



RENEW THE BOOK

k
v
b **Beekw&Rik**

Innovatiekracht van
het boekenvak, volgens

Renew the Book 2021

Wat leren de inzendingen ons over innovatie
in de boekenmarkt?

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	3
2. Eerder onderzoek.....	4
3. Renew the Book.....	5
4. Casus analyse.....	6
5. Trendanalyse	8

Januari 2022
Door KVB Boekwerk
Laura de Weger
Jurriaan Rammeloo

1. Inleiding

Onder invloed van de digitalisering is het belangrijk om te blijven innoveren, zeker binnen het boekenvak, dat nog wel eens als ouderwets wordt gezien. Daarom bestaat het initiatief *Renew the Book* van de GAU. *Renew the Book* is opgericht met drie doelen:

1. Het stimuleren van innovaties binnen het boekenvak
2. Publiciteit voor het boekenvak als innovatieve sector
3. Het aantrekken van talent op technologie en innovatie

In de winter van 2020-2021 presenteerde *Renew the Book* de Innovation Award, een prijs van € 50.000 voor een innovatie die helpt het boekenvak te innoveren. Bij deze editie stond het belang van de lezer centraal. Voor de Award hebben 34 innovators zich aangemeld. Na een longlist van 10 inzendingen, en een shortlist van 3 inzendingen, is er uiteindelijk één winnaar gekozen: Immer.

Onderzoek naar trends en innovatiekracht

In aanloop naar de volgende editie onderzoeken we aan de hand van de inzendingen hoe het staat met de innovatiekracht in de boekensector. Daarbij kijken we ook naar trends die werden voorspeld in eerdere onderzoeken van KVB Boekwerk, namelijk de onderzoeken *Vernieuwende startups* en *Innovatie boekenvak*.

We lichten het eerdere onderzoek kort toe, presenteren een beknopte analyse van de casus en toetsen deze aan de 'voorspelde' trends.

Samenvatting

Wat direct opvalt aan de inzendingen is dat er veel aandacht is voor leesbevordering of verrijking van leeservaring, voornamelijk voor de jeugd. De innovaties uit *Renew the Book* weerspiegelen goed wat er aan urgentie in de boekenmarkt gevoeld wordt: hoe houden en krijgen we mensen aan het lezen? Daarbij hoort ook het verlagen van de drempel om te lezen door in te spelen op gemak: zowel in het kiezen van een boek, het combineren van media en vormen om de inhoud tot je te nemen als de belevingswereld om boeken heen.

Zoals ook uit de eerdere onderzoeken bleek, zijn de innovaties vooral gebaseerd op bestaande technologie en is de innovatie reactief op wat bewezen is in andere markten. Tegelijkertijd voegen de innovaties op de shortlist wel degelijk nieuwe technologie toe aan de markt. Technologie werkt onderscheidend.

Gemiddeld werd er € 92.500 geïnvesteerd in een ontwikkeltijd van 14 maanden. Voor de longlist ging het om € 121.500 over een tijdsbestek van 11 maanden. Dus meer geld en een intensieve besteding ervan.

De trends die terugkomen in de innovaties van *Renew the Book* zijn: de inzet op de beleving rondom het boek, het gemak in boeken kopen en lezen en interactie via verschillende vormen en media.

De shortlist en zeker de winnaar sluiten goed aan op deze trends. Ze vallen op door hun technologische vernieuwing voor de markt en door de serieuze investering die er mee gemoeid is.

2. Eerder onderzoek

KVB Boekwerk heeft in het verleden meerdere malen aandacht besteed aan het onderwerp innovatie, namelijk in de onderzoeken *Vernieuwende startups* (2017) en *Innovatie boekenvak* (2018).

Startup scan

Vernieuwende startups is een internationale scan naar startups in de boekenmarkt. Er is in dit onderzoek gekozen voor startups, omdat startups vaak beter zijn in het begrijpen en bedienen van nieuwe markten dan gevestigde bedrijven die al lang bestaan. In het onderzoek zijn verschillende internationale startups bekeken met als primair doel inzicht in trends. We constateerden 10 trends, in volgorde van relevantie:

1. Low tech toepassingen, met vooral bestaande techniek
2. Toepassingen voor hulp bij het schrijven
3. Ondersteunen van cocreatie
4. Dienstverlening voor selfpublishing
5. Faciliteren van reviews
6. Ontdekken van boeken met aanbevelingen
7. Toepassingen om de leeservaring te verrijken
8. Faciliteren van de freelance economy
9. Verdienmodellen op basis van vervolgverhalen
10. Verdienmodellen met tweedehands boekenhandel

Innovatie boekenvak

Het onderzoek *Innovatie boekenvak* gaat in op innovatie in het boekenvak in het algemeen en hoe boekenvakkers de toekomst van het vak voor zich zien. Hieruit kwamen twee fundamentele ontwikkelingen naar voren:

- De drager van het boek wordt minder bepalend dan de inhoud
- Van fysieke naar digitale drager, er komen meer schermlezers

Met welk tempo deze ontwikkelingen verlopen is onzeker. Maar als ze doorzetten, krijgt het traditionele boekenvak een steeds smallere basis. Bestaande spelers hebben dan twee keuzes: innoveren, of zichzelf blijven en zich richten op de 'restmarkt'. De meerderheid van de respondenten (54%) verwachtte in 2018 dat het boekenvak er na vijf jaar er geheel anders uit zou zien.

Innovatie vindt door de aard van de boekenmarkt niet op grote schaal plaats, maar zit vooral in de kleine stapjes. Opvallend is dat, ondanks de sterke branchestructuur, samenwerking voor innovatie weinig prioriteit heeft, maar wel als wenselijk naar voren komt.

Een team van experts identificeerde kansen voor proactieve innovatie in het boekenvak. Dit leverde zeven trends op:

1. Beleving: ervaring wordt meer waard dan het product op zich
2. Gemak: alles is altijd en overal direct beschikbaar
3. Bezit naar gebruik: betalen voor toegang in plaats van bezit
4. Connectiviteit en interactie: belang van (online) ontmoetingen
5. Overall intelligentie: technologie alom aanwezig en inzetbaar
6. Samenwerking in netwerken in plaats van lineaire ketens
7. Duurzaamheid is een concurrentievoordeel

3. Renew the Book

De 34 inzendingen voor de Renew the Book Innovation Award 2021 zijn doorgelicht. De analyse van de inzendingen voor de Innovation Award zijn gebaseerd op de ingevulde aanmeldingsformulieren. Hierbij is ten eerste gelet op het doel en belangrijkste concept van de innovatie. Daarnaast is gekeken naar de inhoud, de vorm en de ontwikkeling en financiering van de inzendingen.

Wat direct opvalt aan alle inzendingen voor deze editie, is dat:

- leesbevordering, voornamelijk bij de jeugd, eruit springt als het belangrijkste maatschappelijke doel van innovatie;
- de focus meer ligt op de lezer of verrijking van leeservaring dan op toepassingen voor efficiëntie in de zakelijke markt;
- een groot gedeelte van de inzendingen is gebaseerd op bestaande digitale techniek of online toepassingen.

Van de 34 inzendingen waren er 12 voor onderwijs en bibliotheken. Van de overige 22 richten 15 zich op lezers en 7 op ketenspelers.

Leesbevordering

Van alle inzendingen geven er maar liefst 23 aan in te willen zetten op leesbevordering. Dat is bijna 7 op de 10 inzendingen. Het wijst op de gevoelde urgentie van het boekenvak om hierop in te zetten. Het thema leesbevordering (onder andere van de jeugd) heeft de afgelopen jaren steeds meer aandacht gekregen, mede vanwege de

dalende leesvaardigheid onder Nederlandse jongeren (zie het [PISA-onderzoek](#) waaruit dit blijkt). De Onderwijsraad en de Raad voor Cultuur deden daarom een [oproep tot een leesoffensief](#), waarop is gereageerd in een [kamerbrief](#) die het leesoffensief dat het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap gaat starten toelicht.

De inzendingen zijn onder andere gericht op curriculumvernieuwing – bijvoorbeeld door het ontwikkelen van een lesmethode – en het toegankelijker en leuker maken van lezen.

Lezers of zakelijke markt

Waar de inzendingen voor de Innovation Award grotendeels gericht zijn op de lezers, waren de startups uit *Vernieuwende startups* voornamelijk gericht op de zakelijke markt. Beide initiatieven waren gericht op innovatie, maar Renew the Book heeft een doelstelling gericht op het publiek, terwijl *Vernieuwende startups* een breed verkennend onderzoek is. Mogelijk hebben innovaties voor de zakelijke markt zich niet gemeld voor Renew the Book vanwege de op de lezer gerichte doelstelling.

Digitale toepassingen

Vernieuwende startups liet zien dat digitale toepassingen in de boekenmarkt vooral gebaseerd waren op bestaande en bewezen techniek. In *Innovatie boekenvak* bleek dat innovaties in de boekenmarkt vaak reactief zijn: technieken die opgepakt worden hebben zich al enigszins bewezen. De winnaar van Renew the Book daarentegen ontwikkelde wel zelf een nieuwe technologie. In het hoofdstuk Trendanalyse vergelijken we de inzendingen met de bevindingen uit beide scans.

4. Casusanalyse

Nader beschouwd kunnen we veel leren over innovatie in de boekensector als we de casus van iedere inzending analyseren.

Van binnen of van buiten

Strikt genomen komt slechts een minderheid van de innovaties (13 van de 34) uit de boekenmarkt, dat wil zeggen van bestaande ondernemers uit Nederland. Ruimer bekeken, als we bibliotheken en onderwijsinstellingen meerekenen tot de sector die zich bezighoudt met lezen en leesbevordering, komt het merendeel uit de sector

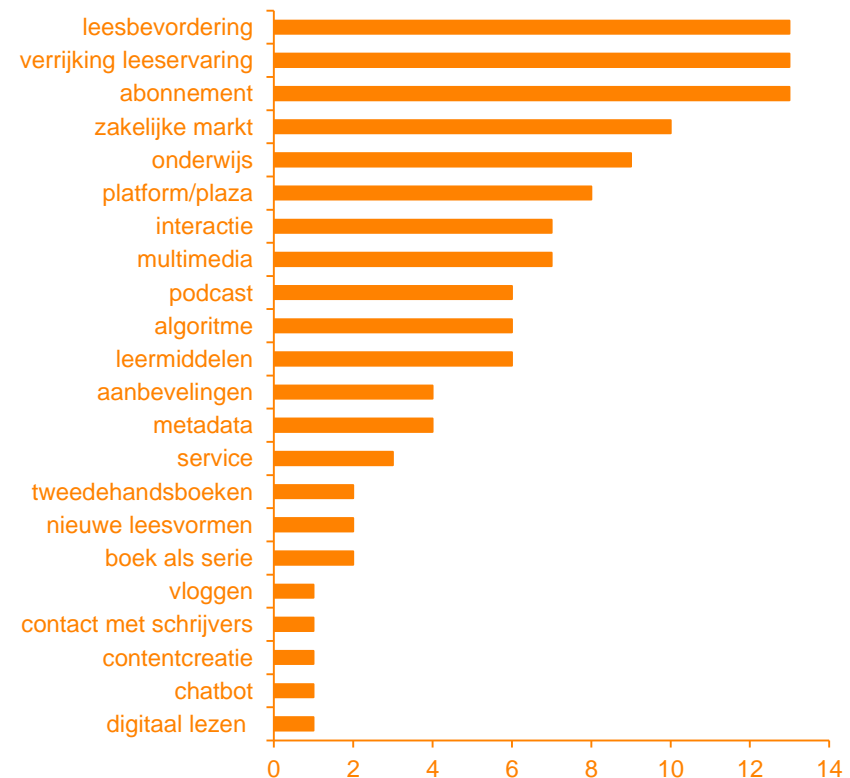
Kenmerken van innovaties

De inzendingen zijn geanalyseerd op verschillende soorten kenmerken. Daarbij is gekeken naar wat typerend is voor elke inzending. Het overzicht is opgenomen in Figuur 1.

Hieruit blijkt de brede aandacht voor leesbevordering en het verrijken van de leeservaring. Opvallend is ook dat er vaak wordt gekozen voor een abonnementvorm en dat de toepassingen faciliterend zijn voor de zakelijke markt en het onderwijs. Veel innovaties kiezen voor een platformfunctie waarin verschillende mogelijkheden geboden worden, zoals aanvullende content, media en dragers of interactie.

Kenmerken die passen bij innovatie, zoals het gebruik van verschillende vormen van kunstmatige intelligentie, zijn ondervertegenwoordigd.

Figuur 1: Kenmerken van de inschrijving *Renew the Book*

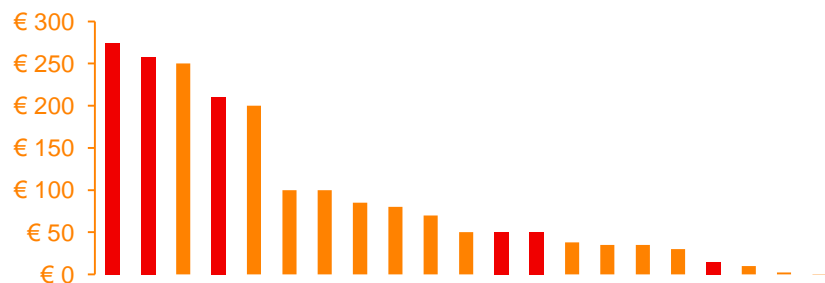


Investerings

Inzendingen is gevraagd naar het bedrag dat reeds is geïnvesteerd in de ontwikkeling en wat er nodig wordt geacht. Gemiddeld genomen werd er € 92.500 geïnvesteerd per innovatie. Voor de innovaties op de longlist was dit € 121.500. In totaal ging het om investeringen ter hoogte van € 2 miljoen, waarvan ca. € 6 ton voor de longlist.

In slechts tien inzendingen is vooraf geïnvesteerd, waarbij in één geval door een externe financier. 15 innovaties geven een budget op dat nog nodig is en bij 11 inzendingen is het onbekend. De bedragen variëren van bijna € 300.000 tot ca. € 3.000. In Figuur 2 zijn de opgegeven bedragen weergegeven, met in rood de longlistinnovaties.

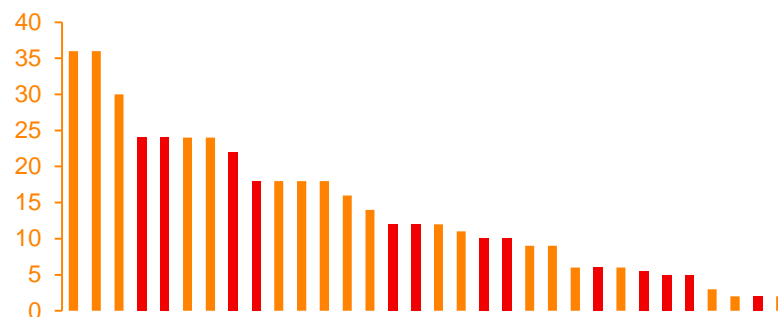
Figuur 2: investeringen per casus (x 1.000)



Ontwikkeltijd

Naast financiën is er gevraagd naar de gespendeerde ontwikkeltijd in maanden. Gemiddeld genomen is die door de indieners geschat op 14 maanden, en 11 voor de longlistinnovaties. In Figuur 3 is de ontwikkeltijd getoond van zo'n 36 tot 2 maanden. In rood de longlist.

Figuur 3: ontwikkeltijd per casus (in maanden)



De investering per maand is voor alle inzendingen ca. € 6000. Voor de longlist is de gemiddelde investering per maand ca. € 17.000.

Conclusie

De innovaties uit de Renew the Book weerspiegelen goed wat er aan urgentie in de boekenmarkt gevoeld wordt: hoe houden en krijgen we mensen aan het lezen? Daarbij hoort ook het verlagen van de drempel om te lezen door in te spelen op gemak. Zowel in het kiezen van een boek, het combineren van media en vormen om de inhoud tot je te nemen als de belevingswereld om boeken heen.

Technologische innovatie lijkt in de breedte minder voor de hand liggend. Maar het is juist het punt waarop de longlist en vooral de shortlist zich onderscheidt.

Serieuze investeringen lijken belangrijker voor een plek op de longlist dan ontwikkeltijd. Meer ontwikkeltijd geeft niet gelijk een grotere kans.

5. Trendanalyse

Zowel de innovatiescan als de startupscan lieten trends zien in innovatie in het boekenvak. De oogst van Renew the Book kan je zien als thermometer: zien we de trends terug bij de inzendingen? In de innovatiescan zijn zeven trends en innovatiekansen voor het boekenvak geformuleerd. Hieronder wordt per innovatiekans besproken of de huidige inzendingen daarop inspelen.

In het rapport van Future Consult kwamen 7 trends naar voren.

Beleving: ervaring wordt meer waard dan het product op zich.

Tweederde van de inzendingen leggen de focus op het verbeteren van de boekbeleving. Bijvoorbeeld door een nieuwe of aanvullende drager waarin men kan lezen, zoals een app, of publicatie van een boek in digitale serievorm. Zo'n 10 inzendingen verrijken de leeservaring met extra content, bijvoorbeeld met een vlog of podcast die je kunt bekijken of beluisteren naast het boek of met beeld en geluid. Deze trend komt overduidelijk terug, hoewel beleving in veel gevallen aanvullend is op het papieren boek.

Gemak: alles is altijd en overal direct beschikbaar.

Het kenmerk van digitale toepassingen is dat ze altijd en overal beschikbaar zijn. Ongeveer tweederde van de inzendingen is online. De innovaties op het gebied van leesbevordering faciliteren met name in het makkelijk kiezen van boeken. Enkele apps spelen direct in op

het makkelijker maken van het lezen zelf. Zij verlagen de drempel om je tijd aan lezen te besteden, zoals *Immer*, de winnaar van de award.

Bezit naar gebruik: betalen voor toegang in plaats van voor bezit.

Bij tweederde van de inzendingen gaat het om gebruik van het product of dienst zonder dat de gebruiker ook eigenaar is van het product. Bij slechts 6 inzendingen krijgt de koper het product volledig in bezit. Bij 7 inzendingen gaat het om een combinatie (zoals een fysiek boek waarbij je toegang krijgt tot bijbehorende online content). Ook deze trend komt duidelijk terug.

Connectiviteit en interactie: belang van (online) ontmoetingen.

Hoewel lezen een solitaire activiteit is, zijn veel van de inzendingen sociaal van karakter. Deze zijn gericht op ontmoeting of interactie, zoals in een datingapp voor lezers, een webplatform waarop je kunt lezen, maar als je wilt ook kunt discussiëren met andere lezers en de auteur. 15 inzendingen zijn voornamelijk solitair van karakter. Interactie is duidelijk zichtbaar in de inzendingen. Ontmoeting is minder een doel van de innovaties.

Overal intelligentie: technologie is alom aanwezig en inzetbaar.

Vrijwel alle inzendingen steunen op digitale technologie. Zoals genoemd, is tweederde gedeeltelijk of geheel online. De innovaties die bijvoorbeeld een vorm van kunstmatige intelligentie gebruiken zijn echter beperkt. Opvallend is dat inzendingen op longlist daar al meer gebruik van maken en dat de shortlist zich hierop echt onderscheidt.

Samenwerking in netwerken in plaats van lineaire ketens.

Enkele innovaties richten zich hierop, bijvoorbeeld in het faciliteren van self-publishing of contact met de schrijver. Heel veel komt deze trend niet voor omdat de inzendingen, grotendeels gericht zijn op de eindgebruiker en niet op de keten van maker, uitgever en boekhandel.

Duurzaamheid van het bedrijfsmodel is een concurrentievoordeel.

Twee inzendingen richten zich hierop omdat ze boeken een tweede leven geven. De focus ligt over het algemeen niet op duurzaamheid.

Uit Vernieuwende startups kwamen 10 trends, in volgorde van belang.

Low tech toepassingen, met vooral bestaande techniek

Alle inzendingen maken gebruik van bestaande technologie en bewezen toepassingen. De uiteindelijke shortlist onderscheidt zich hierop enigszins doordat deze innovaties iets nieuws toevoegen voor het boekenvak. Alleen de winnaar ontwikkeld eigen technologie.

Toepassingen voor hulp bij het schrijven of cocreatie

Deze trend is niet of nauwelijks waarneembaar, mogelijk door de doelstellingen van de prijs. In Duitsland gooide de service [Qualifiction](#) hoge ogen als software voor redacteurs.

Toepassingen om de leeservaring te verrijken

Ruim een derde van de inzendingen is gedeeltelijk of geheel gericht op verrijkte boeken. Vooral om de drempel om (voor te) lezen lager te maken of om het lezen nog leuker te maken met extra informatie.

Dienstverlening voor selfpublishing

Slechts twee inzendingen houden zich hiermee bezig.

Faciliteren van reviews

Slechts een inzending.

Ontdekken van boeken met aanbevelingen

Veel inzendingen zetten in op om het kiezen van boeken makkelijker te maken. In het bijzonder binnen het onderwijs.

Faciliteren van de freelance economy

Geen inzendingen

Verdienmodellen op basis van vervolgverhalen

Er is een aantal innovaties dat inzet op verhalen in serievorm. Alleen niet zozeer als verdienmodel. Het wordt meer ingezet als extra medium of vorm om de inhoud van het boek tot je te nemen.

Verdienmodellen met tweedehands boekenhandel

Tweedehands boeken worden genoemd, maar vooral voor veellezers en duurzaamheid. Deze trend komt niet overtuigend terug.

Conclusie

Beleving en gemak zijn de overduidelijke trends die terugkomen. Vaak gebaseerd op bestaande technologie. De shortlist onderscheidt zich met nieuwe toepassingen voor de boekenmarkt. De winnaar – Immer – voegt wel nieuwe technologie toe.