook aangedrongen op een spoedige reparatie van het arrest HP/Reprobel en het belang van de invoering van

TERUG | VERDER

een uitgeversrecht voor uitgevers van nieuwsmedia, magazines, vakinformatieve en wetenschappelijke publicaties.
Het voorstel voorziet ook in een nieuwe uitzondering voor het gebruik van tekst en datamining. Het NUV benadrukt het belang dat dit alleen geldt voor 'niet-commercieel' gebruik.
Het NUV zal zich in 2017 blijven inspannen om dit voorstel waar nodig te laten aanpassen, zowel in Den Haag als in Brussel, samen met NDP Nieuwsmedia, MVW en de Europese zuster- en koepelorganisaties.

**PRIVACY**
In april keurde het Europees Parlement de Algemene Verordening Gegevensbescherming goed. Deze verordening bevat de nieuwe regels voor verwerking en bescherming van persoonsgegevens, waaronder een ingrijpende regeling met betrekking tot datalekken. Direct marketing en profiling worden strenger gereguleerd en er komt een 'recht om vergeten te worden'. Ook krijgt de burger het recht zijn gegevens bij een oude partij op te vragen en bij een nieuwe partij onder te brengen (dataportabiliteit). De Verordening treedt op 25 mei 2018 in werking. Uitgevers zullen 2017 dan ook aangrijpen om te zorgen dat zij vanaf 2018 voldoen aan alle eisen van de verordening.

Een belangrijke uitspraak van het Europese Hof was zijn arrest over het linken naar de Playboy-foto's van Britt Dekker door GeenStijl. Volgens het Hof kunnen hyperlinks naar auteursrechtelijk beschermd materiaal dat illegaal online staat een inbreuk op het auteursrecht vormen. Het Hof is van mening dat websites niet naar illegale bronnen mogen hyperlinken als de uitgevers van deze websites een winstoogmerk hebben en redelijkerwijs kunnen weten dat het auteursrechtelijk beschermde materiaal illegaal online staat.

**Cookies**
Het NUV heeft in 2016 deelgenomen aan de publiek-private werkgroep Privacy in de Praktijk, die in het leven is geroepen door ECP (het Platform voor de InformatieSamenleving waarin overheid, brancheorganisaties en bedrijven samenwerken). De werkgroep heeft gewerkt aan een cookieprotocol en aan transparante privacyvoorwaarden. Voor 2017 ligt de nadruk van deze werkgroep op privacy by design en de voorbereiding op de Algemene Verordening Persoonsgegevens. De verwachting is dat ook verder gewerkt zal kunnen worden aan het cookieprotocol.

In 2016 publiceerde het Adviescollege toetsing regeldruk (Actal) zijn onderzoek naar het gebruik van cookies. Daaruit komt naar voren dat de Nederlandse cookiewet duur is en consumenten vooral irriteert. Nog belangrijker is de derde conclusie: de wet beschermt de privacy niet, omdat de meeste mensen de cookiemeldingen op websites routinematig wegklikken.

Het in januari 2017 door de Europese Commissie in het kader van haar Digital Single Market Strategie gepubliceerde voorstel voor de Verordening Privacy en Elektronische Communicatie betekent een verandering voor het huidige cookiebeleid. De commissie wil onder andere dat internetgebruikers in de toekomst in één keer kunnen bepalen of zij privacygevoelige cookies accepteren of weigeren. Voor het plaatsen van cookies die volgens de Commissie niet privacygevoelig zijn, zoals de cookies die het aantal websitebezoekers tellen of die bijhouden wat er bij een webwinkel in de winkelwagen zit, hoeft geen toestemming gevraagd te worden.
De commissie hoopt dat het voorstel op 25 mei 2018 kan worden ingevoerd, tegelijk met de Verordening gegevensbescherming. Deze planning lijkt echter ambitieus.

Het NUV zal zowel in Europa via zijn Europese koepelorganisaties als in Den Haag (al dan niet in samenwerking met andere partners) blijven lobbyen voor een voor uitgeverijen werkbaar model.

**LEENRECHT**
Op 10 november bepaalde het Europese Hof van Justitie in Luxemburg in een arrest dat e-books, net als fysieke boeken, onder het leenrecht vallen. Het NUV was uiteraard teleurgesteld dat het Hof zijn (juridische) argumenten niet heeft gevolgd, ook omdat de vrees gegrond blijft dat dit stelsel zeer marktverstorend kan werken.
Het Hof verbond wel voorwaarden aan het leenrecht voor e-books. Zo geldt ook hier het systeem van 'one-copy-one-user'. Een uitgeleend e-book kan niet tegelijkertijd aan een ander worden uitgeleend. In 2017 zal met diverse partijen gesproken worden over de wijze waarop deze uitspraak in de praktijk moet worden geïnterpreteerd.

**AUTEURSCONTRACTENRECHT**
In de op 1 juli 2015 in werking getreden Wet auteurscontractenrecht is voorzien in een zogenaamde Geschillencommissie Auteurscontractenrecht

TERUG | VERDER

(een onafhankelijke geschillencommissie die een laagdrempelige procedure biedt om conflicten tussen makers en exploitanten op te lossen zonder tussenkomst van een rechter). Deze commissie is op 1 oktober 2016 van start gegaan en in de loop van 2017 krijgen partijen de mogelijkheid zich bij deze geschillencommissie aan te sluiten.

**MEDIAWIJSHEID**

Dat auteursrecht voor iedereen belangrijk is, werd in 2016 benadrukt doordat het weer een van de thema's was in de Week van de Mediawijsheid. Tijdens deze week speelden 100.000 leerlingen van groep 7 en 8 van het primair onderwijs dagelijks mee met de interactieve game MediaMasters, waarin vijf opdrachten – 'mediamissies' – over auteursrecht waren verwerkt.

# SOCIAAL BELEID EN HR

## NIEUWE INRICHTING

Het jaar 2016 stond in het teken van verandering en vernieuwing. Op 1 juli is als gevolg van de herpositionering van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) het secretariaat Sociale Zaken opnieuw ingericht. In de nieuwe organisatie van het NUV is het thema Sociaal beleid en HR als een van de focusgebieden benoemd. Het thema wordt behartigd door een senior adviseur; een rol die Peter Stadhouders vervult. Voor de cao en alle daaraan gerelateerde onderwerpen is Frank Obertop als secretaris Sociale Zaken verantwoordelijk.
Op het gebied van de cao worden de meeste werkzaamheden verricht ten behoeve van derden: voor de Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf (WU), de vereniging waarin het NUV alle cao-bevoegdheden heeft ondergebracht, en voor de Stichting Bedrijfstakbureau voor het Uitgeverijbedrijf (BTB), de stichting waarin alle cao-partijen gezamenlijk zijn vertegenwoordigd met als doelstelling de uitvoering van de gemaakte cao-afspraken.

## CAO

In 2016 is de operatie voltooid om zes cao's door één cao te laten opvolgen. Bij aanvang van de CAO voor het Uitgeverijbedrijf (CAO-UB) per 1 juli 2015 waren de volgende functiegroepen, die voorheen eigen cao's hadden, onder de nieuwe cao begrepen:

- Boeken- en Tijdschriftuitgeverijbedrijf
- Dagbladuitgeverijbedrijf
- Dagbladjournalisten
- Publiekstijdschrift- en Opinieweekbladjournalisten
- Vaktijdschriftjournalisten

Per 1 januari 2016 is ook de functiegroep Huis-aan-huisbladjournalisten opgenomen in de CAO-UB. Hoewel alle functiegroepen nu vallen onder de basisbepalingen in de cao, zijn bepaalde afspraken uit het verleden, die per functiegroep verschillen, voortgezet in de nieuwe cao en ondergebracht in functiegroepbepalingen.

## PERSOONLIJK KEUZEBUDGET

Nieuw in 2016 is het Persoonlijk Keuzebudget (PKB), dat op 1 januari is ingevoerd. Het PKB is een reservering naast het maandsalaris, bestaande uit een aantal in geld vertaalde arbeidsvoorwaarden. Door deze reservering in geld heeft de werknemer een vrije keuze gekregen in de aanwending ervan. De waarde van het PKB is vastgesteld op 10 procent, bestaande uit 8 procent vakantiegeld, de waarde van vier bovenwettelijke dagen (1,6 procent) plus de waarde van één extra vakantiedag (lief-en leeddag; eveneens 0,4 procent) ter compensatie van het vervallen van de vroegere verschillende bijzondere verlofregelingen. Bij de invoering van het PKB hebben cao-partijen afgesproken om alleen gedurende 2016 het PKB met 2 procent op te hogen tot 12 procent.
De invoering van het PKB heeft zowel bij werknemers als bij werkgevers een omslag in denken gevraagd. Voor werknemers is het voordeel van het PKB een grotere vrijheid in de aanwending van de beschikbare middelen. En voor zover het PKB in de loop van het jaar niet wordt aangesproken, wordt het saldo aan het eind van het jaar uitgekeerd. Voor de werkgever is een voordeel van het PKB erin gelegen dat door de vertaling van bovenwettelijke aanspraken in tijd naar aanspraken in geld met ingang van de invoering van

TERUG | VERDER

het PKB geen stuwmeren aan bovenwettelijk verlof meer kunnen ontstaan.
Begin 2016 is vanuit het Bedrijfstakbureau (BTB) een digitale faciliteit beschikbaar gekomen, de Arbeidsvoorwaardentool (AV-tool), die gekoppeld wordt aan de salarisadministratie van de onderneming. Met de AV-tool kunnen werknemers makkelijker keuzes maken en kunnen de effecten van bepaalde keuzes in geld direct zichtbaar worden gemaakt. Deelname aan de AV-tool door ondernemingen geschiedt op vrijwillige basis. Ultimo 2016 maakten circa 5.500 werknemers gebruik van de AV-tool. Een stuurgroep PKB, waarin afgevaardigden uit verschillende disciplines zitting hebben, monitort de ontwikkelingen rondom het PKB. Om de ervaringen met het PKB in beeld te krijgen en de animo voor dit innovatieve arbeidsvoorwaardeninstrument te peilen, is eind 2016 onder de deelnemende bedrijven bij zowel werkgevers als werknemers een brede enquête uitgezet, waarvan de resultaten input zullen vormen voor het cao-overleg in 2017.

### PENSIOEN

De pensioenverplichting is een vast onderdeel van de cao. De werkgever is gehouden voor zijn werknemers een pensioenvoorziening te treffen, die ten minste voldoet aan bepaalde door de cao gestelde eisen. Dat waren voorheen de minimum pensioenvoorwaarden, maar die waren in het licht van de actualiteit van 2016 op onderdelen (sterk) verouderd. Wegens het grote belang voor zowel werkgevers als werknemers bij heldere afspraken in de cao met betrekking tot het pensioen, is afgesproken dit onderwerp los te koppelen van de invoering van de CAO-UB per 1 juli 2015 en nog gedurende de looptijd van de cao de tijd te nemen om tot nieuwe afspraken op dit onderwerp te komen.
Dat is gelukt per 1 oktober 2016 met de introductie van artikel 8.5 in de nieuwe cao. Op basis van dit artikel kan door de onderneming een eigen pensioenregeling worden afgesproken binnen vier door de cao benoemde variabelen. Daarnaast is het mogelijk te komen tot maatwerkafspraken op ondernemingsniveau en/of een eigen, van de cao afwijkende, pensioenregeling te treffen. De mate van afwijking van de eigen regeling ten opzichte van het cao-kader wordt beoordeeld door een actuaris. Afhankelijk van de bevindingen van de actuaris is voor de invoering van de eigen pensioenregeling mogelijk dispensatie vereist van de cao-bepalingen ter zake. Dispensatie kan, al dan niet onder voorwaarden, worden verleend, maar kan ook niet worden verleend. Tegelijkertijd met de nieuwe afspraken over pensioenen zijn afspraken gemaakt over de inrichting van de dispensatieprocedure.
De bevoegdheid tot het verlenen van dispensatie is toegekend aan de Commissie Toezicht en Naleving/ Raad van Uitvoering, die hiervoor speciaal wordt ondersteund door een actuaris.

### MANTELPOLIS AEGON

De mantelpolis voor pensioen, die tot en met 2015 gedurende vele jaren bij Aegon liep, is in 2016 voor de duur van één jaar voortgezet. Ultimo 2016 verstreek de duur van het verlengde contract. Wegens het sterk veranderende pensioenlandschap van de laatste jaren was een voortzetting van de mantelpolis op de bestaande voorwaarden niet meer mogelijk. In goed overleg tussen de verzekeraar en de deelnemende bedrijven zijn nieuwe pensioencontracten per onderneming afgesloten.

### WET DEREGULERING BEOORDELING ARBEIDSRELATIES (DBA)

Op 1 mei is de Wet DBA ingevoerd en de VAR afgeschaft. Door feitelijk als algehele vrijwaring tegen loonheffingen te dienen, bood de VAR opdrachtgevers de zekerheid die nodig is om ongestoord met zzp'ers te werken. Om opdrachtgevers tegemoet te komen in hun behoefte aan zekerheid, heeft de staatssecretaris in de toelichting bij de wet toegezegd dat belanghebbenden, bijvoorbeeld belangenorganisaties van opdrachtgevers en zzp'ers, overeenkomsten konden voorleggen die de Belastingdienst beoordeelt op loonheffingsplicht. Het NUV heeft modelovereenkomsten opgesteld, die door zowel de Belastingdienst als het UWV zijn goedgekeurd. Deze modelovereenkomsten zijn voor alle lidbedrijven beschikbaar en bevatten geel gearceerde bepalingen, die fiscaal relevant zijn en niet gewijzigd mogen worden door de opdrachtgever. Andere bepalingen mag de opdrachtgever schrappen of toevoegen, maar wel met de kanttekening dat daardoor geen schijn van een arbeidsovereenkomst mag ontstaan. Dan vervalt alsnog de (beperkte) vrijwarende werking.

Om alle lidbedrijven goed te informeren, vond in het voorjaar een massaal bezochte bijeenkomst plaats in het Planetarium in Amsterdam. De Belastingdienst, Loyens Loeff, Van Doorne en het NUV verstrekten nadere informatie over de Wet DBA en de consequenties voor de lidbedrijven bij de invoering van deze wet.

Eind 2016 heeft de staatssecretaris vanwege de grote onduidelijkheid over de toepassing van de wet besloten de handhaving op te schorten tot 1 januari 2018. De wet blijft echter van kracht en daarmee blijft

TERUG | VERDER

de onduidelijkheid en onzekerheid voor opdrachtgevers voortduren. Aan een overeenkomst van opdracht is namelijk niet af te lezen of de opdrachtnemer een ondernemer is. Hoe kan een opdrachtgever weten welke opdrachtnemers werkzaam zijn in het kader van beroep of bedrijf en welke niet en hoe bewijst een opdrachtgever dat?

Het NUV maakt zich bij het Ministerie van Financiën en bij de politiek hard voor het aanbrengen van een heldere afbakening tussen een overeenkomst van opdracht en een arbeidsovereenkomst. Dan is er ten minste helderheid over de consequenties die verbonden zijn aan de af te sluiten overeenkomst.

### BEDRIJFSTAKBUREAU (BTB)

Het BTB heeft tot taak uitvoering van cao-afspraken en van projecten op bedrijfstakniveau, zoals Gezond Uitgeven!, actualisering functiegebouwen, het onderhoud van de website www.uitgeverijbedrijf.nl en andere specifieke projecten, zoals bijvoorbeeld uitvoering van het sectorplan uitgeverijbedrijf.

Het bestuur van het Bedrijfstakbureau bestaat uit afgevaardigden van werkgevers- en werknemerspartijen betrokken bij de cao. De ondersteuning van het BTB geschiedt door de secretaris Sociale Zaken van het NUV.

### GEZOND UITGEVEN!

Gezond Uitgeven! is het onderdeel van de website waarin de arbo-afspraken voor de bedrijfstak uitgeverijbedrijf zijn weergegeven. Van belang zijn onder meer de onderdelen Arbocatalogus Gezond Uitgeven en de in 2016 opnieuw erkende Risico-Inventarisatie & -Evaluatie (RI&E).

De in 2015 ontwikkelde app 'Werkmeeting' is in 2016 verder onder de aandacht gebracht. Hoe blijft de medewerker duurzaam inzetbaar? Dat is de vraag waar 'Werkmeeting' medewerkers in uitgeverijen mee op weg helpt. Door duurzaam inzetbaar te zijn en te blijven, vergroten medewerkers hun kans op het behoud van hun huidige of (op termijn) ander werk.

### WEBSITE WWW.UITGEVERIJBEDRIJF.NL

Onder het BTB valt ook de website 'Sociaal Beleid in het Uitgeverijbedrijf' (www.uitgeverijbedrijf.nl). De website is al vele jaren een vraagbaak voor werkgevers, werknemers en andere belangstellenden. Hoewel er maar één doorlopende cao is, toont de site de cao in twee verschijningsvormen. 'Deel I Algemeen' bevat uitsluitend de bepalingen die gelden voor niet-journalisten en 'Deel II Journalistiek' uitsluitend de bepalingen voor werknemers die journalist zijn. De site biedt naast de tekst van de cao uitgebreide toelichtingen en FAQ's. Het NUV onderhoudt deze site mede namens de sociale partners.

### SECTORPLAN UITGEVERIJBEDRIJF

Het Sectorplan Uitgeverijbedrijf is een project om de duurzame inzetbaarheid van werknemers te bevorderen, met name op de terreinen arbeidsvitaliteit, toekomstprofielen en scholing. Bijzonder onderdeel was de scholing van zzp'ers, waarbij de NVJ Academy uitvoerder was. Alle maatregelen uit het sectorplan zijn ultimo 2016 uitgevoerd en qua maximale looptijd (twee jaar) geëindigd. Na de accountantscontrole begin 2017 zal de BTB projectgroep een eindrapport opstellen voor de subsidie door Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW) van de kosten van de deelnemende uitgeverijen.

### ARBEIDSONGESCHIKTHEIDSVOORZIENING

Sedert vele jaren waren er voor de deelsectoren verschillende fondsen Arbeidsongeschiktheidsvoorziening (AOV), die voorzien in een aanvulling op voorheen de WAO- en tegenwoordig de WIA-uitkeringen. In het kader van de nieuwe cao voor de gehele bedrijfstak zijn in 2016 de fondsen AOV samengegaan in één fonds AOV. De Stichting Arbeidsongeschiktheidsvoorziening UB, bestuurd door werkgevers- en werknemersvertegenwoordigers, beheert dit fonds. De dagelijkse uitvoering van de regeling geschiedt door Centraal Beheer.

### DESKUNDIGEN/P&O-OVERLEG

Het Deskundigen/P&O-overleg bestaat uit HR- en P&O-functionarissen van een aantal grote en kleine ondernemingen. Sinds de komst van de CAO-UB in 2015 zijn de Deskundigencommissie (voor de boeken- en tijdschriftensector) en de P&O-commissie (voor de dagbladsector) samengegaan. De commissie komt een paar maal per jaar bijeen. In het gezamenlijke overleg vindt technisch overleg plaats over de meest uiteenlopende onderwerpen op het terrein van sociale zaken, waaronder de technische voorbereiding voor het cao-overleg. Het Deskundigen/P&O-overleg vervult ook een belangrijke klankbordfunctie. Onderwerpen die in 2016 naast de cao in de commissie aan de orde kwamen, zijn de ontwikkelingen rondom pensioenen, de Wet werk en zekerheid en de Wet deregulering beoordeling arbeidsrelaties.

TERUG | VERDER

# SOCIAAL BELEID EN HR

**BESTUURSCOMMISSIE SOCIAAL BELEID (BSB)**
Waar het Deskundigen/P&O-overleg vooral een technisch beraad is, is de BSB als adviesorgaan van het bestuur van NUV en WU vooral gericht op de vorming van beleid. De BSB bestaat uit vertegenwoordigers van directies van grote en kleine ondernemingen in de sector. De BSB spreekt zich onder meer uit over het mandaat voor het cao-overleg. De BSB is in het najaar van 2016 tweemaal bijeen geweest om te spreken over de economische situatie in de sector en het advies aan het bestuur over het af te geven mandaat aan de onderhandelingsdelegatie voor het cao-overleg in 2017.

**VOORUITBLIK 2017**
De CAO-UB kent een looptijd tot 28 februari. Dit betekent dat de onderhandelingen voor een nieuwe cao van start gaan. Voor het onderwerp pensioenen is met de vakorganisaties afgesproken dat de huidige pensioenparagraaf voor 2017 ongewijzigd blijft. Wanneer de nieuwe regering en het parlement helder hebben hoe de toekomst voor de pensioenen eruit gaat zien, wordt het overleg over een nieuwe pensioenparagraaf gestart.

De Wet DBA en vooral het realiseren van een heldere afbakening tussen een overeenkomst van opdracht en een arbeidsovereenkomst zullen nog veel aandacht vragen. De belangenbehartiging en lobby op dit punt worden nadrukkelijk voortgezet.

Andere onderwerpen die opgepakt worden, zijn onder andere talentontwikkeling, werving en selectie (vooral op het terrein van IT-functies), functiebeschrijving en -waardering (ook hier vooral op het terrein van nieuwe, IT-gerelateerde functies), duurzame inzetbaarheid, benchmarks van loon- en functiegebouwen, pensioenregelingen en sociale plannen binnen de sector.

Er wordt een HR-netwerk van specialisten gebouwd, zowel binnen de lidbedrijven om interne deskundigheid te kunnen benutten als extern om lidbedrijven indien nodig te kunnen adviseren bij de inhuur van flexibele HR-capaciteit.

werkgeversvereniging uitgeverijbedrijf

BEDRIJFSTAKBUREAU UITGEVERIJBEDRIJF

# Het NUV is dé brancheorganisatie voor uitgevers in Nederland

en draagt het innovatieve karakter en het maatschappelijke en economische belang van de sector uit

De Nederlander leest dagelijks

**45 min.**

**30 minuten** vanaf papier

**< 49 jaar**
**leest veelal digitaal**

**50 jaar >**
**leest vaak print**

Inkomsten uit digitale producten zijn in **5 jaar** tijd verdubbeld naar

**17%**

**NUV telt 149 lidbedijven = 90% van de markt**

## Door uitgevers/lidbedrijven

jaarlijks verkocht, gebruikt of bezorgd:

**472 miljoen magazines**
**949 miljoen dagbladen**
**41 miljoen algemene boeken**
**22 miljoen vaktijdschriften**
**50 miljoen vakbladen en**
**Leermiddelen voor 3 miljoen leerlingen en 250.000 leraren op 8.000 scholen**

**2,7**
**miljard omzet uitgeefsector**

Nederlanders en media:

**93%**
**internetgebruikers**
**3,7 devices per persoon**
**81% op social media**

**13.500**
**personen werkzaam in de uitgeefsector**

**Meer weten? Bekijk de website en het jaarverslag**

Nederlands uitgeversverbond

TERUG | VERDER

# BTW

Het algemene btw-tarief van 21 procent op digitale uitgeefproducten is uitgevers een doorn in het oog. In 2016 werden eindelijk belangrijke stappen gezet naar een verlaging van de btw van 21 procent naar 6 procent.

## POLITIEK DRAAGVLAK VOOR BTW-VERLAGING

De wens van de Tweede Kamer is heel helder. Voor verlaging van het btw-tarief naar 6 procent bestaat breed draagvlak. Van SP tot VVD, vrijwel alle fracties in de Tweede Kamer hebben in 2016 hun steun uitgesproken voor het verlaagde tarief. In juni 2016 drongen VVD, PvdA, CDA en D66 bij staatssecretaris Wiebes (Financiën) aan op spoed. In december leidde een motie van SP en PvdA over toepassing van het 6%-tarief op digitale nieuwsproducten zelfs tot Kamerbrede steun, de PVV uitgezonderd. Met regelmaat voert de Tweede Kamer de druk op het kabinet op. In zijn contacten met de Tweede Kamer spant het NUV zich maximaal in om het onderwerp hoog op de politieke agenda te houden.

## BTW-RICHTLIJN IS BOTTLENECK

Naast de Tweede Kamer is ook het kabinet positief. De bottleneck is de Europese Btw-richtlijn. Om het verlaagde tarief op digitale uitgeefproducten te kunnen toepassen, moet die Btw-richtlijn aangepast worden. Dat vergt unanimiteit onder 28 ministers van Financiën. Zolang de richtlijn niet is aangepast, zou Nederland met toepassing van het verlaagde tarief een inbreukprocedure tegemoet kunnen zien.

## EUROPESE COMMISSIE AAN ZET

In mei 2015 beloofde Jean-Claude Juncker, voorzitter van de Europese Commissie, een wetgevingsvoorstel in te dienen. Omdat de tijd verstreek, herinnerde het Europees Parlement in januari 2016 Commissievoorzitter Juncker met een duidelijke resolutie aan zijn belofte. Vervolgens kondigde de Commissie op 7 april bij de presentatie van het Action Plan on VAT aan nog voor het einde van 2016 een wetgevingsvoorstel te zullen indienen.

## DE ROL VAN NEDERLAND

Onder druk van de Tweede Kamer is het kabinet veranderd van een passieve in een actieve voorstander. Die actieve houding bleek onder andere tijdens het Nederlands voorzitterschap van de Europese Unie. Eind mei nodigde de Raad van Ministers, voorgezeten door Nederland, de Europese Commissie unaniem uit om een voorstel te doen om digitale media tegen het verlaagde btw-tarief te mogen belasten. Dat was opnieuw een belangrijke stap in de goede richting.

## TRAAG WETGEVINGSPROCES

'Als je naar het medialandschap kijkt en het tempo ziet waarin uitgevers innoveren, dan is het niet uit te leggen dat deze btw-kwestie nog steeds niet is opgelost', zegt Herman Wolswinkel, adviseur btw van het NUV. Hoewel het maar een kleine aanpassing van de Btw-richtlijn vergt, neemt de Europese Commissie – mede vanwege de vereiste unanimiteit – alle voorbereidende stappen heel zorgvuldig. Dat kost veel tijd. Een impact assessment moest de consequenties aantonen van een btw-verlaging en via een consultatie dienden alle belanghebbenden, waaronder het NUV, hun zienswijze in. 'Als die traagheid leidt tot unanimiteit in de Raad van Ministers, dan is het ten minste nog een goede investering geweest', licht Wolswinkel toe.

TERUG | VERDER

# BTW

### LANGVERWACHT VOORSTEL GEPRESENTEERD

Op 1 december presenteerden commissarissen Moscovici (Fiscale Zaken) en Ansip (Digitale Eengemaakte Markt) het voorstel. Een goed voorstel, met alle ruimte voor de lidstaten om zelf nauwkeurig af te bakenen welke digitale publicaties aanspraak kunnen maken op welk btw-tarief. De spannendste vraag is hoe de Nederlandse wetgever digitale publicaties fiscaal gaat afbakenen. Wolswinkel: 'Wil je een toekomstbestendige oplossing voor de btw-kwestie, dan moeten ook vernieuwende uitgeefproducten en -diensten onder het verlaagde tarief gebracht worden. Als bijvoorbeeld geavanceerde digitale leermiddelen en artikelplatform Blendle buiten de scope vallen, kun je niet zeggen dat het btw-probleem is opgelost." Dat de btw-oplossing echt toekomstbestendig wordt, staat in 2017 hoog op de prioriteitenlijst van het NUV. Anders blijven fiscale prikkels de innovatie in de sector onnodig belemmeren.

### VERWACHTING VOOR 2017

Het kabinet heeft zijn expliciete steun uitgesproken voor het Europese voorstel. Staatssecretaris Wiebes zei in januari 2017 in de Tweede Kamer dat het kabinet een btw-verlaging voor digitale boeken, kranten en tijdschriften al 'in potlood' in het Belastingplan 2018 heeft opgenomen. Als de Europese ministers van Financiën niet dwarsliggen en het nieuwe kabinet in lijn met de opvattingen van het huidige kabinet en de Tweede Kamer opereert, zou de btw-verlaging vanaf 1 januari 2018 een feit kunnen zijn.

TERUG | VERDER

# BETALINGS VERKEER

Twee ontwikkelingen zijn het noemen waard. Ten eerste het feit dat in 2016 alle (rijks)overheidsdiensten voorzieningen hebben getroffen om e-facturen te ontvangen. Per 1 januari 2017 heeft het Rijk de overstap gemaakt naar e-factureren. Dat betekent dat alle leveranciers bij nieuwe inkoopovereenkomsten hun factuur elektronisch moeten indienen.

Verder hebben banken het online identificeren met iDIN geïntroduceerd. Dit moet makkelijker en veiliger inloggen en identificeren bij online dienstverleners, webwinkels en instellingen mogelijk maken.

Na 2018 verdwijnt de acceptgiro als betaalmiddel. Er is regelmatig overleg met andere partijen over een zorgvuldige uitfasering en een introductie van alternatieven.

Het NUV vertegenwoordigt de uitgeefsector in het Giraal Stakeholders Platform (GSF), waarin vertegenwoordigers van bedrijfsleven en banken spreken over lopende projecten, knelpunten en nieuwe ontwikkelingen op het gebied van giraal betalingsverkeer. De focus ligt op het terrein van effectief, veilig, betrouwbaar en maatschappelijk efficiënt betalingsverkeer.

TERUG | VERDER

# MEDEDINGING

In het afgelopen jaar zijn enkele onderwerpen binnen het dossier mededinging aan de orde geweest.

Het kabinet moet naar de overtuiging van het NUV de Wet markt en overheid, die oneerlijke concurrentie door (lagere) overheden aan banden legt, aanscherpen. Als namelijk de landelijke en lokale overheden bepaalde activiteiten als 'algemeen belang' bestempelen, is de wet niet van toepassing. Dit holt de werking ervan sterk uit. Bovendien moet de wet ook gelden voor overheden die besluiten marktactiviteiten zoals schoonmaak, beveiliging, opleidingen en informatievoorziening in eigen beheer uit te gaan voeren. Het vertrekpunt moet zijn dat overheden geen economische activiteiten zelf uitvoeren wanneer de markt deze ook uitvoert of kan uitvoeren, of wanneer een aanbesteding of subsidie tot hetzelfde resultaat kan leiden.

Het ministerie van Economische Zaken heeft de Beleidsregel mededinging en duurzaamheid gewijzigd. Deze beleidsregel gaat over de toepassing van de Mededingingswet bij samenwerkingsverbanden voor duurzaamheidinitiatieven. Aanleiding voor de aanpassing is een aantal recente voorbeelden waarbij spanningen ontstonden tussen mededinging en duurzaamheid, zoals bij een afspraak tussen supermarkten voor een beter welzijn van de plofkip. De Autoriteit Consument & Markt (ACM) vond deze samenwerking in strijd met de Mededingingswet. Ook gezamenlijke afspraken over het sluiten van kolencentrales om de afspraken in het energieakkoord te halen, kregen van de ACM een negatief oordeel.

Als de ACM mededingingsbeperkende afspraken met het oog op duurzaamheid beoordeelt, moet zij – zo meent het NUV - ook kijken naar de voordelen voor de samenleving als geheel en naar de voordelen van alle onderdelen samen, en moet zij de concurrentie meewegen en rekening houden met stijgende productiekosten (en daardoor verlies van marktaandeel) als de onderneming alleen zou opereren.

Het NUV blijft de ontwikkelingen op dit dossier volgen waarbij de oneerlijke concurrentie door (lagere) overheden voor de lidbedrijven op dit moment het meest relevant is.

TERUG | VERDER

# CONSUMENTENZAKEN

Consumenten hebben een bijzondere positie in de wet: ze worden vermoed de zwakkere partij te zijn ten opzichte van bedrijven. De wet compenseert die ongelijkheid met betrekking tot diverse consumentenzaken. Dit is op zichzelf begrijpelijk, maar de balans mag niet doorslaan.

In 2016 stelde het NUV dat het niet nodig is de Richtlijn Consumentenbescherming, die in 2014 in werking is getreden, te herzien. In plaats van de regels opnieuw te verscherpen zou het zou beter zijn om bedrijven handvatten te bieden. In 2017 zal het NUV zich – zowel rechtstreeks als via VNO-NCW – inzetten voor het wegnemen van knelpunten in een richtlijn waarin de Europese Commissie consumentenbescherming bij de aankoop van digitale content wil verbeteren. Volgens het NUV is een garantie met omgekeerde bewijslast als content niet meer werkt of als het device waarop de content wordt gebruikt defect raakt disproportioneel.

In 2015 oordeelde de Hoge Raad dat een combinatie van een telefoonabonnement en een 'gratis' device als consumentenkrediet geldt. Hetzelfde geldt voor een kranten- of tijdschriftenabonnement met een 'gratis' tablet. Op grond van de Wet op het financiële toezicht (Wft) heeft de aanbieder een bankvergunning nodig en moet deze extra maatregelen treffen om overkreditering te voorkomen. De (administratieve) lasten die dit het met zich meebrengt maken het onaantrekkelijk een dergelijk abonnement aan te bieden. In 2016 leverde overleg tussen minister Dijsselbloem (Financiën) en de telecomsector geen gedragscode op om te komen tot een vrijstelling van de regels. Het NUV blijft zich ervoor inzetten om deze beperking te doen verdwijnen.

*'Het NUV zoekt voor consumentenzaken altijd naar een acceptabele balans tussen de belangen van consumenten en die van uitgevers.'*

TERUG | VERDER

# JURIDISCHE ASPECTEN ADBLOCKERS EN RECLAME

Nieuwsmedia en (vak)tijdschriften worden betaald uit de inkomsten uit abonnementen, de verkoop van losse nummers en advertenties. Een daling van de advertentie-inkomsten heeft een negatieve invloed op de vitaliteit van de sector. Het NUV is daarom tegenstander van nieuwe wettelijke reclameverboden of -beperkingen en zet zich in voor goed werkbare reclameregels, met voldoende oog voor uitgeversbelangen en het publiek dat zij bedienen. Met zelfregulering nemen betrokken branches al meer dan vijftig jaar zelf verantwoordelijkheid voor verantwoorde reclame.

*'Gratis toegankelijke content komt niet gratis tot stand. Daarom innoveren uitgevers volop met nieuwe verdienmodellen.'*

Gratis toegankelijke digitale publicaties worden doorgaans volledig uit advertentie-inkomsten bekostigd. De laatste jaren wint het gebruik van adblockers echter aan populariteit. Gebruikers kiezen hiervoor vanwege onleesbare pagina's, zorgen over privacy en om overmatig gebruik van mobiele data tegen te gaan. Door veelvuldig gebruik van adblockers komen huidige digitale verdienmodellen onder druk te staan. Gratis toegankelijke content komt echter niet gratis tot stand. Daarom innoveren uitgevers met nieuwe verdienmodellen zoals paywalls, micropayments en gesponsorde berichten. Ook plaatsen steeds meer uitgevers banners op websites om gebruikers die een adblocker gebruiken, te vragen deze uit te zetten of een uitzondering te maken.

Het NUV monitort nationale en internationale ontwikkelingen rondom adblockers en voorziet zijn leden desgevraagd van advies.

TERUG | VERDER

# KANSSPELEN

Uitgevers van nieuwsmedia en magazines organiseren zelf promotionele kansspelen, zoals prijspuzzels en cryptogrammen, om hun lezers te plezieren en te binden. Het NUV bepleit het schrappen van kleine promotionele kansspelen, met name spelen die een intellectuele inspanning vereisen (prijspuzzels, sudoku's en dergelijke) uit de Wet op de kansspelen. Risico's als misleiding over deelnamekosten of gebruik van persoonsgegevens zijn al geregeld in meer algemene wetgeving.

Om de kansspelmarkt te moderniseren en Nederlandse spelers beter te beschermen, zette de regering in 2016 haar beleid om online kansspelen te legaliseren voort. In Europese landen die online kansspelen eerder legaliseerden, groeide de reclamemarkt voor online kansspelen flink. Zowel rechtstreeks als via VNO-NCW tracht het NUV te bewerkstelligen dat alle legale kansspelaanbieders mogen adverteren.

In juli 2016 stemde de Tweede Kamer in met de nieuwe Wet op de kansspelen, waardoor legalisering van online kansspelen een stap dichterbij komt. Ook nam de Tweede Kamer moties aan om tijdslots voor gokreclames scherp te handhaven en reclames voor live-weddenschappen te verbieden. In 2017 gaat de Eerste Kamer verder met de behandeling van dit wetsvoorstel. Het NUV monitort de veranderingen en voorziet zijn leden desgevraagd van advies.

*'Het NUV waakt ervoor dat de wet- en regelgeving voor kansspelen niet nodeloos belemmerend uitwerkt voor uitgeverijen.'*

TERUG | VERDER

# PAPIER EN MILIEU

Het NUV neemt zijn verantwoordelijkheid op het terrein van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen. De recycling van papier neemt daarbinnen een belangrijke plaats in.

Nederland heeft met 87 procent (2015) een van de hoogste recyclingpercentages van de Europese Unie. Dit is goed voor het milieu en draagt bij aan grondstofzekerheid voor de papierketen. Het hoge recyclingpercentage is mogelijk op basis van het papiervezelconvenant dat de partijen in de papier- en kartonketen, verenigd in Papier Recycling Nederland (PRN), zijn overeengekomen met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten.

*'Het voordeel van het PRN-systeem is dat de sector normale marktomstandigheden slechts een beperkte financiële bijdrage hoeft te leveren. Als wel aan gemeenten is uitgekeerd, wordt het fonds aangevuld door middel van verplichte, maar tijdelijke heffingen. Hierdoor is een permanente wettelijke milieuheffing op papieren producten als kranten, tijdschriften en boeken niet nodig.'*
*Tom Nauta, directeur NDP Nieuwsmedia*

PRN zorgt ervoor dat de inzameling en herverwerking op een hoog niveau blijven, ook als dit niet rendabel is door lage marktprijzen voor oud papier. In het geval van een dergelijk 'ketendeficit' garandeert PRN aangesloten gemeenten, die verantwoordelijk zijn voor de inzameling van oud papier, afname van oud papier tegen een minimumprijs. Dit wordt bekostigd uit het Verwijderingsfonds. Uitgevers participeren op grond van hun producentenverantwoordelijkheid in PRN. Het NUV wordt vertegenwoordigd door Ruud de Klerk, directeur van De Persgroep Printing en Tom Nauta, directeur van NDP Nieuwsmedia.

In 2015 zijn uitkeringen aan gemeenten niet noodzakelijk geweest. Als gevolg hiervan worden voor uitgevers geen andere heffingen verwacht dan een bijdrage aan de systeemkosten van PRN in het vierde kwartaal van 2019 en het eerste kwartaal van 2020.

### POSTFILTER

Postfilter biedt bedrijven de mogelijkheid bestanden voor het versturen van geadresseerde reclamepost te actualiseren met de gegevens uit het Nationaal Overledenenregister en het Nationaal Postregister. Hiermee wordt de wens van consumenten die geen ongevraagde geadresseerde reclamepost willen ontvangen, gerespecteerd. Lidbedrijven van het NUV kunnen kosteloos gebruikmaken van de diensten van Postfilter.

### PAPIERENKARTON.NL

Het kennisplatform Papierenkarton.nl biedt informatie over en draagt bij aan de bewustwording van de duurzaamheid van papier en karton. Partijen, waaronder uitgevers, gebruiken het kennisplatform om kennis uit te wisselen en samenwerking te intensiveren.

TERUG | VERDER

# NUV ACADEMY

*'Samen halen we buiten naar binnen en de toekomst naar nu. Het blijft fascinerend en inspirerend hoe je snel en veel kunt opsteken van collega's in andere media-uitgeverijen die vergelijkbare vragen en opdrachten hebben als jijzelf. Via de diversiteit van de verschillende uitgeefsectoren en de verschillen tussen bedrijven en markten krijg je een scherp beeld van hoe en waar je buiten gebaande paden kunt denken en doen. Of je nou bezig bent met uitgeefstrategie of met de operationalisering van digitale innovatie, in een concern of als niche-uitgever maakt daarbij niet uit.'*
*Nineke van Dalen, directeur NUV Academy*

NUV Academy stimuleert de professionalisering van de uitgeefmediasector door middel van kennisontwikkeling, -deling, ervaringsuitwisseling en samenwerking. Door een digitaal-gerelateerd aanbod draagt de Academy bij aan de exposure van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV). NUV Academy is sinds 2013 een extra activiteit naast de bestaande lobby, belangenbehartiging en dienstverlening van het NUV. Door het programma van NUV Academy voor eigen rekening en risico te organiseren, is de contributie voor deze aanvullende activiteit niet verhoogd. Uitgangspunt is dat de afnemer betaalt – waarbij de leden tegen kostprijs kunnen deelnemen – en dat de deelnemersbijdragen kostendekkend zijn. Waar mogelijk wordt samengewerkt met het NUV en de branchevereningingen. Gelet op het belang van opleiding en ontwikkeling voor innovatie besloot bijvoorbeeld Media voor Vak en Wetenschap (MVW) om in 2016 en 2017 deelname door MVW-leden voor haar rekening te nemen vanuit de bestemmingsreserve 'Werkgeversbijdrage'. Ook Magazine Media Associatie (MMA) bood en biedt haar leden in 2016 en 2017 de mogelijkheid om via het verenigingsbudget deel te nemen aan bepaalde NUV-bijeenkomsten.

### HIGHLIGHTS 2016

Wegens het succes in voorgaande jaren bood NUV Academy ook in 2016 een programma op het gebied van innovatie en digitaal uitgeven. Er werd samengewerkt met inspirerende deskundigen, aangevuld door een of meer presentaties uit de uitgeefmediapraktijk. Naast de themabijeenkomsten werden de volgende activiteiten ontplooid.

- Het jaar ging van start met een tweedaagse masterclass 'Digitale Mediatransformatie' (in samenwerking met Makerstreet).
- In maart woonden honderden deelnemers een meeting bij over het inhuren van freelancers en ZZP'ers.
- Er werd een 'meerluik' gelanceerd onder de titel 'De kracht van data'. In de eerste bijeenkomst lag de focus op verkenning van speelveld, inhoud, technische ontwikkelingen, gevolgd door een startersworkshop. De tweede bijeenkomst stond in het teken van inspiratie waar LexisNexis, Sanoma, The Economist en ANWB acte de présence gaven en ruimhartig hun best practices deelden met vakgenoten. 'De kracht van data' krijgt een vervolg in 2017.
- De belangstelling voor de jaarlijkse Basiscursus Auteursrecht was in 2016 zo groot dat deze moest worden herhaald. Voor de GEU werd een grote stakeholdersbijeenkomst gefaciliteerd naast enkele specifieke sectorbijeenkomsten.

TERUG | VERDER

# NUV ACADEMY

- Voor een van de concerns werd een meerdaagse training over curatie en syndicatie ontwikkeld die werd herhaald als open inschrijving.
- In samenwerking met de Hogeschool Utrecht ontstond een tweedaagse workshop over social journalism, marketing en communicatie die vervolgens ook incompany werd herhaald.

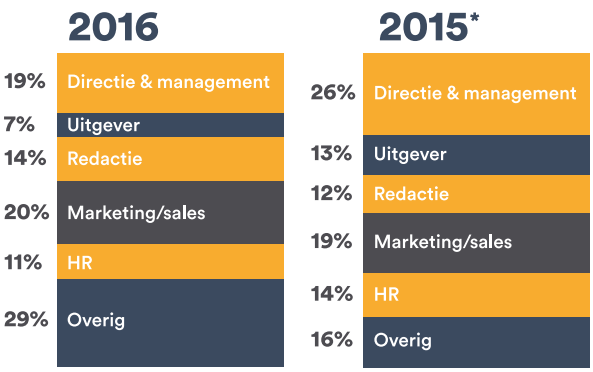
**TOP 5 ONDERWERPEN 2016**

- **Veilig werken met freelancers**
- **De kracht van data II: Inspiratiebijeenkomst business en contentoptimalisatie met data**
- **Effectieve storytelling**
- **Introductiecursus Auteursrecht**
- **Contentcuratie waar Google stopt**

## PARTICIPATIE LIDBEDRIJVEN

Sinds de start medio 2013 waren er in totaal 69 bijeenkomsten waaraan bijna 2.800 medewerkers deelnamen met gemiddeld tachtig procent unieke bezoekers.

De deelname in 2015 en in 2016 was over de traditionele uitgeeffuncties als volgt verdeeld:




**De hoogte van het percentage bij directie, management en HR in 2015 is te verklaren uit de introductiebijeenkomsten rond de CAO voor het Uitgeverijbedrijf.*

Uit de functiebenamingen van de deelnemers is op te maken dat er in de lidbedrijven convergentie optreedt tussen de traditionele functies (zoals redactie en marketing), waarbij het onderscheid tussen deze functies vervalt en er heel veel nieuwe functies en rollen ontstaan, zoals brandmanager, social marketeer of content creator, om er maar een paar te noemen.

De NUV-leden bevinden zich in zeer uiteenlopende fasen in de transformatie naar crossmediale, digitale 360 graden mediaondernemingen. De deelnemersparticipatie is min of meer evenredig met het aantal lidbedrijven en werknemers in de vijf uitgeefsegmenten: nieuwsmedia, educatieve uitgevers, algemene uitgevers, magazine media en media voor vakinformatie en wetenschap.

Het programma van NUV Academy is gericht op operationalisering van de digitale transformatie, mediaconvergentie en innovatie in de uitgeefmediabedrijven, naast updates ten aanzien van NUV-basisdossiers als sociaal beleid, auteursrecht en privacy. NUV Academy biedt een aanvulling op de eigen opleidingsinspanningen van lidbedrijven, zo blijkt uit de evaluaties. Deelnemers dichten een onveranderlijk grote rol toe aan de netwerkfunctie en interactie met deelnemers uit andere uitgeverijen, waarbij het leren van elkaar en het elkaar leren kennen veel toegevoegde waarde heeft. De gemiddelde waardering bedroeg in 2016 7,83. Niche-uitgeverijen zetten deelname aan NUV Academy-events niet zelden als incentive door leidinggevenden in.

## VOORUITBLIK 2017

In 2017 is het programma van NUV Academy deels een afspiegeling van de vier NUV-thema's (Innovatie en Digitalisering, Big Data en Privacy, Auteursrecht en IE, HR en Sociaal Beleid). Daarnaast wordt het aanbod ingevuld vanuit de actualiteit en vraag van lidbedrijven.

- Het jaar werd afgetrapt met een derde bijeenkomst in de meerluik 'De kracht van data': de masterclass 'Data Governance' behandelt de juridische en privacy-aspecten van data. Directe aanleiding vormt nieuwe EU-regelgeving. Deze bijeenkomst werd meerdere keren georganiseerd wegens een grote behoefte aan kennis over dit onderwerp.
- Begin april was het volle bak bij een updatesessie over actuele auteursrechtelijke ontwikkelingen.

TERUG | VERDER

- Voorts vonden in het eerste halfjaar een workshop 'Van early adopter naar een massapubliek' en een druk bezochte themabijeenkomst over opkomende digitale paradigma's plaats.
- Begin mei vond een vierde overtekende bijeenkomst plaats over 'De kracht van data: marketing in een hogere versnelling' plaats.
- Eind mei werd een bijeenkomst over 'Performance 3.0' georganiseerd en in juni bijeenkomsten over e-commerce en 'De kracht van data V: data de baas'.

Het volledige programma voor 2017 in ontwikkeling vindt u hier.

### PLATFORM VOOR PROFESSIONALISERING EN INNOVATIE

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 themamiddagen, workshops en meerdaagse trainingen te organiseren. Nineke 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 mediaondernemingen. Dat is in deze tijd, waarin bij veel bedrijven de opleidingsbudgetten onder druk staan, een substantiële meerwaarde in de dienstverlening voor de leden, zo blijkt ook uit de participatie over de afgelopen jaren.'

### MEERWAARDE VOOR ALLE NUV-LEDEN

In vergelijking met het grote trainingsaanbod in de markt is de kracht van NUV Academy het specifiek verbinden van uitgeefervaringen in een veilige setting. Hierdoor levert de interactie tussen de deelnemers direct toepasbare oplossingen voor de eigen praktijk op. De grootste uitdaging voor NUV Academy is het managen van de niveau- en faseverschillen tussen de lidbedrijven, naast de grote verschillen in bedrijfsomvang. De ene keer wordt geprobeerd een cross-over te bewerkstelligen waarbij grote en kleinere leden, b2c- en b2b- en cross mediale en 'single issue' uitgeverijen van elkaar leren. De andere keer wordt gekozen voor één expliciet niveau om te voldoen aan meer specifieke verwachtingen.

TERUG | VERDER

**NUV Academy** vehikel voor professionalisering en netwerken in de uitgeefbranche door het delen van kennis en ervaring

nuv ACADEMY
PROFESSIONALISERING & NETWERKEN

circa **20** sessies per jaar

circa **40** cursisten per sessie

**Need to Know topics** over innovatie & digital publishing

**>800** enthousiaste deelnemers per jaar

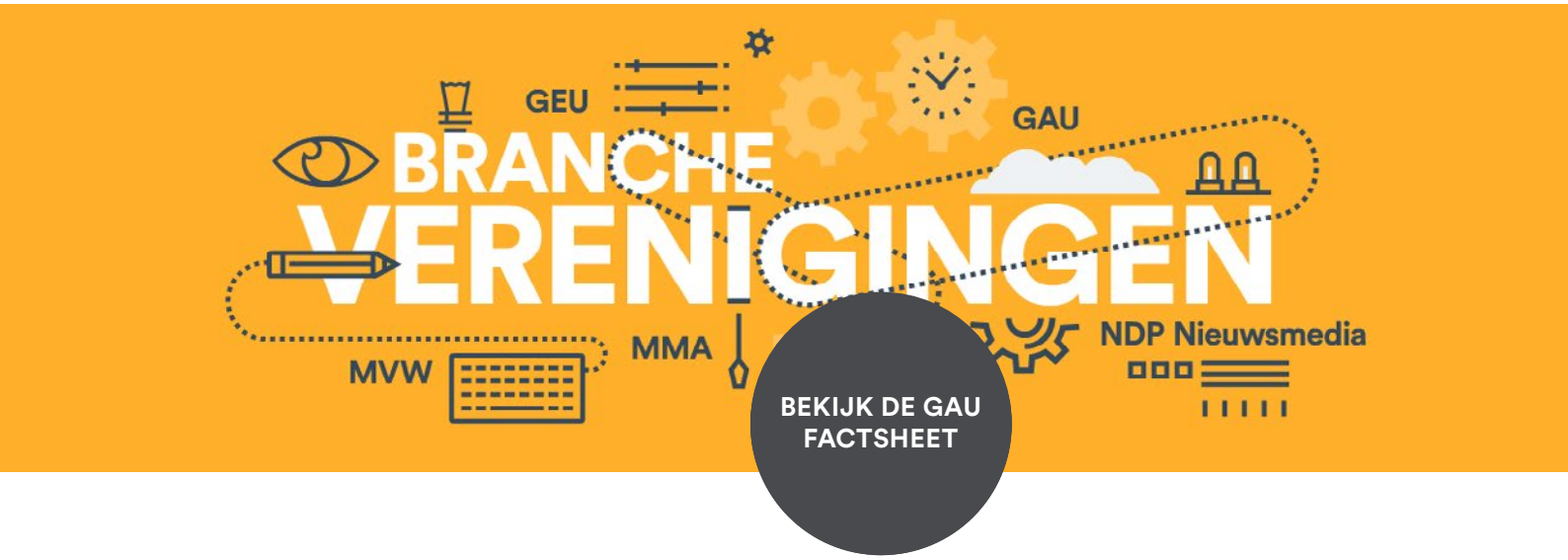
## Reacties deelnemers:

*"erg inspirerend"*
*"direct toepasbaar"*
*"tot goede inzichten gekomen"*
*"leerzaam en nuttig"*

Geïnteresseerd, deelnemen, agenda bekijken?
**Zie website**

**Meer weten? Bekijk de website en het jaarverslag**

nuv ACADEMY




# 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.

Mede dankzij een sterke eindsprint was 2016 een goed jaar voor het algemene boek. Na de stijging van de omzet van 3,5% in 2015 noteerde de algemene boekenmarkt nu een omzetstijging van 5,3%. Daarmee zijn de omzetverliezen uit de voorgaande jaren nog niet goedgemaakt, maar is de stemming weer positiever. Met name het boek 'Judas' van Astrid Holleeder zorgde voor deze sterke eindsprint. 'Door het geheimhouden van het boek sloeg de campagne zowel qua sales als qua pr in als een Scudraket', aldus Lebowski-uitgever Oscar van Gelderen.

*'Willen uitgeverijen standhouden, dan moet er vooral veel samengewerkt worden. Uitgevers moeten proberen een meer open houding aan te nemen en een wederzijds vertrouwen in de kwaliteiten van een ander te tonen. We hebben tenslotte allemaal met dezelfde uitdagingen te maken.'*
*Wiet de Bruijn, voorzitter GAU in Buchreport.de*

De markt voor e-books bleef qua omzetaandeel gelijk op 4 procent, maar de afzet steeg wel met 6,6 procent. De gemiddelde prijs voor een e-book daalde van ruim 8 euro in 2015 tot 7,51 euro in 2016. Die daling is een trend die al enige jaren voortduurt. De gemiddelde prijs voor het papieren boek steeg met tien eurocent tot 13,18 euro. 'Na jaren van zwartkijken bevestigde 2016 de kracht van het boek', constateerde Podium-uitgever Joost Nijsen terugblikkend op het voorbije jaar.

### NIEUWE LEDEN

De GAU mocht weer vijf nieuwe leden verwelkomen: HarperCollins, W-Books, Rubinstein Audio, KNNV en Royal Jongbloed. Daarmee is het totaal aantal leden nu 95. Verder waren er de overnames van de uitgeverijen Bas Lubberhuizen, Fontaine en Wereldbibliotheek door Nieuw Amsterdam en De Geus door Singel Uitgeverijen.

### MEE NAAR DE MESSE

Tijdens de Vers voor de Pers-bijeenkomst in de Openbare Bibliotheek Amsterdam werd in januari het startschot gegeven voor een nieuwe wedstrijd: 'Mee naar de Messe'. Deze wedstrijd werd georganiseerd met Stichting Elspeet om meer jonge boekenvakkers naar de Frankfurter Buchmesse te kunnen laten gaan. Een groot aantal kandidaten diende zich aan. Uiteindelijk overhandigde minister Bussemaker op 9 juni de prijs aan vier jonge boekenvakkers: Esther van Dijk van Singel Uitgeverijen, Lotte Dijkstra van Blossom Blooks, Mariska Heijmen van Maven Publishing en Marcella van der Kruk van Atlas Contact.
Hun doelstellingen om naar de Buchmesse te gaan varieerden van 'een zoektocht naar een niet-Engelstalig Young Adult-boek' (Lotte Dijkstra) tot 'onderzoek naar de nieuwste mogelijkheden van e-publishing' (Esther van Dijk). Vanwege het succes van deze wedstrijd zullen de GAU en Stichting Elspeet dit initiatief in 2017 herhalen.

TERUG | VERDER

# GROEP ALGEMENE UITGEVERS

### GASTLAND FRANKFURTER BUCHMESSE

Nederland en Vlaanderen waren dit jaar (gezamenlijk) gastland tijdens de Frankfurter Buchmesse onder het motto 'Dit is wat wij delen'. Een groot aantal uitgevers én auteurs bezocht dan ook de Messe.
In de aanloop naar deze week heeft de GAU in samenwerking met het Nederlands Letterenfonds verschillende bijeenkomsten georganiseerd voor haar leden en bezochten Duitse uitgevers hun Nederlandse collega's.
Na de opening in aanwezigheid van beide koningen kende het programma klassieke elementen als auteurslezingen en veel vernieuwende en innovatieve onderdelen. Zo konden bezoekers via een virtualrealitybril en koptelefoon op een bijzondere manier verhalen van auteurs beleven. In het 'Grunberg-Lab' konden lezers hun hersenactiviteit laten meten tijdens het lezen van een boek. De boekendokter gaf advies over te lezen boeken die pasten bij het gevoel van dat moment en daarnaast was er nog tijd voor een voetbalwedstrijd tussen Nederland, Vlaanderen en Duitsland met onder anderen Herman Koch en Dimitri Verhulst.
'Het heeft onze verwachtingen overtroffen: meer dan 300 literaire vertalingen van Nederlandstalige boeken in het Duits, ruim 7.000 Duitse persartikelen met positieve aandacht voor Nederlandse en Vlaamse literatuur, boekencultuur en kunst, een stijging van dertig procent van het aantal Duitse uitgevers dat Nederlandse en Vlaamse auteurs uitgeeft. Met dit succes mag ik hele boekensector feliciteren, want het is het resultaat van jarenlange samenwerking en inspanning van velen: schrijvers, vertalers, uitgevers, festivals, Stichting Collectieven Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB), het Nederlands Letterenfonds et cetera', aldus directeur van het Nederlands Letterenfonds Tiziano Perez.

2016 was het laatste jaar dat Ineke Edzes de collectieve stand van en voor de Nederlandse uitgevers heeft verzorgd. Na 35 jaar, beginnende vanuit de Koninklijke Nederlandse Uitgeversbond (KNUB), heeft zij het stokje overgedragen aan de GAU. Vanaf 2017 zal de GAU de collectieve stand tijdens de Frankfurter Buchmesse verzorgen. Een nieuwe stand en inrichting is reeds in de maak.

### BOLOGNA

De kinderboekenbeurs in Bologna in april kende traditioneel een grote vertegenwoordiging van Nederlandse uitgevers. De mede door de GAU georganiseerde Dutch Party in het Palazzo Isolani was wederom voor de uitgevers en hun internationale gasten een van de hoogtepunten van de Bologna Book Fair.

### INNOVEREN MET RENEW THE BOOK

Om de innovatie binnen het boekenvak te bevorderen organiseerde de GAU in 2015 voor de eerste keer 'Renew The Book'. De winnaar, de Amsterdamse start-up Bookarang, kreeg hiermee een vliegende start. 'Iedereen in de boekenbranche kent ons inmiddels', vertelde Victor Bergen Henegouwen, een van de oprichters. 'We worden gezien als een serieuze partij.' Bookarang ontwikkelt technologie om literatuur te analyseren en op basis daarvan inhoudelijke boekaanbevelingen te doen. Inmiddels maken diverse bedrijven gebruik van deze techniek. De andere deelnemers aan deze eerste editie waren Bookabook, een Italiaans crowdfunding platform voor boeken; het Duitse Readgeek dat de populariteit van een boek voorspelt onder lezers; Nugget, een Roemeense start-up die zich de Tinder voor boekenliefhebbers noemde; en Crumbled, een Nederlandse start-up die lezers hun favoriete recepten uit kookboeken in een eigen collectie wil laten plaatsen.

RENEW THE BOOK_ TO BRING PUBLISHING INTO THE 21ST CENTURY_

TERUG VERDER

# GROEP ALGEMENE UITGEVERS

In 2016 besloot de GAU een tweede editie van 'Renew The Book' te organiseren, weer in samenwerking met Rockstart. Om deze tweede editie nog succesvoller te maken, werd in oktober 2016 een 'Innovation Summit' gehouden, waar innovatieonderwerpen uit het boekenvak door dertig professionals verder uitgediept en aangevuld werden. Op basis van interviews met mensen uit verschillende geledingen uit het boekenvak werden innovaties gesignaleerd die mogelijk bijdragen aan het vergroten van de markt, hetzij door het aantal lezers en kopers te vergroten, als door het wegnemen van obstakels in het vak. De genomineerden zijn Novellic, StoryTourist, WriteReader, Writing for TiNY en Zola Books en de winnaar zal tijdens de finale op 30 maart 2017 bekendgemaakt worden.

## MONITOR: DE MARKT IN KAART

Naar aanleiding van de tweede evaluatie van de Wet vaste boekenprijs kondigde de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) de oprichting van een kennis- en innovatieplatform aan. Hierover bestond een afspraak tussen de Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB), Stichting Collectieve Propaganda van het Boek (CPNB), Stichting Lezen, het Nederlands Letterenfonds en de Minister van OCW zelf. De concrete opdracht was: de markt in kaart brengen, het faciliteren van onderzoeksgegevens voor OCW, het ontwikkelen van een innovatieagenda en het bundelen van onderzoeksgegevens over culturele en leesbevorderende prestaties. De GAU was als een van de twee leden van de KVB nauw betrokken bij de opzet van dit platform. 'Het leitmotiv is om de waarde van de boekenmarkt in volle omvang te positioneren, in samenwerking met partners en ten behoeve van de boekensector', aldus KVB Boekwerk op haar website. Tijdens de Frankfurter Buchmesse werd de eerste monitor gepresenteerd in het bijzijn van de minister van OCW. De monitor brengt in beeld hoe de markt functioneert, welke spelers er zijn, hoeveel dat er zijn en wat hun betekenis is. Zo blijken er meer dan 4.000 uitgeverijen van algemene boeken te zijn. De veertig grootste uitgeverijen zorgden in 2015 voor 75 procent van de totale verkoopomzet, waarbij de top vijf 25 procent van de totale omzet genereerde.

## E-BOOKS EN BIBLIOTHEKEN

Algemene uitgevers werken al enige tijd succesvol samen met bibliotheek.nl, het e-book platform van de bibliotheken. Dat heeft tot nu toe geleid tot een aanbod van meer dan 12.500 titels, variërend van nieuwer tot back-list. Over het aanbod maken de Koninklijke Bibliotheek (KB), die het platform beheert, en individuele uitgevers afspraken. In een ingewikkeld vonnis van het Europese Hof van Justitie werd in november bepaald dat e-books onder omstandigheden onder het leenrecht konden vallen waardoor in principe iedere titel op basis van one-copy-one-user kan worden uitgeleend, mits daar een billijke vergoeding tegenover staat. Wat dit vonnis precies zal betekenen voor de Nederlandse praktijk moet in 2017 blijken. De GAU zal hierbij nauw betrokken blijven en waar nodig met haar leden verder in gesprek gaan.

Voor 2017 blijft het bepalen van de (toegevoegde) waarde van de uitgever in de keten van schrijver tot lezer, ook in het digitale universum, een zaak van permanente aandacht.

TERUG | VERDER

# Groep Algemene Uitgevers belangenvereniging van Nederlandse boekenuitgevers van literatuur, kinderboeken en non-fictie

**GAU-uitgevers** dragen bij aan geletterdheid en bieden Nederlanders toegang tot persoonlijke ontwikkeling, ontspanning en praktische kennis

**100 leden**

Omzet **+5%** naar **521** miljoen

**Jeugd en informatieve boeken in de lift**

**7%** aandeel e-books

omzet e-commerce **23%**

**Helft** verkochte titels afkomstig van **40** grootste uitgevers

Gemiddelde prijs e-book gezakt van **10.-** in 2012 naar **7.50** in 2016

**75%** voorkeur voor **papier**

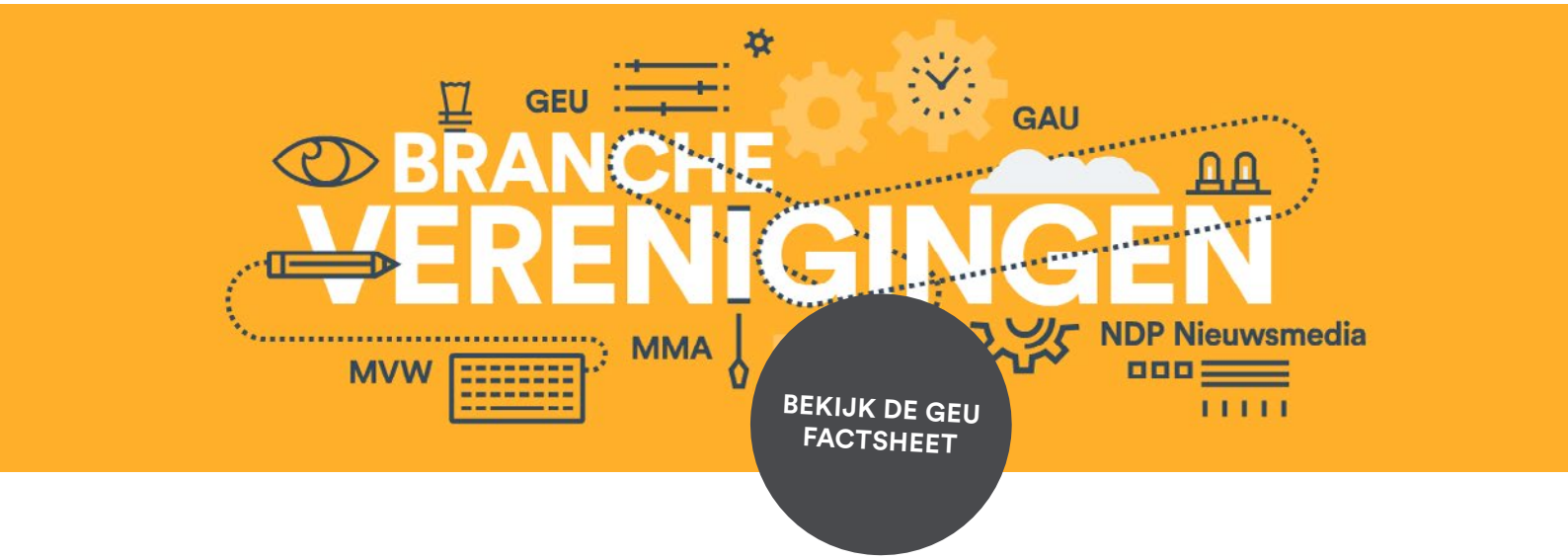
**14%** voorkeur voor **e-book**

Collectieve promoties als de **Boekenweek** en de **Kinderboekenweek** jagen verkoop, lezen en lenen aan

Gemiddeld ca. **16.000** nieuwe en **130.000** verschillende titels verkocht per jaar

**Meer weten? Bekijk de website en het jaarverslag van GAU**

TERUG VERDER




# GEU - SAMEN WERKEN VOOR ONDERWIJS

### SAMEN INVESTEREN IN HET ONDERWIJS VAN MORGEN

De GEU is de brancheorganisatie voor aanbieders van leermiddelen, toetsen en educatieve dienstverlening in Nederland.

In 2016 kende de GEU enkele belangrijke personele wisselingen. Voorzitter Harold Rimmelzwaan heeft in Marchien van Doorn (Noordhoff Uitgevers) en Ludo Stroobants (Zwijsen) twee nieuwe bestuursleden mogen verwelkomen. René Montenarie is als directeur GEU opgevolgd door Stephan de Valk. Rimmelzwaan hierover: 'We kennen Stephan als voormalig bestuurslid goed en we zijn blij dat hij deze mooie rol op zich heeft genomen. En we zijn veel dank verschuldigd aan René, die zich gelukkig als adviseur digitalisering, standaarden en voorzieningen voor de GEU blijft inzetten.'

### INNOVATIE VAN VRAAG EN AANBOD

Onze samenleving wil onderwijs dat aansluit bij de maatschappelijke uitdagingen van nu, waarbij de mogelijkheden van nieuwe technologie goed worden benut.

*'Veel scholen zitten in een ontwikkelings-proces naar meer onderwijs op maat. Dat heeft de afgelopen jaren bij onze leden voor veel nieuwe en vernieuwde leermiddelen en ondersteunende dienstverlening gezorgd, met inzet van ICT natuurlijk.'*
*Harold Rimmelzwaan, voorzitter GEU*

De inzet van ICT maakt differentiatie beter mogelijk, door de leraar en de leerling meer inzicht te geven in de voortgang van het leerproces. Of door de leerinhoud al dan niet automatisch aan te passen aan de leerling.

### INTERACTIEVE DIGIBORDLESSEN

PLOT26 bestaat uit interactieve digibordlessen, afgewisseld met individuele of groepsopdrachten waarin leerlingen bewust aan hun eigen leerproces werken. In adaptieve apps oefenen ze zelfstandig spelling, werkwoordspelling en grammatica, in hun eigen tempo en op eigen niveau. De apps geven feedback en adviezen voor verbetering. PLOT26 bevat formatieve en summatieve toetsen. Bij de methode zijn recente boeken en verhalen van bekende jeugdboekenauteurs beschikbaar.

De deelmarkten binnen het educatieve domein krijgen meer en meer met elkaar te maken: leermiddelen, toetsen en leerlingvolgsystemen raken steeds meer gekoppeld of zelfs geïntegreerd. 'Dat komt door de toenemende belangstelling voor gepersonaliseerd en adaptief leren en door de geleidelijke verschuiving van toetsing op kernvakken naar ontwikkelingsgericht evalueren', legt Rimmelzwaan uit.

TERUG | VERDER

# GEU - SAMEN WERKEN VOOR ONDERWIJS

## SAMEN VERNIEUWEN

De manier waarop uitgeverijen scholen betrekken bij de ontwikkeling van hun producten is ook veranderd. 'In het verleden waren uitgeverijen met scholen in gesprek over de ontwikkeling van leermiddelen. De meeste uitgeverijen betrekken scholen nu actief in pilots om samen leermiddelen te ontwikkelen', stelt De Valk. De pilots inspireren de school om nieuwe mogelijkheden te benutten. De uitgeverij leert op haar beurt hoe het leermiddel nog beter kan aansluiten op het leerproces. 'De samenwerking tussen scholen en uitgeverijen is een proces van kortcyclische co-creatie aan het worden', stelt De Valk.

Co-creatie was ook de rode draad tijdens het GEU congres in mei. 'Op die dag zijn tussen uitgevers, schooldirecties, bestuurders en beleidsmedewerkers interessante dialogen gevoerd', aldus De Valk. 'Aan bod kwam onder meer hoe het leerproces op scholen aantrekkelijker, efficiënter en effectiever kan worden vormgegeven.'
'Scholen kunnen ook veel van elkaar leren', vult Rimmelzwaan aan. 'Onze leden merken dat veel scholen met vergelijkbare uitdagingen worstelen als het gaat om het vernieuwen van het onderwijs. Daarom was het goed dat ook in 2016 die scholen aan elkaar werden verbonden door initiatieven als LeerKRACHT en het Doorbraakproject ICT&Onderwijs. Dat maakt het voor marktpartijen zoals educatieve uitgeverijen makkelijker om mee te denken.' Ook stimuleerde de GEU kennisontwikkeling bij leden via de NUV Academy en inhoudelijke sessies tijdens ledenvergaderingen, zoals een themamiddag over formatief evalueren in december.

## PRIVACY IS EEN VOORWAARDE

Het werken met digitale leermiddelen vraagt dat de privacy van zowel leerling als leraar altijd gegarandeerd is. De ontwikkeling van digitale leermiddelen en aandacht voor privacy gaan hand in hand volgens Rimmelzwaan: 'Het is een van de belangrijkste aandachtsgebieden van de GEU. We vinden het belangrijk dat er goede en duidelijke afspraken over persoonsgegevens zijn en dat die door iedereen onderschreven worden.' De GEU steunt al vanaf het begin het privacyconvenant, dat met ketenpartners is opgesteld. Deze afspraken zijn in 2016 nog verder verbreed en aangescherpt en vastgelegd in het Convenant Digitale Onderwijsmiddelen en Privacy 2.0. De Valk: 'De GEU stelt als voorwaarde voor het lidmaatschap dat het lid dit convenant onderschrijft en ondertekent. Al onze leden hebben dat dan ook gedaan.'

In 2016 startte de regering een openbare consultatie over het creëren van een wettelijke basis voor een pseudoniem voor leerlingen. De GEU bepleit een dergelijk pseudoniem al jaren. De Valk: 'Zo'n pseudoniem kan gebruikt worden om leerlingen door de hele leermiddelenketen centraal te stellen. Daardoor kunnen ze digitale leermiddelen beter benutten met borging van de privacy.'

## PUBLIEK EN PRIVAAT

'Het pseudoniem is slechts één voorbeeld van het belang van standaardisatie', stelt De Valk. 'Op vele vlakken – bijvoorbeeld privacy, beveiliging, voortgang of op het gebied van de inhoud – kunnen onderlinge afspraken de innovatie vooruit helpen. Daarom is de GEU al jaren betrokken bij publiek-private samenwerkingsverbanden als EduStandaard en Edu-K.' Rimmelzwaan benadrukt: 'Wanneer er samenwerking is op verschillende niveaus, zowel bestuurlijk, tactisch als operationeel en ook internationaal, komt de samenhang goed tot zijn recht.' Binnen Edu-K werken scholen, uitgeverijen, distributeurs en softwareleveranciers van elektronische leeromgevingen en leerlingadministratie-systemen samen om de toegang en het gebruik van digitaal leermateriaal te verbeteren. In het platform EduStandaard werken partijen samen om standaarden te beheren en door te ontwikkelen. De GEU ondersteunt haar leden actief om deze standaarden te implementeren.

## DE OVERHEID INFORMEREN

In gesprek zijn met de overheid is een belangrijke taak van de GEU. Rimmelzwaan: 'Op die manier geven we beleidsmakers en politiek informatie over wat nodig is om de innovatie van het onderwijs die men voorstaat, ook daadwerkelijk vorm te laten krijgen.'
Op dat vlak is er volgens De Valk nog het nodige te doen: 'De overgang naar digitaal leren is lastig voor scholen. Ze hebben weinig financiële ruimte om de apparatuur en digitale leermiddelen in te kopen die

TERUG | VERDER

daarvoor nodig zijn. Het hoge btw-tarief op digitale leermiddelen versterkt dit.' In 2016 heeft de GEU zich – ook op internationaal niveau – ingespannen deze drempel voor scholen weg te laten nemen. De GEU is dan ook verheugd dat de EU heeft besloten btw-tariefdifferentiatie op nationaal niveau toe te staan voor e-publications. 'Wij zullen komend jaar goed in de gaten houden of het lage btw-tarief van schoolboeken ook daadwerkelijk zal gaan gelden voor digitale leermiddelen.'

Een ander dossier is de tussentijdse diagnostische toets (DTT). Rimmelzwaan: 'In 2016 heeft de GEU een brief gestuurd aan de Tweede Kamer om opnieuw aandacht te vragen voor dit project van het ministerie. Die had één partij gevraagd om een verplichte toets voor alle scholen te ontwikkelen. Naar ons idee was er daardoor enerzijds onvoldoende keuzevrijheid voor scholen en anderzijds onvoldoende ruimte voor marktpartijen.' Na overleg in de Tweede Kamer besloot staatssecretaris Dekker dat de toets niet langer verplicht is en dat met marktpartijen gesproken zal worden over het beschikbaar stellen van de opgedane ervaring. 'Dit is een eerste stap in de goede richting, maar we blijven kritisch over de DTT', vat De Valk samen.

### DE GEU GROEIT

In 2016 hebben zes uitgeverijen zich bij de GEU aangesloten. De GEU telt op dit moment 43 leden. 'Het aantal leden van de GEU volgt al jaren een stijgende lijn. Daar zijn we blij mee', stelt De Valk. 'Het is voor mij een bevestiging dat we de goede dingen aan het doen zijn. Het zorgt er ook voor dat we een relevante gesprekspartner zullen blijven voor sectorraden, beleidsmakers en andere partijen in de keten.' Rimmelzwaan: 'Wat opvalt is dat de nieuwe leden allemaal geheel of grotendeels digitaal materiaal ontwikkelen. Ook voelen toetsaanbieders zich duidelijk bij ons thuis.'

### FOCUS OP SAMENWERKING GECONTINUEERD

In 2017 zal de GEU de samenwerking met partijen voortzetten. De Valk: "Het thema 'toetsen' zal volgend jaar in elk geval aandacht krijgen. Door gepersonaliseerd leren kan de rol van toetsen immers flink veranderen. We zullen ons inzetten om met alle betrokkenen in het veld ook in die verandering de scholen optimaal te blijven ondersteunen".

TERUG | VERDER

**geu** brancheorganisatie voor aanbieders van leermiddelen, toetsen en educatieve diensten

**Educatieve uitgevers** **1.370** werknemers

**43 leden**

Ruim **400** miljoen omzet

5% omzetgroei in 2015

geu-leden zorgen voor **95%** van de leermiddelen

Digitale leermiddelen uitgeverijen favoriet **75%** leraren gebruikt ze

**Leden bedienen dagelijks**

3 miljoen leerlingen

ruim 250.000 leraren

op 8.000 scholen

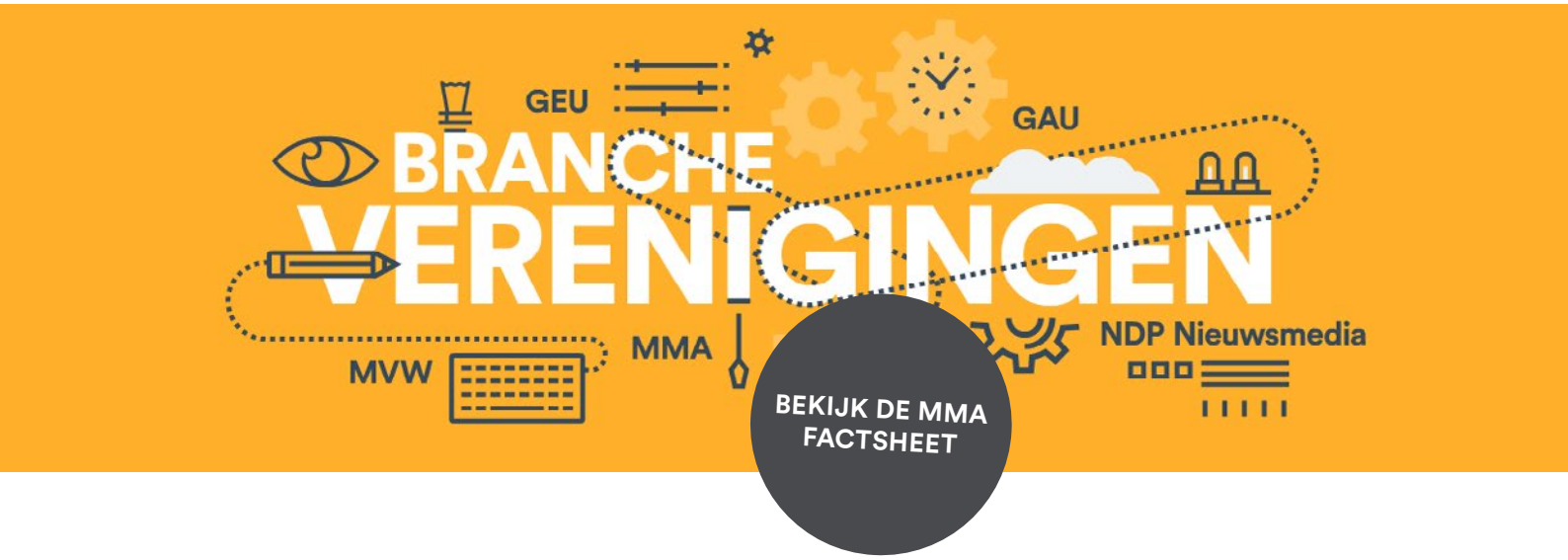
Digitale omzet bijna **25%**

Minder e-books, meer geavanceerde leermiddelen

**Meer weten? Bekijk de website en het jaarverslag**

geu Samen werken voor onderwijs

TERUG VERDER




# MAGAZINE MEDIA ASSOCIATIE (MMA)

Magazine Media Associatie (MMA) behartigt de belangen van 27 aangesloten magazine mediabedrijven. Deze bedrijven richten zich op consumentenmedia (magazines, websites, evenementen). Om in de behoeften van de gebruiker te voorzien, creëren en vermarkten MMA-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. De 27 uitgeverijen brengen samen ruim 140 publieks- en opinietijdschriften en omroepbladen op de Nederlandse markt, op basis van abonnementen en/of losse verkoop. Deze titels vertegenwoordigen circa 85 procent van de totale omzet van magazines in ons land.

## ONTWIKKELINGEN IN DE BRANCHE: 360 GRADEN MAGAZINEMERK STAAT CENTRAAL

Het magazine medialandschap is volop in beweging. Er wordt geanticipeerd op de verandering die de consument maakt: content wordt vooral digitaal geconsumeerd. Toch is de markt van print magazines nog altijd aanzienlijk: in 2015 kocht de consument 283 miljoen exemplaren via abonnementen en losse verkoop. Tachtig procent van de Nederlanders leest magazines, dat zijn ruim 11,4 miljoen mensen. Vanuit de autoriteit van een merk wordt de consument bediend op vele platformen: tijdschrift, e-commerce, live events, video. En natuurlijk zorgen de magazine merken ook dat zij aanwezig zijn op social media: 38 procent van alle Nederlanders komt via social media in aanraking met magazines.

Naast de lezersmarkt richten veel uitgevers zich op de advertentiemarkt met native advertising en gecombineerde 360-graden samenwerkingen.

## DE VERENIGING: ACCELERATOR VOOR CROSSMEDIAAL UITGEVEN

De MMA wil voor haar leden de accelerator zijn voor crossmediaal uitgeven. Hiervoor worden de leden concrete handvatten aangereikt. Speerpunten van de brancheverenging zijn: belangenbehartiging, lobby, kennisoverdracht, onderzoek, digitale innovatie en communicatie. Vanaf 2015 vaart de MMA een koers die aansluit bij de behoeften van de leden en is zij gestart met een nieuwe en efficiënte manier van werken vanuit een aangepaste verenigingsstructuur: een kleiner bestuur met portefeuilleverantwoordelijkheden. In 2016 vond een wisseling van drie bestuursleden plaats, waardoor uitvoering van sommige projecten enige vertraging opliep. Vanaf 2017 zijn alle posten weer bemand. Om lobbydoelen op effectieve en efficiënte wijze te realiseren werkt de MMA nauw samen met het NUV. De lobby van het NUV focust op auteursrecht, privacy, innovatie en sociaal beleid.

## CONTINUE INNOVATIE ALS RODE DRAAD

Innoveren is een rode draad door alle activiteiten. Zo werd tijdens de Algemene Ledenvergadering in juni 2016 een presentatie gegeven met het thema 'Van tijdschrift naar magazine media: 360 graden klantstrategie', een inventarisatie van negen robuuste cases van MMA-leden. Drie specifieke cases (vt wonen, Filosofie Magazine en Voetbal International) werden nader toegelicht en toonden aan dat innovatie niet vanzelf gaat: focus, experimenteer, zorg voor technische knowhow of koop een externe partij voor acceleratie. Ook businessmodellen werden met elkaar gedeeld. Onder de uitdagende titel 'De toekomst van media ligt niet in print' informeerde adviseur Carolien Vader de leden over trends en ontwikkelingen die in

TERUG | VERDER

maart 2016 waren gepresenteerd tijdens de FIPP/VDZ Digital Innovators' Summit in Berlijn en over de rol van nieuwe internationale spelers in de mediabranche.

*'MMA-leden innoveren continue: het is een kwestie van investeren, het proberen beter te doen, toetsen, leren en aanpassen. Het is een cultuur-veranderingstraject.'*
*Luc van Os, voorzitter MMA*

**GECOMBINEERD PRINT EN DIGITAAL BEREIK**
Een van de doelstellingen van de MMA is het in kaart (laten) brengen van crossmediale merken, door middel van dataverzameling en de controle en certificering van gegevens over verspreiding en bereik van magazine media merken. De MMA participeert financieel en bestuurlijk in het Nationaal Onderzoek Multimedia (NOM). Het NOM-bestuur werkt aan de ontwikkeling van een nieuwe opzet van het bereiksonderzoek. Het nieuwe onderzoek moet aansluiten op de nieuwe marktsituatie, met enerzijds intensief crossplatform gebruik van consumenten en de rol van programmatic in het mediaplanningsproces, en anderzijds de vereiste om het onderzoek kostenefficiënter uit te voeren met het behoud van de kwaliteit die nodig is voor de gebruikers. Daarnaast dient data-integratie tot stand te komen voor betrouwbaar gecombineerd print en digitaal bereik. Op 1 november 2016 werd de nieuwe standaard voor digitaal bereiksonderzoek gelanceerd, genaamd NOBO (Nederlands Online Bereiks Onderzoek). Dit onderzoek levert gedetailleerde data voor de online display markt en maakt het mogelijk om het internetgedrag op alle platformen te rapporteren. NOM heeft in 2016 de mogelijkheden voor aanpassingen in de oplagerapportage onderzocht. Aanleiding hiervoor was de ontevredenheid van de magazine uitgevers over de hieraan gerelateerde kosten van accountantscontroles en interne workload. Doel: minder kosten voor uitgevers, behoud van relevante en efficiënte gegevens en behoud van kwaliteit van oplagegegevens. Het resultaat was dat twee belangrijke aanpassingen vanaf 2017 worden ingevoerd: samenvoeging van diverse oplagecategorieën en versimpeling van de accountantsprocedure. Met ingang van de jaarcijfers 2016 wordt bij de NOM-oplageregistratie niet elk jaar meer een accountantscontrole door een RA/AA-accountant verplicht gesteld. NOM zal eind 2017 beslissen hoe vaak dit gaat gebeuren en welk jaar het object van controle wordt.

**RELEVANTE EN BETROUWBARE BRANCHEDATA**
De MMA rekent het tot haar taak leden en stakeholders op reguliere basis te voorzien van relevante en betrouwbare branchedata. Beschikbare informatie wordt geanalyseerd en eigen onderzoek geïnitieerd.

Zo startte de MMA eind 2016 met de publicatie van de Social Media Monitor, die op kwartaalbasis inzicht geeft in de prestaties van magazinemerken op sociale media. De zes belangrijkste sociale netwerken – Facebook, Twitter, Instagram, Google+, Pinterest en YouTube – zijn in de monitor meegenomen. Gemeten worden de likes en followers van ongeveer honderd magazine merken. Andere activiteiten van de MMA-researchafdeling zijn onder andere de (kwartaal)rapportages marktontwikkelingen, de rapportage netto advertentiebestedingen en (op aanvraag) analyses van data uit het NOM-onderzoek. Deze (kosteloze) support is uitsluitend beschikbaar voor MMA-leden en niet openbaar. De MMA geeft op haar website op overzichtelijke wijze inzicht in nationale en internationale trends en ontwikkelingen. Actuele informatie is te vinden in cijfers en kant-en-klare presentaties. Ook brancheonderzoeken worden samengevat en toegankelijk gepresenteerd.

**KENNISDELING VANUIT UNIEKE INVALSHOEKEN**
Bij de ontwikkeling van het MMA Kennisplatform was het uitgangspunt dat alle activiteiten dienen te voorzien in de behoeften 'inspiratie', 'transpiratie' en/of 'transitie'. Er wordt dus steeds gekeken naar de relevantie voor de doelgroep en de branche: wordt men erdoor geïnspireerd, betreft het noodzakelijke kennis of draagt de activiteit bij aan de gewenste veranderingen in de branche? Inmiddels zijn de (kosteloze) 'Lunch & Learn' sessies met presentaties van experts van buiten de branche een zeer gewaardeerde activiteit. Daarnaast worden ad hoc bijeenkomsten over actuele thema's georganiseerd (2016: 'Meet the Millennials' en 'Business Game'). Het MMA Kennisplatform wil niet concurreren met het bestaande aanbod van bijeenkomsten voor mediaprofessionals en is dus altijd op zoek naar unieke invalshoeken.

TERUG VERDER

# MAGAZINE MEDIA ASSOCIATIE (MMA)

Regelmatig biedt de MMA medewerkers van haar lidbedrijven de mogelijkheid om kosteloos deel te nemen aan bijeenkomsten van de NUV Academy. Deze bijeenkomsten worden zorgvuldig uit het aanbod van de NUV Academy geselecteerd. De financiering van de deelnamekosten komt geheel voor rekening van de MMA. Al jaren verzorgt de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP) – waarin MMA, NVJ Academy en de Freelancers Associatie (FLA) zijn vertegenwoordigd – de scholing van vaste (hoofd) redacteuren en freelancers in de magazinemediabranche met diverse activiteiten: Expeditie Bladenmaken, Masterclass Bladenmaken, Masterclass Denken in Beeld, Masterclass Digitale Denkweg en de Hoofdredacteurendag. Ook de jaarlijkse (vijf) bijeenkomsten van Magazine Media Café in De Balie vallen onder de verantwoordelijkheid van de COP. In 2016 bezochten in totaal 977 personen 29 door MMA georganiseerde educatieve bijeenkomsten.

MAGAZINE MEDIA CAFE

### COMMUNICATIE EN PROMOTIE

Door de MMA wordt op verschillende manieren gecommuniceerd naar haar leden (primair) en overige personen die werkzaam zijn binnen de (magazine) mediabranche (secundair). Er worden hiervoor diverse websites, social media-accounts, nieuwsbrieven, direct e-mails, events en overige (pers)publicaties ingezet. Drie websites (inclusief de bijbehorende social media-kanalen Facebook, Twitter en LinkedIn) worden structureel van content voorzien: mma.nl, mercurs.nl en magazinemediacafe.nl. Tevens worden de ad hoc educatieve activiteiten van het MMA Kennisplatform, NUV Academy en de Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften (COP) breed gecommuniceerd via de MMA-website. Op deze site is naast algemene informatie actueel nieuws, een overzicht met (cijfermatige) branche-informatie en mediamerken van de aangesloten leden te vinden. Zodoende informeert de MMA haar leden via dertien kanalen over alle activiteiten van de branchevereniging.

Tijdens hét vakfeest van het jaar werden op 15 december 2016 in het DeLaMar theater in Amsterdam maar liefst elf Mercurs uitgereikt. Nieuw was de Mercur Mediamerk van het Jaar: de prijs voor een titel die op meerdere platformen opereert vanuit een 360 graden-visie. Mercurs 2016 stond in het teken van vernieuwing: de jury bekroonde veel online werk. Het speciaal gemaakte Mercurs Magazine is met recht een 'Ode aan de Makers', met naast het juryverslag en foto's van de uitreiking en het feest, een podium voor álle 47 nominaties en hun makers. De prijzen werden gekozen door een vakjury onder voorzitterschap van Franska Stuy. De volledige uitslag is te vinden op mercurs.nl.

Een korte impressie van de officiële uitreiking vindt u hier.

**HET DNA VAN LINDA.**

LINDA. is zonder twijfel het meest eigenzinnige mediamerk, staat al dertien jaar aan de top en is zeer succesvol.
LINDA. is een spraakmakende case, ook in online en LINDA.tv. Het DNA is écht 360-graden verankerd en daarom is LINDA. winnaar van de eerste Mercur Mediamerk van het Jaar en pakt en passant de Mercur Merkinnovatie voor LINDA.tv en een nominatie voor de Marketingactie van het Jaar. Want alles, letterlijk alles, heeft kwaliteit.

Mercurs 2016 Winnaar Mediamerk

Mercurs 2016 Winnaar Merkinnovatie

TERUG VERDER

# Magazine Media Associatie (MMA)

**vertegenwoordigt 30 mediabedrijven en 145 magazine merken**

**MMA ondersteunt lidbedrijven** bij de transformatie van hun magazine merken naar multimediale merken

**Toename bereik magazine merken**

100 print
107 social
111 digital

obv index

De Nederlander leest wekelijks

**88 min.**

**55 minuten** print
**33 minuten** digitaal

**37%** van de Nederlanders komt in aanraking met magazine merken op social media

**9 miljoen likes/volgers voor magazine merken**

Jaarlijks worden **471.978.012** magazines gedrukt

**35%** van de Nederlanders leest **magazine merken digitaal**

**2.790 banen**

**93%** van de Nederlanders leest magazine merken

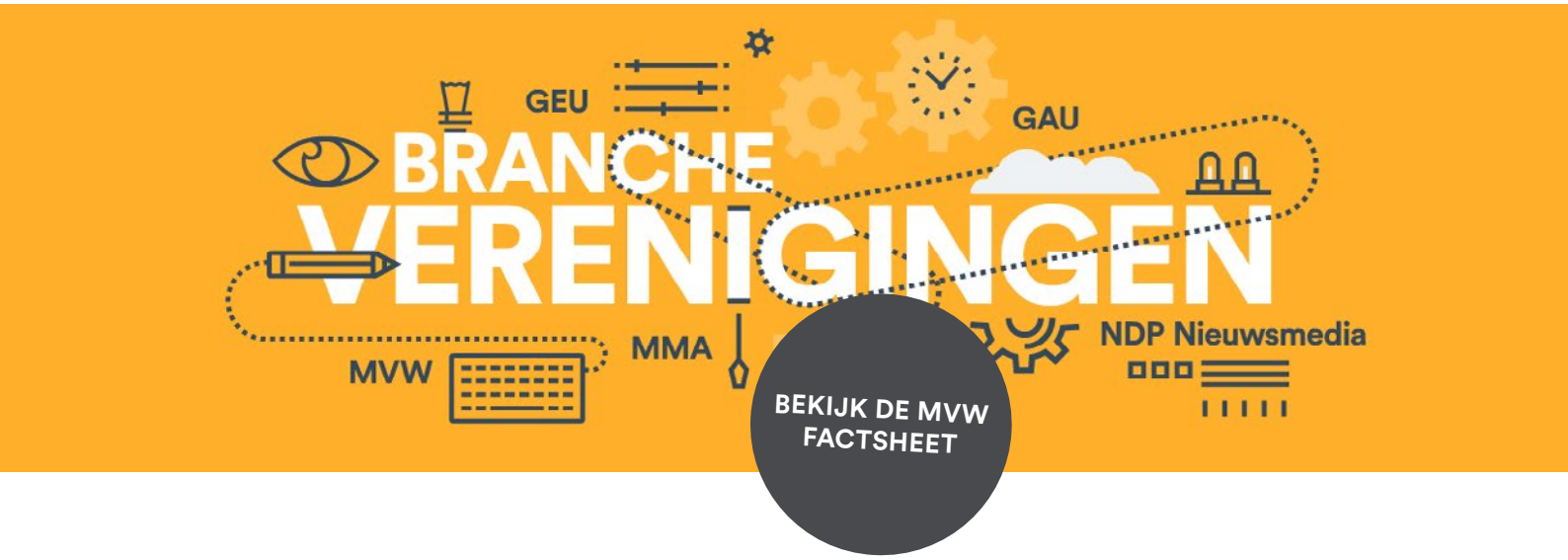
- 92% via print
- 22% via pc
- 15% via smartphone
- 18% via tablet

**527** miljoen omzet MMA-leden

**Meer weten? Bekijk de website en het jaarverslag**

mma magazine media associatie

TERUG | VERDER




# MEDIA VOOR VAK EN WETENSCHAP (MVW)

Media voor Vak en Wetenschap (MVW) behartigt de belangen van professionele, wetenschappelijke en vakinformatieve mediabedrijven en van uitgevers voor het hoger onderwijs. De leden zijn zowel gevestigde uitgeeforganisaties als nieuwe toetreders in de markt, internationale mediaconcerns alsook niche-uitgeefmediabedrijven voor beroep, bedrijf, wetenschap en studie. De leden zijn actief in vijftig zeer uiteenlopende marktsegmenten met even diverse verdienmodellen, van database publishing tot contentmarketing.

*'Media voor vak en wetenschap bieden professionals toegang tot merken, community's, informatie- en kennisdomeinen, data, producten, diensten, beurzen, seminars en opleidingen die voor hun economisch functioneren onmisbaar zijn.'*
*MVW-voorzitter Wim van der Stelt (Springer Nature)*

De activiteiten van MVW zijn onder te brengen in drie groepen: belangenbehartiging en dienstverlening, professionalisering, ledenondersteuning en advies, en exposure. MVW is gesprekspartner en beïnvloeder in politieke gremia, bewaakt de ledenbelangen in relatie tot relevante dossiers bij het NUV en de bij het NUV aangesloten brancheverenigingen en zorgt voor bestuursafvaardiging in aanpalende organisaties. MVW informeert zijn leden over nationale en internationale ontwikkelingen binnen en buiten de branche via ledenbrieven, de website, nieuwsbrieven en werkbijeenkomsten, bevordert kennis en kunde bij medewerkers van de aangesloten bedrijven door sectorspecifieke netwerkbijeenkomsten en door subsidiëring van deelname aan bijeenkomsten van NUV Academy, verbindt de leden door te functioneren als gids en netwerkorganisatie en voorziet de leden van praktische documenten zoals modelcontracten en checklists. Tot slot draagt MVW het belang van de sector uit via de LOF-Prijs voor Vakinformatie en het publiceren van policy papers.

*'MVW-uitgevers leveren kennisintensieve en oplossings-gerichte producten en diensten die gebruikers helpen te excelleren in hun business. MVW-leden zijn daarom een onmisbare schakel voor het Bruto Nationaal product.'*
*Penningmeester Huub van der Meulen (Sdu Uitgevers):*

**MARKTONTWIKKELINGEN**
Door technologische ontwikkelingen transformeren MVW-leden en hun portfolio's continue. Door consolidatie ontstonden er nieuwe, relatief grote uitgeefmediabedrijven. Positionering en proposities verschuiven: leden manifesteren zich als dienstverlener en softwareleverancier. Face to face-activiteiten zijn onverminderd een belangrijke pijler onder de verdienmodellen. Advertentieomzet werd vervangen door commerciële partnerships.
MVW-bestuurslid Æbele Kluwer (Aeneas Media): 'De b-to-b adverteerder wil interactie en rekent de uitgever af op kwaliteit van het contact met de doelgroep. Persoonlijk contact en maatwerk spelen daarbij een grote rol. Flexibele ontsluiting voor diverse doelen, kanalen en platforms is cruciaal.'

TERUG | VERDER

# MEDIA VOOR VAK EN WETENSCHAP (MVW)

De digitale inzet is even divers als het MVW-ledenbestand zelf. De komende jaren staan personalisatie en profiling centraal naast proces- en rendementsoptimalisatie. Online video, gamification, artificial intelligence, spraakherkenning, robotisering, programmatic content, semantisch zoeken dienen op hun uitgeefmerites te worden gewogen. MVW-bestuurslid Casper Niesink (Reed Business): 'Dataverzamelingen vormen de grondslag voor content- en marcomproposities. Co-creatie, design thinking, branding, communitymanagement, online (beeld)context, programmatic trading, data asset management, contentmarketing, leadgeneratie, conversie, licenties en micropayments zijn sleutelwoorden voor de toekomst van de branche.'

### SAMENWERKING MET NUV EN DE BRANCHEVERENIGINGEN

De nieuwe structuur van het NUV garandeert een betere verankering van de MVW-belangen in de NUV-activiteiten en de afstemming met de zusterorganisaties is eenvoudiger geworden. De nieuwe structuur versterkt de lobby- en belangenbehartiging voor MVW-uitgevers. Voor samenwerking binnen het NUV geldt de premisse van voldoende gedeeld belang. In sectorspecifieke onderwerpen vertegenwoordigt MVW de leden via een eigen aanpak, bijvoorbeeld als het gaat om Open Access, belangen van kleinere b2b-uitgevers, reproregelingen en de Wet markt en overheid.

In 2017 focust MVW op de volgende aandachtspunten.

### POSITIONERING VAN DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN MVW-UITGEVERS

Onvoldoende bekendheid met de toegevoegde waarde van uitgevers leidt soms tot ongewenste en onterechte beeldvorming. Binnen de communicatiestrategie van het NUV richting stakeholders zal MVW inzichtelijk maken wat het bestaansrecht van MVW-uitgeefmedia is.

### PROFESSIONALISERING

Sinds 2015 wendt MVW de bestemmingsreserve 'werkgeversbijdragen' aan voor professionalisering van MVW-medewerkers; zij kunnen gesubsidieerd deelnemen aan bijeenkomsten van NUV Academy. In 2016 maakten 290 medewerkers van MVW-lidbedrijven hiervan gebruik, gelijkelijk verdeeld over concern- en zelfstandige uitgeverijen.

### LOF-PRIJS VOOR VAKINFORMATIE

Tweejaarlijks wordt de LOF-Prijs voor Vakinformatie door MVW georganiseerd. De onderscheiding wordt uitgereikt aan inspirerende vakinformatieve oeuvres. In januari 2017 werd Boerderij van Reed Business door de voorzitter van het LOF-College, Annemarie Jorritsma, uitgeroepen tot winnaar. Een korte impressie van deze bijeenkomst vindt u hier. De onderscheiding dankt haar naam aan het Lucas-Ooms Fonds dat via het prijzengeld van 10.000 euro de kwaliteit van vakinformatieve media wil bevorderen.

### OPEN ACCESS (OA)

In 2020 moeten alle met publiek geld gefinancierde Nederlandse wetenschappelijke onderzoekspublicaties vrij toegankelijk zijn. Anders dan in het Verenigd Koninkrijk zijn er in Nederland en de Europese Unie geen transitiebudgetten beschikbaar. Ultiem doel is om 'gold OA' tot de standaard voor wetenschappelijke uitgevers uit te laten groeien. In de transitieperiode zullen ook 'groen OA' en hybride verdienmodellen bestaan. MVW vraagt aandacht voor de positie van kleinere uitgevers in de OA-praktijk en voor de onwenselijke perceptie dat ook professionele publicaties OA zouden moeten worden gepubliceerd.

### TEXT AND DATAMINING

De Herziening van de Europese Copyright Directive krijgt in 2017 haar beslag. Daarna zullen de lidstaten de herziening in nationale wet- en regelgeving inbedden. Voor MVW is de uitzondering voor Text and Datamining relevant en dan met name de beperking daarvan tot niet-commerciële organisaties.

TERUG | VERDER

# MEDIA VOOR VAK EN WETENSCHAP (MVW)

### REPROREGELINGEN

In 2016 kwam een nieuwe reproregeling tot stand die (mede door de HP-Reprobeluitspraak) betekent dat uitgevers geen aanspraak meer kunnen maken op de reprovergoeding voor korte gedeelten print voor zover het geen content betreft van auteurs in loondienst. Het MVW-aandeel in de vergoedingen voor lange print- en digitale overnames nam in de tellingen verder af. MVW adviseert zijn leden om hergebruik in de primaire exploitatie via licenties te regelen. In 2016 werd overeenstemming bereikt met de VSNU over een nieuwe reproregeling, die zowel print als digitaal hergebruik voor korte en lange gedeelten regelt.

### MARKT EN OVERHEID

In 2017 wordt de Wet markt en overheid herzien. MVW voert in dat kader gesprekken met ministeries en beleidsmakers over de afbakening van de rol van de overheid als informatieleverancier voor professionals.

### HOGER ONDERWIJS

MVW en GEU tellen circa tien dubbelleden in het HBO. MVW heeft daarnaast leden die actief zijn in het totale spectrum van het hoger (beroeps- en universitair) onderwijs. GEU en MVW werken sinds 2016 samen in het Forum Hoger Onderwijs dat in 2016 relevante ontwikkelingen in kaart bracht, zoals Open Educational Resources (OER), totstandkoming curriculum ontwikkeling en ict, piracy, collectieve licenties, laag btw voor digitaal studiemateriaal, blended learning en een 'leven lang leren'. Op 15 september vond het tweejaarlijkse MVW-seminar over ontwikkelingen in het hoger onderwijs plaats, waaraan ruim 75 uitgevers deelnamen. In 2017 wordt gestart met een HBO-stakeholdersnetwerk, een complexe zaak vanwege de verschillen qua curricula en infrastructuur op faculteitsniveau.

### BOEKENMARKT

MVW participeert in een bodemprocedure tegen Tom Kabinet over het uitputtingsvraagstuk van het tweedehandse e-book en in de zaak tegen de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB) waarin het Europese Hof in juni 2016 verklaarde dat het e-book onder het leenrecht valt. De positie van het studie- en wetenschappelijke boek wordt nog onderzocht in dit verband. NUV en stakeholders buigen zich over de uitwerking van de uitspraak. MVW droeg in 2016 op bescheiden schaal bij aan de activiteiten van KVB Boekwerk, het data- en innovatiecentrum dat in opdracht van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) is opgericht in het kader van de Wet op de vaste boekenprijs. Ook in 2016 ontvingen MVW en zijn leden dividenduitkeringen uit de operationele winst en reserves van het Centraal Boekhuis (CB). Daarmee is het niveau van de CB-reserves teruggebracht tot het noodzakelijke niveau, waardoor het niet voor de hand ligt dat er na 2016 nog grote uitkeringen zullen volgen.

### ADVERTENTIEMARKT

MVW is en blijft een groot voorstander van een eerlijk speelveld via gecertificeerde oplagecijfers voor marktsegmenten waarin sprake is van substantiële concurrentie. Echter, vanwege het afgenomen belang van gecertificeerde oplagecijfers voor zijn leden, trok MVW zich in 2015 terug uit NOM en besloot in 2016 om ook het verplichte gebruik van de NSTD-kaart voor advertentiedragende media los te laten. Per 1 januari 2017 werd een verdere vereenvoudiging van oplagerubrieken gerealiseerd. NOM maakt in 2017 de verplichte accountantscontrole flexibeler waardoor de kosten van NOM-certificering voor uitgevers omlaaggaan.

### INTERNATIONALE SAMENWERKING

MVW werkt internationaal samen met de International Association of Scientific, Technical and Medical Publishers (STM) op terreinen als OA en Text and Datamining. Issues met betrekking tot auteurs- en leenrecht, btw en boekdistributie worden voor MVW behartigd door de Federation of European Publishers (FEP) en de International Publishers Association (IPA) waarvan Michiel Kolman (Relx) per 1 januari 2017 voorzitter is. Vanwege overlap tussen FEP en de European Magazine Media Association (EMMA) is het lidmaatschap van EMMA vanaf 2017 beëindigd.

TERUG | VERDER

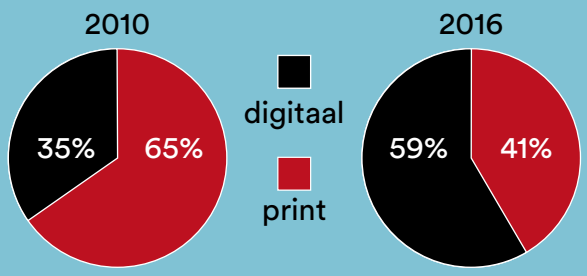
**Media voor Vak en Wetenschap** behartigt belangen van 53 professionele, wetenschappelijke en vakinformatieve uitgevers en van uitgevers voor het hoger onderwijs

**MVW** informeert over sector-specifieke aangelegenheden en stimuleert professionalisering in de ledenbedrijven

Business Information en Tradeshows zorgen voor groei B2B-markt

Jaarlijks
**22 miljoen**
advertentiedragende vaktijdschriften in print

**570**
MVW-deelnemers aan bijeenkomsten NUV Academy juli 2015 t/m juni 2017




**Sterke stijging digitale omzet MVW-leden**

**348**
**miljoen euro**
omzet MVW-leden

**3.070**
**medewerkers in dienst**

**Meer weten? Bekijk de website en het jaarverslag**

mvw media voor vak & wetenschap

# NDP NIEUWSMEDIA

NDP Nieuwsmedia telt veertien lidbedrijven. Samen brengen zij bijna veertig nieuwsmerken op de Nederlandse markt. De speerpunten van NDP Nieuwsmedia zijn lobby, belangenbehartiging, onderzoek en advertentiemarkt en de jongerenmarkt (Nieuws in de klas).

## PUBLIC AFFAIRS NATIONAAL

In de politieke besluitvorming in Den Haag richtte NDP Nieuwsmedia zich voornamelijk op beïnvloeding van het mediabeleid, de lobby voor een laag btw-tarief voor digitale nieuwsproducten en het voorkomen van aantasting van de persvrijheid. De markttoets voor nieuwe diensten van de publieke omroep was eveneens een belangrijk lobbyissue in het afgelopen jaar.

Sinds de goedkeuringsprocedure voor nieuwe diensten van de publieke omroep in 2010 in het leven werd geroepen, wijst NDP Nieuwsmedia erop dat de procedure – conform de Europese voorschriften – ook een marktimpactanalyse dient te bevatten zodat de belangen van commerciële mediapartijen zorgvuldig worden meegewogen.

In november 2016 liet staatssecretaris Dekker (Media) weten dat hij een wetsvoorstel voorbereidt om voortaan de gevolgen van nieuwe activiteiten van de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) op marktpartijen door de Autoriteit Consument & Markt (ACM) in kaart te laten brengen. De Tweede Kamer stemde eind november in met Dekkers voornemen om de aangescherpte markttoets uit te werken in een wijziging van de Mediawet. Dekker heeft toegezegd dat het kabinet in de eerste helft van 2017 een wetsontwerp ter consultatie voorlegt.

## PERSVRIJHEID

Hoewel Nederland goed scoort op internationale ranglijsten, verdient persvrijheid de volle aandacht. Frits Campagne, voorzitter van NDP Nieuwsmedia: 'De journalistiek vervult een belangrijke functie in de democratie. Het is belangrijk dat regels journalisten niet belemmeren bij het vervullen van hun taak.' NDP Nieuwsmedia zette zich in 2016 onder meer in voor wettelijke verankering van journalistieke bronbescherming, voor een vrijstelling van de journalistiek op privacyregels en tegen vergaande bevoegdheden van overheidsorganen om communicatie tussen burgers te onderscheppen. Zo kunnen dreigende 'chilling effects' worden voorkomen.

*'De journalistiek vervult een belangrijke functie in de democratie. Het is belangrijk dat regels journalisten niet belemmeren bij het vervullen van hun taak.'*
*Frits Campagne, voorzitter NDP Nieuwsmedia*

## BTW OP DIGITALE NIEUWSPRODUCTEN

Voor digitale nieuwsmedia geldt het hoge btw-tarief van 21 procent, terwijl voor gedrukte nieuwsmedia het lage btw-tarief van 6 procent geldt. Het vergt wijziging van de Europese Btw-richtlijn om beide te kunnen belasten tegen het verlaagde btw-tarief.

Op 1 december 2016 presenteerde de Europese Commissie een voorstel waarin het lidstaten de ruimte biedt om zelf te kunnen bepalen welke digitale publicaties aanspraak maken op het verlaagde btw-tarief. Voor wijziging van de Btw-richtlijn is unanimiteit

TERUG | VERDER

van de lidstaten vereist. Na goedkeuring moet de richtlijn worden omgezet in Nederlandse wetgeving.

Na aandringen van de Tweede Kamer zei staatssecretaris Wiebes (Financiën) in januari 2017 dat hij de btw op digitale nieuwsmedia per 2018 wil verlagen, indien de richtlijn is goedgekeurd. Als de lidstaten niet dwarsliggen en het nieuwe kabinet in lijn met de toezegging van Wiebes en de wens van de Tweede Kamer opereert, kan de btw-verlaging vanaf 1 januari 2018 een feit zijn.

### PUBLIC AFFAIRS EUROPEES

Per 1 januari 2016 is NDP Nieuwsmedia aangesloten bij News Media Europe. Namens de directeuren van de aangesloten landenorganisaties maakt Tom Nauta, directeur van NDP Nieuwsmedia, deel uit van het voorzitterschap van News Media Europe.

In 2015 presenteerde de Europese Commissie haar strategie voor een Digital Single Market. Veel van de voorstellen uit dit pakket maatregelen raken het werk van de lidbedrijven van NDP Nieuwsmedia. In 2016 waren de prioriteiten in EU-verband de wijziging van de Btw-richtlijn, de nieuwe richtlijnen voor het auteursrecht en audiovisuele mediadiensten en de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), die per mei 2018 van kracht zal zijn.

### UITGEVERSRECHT

In september 2016 presenteerde de Europese Commissie een voorstel voor een naburig recht voor nieuwsuitgevers om bij te dragen aan het behoud van een pluriform aanbod van online journalistiek. Het uitgeversrecht beoogt, in aanvulling op het auteursrecht, de positie van uitgevers ten opzichte van derden te versterken, zodat uitgevers met marktpartijen partnerships kunnen aangaan gericht op het hergebruik van content. Tom Nauta: 'NDP Nieuwsmedia vindt dit voorstel belangrijk, omdat het de waarde van online journalistiek erkent. Het stelt uitgevers beter in staat afspraken te maken met grote internetbedrijven over het hergebruik van digitale nieuwsberichten.' Momenteel behandelen het Europees Parlement en de Raad het voorstel.

*'NDP Nieuwsmedia vindt het voorstel van de Europese Commissie voor een uitgeversrecht belangrijk omdat het de waarde van online journalistiek erkent.'*
*Tom Nauta, directeur NDP Nieuwsmedia*

### WIJZIGING AVMD-RICHTLIJN

Het voorstel om de richtlijn audiovisuele mediadiensten (AVMD-richtlijn) te vernieuwen leidt tot strengere regels voor nieuwssites in de Europese Unie. Volgens het voorstel kunnen video's op nieuwssites in sommige gevallen worden aangemerkt als audiovisuele diensten. In Nederland zou het Commissariaat voor de Media vervolgens toezicht houden op de video's op nieuwssites. News Media Europe en NDP Nieuwsmedia willen onafhankelijke kwaliteitsjournalistiek waarborgen en zetten zich ervoor in dat toezichthoudende autoriteiten op afstand blijven.

### MONDIAAL

NDP Nieuwsmedia maakt zich via de World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) ook mondiaal sterk voor de belangen van nieuwsuitgevers. WAN-IFRA legt zich in het bijzonder toe op de bevordering van een vrije pers.

### BIJEENKOMSTEN

NDP Nieuwsmedia organiseerde op 29 september 2016 in de Skylounge Amsterdam een dinerbijeenkomst voor de directies en hoofdredacties van de lidbedrijven. Tijdens deze bijeenkomst, die in het teken stond van het vertrouwen in de media, sprak Erik Mouthaan, Amerika-correspondent van RTL Nieuws, over de verschillen tussen Amerikaanse en Nederlandse media.

In 2016 organiseerde NDP Nieuwsmedia ledenvergaderingen bij de Persgroep en bij het ANP.

### ONDERZOEK EN ADVERTENTIEMARKT

NDP Nieuwsmedia maakt zich in bestuurlijk en onderzoekstechnisch opzicht sterk voor betrouwbare cijfers over de consumptie van nieuwsmedia. De bereikcijfers en lezersprofielen uit bereiksonderzoeken zijn essentieel voor de advertentie-exploitatie van de lidbedrijven.

TERUG | VERDER

Belangrijk aandachtspunt daarbij is de integratie van de onderzoeken voor print, internet, radio en televisie. Nieuwsmerken zijn crossmediale merken geworden die adverteerders proposities bieden in uiteenlopende mediakanalen. Dankzij een koppeling van bestaande onderzoeken krijgen nieuwsmedia de beschikking over cijfers over hun volledige merkbereik. In 2016 zijn de voorbereidingen voor deze koppeling getroffen. De eerste crossmediale rapportages zijn voorzien voor eind 2017.

NDP Nieuwsmedia vertegenwoordigt de lidbedrijven in de Joint Industry Committees, zowel op bestuurlijk niveau als in technische adviescommissies. De brancheorganisatie is behalve bij printbereikonderzoek (NOM) ook actief betrokken bij online bereikonderzoek. De in VINEX verenigde internetexploitanten hebben in oktober 2016 het nieuwe online bereiksonderzoek NOBO gelanceerd. Met dit panelonderzoek kan over zowel het surfgedrag als het online videokijkgedrag worden gerapporteerd. NOM zal deze gegevens gebruiken om het merkbereik van nieuwsmedia te berekenen.

Het efficiënter organiseren van het bereiksonderzoek is een speerpunt. Ondanks de behoefte aan geïntegreerde rapportages opereren de onderzoeksorganisaties nog steeds gescheiden. Na de overname van de HOI-activiteiten door NOM Media ligt verdere samenwerking voor de hand. Niet alleen om een geïntegreerde onderzoeksoplossing te vinden, maar ook om de kosten beter te beheersen. Met andere marktpartijen zijn in 2016 de mogelijkheden voor samenwerking verkend. In 2017 zullen de besprekingen moeten leiden tot een verdere integratie van zowel de onderzoeken als de betrokken organisaties.

Als de onderzoeksdata beschikbaar zijn, is de rol van de brancheorganisatie nog niet uitgespeeld. De uitkomsten worden in werkgroepen besproken en via de website en social media met de markt gedeeld. De opgedane inzichten worden opgenomen in de online cursus Nieuwsmedia Academy. Via dit cursusprogramma hebben de afgelopen jaren honderden mediaprofessionals zich in de advertentiemogelijkheden van nieuwsmedia verdiept.

### NIEUWS IN DE KLAS

Nieuws in de klas, het educatieplatform van NDP Nieuwsmedia, stimuleert jongeren via het onderwijs nieuwsmedia online, in beeld, geluid en op papier te volgen en te interpreteren. Met behulp van de Nieuwsservice en lesmaterialen van Nieuws in de klas werken docenten en leerlingen aan taalvaardigheid, mediawijsheid en burgerschap. Chris van Hall, manager Nieuws in de klas: ‘Nieuws koppelt de les aan de wereld buiten school. Het werkt motiverend omdat relevante en reële contexten meer betekenis aan lesstof geven.’

Nieuws in de klas vertegenwoordigt de bij NDP Nieuwsmedia aangesloten nieuwsbedrijven in het onderwijs. Zij vinden het belangrijk dat nieuwsmedia deel uitmaken van het referentiekader van jongeren.

Nieuws in de klas sluit aan op ontwikkelingen in het onderwijs zoals 21ste-eeuwse vaardigheden, kritisch denken, mediawijsheid en betekenisvol onderwijs. Met de aandacht voor nepnieuws, fakeberichten en clickbait neemt de vraag naar betrouwbare nieuwscontent toe. Informatievaardigheden en mediawijsheid worden steeds belangrijker. Nieuws in de klas ondersteunt docenten en leerlingen door de functie van professionele nieuwsmedia te laten zien en uitleg te geven over journalistieke regels. Door het gebruik van professionele nieuwsmedia in het onderwijs te stimuleren, maken jongeren op een verdiepende en positieve manier kennis met de titels van de lidbedrijven.

De Nieuwsservice staat centraal in het educatieve aanbod van Nieuws in de klas. De service bestaat uit bezorgdiensten voor docenten en leerlingen en de Nieuwsservice Digitaal. In 2016 is de Nieuwsservice Digitaal ontwikkeld. Nieuws in de klas voorziet hiermee in de vraag van docenten en uitgevers naar een eenvoudige ontsluiting van digitaal nieuws voor het onderwijs. Docenten en leerlingen kunnen via Blendle tweemaal per jaar kosteloos vier weken toegang krijgen tot de content van de nieuwstitels. Titels die niet via Blendle beschikbaar zijn, kunnen worden geraadpleegd met afzonderlijke inlogaccounts.

Naast de Nieuwsservice biedt Nieuws in de klas docenten ondersteuning in de vorm van lesmaterialen en praktijkvoorbeelden. Nieuws in de klas werkt samen met educatieve organisaties en uitgevers om het gebruik van nieuws en actualiteit in lesmateriaal te stimuleren.

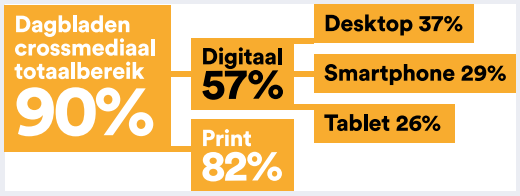
TERUG | VERDER

**CROSSMEDIAAL**

Wie aan dagbladen denkt, heeft al snel aan de gedrukte krant voor ogen. Niet onbegrijpelijk, want bijna de helft (47 procent) van de Nederlanders leest op een willekeurige dag de papieren krant. Maar het is ook een incompleet beeld van de nieuwsmerken. Nieuws is één van de belangrijkste drijfveren om online te gaan. De sites en apps van de nieuwsmerken trekken dagelijks miljoenen Nederlanders (4,3 miljoen). Van de tien grootste Nederlandse online mediamerken bestaat globaal de helft uit nieuwsmerken.

Veel dagbladlezers kiezen voor een abonnement op maat. Vaak is dat een gedrukte krant in het weekend met een digitale editie op weekdagen. Daarnaast vertrouwt de nieuwsconsument op de website van het nieuwsmerk, al dan niet met betaalde toegang, nieuwsapps en berichten via social media. Nederlanders volgen het nieuws crossmediaal. Het bereik van nieuwsmerken is de afgelopen jaren gegroeid. NOM Mediamerken 2017 laat zien dat de dagbladmerken 90% van alle Nederlanders bedienen.

Totaalbereik dagbladen (bron: NPM 2017-I)



**NDP Nieuwsmedia** draagt de kracht en de maatschappelijke functie van nieuwsmedia uit en maakt zich sterk voor de zakelijke en journalistieke belangen van de aangesloten lidbedrijven

**NDP Nieuwsmedia vertegenwoordigt de private nieuwsmedia**

**15 nieuwsbedrijven met 40 merken**

**Minuten aandacht**
per week voor dagbladen en digitale platforms

**119** **100**

**De branche investeert**

**293** miljoen in journalistiek

**Nederlanders gebruiken**
een mix aan media om het nieuws te lezen.
Gemiddeld raadplegen ze

**2 tot 3 platforms**

**+37%**
groei digitale abonnementen

**5.240 banen**

**1,1 miljard omzet**

**91%**
van de Nederlanders leest het nieuws

- **82% via dagbladen**
- **37% via pc**
- **29% via smartphone**
- **26% via tablet**

**Meer weten? Bekijk de website en het jaarverslag**

NDP Nieuwsmedia
De brancheorganisatie voor nieuwsbedrijven

TERUG | VERDER

# FINANCIËLE TOELICHTING

Deze financiële toelichting heeft betrekking op het Nederlands Uitgeversverbond (NUV), de Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf (WU) en de brancheverenigingen Groep Algemene Uitgevers (GAU), GEU, Magazine Media Associatie (MMA), Media voor Vak en Wetenschap (MVW) en NDP Nieuwsmedia. Lees alle genoemde bedragen x 1.000.

2016 is voor het NUV een bewogen jaar geweest waarin een grote reorganisatie is doorgevoerd. De begroting was door de Algemene Ledenvergadering eind 2015 voor de eerste helft van 2016 goedgekeurd, met een opdracht om in het eerste halfjaar antwoord te geven op de volgende vragen: welke strategische positie moet het NUV in de komende jaren innemen, welke inhoudelijke koers past daarbij en wat is een optimale en toekomstbestendige organisatievorm, mede in relatie tot de brancheverenigingen, en welke kosten zijn daaraan verbonden?
Dit heeft geresulteerd in een stevige reorganisatie van het NUV, waarin een duidelijke focus op thema's is aangebracht, de kosten met ruim 25 procent zijn gedaald en de kostenstructuur flexibeler is geworden. De reorganisatie is na ook een positief advies van de Ondernemingsraad op 1 juli 2016 geëffectueerd.

De verwachte kosten van de totale reorganisatie en de kosten van leegstand van de huisvesting tot het einde van het lopende huurcontract als gevolg van de reorganisatie, zijnde € 828, is in 2016 in de resultatenrekening als last genomen. Dit bedrag is als volgt gefinancierd: vrijval uit de garantiereserves (zie de paragraaf Vermogen) van de brancheverenigingen € 317, vrijval uit de garantiereserve van het NUV € 106, vrijval uit de continuïteitsreserve van het NUV € 106 en het restant per saldo (inclusief resultaat huishouding) ten laste van de algemene reserve.

**INKOMSTEN**
De inkomsten van het NUV, de WU en de brancheverenigingen bestaan uit: de contributies van leden 72,3 procent (2015 72,1 procent), Reprorechtgelden 7,3 procent (2015 10,1 procent), werkgeversbijdragen 1,3 procent (2015 1,4 procent) en dividenduitkering Coöp BUG 19,1 procent (2015 16,5 procent).

De totale inkomsten bedroegen in 2016 € 6.071, een daling van € 390 ten opzichte van 2015. Dit wordt veroorzaakt door: lagere contributieheffing door het NUV als gevolg van de reorganisatie en de daarbij doorgevoerde besparingen (€ -270), lagere ontvangst van de Reprorechtgelden (€ -204), hogere dividenduitkering Coöp BUG (€ +93) en lagere werkgeversbijdragen (€ -9).
Bij de Reprorechtgelden spelen twee zaken een rol. Het kopieergedrag is opnieuw geanalyseerd en het blijkt dat er – in lichte mate - meer gekopieerd is. Maar door de uitspraak van het Europese Hof in de HP-Reprobel zaak gaat het wettelijk deel naar de auteurs, vandaar deze grote daling van de Reprorechtgelden.

Coöp BUG betreft inkomsten (dividenduitkeringen) uit het lidmaatschap van de Coöperatieve Vereniging van Boekenuitgeversgroepen U.A. en derhalve uit de indirecte deelneming in het kapitaal van Centraal Boekhuis BV. Leden zijn de brancheverenigingen GAU, GEU en MVW (A-leden) en de leden van deze brancheverenigingen (B-leden).
In zowel 2016 als 2015 waren de dividenduitkeringen

TERUG | VERDER

hoog, doordat dit uitkeringen betreffen uit de winstreserve van het Centraal Boekhuis BV. Vanaf 2017 zal sprake zijn van dividenduitkeringen uit de normale bedrijfsuitoefening.

### CONTRIBUTIE

De totale contributie-inkomsten bedragen in 2016 € 4.389 (2015 € 4.659). Deze contributie-inkomsten zijn als volgt te verdelen: GAU € 668 (2015 € 657), GEU € 480 (2015 € 498), MVW € 200 (2015 € 202), NDP Nieuwsmedia € 1.600 (2015 € 1.600), MMA € 236 (2015 € 255), WU € 177 (2015 € 182) en NUV € 1.028 (2015 € 1.265).
De contributie die de leden aan het NUV, de WU en branchеverenigingen betalen, wordt vastgesteld op basis van de gerealiseerde omzetten. Hiervoor gelden contributiestaffels. De contributie wordt berekend op basis van de gerealiseerde omzetten van het jaar daarvoor. Voor 2016 was dus de omzet 2015 van de leden leidend.
De omzetten worden door de leden rechtstreeks aan het extern onderzoeksbureau ABF Research verstuurd door het invullen van de omzetenquête. Vanaf 2017 wordt de naam omzetenquête gewijzigd in 'Jaaropgave Contributie.'

### UITGAVEN

De totale kosten (exclusief reorganisatiekosten) van NUV, WU en branchеverenigingen bedragen in 2016 € 4.937 (2015 € 5.383). De personeels-, huisvestings- en kantoorkosten bedragen in 2016 € 2.879, zijnde 58,3 procent van de totale kosten en zijn als vast aan te merken. In 2015 bedroegen deze kosten € 3.680, zijnde 68,2 procent van de totale kosten.
Door de aanpassing van de organisatie als gevolg van de reorganisatie zijn de vaste kosten gedaald met ruim € 800, evenals de verhouding vaste en variabele kosten. De overige kosten betreffen voornamelijk activiteitgebonden kosten van met name de branchеverenigingen.

### FORMATIE

De medewerkers van het NUV, WU en branchеverenigingen zijn in dienst bij het NUV. Per ultimo 2016 zijn er 23,3 fte's (waarvan 56 procent vrouw en 44 procent man) in dienst, in 2015 32,1 fte's. In de begroting 2017 is rekening gehouden met 24,8 fte's.

### VERMOGEN

Het NUV, de WU en de branchеverenigingen hebben naast de algemene reserve een garantievermogen van eenmaal de personeelslast, met uitsluitend als doel om bij eventuele liquidatie aan de verplichtingen te kunnen voldoen. Het garantievermogen bedraagt per ultimo 2016 € 2.362. Het NUV kent nog een afzonderlijke continuïteitsreserve. Deze reserve is bedoeld om financiële tegenslagen het hoofd te kunnen bieden en knelpunten in personele en organisatorische sfeer op te kunnenlossen. Per ultimo 2016 bedraagt deze reserve € 209.
De branchеverenigingen kennen bestemmingsfondsen (onder andere werkgeversbijdragen) en bestemmingsreserves (onder andere KVB Boekwerk, Renew the Book).
De totale vermogenspositie van NUV, WU en branchеverenigingen bedraagt per ultimo 2016 € 9.656.

### BELEGGINGSBELEID

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

### OVERIGE

De branchеverenigingen, het NUV en de WU stellen jaarlijks een eigen jaarrekening en begroting op, hebben een eigen bestuur en leggen verantwoording af aan de eigen ledenvergadering.
Er zijn goede afspraken gemaakt over doorberekeningen vanuit het NUV naar de WU en de branchеverenigingen. De Stuurgroep Financiën, bestaande uit de penningmeesters van NUV, WU en branchеverenigingen, adviseert over onder andere deze afspraken. De Stuurgroep komt tweemaal per jaar bijeen.
De begrotingen voor het jaar 2017 zijn voor NUV, WU en branchеverenigingen in de algemene ledenvergaderingen in het najaar goedgekeurd.

TERUG | VERDER

# 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 2016 vond de uitvraag plaats met betrekking tot de gegevens van 2015.

### AANTAL LEDEN PER GROEP (OP HOLDINGNIVEAU, PEILDATUM 31 DECEMBER 2016)

**Bron:** *NUV-ledenadministratie*

### GEREALISEERDE NETTO-OMZET LIDBEDRIJVEN NAAR BRANCHEVERENIGING (IN MILJOEN EURO), 2010-2015

*Bron: ABF Research*

| | netto omzet totaal 2010 | netto omzet totaal 2011 | netto omzet totaal 2012 | netto omzet totaal 2013 | netto omzet totaal 2014 | netto omzet totaal 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| GAU | 322,0 | 314,9 | 288,3 | 258,3 | 244,4 | 248,9 |
| GEU | 386,0 | 384,4 | 377,9 | 389,0 | 396,2 | 392,5 |
| MVW | 478,6 | 482,2 | 449,4 | 412,1 | 384,2 | 343,3 |
| NDP Nieuwsmedia | 1.364,5 | 1.321,5 | 1.277,0 | 1.221,2 | 1.179,7 | 1.141,9 |
| MMA | 713,8 | 711,0 | 675,2 | 615,8 | 566,1 | 508,5 |
| Totaal | 3.264,9 | 3.214,0 | 3.067,8 | 2.896,4 | 2.770,6 | 2.635,1 |

De totale netto omzet in Nederland van bedrijven die aangesloten zijn bij het NUV bedraagt in 2015 2.635 miljoen euro. De totale omzet is met 4,9 procent afgenomen. Alleen bij de GAU is de omzet toegenomen.

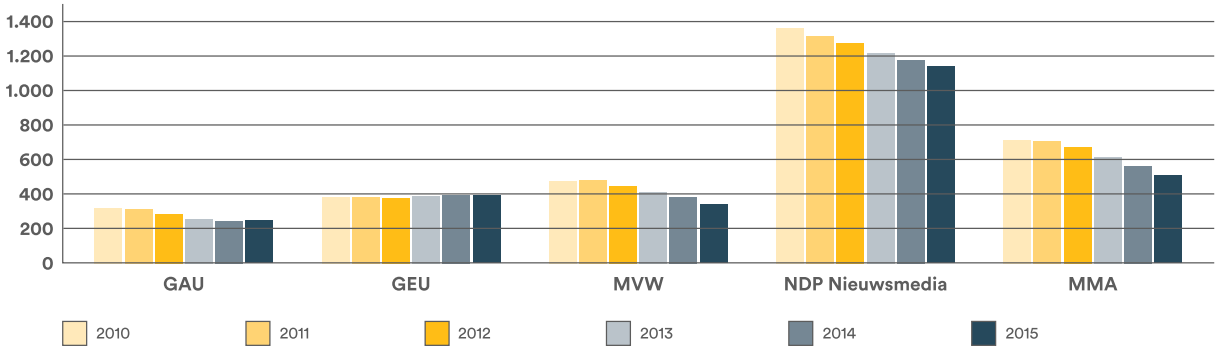
TERUG | VERDER

# KENGETALLEN

### ONTWIKKELING NETTO-OMZET LIDBEDRIJVEN NAAR BRANCHEVERENIGING (IN PERCENTAGE), 2010-2015 *Bron: ABF Research*

| | gerealiseerde ontwikkeling 2011-2010 | gerealiseerde ontwikkeling 2012-2011 | gerealiseerde ontwikkeling 2013-2012 | gerealiseerde ontwikkeling 2014-2013 | gerealiseerde ontwikkeling 2015-2014 |
|---|---|---|---|---|---|
| GAU | -2,2% | -8,4% | -10,4% | -5,4% | 1,8% |
| GEU | -0,4% | -1,7% | 2,9% | 1,9% | -0,9% |
| MVW | 0,8% | -6,8% | -8,3% | -6,8% | -10,6% |
| NDP Nieuwsmedia | -3,2% | -3,4% | -4,4% | -3,4% | -3,2% |
| MMA | -0,4% | -5,0% | -8,8% | -8,1% | -10,2% |
| Totaal | -1,6% | -4,5% | -5,6% | -4,3% | -4,9% |

### NETTO-OMZET NAAR BRANCHEVERENIGING (IN MILJOEN EURO), 2010-2015
*Bron: ABF Research*




### AANDEEL DIGITALE OMZET IN TOTALE NETTO-OMZET LIDBEDRIJVEN NAAR BRANCHEVERENIGING, 2010-2015 (REALISATIE EN VERWACHTING) *Bron: ABF Research*

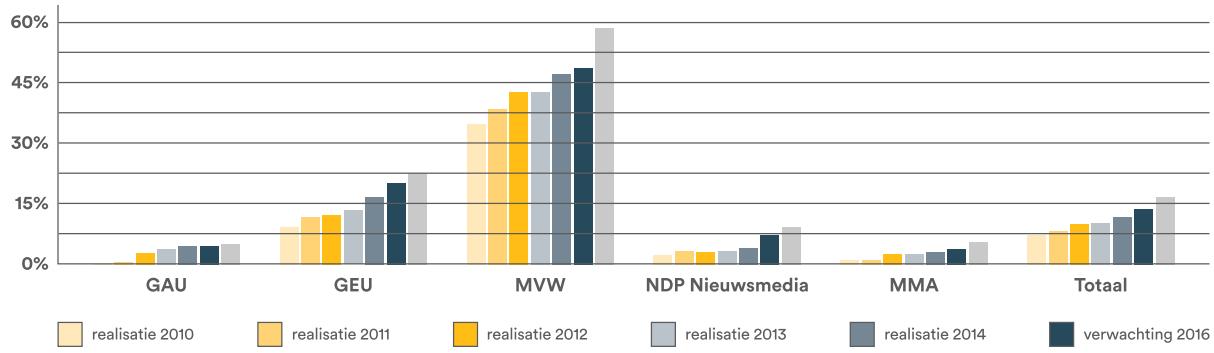
| | realisatie digitaal 2010 | realisatie digitaal 2011 | realisatie digitaal 2012 | realisatie digitaal 2013 | realisatie digitaal 2014 | realisatie digitaal 2015 | verwachting digitaal 2016 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| GAU | 0,0% | 0,5% | 2,9% | 3,8% | 4,5% | 4,7% | 5,0% |
| GEU | 9,3% | 11,8% | 12,2% | 13,4% | 16,8% | 20,3% | 22,6% |
| MVW | 34,8% | 38,6% | 42,8% | 42,7% | 47,2% | 48,8% | 58,6% |
| NDP Nieuwsmedia | 2,3% | 3,4% | 3,1% | 3,4% | 4,1% | 7,2% | 9,3% |
| MMA | 1,0% | 1,0% | 2,6% | 2,6% | 3,1% | 3,9% | 5,7% |
| Totaal | 7,4% | 8,4% | 10,1% | 10,3% | 11,7% | 13,7% | 16,7% |

N.B. Het betreft hier het aandeel digitale omzet exclusief de digitale component uit combinatie producten. De totale digitale omzet bedraagt in 2015 13,7% van de totale omzet. Dit aandeel is licht gestegen ten opzichte van 2014 (11,7%). De verwachting is dat het aandeel in 2016 verder zal stijgen tot 16,7%. Meer dan 50% van de omzet van MVW betreft digitale omzet. Binnen alle branchevereningingen is een stijging van de digitale omzet waarneembaar.

TERUG | VERDER

# KENGETALLEN

## AANDEEL DIGITALE OMZET IN TOTALE NETTO-OMZET LIDBEDRIJVEN NAAR BRANCHEVERENIGING, 2010-2015 (REALISATIE EN VERWACHTING) *Bron: ABF Research*




## NETTO OMZET NAAR OMVANG (IN MILJOEN EURO), 2014-2015

| | aantal bedrijven 2014 | netto omzet totaal 2014 | aandeel 2014 | aantal bedrijven 2015 | netto omzet totaal 2015 | aandeel 2015 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| klein (< 1 mln. euro) | 61 | 23,6 | 0,9% | 59 | 23,3 | 0,9% |
| middel (1 - 10 mln. euro) | 51 | 162,2 | 5,9% | 56 | 181,1 | 6,9% |
| groot (10 - 100 mln. euro) | 23 | 833,7 | 30,1% | 24 | 979,2 | 37,2% |
| grootst (> 100 mln. euro) | 9 | 1.751,1 | 63,2% | 6 | 1.451,5 | 55,1% |
| Totaal | 144 | 2.770,6 | 100% | 145 | 2.635,1 | 100% |

De organisaties met een omzet van meer dan 100 miljoen euro zijn in 2015 goed voor 55% van de omzet in de uitgeefsector. Deze groep telt 6 organisaties. De organisaties met een omzet van minder dan een miljoen euro (59 organisaties) zijn goed voor een totale omzet van 23 miljoen euro en een aandeel van 1%.

## ADVERTENTIEMARKT BRUTO-MEDIABESTEDINGEN PER MEDIUMTYPE, 2015-2016 *Bron Nielsen*

| Bedragen x € 1.000 | Bestedingen 2015 | in % | Bestedingen 2016 | in % | toe- of afname |
|---|---|---|---|---|---|
| Televisie | 3.676.139 | 57,8% | 3.690.952 | 60,2% | 0,4% |
| Radio | 779.749 | 12,3% | 811.554 | 13,2% | 4,1% |
| Dagbladen [1] | 875.423 | 13,8% | 597.102 | 9,7% | -31,8% |
| Out of Home | 465.968 | 7,3% | 484.404 | 7,9% | 4,0% |
| Publiekstijdschriften | 289.593 | 4,6% | 280.529 | 4,6% | -3,1% |
| Folders | 138.104 | 2,2% | 139.429 | 2,3% | 1,0% |
| Vaktijdschriften | 116.745 | 1,8% | 110.078 | 1,8% | -5,7% |
| Bioscoop | 19.339 | 0,3% | 16.901 | 0,3% | -12,6% |
| Totaal | 6.361.060 | 100,0% | 6.130.949 | 100,0% | -3,6% |

*[1] Wordt veroorzaakt door aanpassing van de tarieven en hebben een negatief effect op de omvang van de bruto mediabestedingen.*

TERUG VERDER

# HET GEZICHT VAN NUV

*Personenregister (peildatum 1 januari 2017)*

## VOORZITTERS NUV EN BRANCHEVERENIGINGEN

**Derk Haank**
*NUV*

**Wiet de Bruijn**
*Groep Algemene Uitgevers*

**Harold Rimmelzwaan**
*GEU*

**Luc van Os**
*Magazine Media Associatie*

**Wim van der Stelt**
*Media voor Vak en Wetenschap*

**Frits Campagne**
*NDP Nieuwsmedia*

TERUG | VERDER

# HET GEZICHT VAN NUV

*Personenregister (peildatum 1 januari 2017)*

## DIRECTEUREN/ALGEMEEN SECRETARISSEN NUV EN BRANCHEVERENIGINGEN, DIRECTEUR NUV ACADEMY

**Peter Stadhouders**
*NUV*
*directeur*

**Martijn David**
*Groep Algemene Uitgevers*
*algemeen secretaris*

**Stephan de Valk**
*GEU*
*directeur*

**Harriët Schrier**
*Magazine Media Associatie*
*directeur*

**Nineke van Dalen**
*Media voor Vak en Wetenschap*
*algemeen secretaris*
*& directeur NUV Academy*

**Tom Nauta**
*NDP Nieuwsmedia*
*directeur*

## SENIOR ADVISEURS EN CONTROLLER NUV

**Jasper Baggerman**
*senior adviseur*
*Digitalisering & Innovatie*

**Martijn David**
*senior adviseur Intellectueel*
*Eigendom, Collectieve*
*Rechten en Privacy*

**Peter Stadhouders**
*senior adviseur Sociaal*
*Beleid en HR*

**Hans Remie**
*controller*

TERUG | VERDER

# NAMENOVERZICHT

*(stand van zaken 1 januari 2017)*

**BUREAU NEDERLANDS UITGEVERSVERBOND**
drs. P.A. (Peter) Stadhouders (directeur)
R. (Ria) Harder (directiesecretaresse)

**SENIOR ADVISEURS**
ir. J.J. (Jasper) Baggerman – Digitalisering en Innovatie
mr. M.K.J. (Martijn) David – Intellectueel Eigendom, Collectieve Rechten en Privacy
drs. P.A. (Peter) Stadhouders – Sociaal Beleid en HR

**FINANCIËN**
J.B. (Hans) Remie (controller)

**NUV ACADEMY**
A.C. (Nineke) van Dalen (directeur)

**ALGEMEEN BESTUUR NEDERLANDS UITGEVERSVERBOND**
drs. D.J. (Derk) Haank (voorzitter)
drs. L.W.L. (Wiet) de Bruijn
F.C.R. (Frits) Campagne
L. (Laura) Hassink
F. (Frans) Klaassen
P. (Peter) de Mönnink
L.A.J. (Luc) van Os
drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan
G.J. (Geert-Jan) van der Snoek

**BESTUUR GROEP ALGEMENE UITGEVERS**
drs. L.W.L. (Wiet) de Bruijn (voorzitter)
S. (Sander) Ruys (penningmeester)
R. (René) Bego
M. (Marius) van Campen
Y.N. (Yrja) Danner
M.H. (Martijn) Griffioen
R. (Renske) Hendriksen

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

**BESTUUR GEU**
drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan (voorzitter)
M. (Marchien) van Doorn (penningmeester)
drs. H.J.F. (Eric) Razenberg
L. (Ludo) Stroobants

drs. S.L. (Stephan) de Valk (directeur)

**PORTEFEUILLEHOUDERS GEU**
P. (Paul) Gillijns (Economische en Juridische Zaken en a.i. primair onderwijs)
W.J. (Wouter) van Gils (hbo)
K. (Kees) Karremans (voortgezet onderwijs)
drs. H.J.F. (Eric) Razenberg (ICT en Digitalisering)
P.E. (Peter) Stokvisch (a.i. mbo)

TERUG | VERDER

# NAMENOVERZICHT

*(stand van zaken 1 januari 2017)*

**MAGAZINE MEDIA ASSOCIATIE**
L.A.J. (Luc) van Os (voorzitter)
mr. B.J. (Barent) Momma (vicevoorzitter)
C.J. (Cor Jan) Willig (penningmeester)
S. (Steven) Flipse RC
P. (Patrick) Swart

J.M.E. (Harriët) Schrier (directeur)

**BESTUUR MEDIA VOOR VAK EN WETENSCHAP**
W. (Wim) van der Stelt (voorzitter)
H. (Huub) van der Meulen (penningmeester)
P. (Peter) Backx
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)
Mr. M.N.J. (Marjolein) van der Linden (vice-voorzitter)
J. (Jeroen) van Dijk (penningmeester)
D.M. (Rien) van Beemen
D. (Dina) Boonstra
R.L.J. (Rinder) Sekeris

T. (Tom) Nauta (directeur)

**BESTUUR COÖPERATIEVE VERENIGING VAN BOEKENUITGEVERS GROEPEN U.A.**
M. (Marchien) van Doorn
G.P. (Gert) van Oort RA
S. (Sander) Ruys
L.M. (Thys) VerLoren van Themaat

J. (Jenny) Dijkers (adjunct-secretaris)

**STUURGROEP FINANCIËN**
J. (Jeroen) van Dijk
M. (Marchien) van Doorn
mr. H.E.J. (Huub) van der Meulen
S. (Sander) Ruys
C.J. (Cor Jan) Willig
J.B. (Hans) Remie (controller)

**FINANCIËLE COMMISSIE**
C. (Christof) Abrahamse
drs. S. (Steven) Flipse RC
R.L.J. (Rinder) Sekeris

**ALGEMEEN BESTUUR WERKGEVERSVERENIGING UITGEVERIJBEDRIJF**
drs. D.J. (Derk) Haank (voorzitter)
drs. L.W.L. (Wiet) de Bruijn
F.C.R. (Frits) Campagne
L. (Laura) Hassink
F. (Frans) Klaassen
P. (Peter) de Mönnink
L.A.J. (Luc) van Os
drs. H.T.A.J.M. (Harold) Rimmelzwaan
G.J. (Geert-Jan) van der Snoek

drs. P.A. (Peter) Stadhouders (directeur)
mr. F.W. (Frank) Obertop (vaksecretaris Sociale Zaken)
C.M.J. (Chris) Hondeman (groepscoördinator)

TERUG | VERDER

# AFKORTINGEN

| | |
|---|---|
| **ACM** | Autoriteit Consument & Markt |
| **Actal** | Adviescollege toetsing regeldruk |
| **AOV** | Arbeidsongeschiktheidsvoorziening |
| **AP** | Autoriteit Persoonsgegevens |
| **AV-tool** | Arbeidsvoorwaardentool |
| **AVMD** | audiovisuele mediadiensten |
| **b2b** | business to business |
| **b2c** | business to consumer |
| **BREIN** | Bescherming Rechten Entertainment Industrie Nederland |
| **BSB** | Bestuurscommissie Sociaal Beleid |
| **BTB** | Bedrijfstakbureau Uitgeverijbedrijf |
| **btw** | belasting over de toegevoegde waarde |
| **cao** | collectieve arbeidsovereenkomst |
| **CAO-UB** | CAO voor het Uitgeverijbedrijf |
| **CB** | Centraal Boekhuis |
| **CEO** | Chief Executive Officer |
| **COP** | Commissie Onderwijsfonds Publiekstijdschriften |
| **CPNB** | Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek |
| **DBA** | Wet Deregulering Beoordeling Arbeidsvoorwaarden |
| **DSM** | digitale eengemaakte markt voor Europa |
| **ECP** | Platform voor InformatieSamenleving |
| **EMMA** | European Magazine Media Association |
| **EU** | Europese Unie |
| **EZ** | ministerie van Economische Zaken |
| **EZ/JZ** | vaksecretariaat Economische en Juridische Zaken |
| **FEP** | Federation of European Publishers |
| **FIPP** | International Federation of the Periodical Press |
| **FLA** | Freelancers Associatie |
| **fte** | fulltime-equivalent |
| **GAU** | Groep Algemene Uitgevers |
| **GfK** | Gesellschaft für Konsumforschung |
| **GSF** | Giraal Stakeholders Forum |
| **HOI** | Instituut voor Media Auditing |
| **HR** | Human Resources |
| **IPA** | International Publishers' Association |
| **JIC** | Joint Industry Committee |
| **KB** | Koninklijke Bibliotheek |
| **KNUB** | Koninklijke Nederlandse Uitgeversbond |
| **KVB** | Koninklijke Vereniging van het Boekenvak |
| **LOF** | Lucas-Ooms Fonds |
| **MMA** | Magazine Media Associatie |
| **MVO** | maatschappelijk verantwoord ondernemen |
| **MVW** | Media voor Vak en Wetenschap |
| **NME** | News Media Europe |
| **NOBO** | Nederlands Online Bereik Onderzoek |
| **NOM** | Nationaal Onderzoek Multimedia |
| **NPO** | Nederlandse Publieke Omroep |
| **NPM** | NOM Print Monitor |
| **NUV** | Nederlands Uitgeversverbond |
| **NVJ** | Nederlandse Vereniging van Journalisten |
| **NVPI** | Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers |
| **OA** | Open Access |
| **OCW** | ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap |
| **OER** | Open Educational Resources |
| **PCMI** | Platform Creatieve Media Industrie |
| **PKB** | persoonlijk keuzebudget |
| **PMS** | Platform Mediastages |
| **PO** | primair onderwijs |
| **PRN** | stichting Papier & Recycling Nederland |
| **RI&E** | risico-inventarisatie en -evaluatie |

TERUG | VERDER

# AFKORTINGEN

| | |
|---|---|
| **STM** | Scientific, Technical and Medical Publishers |
| **SZW** | ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid |
| **TDM** | tekst and datamining |
| **TISP** | Technology and Innovation for Smart Publishing |
| **VAR** | Verklaring arbeidsrelatie |
| **VDOD** | Vereniging Digitale Onderwijs Dienstverlening |
| **VenJ** | ministerie van Veiligheid en Justitie |
| **VNO-NCW** | grootste ondernemingsorganisatie van Nederland |
| **VO** | voorgezet onderwijs |
| **VOB** | Vereniging van Openbare Bibliotheken |
| **WAN-IFRA** | World Association of Newspapers and News Publishers |
| **Wft** | Wet op het financiële toezicht |
| **WKR** | werkkostenregeling |
| **WU** | Werkgeversvereniging Uitgeverijbedrijf |
| **Wvbp** | Wet op de vaste boekenprijs |
| **zzp** | zelfstandige zonder personeel |

Nederlands uitgeversverbond

## CONTACT

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

## COLOFON

**Tekst:** NUV

**Coördinatie en eindredactie:**
Ria Harder en Peter Stadhouders

**Concept en vormgeving:**
Reclamebureau REM

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