

### ‘Kan zo’n e-boek niet goedkoper?’

Het is een veelgehoorde klacht: kan zo’n e-boek niet goedkoper? Het kost toch amper niks om er een te maken? Je hebt een tekstbestand, je bakt er een e-boekformaat van, knalt het op een website, zet er een knop ‘Plaats in winkelwagen’ onder, klaar is Kees! Maar is dat ook zo? Hervé Bienvault, in een vorig leven hoofd productie bij een uitgeverij, nu vrijgevestigd consultant, [zocht het uit](#) voor [MOTif](#), een organisatie voor het boekenvak gelieerd aan de regio Île-de-France. Hij deed onderzoek bij auteurs, uitgevers, grafici, zettters, fotoagentschappen en diverse boekverkopers en berekende de kostprijs van vijf verschillende soorten boeken -- een roman van 256 bladzijden, een essay van 320, een praktische gids met 400 illustraties, een geïllustreerd boek met 100 plaatjes en een stripboek van 48 bladzijden -- op basis van vier scenario’s: omwerking van een papieren boek zonder digitaal bestand, met digitaal bestand, een nieuwe uitgave, en ‘opleuking’ van een bestaand digitaal bestand met nieuwe media.

Het e-boek is over het algemeen een afgeleid product, wat inhoudt dat veel kosten gemoeid met de uitgave van een titel al worden gedekt door de papieren uitgave ervan. De markt voor e-boeken is bovendien nog zo klein dat uitgevers geen percentage voor e-boekuitgaven in de vaste kosten opnemen. Natuurlijk kan een uitgever zonder bijkomende kosten een pdf’je online zetten, maar voor het betere boekgevoel dat de klant verwacht van een e-boek, zonder de haarlijntjes die je vaak nog in zo'n pdf aantreft, en met aanklikbare hoofdstuktitels en nootnummers, moet hij eerst een redacteur aan het werk zetten.

### Een roman van papier naar ePub



Laten we eens een voor boekvertalers aansprekend voorbeeld nemen: de uitgave van een e-

roman. Een elektronische roman heeft met een simpele indeling in hoofdstukken, een beperkte inhoudsopgave en weinig of geen noten een verhoudingsgewijs eenvoudige lay-out. De vraag is alleen of het digitale bestand dat de basis vormde voor de papieren uitgave nog beschikbaar en bruikbaar is. Is dat niet het geval, komen er kosten voor scannen, tekstherkenning en correctie bij. Lezers zien zelffouten in een document dat gratis online beschikbaar is misschien door de vingers, maar voor een uitgever is een zelffout per pagina onaanvaardbaar. Bienvault komt voor de productie van een e-roman op basis van een papieren document tot de volgende kostenposten:

- scannen: €0,50 à €0,70 per pagina
- geschikt maken voor conversie in gangbare e-boekformaten: €0,80 à €1 per 1.000 tekens
- correctie 15.000 tekens per uur, €17 netto per uur
- opmaak ePub-formaat en opname van voor de verkoop onmisbare metadata (titel, omslag, ISB-Nummer, schrijver, vertaler...): €60 à €80 per titel, maar ook bedragen van €125 worden gehoord.

In totaal ongeveer €1.200.

Als er een bruikbaar digitaal bestand voorhanden is (Word, pdf, X-Press, InDesign...), liggen de kosten voor conversie tussen de €0,80 en €1. Een corrector blijft noodzakelijk, maar moet nu 50.000 tekens in een uur kunnen halen volgens Bienvault, die dan op een totaal van rond de €660 uitkomt.

De meeste uitgevers kunnen tegenwoordig xml-bestanden maken die eenvoudig kunnen worden geconverteerd in het ePub-formaat. Dat betekent dat de kosten voor een nieuwe e-roman die in xml wordt opgemaakt beperkt blijven tot die voor de opmaak in ePub, opname van metadata en een correctieronde van 100.000 tekens per uur. Alles bij elkaar rond de €150.

### Omslagpunt

Bij hoeveel verkochte e-boeken zijn uitgevers dan uit de kosten? Bienvault gaat er in zijn onderzoek van uit dat een e-boek op den duur gemiddeld tussen de €12,99 en €14,99 zal kosten, een prijsniveau dat hij afleidt uit marktontwikkelingen in de Verenigde Staten. Hij verwacht dat klanten een hogere prijs niet zullen accepteren en er zelfs op rekenen dat de prijs aanzienlijk daalt. Hij rekent een marge van 30% (van de verkoopprijs exclusief het hoge btw-tarief) voor de uitgever.\* Voor de roman uit het voorbeeld komt Bienvault bij een gemiddelde verkoopprijs van €12,99 inclusief het hoge btw-tarief en de genoemde marge uit op een omslagpunt van tussen de 50 en 500 exemplaren voor nieuwe boeken en tussen de 200 en 800 exemplaren voor bestaande, papieren boeken. Relatief bescheiden aantallen dus.

### Distributiekosten

Maar er moeten meer kosten worden gemaakt om een e-boek bij de lezer te krijgen. Bienvault heeft die niet in zijn kostprijsberekening opgenomen, omdat die over het algemeen voor rekening van de distributeur komen. De distributiekosten vallen uiteen in vier kostensoorten: versleuteling

(DRM, digitaal watermerk); onderzoek en ontwikkeling, bestandsbeheer en onderhoud; publiciteit, marketing en after sales; en ten slotte kosten verbonden aan online betalingsverkeer.



Sommige distributeurs (Amazon, Apple) ontwikkelen zelf methoden om hun producten te beschermen, maar andere moeten hun toevlucht nemen tot bedrijven die zich hebben gespecialiseerd in *digital rights management*. Adobe is er daar een van. Het bedrijf dat wij vooral van de pdf kennen, biedt afnemers voor ruim €60.000 per jaar een mogelijkheid werken voor €0,40 per titel te beveiligen. De muziekindustrie zocht haar heil ook in dit soort beveiliging toen ze 'digitaal ging' -- denk aan de beruchte rootkit van Sony/BMG, een poging van het Japanse mediaconglomeraat om buiten medeweten van de gebruiker kopieerbeveiligingen op diens apparatuur te installeren. Toen de markt zich ontwikkelde, het aanbod van spelers breder werd en klanten vaker van speler wisselden, zag de sector zich gedwongen dat pad te verlaten. 'De markt voor het digitale boek zal ongetwijfeld geen uitzondering vormen op die regel,' schrijft Bienvault.

De distributie kan tot een woekering van bestanden leiden omdat e-boeken via een in principe vrijwel onbeperkt aantal kanalen kunnen worden aangeboden. Daarmee is het beheer van die bestanden cruciaal geworden. Ook hier brengen gespecialiseerde bedrijven uitkomst, en tegen verhoudingsgewijs geringe kosten, omdat tekst nu eenmaal minder geheugen vreet dan geluid en video.

Het e-boek is een nieuw fenomeen, dus het is nog moeilijk te zeggen wat uitgevers en distributeurs kwijt zijn aan een effectieve verkoopcampagne op internet, maar Bienvault schrijft dat uitgevers aangeven tussen de 3 en 4% van de prijs van een e-boek kwijt te zijn aan marketing en communicatie. Zeker uitgevers die zelf voor de distributie zorgdragen, moeten er rekening mee houden dat vragen van klanten over DRM, e-readers, bestandscompatibiliteit en de problemen die ze ondervinden bij het downloaden, opslaan en openen van bestanden een grote belasting voor het personeel met zich meebrengen.

Banken brengen een percentage van de verkoopprijs in rekening dat varieert van 3 tot 6%

(PayPal).

### Conclusie

Al met al moeten uitgeverij die hun bestaande fonds in elektronische vorm willen verkopen dus rekening houden met aanzienlijk meer kosten dan alleen die voor het omzetten van een boek naar een bestand. Een uitgever die snel geld wil verdienen met digitale boeken moet zich op de verkoop van niet eerder uitgegeven boeken storten, op voorwaarde dat hij die aantrekkelijk prijst en in een gebruiksvriendelijk en bij voorkeur platformafhankelijk formaat aanbiedt.

\*) In Nederland moet de uitgever bovendien rekening houden met de boekhandelkorting op de vaste boekenprijs. Voor algemene boeken, de zogenaamde A-boeken, is die korting minimaal 42%, voor S(chool)-boeken 24% en voor W(etenschappelijke)-boeken is ze afhankelijk van de prijs. Voor de O(verige)-boeken staat de boekhandelkorting open voor onderhandeling. Daar staat tegenover dat in die korting een voorraadriscico is verdisconteerd, en e-boekverkopers hoeven geen voorraad aan te houden.