

eBooks via de bibliotheek

propositie voor de klant, van de openbare bibliotheken, samen met partners

TNO | Knowledge for business



Projectgegevens

Auteurs	Menno Bangma, Annemieke de Korte, Sander Limonard, Martijn Staal
Reviewers	Mark Ruijsendaal
Projecttitel	Propositie eBooks voor openbare bibliotheken
Projectnummer	035.33452
Rapportnummer	33841
Versie	definitief
Opleverdatum	29 april 2010
Opdrachtgever	Bibliotheek.nl (voorheen projectgroep Bibliotheekinnovatie)
Contactpersoon	dhr. Michiel Laan
Rubricering	Vertrouwelijk

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van TNO.

Indien dit rapport in opdracht werd uitgebracht, wordt voor de rechten en verplichtingen van opdrachtgever en opdrachtnemer verwezen naar de Algemene Voorwaarden voor onderzoeksopdrachten aan TNO, dan wel de betreffende terzake tussen de partijen gesloten overeenkomst.

Het ter inzage geven van het TNO-rapport aan direct belanghebbenden is toegestaan.

Inhoud

Inleiding

I. Samenvatting

II. Bijlage: uitwerking en onderbouwing

1. Outside-in view op eBooks innovatie
2. Propositieontwikkeling eBooks
3. Technologisch platform en strategische rollen



Onderzoek naar een ideale propositie eBooks van openbare bibliotheken

Dit sheetbook is het eindrapport van het TNO-onderzoek naar een eBooks propositie van de openbare bibliotheken in Nederland. Het onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van **Bibliotheek.nl** *, de organisatie voor de ontwikkeling van de digitale dienstverlening van en voor de openbare bibliotheken in Nederland per 1 januari 2010.

Het resultaat van dit onderzoek moet de benodigde input leveren om een:

VRAAG

- **klantpropositie voor eBooks** te adviseren aan de Openbare Bibliotheken, zodat zij een passend aanbod voor haar gebruikers én potentiële nieuwe gebruikers kunnen ontwikkelen

AANBOD

- **business- /partnerpropositie** te schetsen als (input voor) strategische keuzes t.a.v. hoe een startpropositie kan worden gerealiseerd en een 'ideale' propositie kan worden ontwikkeld.

Dit rapport '**eBooks via de bibliotheek**' levert belangrijke bouwstenen voor de roadmap voor de ontwikkeling van een eBooks propositie de komende jaren.

* voor 1-1-2010 was dit de projectgroep Bibliotheekinnovatie.

Het onderzoek gaat over de gebruiker, de technologie en de belangrijkste rollen

3 onderzoeksvragen:

Onderzoeksvraag 1:

Propositieontwikkeling:

WAT is de 'ideale' eBooks propositie voor openbare bibliotheken?

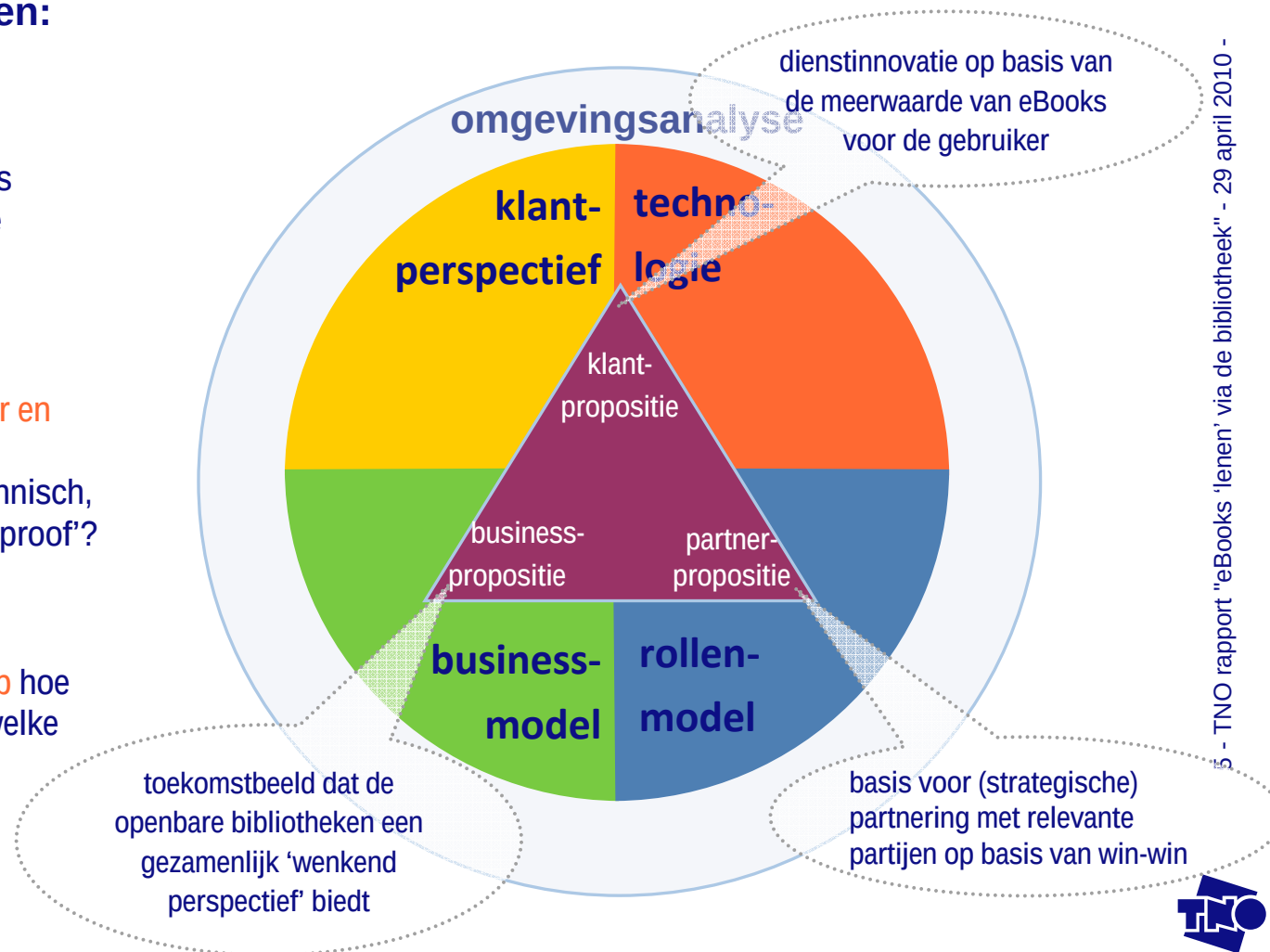
Onderzoeksvraag 2:

Technische infrastructuur en rollen:

HOE realiseren ze dit technisch, welke keuzes zijn 'future proof'?

Onderzoeksvraag 3:

Over rollen en waardeweb hoe liggen de RELATIES en welke rollen en activiteiten zijn strategisch?

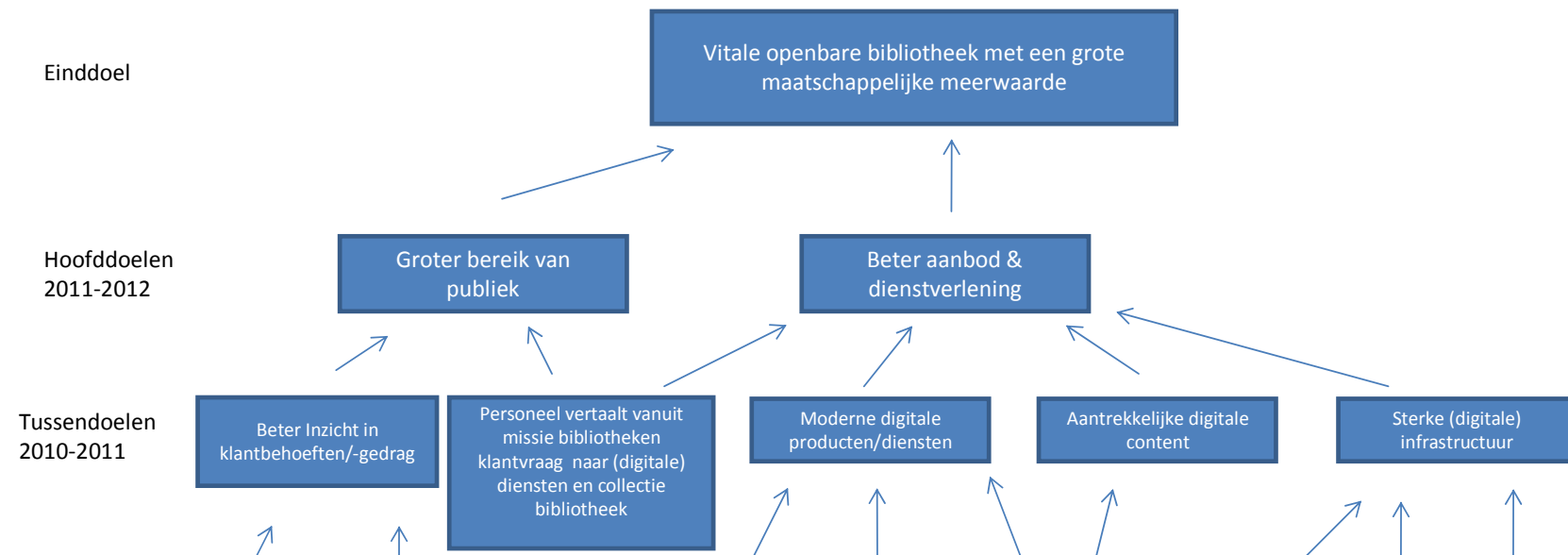


Missie en doelen openbare bibliotheek

Inleiding

*“.... ontwikkeling van de openbare bibliotheek tot een **vitale** publieksvoorziening, die laagdrempelig en onafhankelijk van de commercie toegang biedt tot een brede en goed ontsloten collectie op het gebied van informatie en cultuur.”*

bron: Gedragscode Projectgroep Bibliotheekinnovatie



Relatie tussen inzet van middelen, tussendoelen en einddoel Bibliotheekinnovatie

De centrale begrippen eBook en eReader

Soms wordt het begrip eBook gebruikt voor zowel de content (het elektronische bestand) als ook de hardware en software om de eBooks te kunnen lezen. Dat kan verwarrend zijn.

eBook of Ebook, e-boek

is een digitale verschijningsvorm van de inhoud van een boek een innovatie die technisch al langer bestaat maar pas sinds enige tijd op de Nederlandse markt commercieel verkrijgbaar is. Het eBook betreft alleen de content, de inhoud. eBooks worden gelezen op PC's of op allerlei mobiele apparaten, in het bijzonder de eReader. Voor eBooks bestaat geen open en gestandaardiseerd DRM systeem. Er zijn geaccepteerde *proprietary* DRM systemen van commerciële partijen beschikbaar.

eReaders of elektronisch papier, ePaper

zijn '*handheld*' (meestal persoonlijke) apparaten die specifiek zijn bedoeld om digitale content - eBooks, elektronische kranten of e-tijdschriften - op te lezen. Het lezen van e-magazines hangt nauw samen met de ontwikkeling van kleurenschermen. eReaders worden ook wel digitaal papier of ePaper (niet te verwarren met hetzelfde begrip voor elektronische kranten) genoemd. De meeste eReaders maken gebruik van eInk-technologie, wat het lezen vanaf een scherm plezieriger maakt en waardoor de batterij een langere gebruiksduur heeft dan een LCD scherm. De technologische vernieuwingen op dit gebied gaan snel, ook doordat andere mobile devices, zoals notepads, de iPad etc. steeds meer geschikt worden gemaakt om eBooks op te lezen (zie ook bijlage pag. 55).

Leeswijzer

Na de **inleiding** waarin de onderzoeksvragen, doelen en onderdelen van de rapportage zijn te vinden, volgt in **deel I*** een samenvatting met de belangrijkste conclusies en adviezen. De nummers in de linkerkantlijn verwijzen – indien relevant - naar de slide(s) in de bijlage. Deel I kan separaat worden gelezen. De belangrijkste slides zijn zowel in deel I als in deel II opgenomen.

In **Deel II** is de uitwerking en onderbouwing van het eerste deel te vinden. Dit deel bestaat uit:

- een analyse die de **context** schetst voor de eBooks innovatie, vanuit de invalshoeken van de gebruiker, de markt en de maatschappelijke ontwikkelingen.
- de **propositieontwikkeling** van de klantpropositie eBooks van openbare bibliotheken (de 'wat' vraag).
- de technologie, eBooks uitleenplatform en strategische rollen om deze propositie te **realiseren** (de 'hoe' vraag).

* Dit deel kan eventueel apart worden gelezen.

A young boy with dark hair and glasses is looking down at an open book he is holding. He is wearing a white shirt and a dark blue sweater. The background is a textured, mottled green. A semi-transparent white box with a blue border is overlaid on the image, containing the title text.

Deel I: Samenvatting

De eReader en eBooks winnen in Nederland snel aan bekendheid en populariteit*

Aanleiding voor de vraag van Bibliotheek.nl

De eBooks innovatie – een digitale verschijningsvorm van de inhoud van een boek - is relatief nieuw op de Nederlandse markt. De VS lopen in deze ontwikkeling voorop.

Steeds meer consumenten zeggen eBooks aantrekkelijk te vinden. Uit het onderzoek dat in opdracht van Bibliotheek.nl is gehouden^[1], komt onder andere naar voren, dat 20% van de respondenten graag eBooks in hun Ideale Bibliotheek vindt. En uit het tweede onderzoek van Stichting Marktonderzoek Boekenvak (SMB), van november 2009 blijkt, dat een toenemend aantal mensen aangeeft eBooks via de bibliotheek te willen lezen ^[10].

De openbare bibliotheken (her)oriënteren zich op deze ontwikkeling en verschillende bibliotheken zijn hier al mee aan het experimenteren.

In opdracht van Bibliotheek.nl heeft TNO gekeken naar hoe de markt zich ontwikkelt, wat de 'ideale' eBooks propositie is voor openbare bibliotheken en hoe zij die propositie kunnen realiseren.

Markontwikkeling Nederlandse markt voor eBooks

TNO is van mening** dat marktpartijen die een rol willen gaan spelen in deze markt, **de ontwikkelingen rond eBooks serieus moeten nemen**. We baseren dit op een aantal belangrijke constatering over (a) technologie (b) markt en (c) de verkrijgbaarheid van Nederlandstalige content. Op de volgende slide worden deze factoren verder toegelicht.

* Zeker als we de cijfers van de marktonderzoeken van voor het vierde kwartaal van 2009 (marketingcampagne van m.n. bol.com) met die van daarna vergelijken.

** Zie o.a. ook in "De uitgever aan het woord 2010, de trendmonitor van de uitgeefbranche"^[18] op pag. 27

Een aantal barrières voor de daadwerkelijke doorbraak van het eBook vervagen

a. Technologie

- De **technologie** wordt geleidelijk aan **volwassen**, er ontstaan nieuwe standaarden (o.a. ePub) en daarmee neemt de onzekerheid in de markt af.
- Er komen **nieuwe leesapparaten** op de markt: betere gebruikersvriendelijkheid (o.a. draadloze verbinding), beter leesbare LCD schermen (bijv. smartphones, tablets), kleurenschermen etc.

b. Markt

- We zien een sterke **push** van de consumentenelektronicafabrikanten, prijzen van eReaders staan hierdoor verder onder druk.
- Het besef groeit dat het voor de **algehele marktontwikkeling** van belang is dat partijen samenwerken.
- **Uitgevers** verschuiven hun focus naar digitale dienstverlening, het eBook wordt een belangrijke pijler. In de digitale wereld moeten zij vooral op zoek naar betrouwbare online distributiekanaal en naar nieuwe businessmodellen.

c. (Nederlandstalige) content

- Toename van apparaten bevordert de vraag naar content en gebrek aan legaal aanbod bevordert **piraterij**. Uitgevers zullen hier op in moeten spelen (en kunnen van de muziek en de filmwereld leren).
- Piraterij zal ook effect hebben op de **prijs van eBooks**, die nog relatief hoog ligt (gemiddeld 80% van het gedrukte boek ^[18]).
- Door het initiatief van eBoekhuis en de dynamiek in de markt zal het **aanbod aan Nederlandstalige content** verder stijgen (belangrijke voorwaarde is het contractueel verkrijgen van de rechten van de auteur). Door toename van het aantal bekende webwinkels die eBooks verkopen zijn deze steeds **beter verkrijgbaar**.
- Ook **auteurs** laten van zich horen (o.a. aankondiging van Leon de Winter die een eigen platform voor e-books (©-SHED) wil opzetten).

De markt voor eBooks is een groeimarkt aan het begin van zijn ontwikkeling

Marktontwikkeling ICT innovaties vaak grillig en onvoorspelbaar

We gaan ervan uit dat de markt voor eBooks een **groeimarkt is**, aan het begin van zijn ontwikkeling. De marktontwikkeling van innovaties worden vaak verkeerd inschat, de adoptie verloopt meestal grillig en ongestructureerd en de uitkomsten laten zich moeilijk voorspellen*. Weinig voorspellingen komen dan ook echt uit.

Na de fase waarin mensen nieuwe technologieën al dan niet oppakken` (zie volgende slide), volgt nog een fase van de instituties en de wetten en regels. Hier gaan de veranderingen meestal het langzaamst en deze volgt meestal de ontwikkelingen. Deze ontwikkelingen zullen eerder volgend dan leidend zijn, maar kunnen van invloed zijn op de marktontwikkeling (bijv. BTW tarief en de afweging van een vaste boekenprijs voor eBooks).

Conclusie: de timing voor de openbare bibliotheken is: nú van start

Er van uitgaande dat openbare bibliotheken tijdig een eBooks aanbod willen aanbieden, is de vraag welke timing voor bibliotheken de juiste is. TNO is van mening dat het voor openbare bibliotheken - gegeven de geschetste ontwikkelingen - **nu het moment is om te starten met het ontwikkelen van een eBooks propositie** en de realisatie hiervan.

Voor de ontwikkeling van een goed functionerend platform zal circa 2 à 3 jaar nodig zijn. **Als de bibliotheken nu beginnen kunnen zij parallel aan de marktgroei en de ontwikkeling van hun technisch platform een 'ideale' eBooks propositie doelgericht stap voor stap ontwikkelen.**

* Marktverwachtingen worden vaak gebaseerd op marktonderzoek, maar bij een nieuwe innovatie aan het begin van zijn ontwikkeling is dit lastig, m.n. vanwege de relatieve onbekendheid bij een groter publiek.

eBooks gaan over een brede consumenten innovatie, het is geen niche

De gebruiker wikt en weegt

Een eBook van een scherm lezen is een nieuwe toepassing die de gebruiker eerst moet leren kennen. Hij wil die pas gaan gebruiken als hij er **de meerwaarde van inziet**. Gewenning, gedrag en emotie kosten tijd en zijn vaak een reden dat dit langer duurt dan we verwachtten.

Uit marktonderzoeken komen vooral functionele motieven van met name de eReader naar voren (bijv. lichtgewicht onderweg). Bij de huidige gebruikers spelen waarschijnlijk **fun en trendgevoelighed** een rol. Op termijn zullen ook factoren als **een lagere prijs** en **nieuwe vormen van gebruik** argumenten zijn waarom eBooks aantrekkelijk worden gevonden. Op den duur worden eBooks onderdeel van een rijkere mediabeleving. Huidige bezwaren als de te dure eReaders, te weinig beschikbare content en beperkte usability nemen dan af.

Nu zijn het de 'early adopters', de massa volgt later

Net als bij andere ICT innovaties ligt het voor de hand dat de eerste gebruikersgroepen vooral mannen, jongeren en hoger opgeleiden zijn die eReaders kopen en eBooks downloaden.

Amerikaans onderzoek^[4, 5] wijst uit, dat het gaat om mensen die geïnteresseerd zijn in technologie, met een hoog inkomen en die veel reizen. Uit recent Nederlands marktonderzoek^[10] komt naar voren, dat vooral mensen in de leeftijd van 25 tot en met 34 jaar (33%) en hoog opgeleiden (29%) aangeven het (zeer) aantrekkelijk te vinden een boek als eBook te lezen. Wij gaan er van uit dat de eBooks innovatie gaat over een **brede consumenten innovatie**. **TNO adviseert de bibliotheken om hun startpropositie eBooks te richten op een brede gebruikersgroep. Dit sluit bovendien prima aan bij de missie en doelstellingen van de openbare bibliotheek.**

Propositieontwikkeling – wat moeten bibliotheken aanbieden? (1/3)

Shift van fysieke naar digitale wereld, er gelden andere regels

De manier waarop we naar eBooks kijken wordt sterk gekleurd door wat we vandaag weten van het gebruik van het fysieke boek. Bij de introductie van een nieuwe dienst als eBooks moeten de bibliotheken de **propositieontwikkeling baseren op nieuwe regels en uitgangspunten en de nieuwe mogelijkheden in de digitale wereld** (en bestaande ideeën loslaten).

eBooks zijn meer dan de digitale versie van een boek. Als we kijken naar huidige trends, dan zien we eBooks als digitale content die aansluit bij **veranderend mediagebruik**. Dit verschuift van fysieke media naar digitale en online media ^[15]. eBooks passen in een wereld waarin steeds meer mensen er al aan gewend zijn om gemakkelijk content naar zich toe te halen, te delen en zelf ook content toe te voegen.

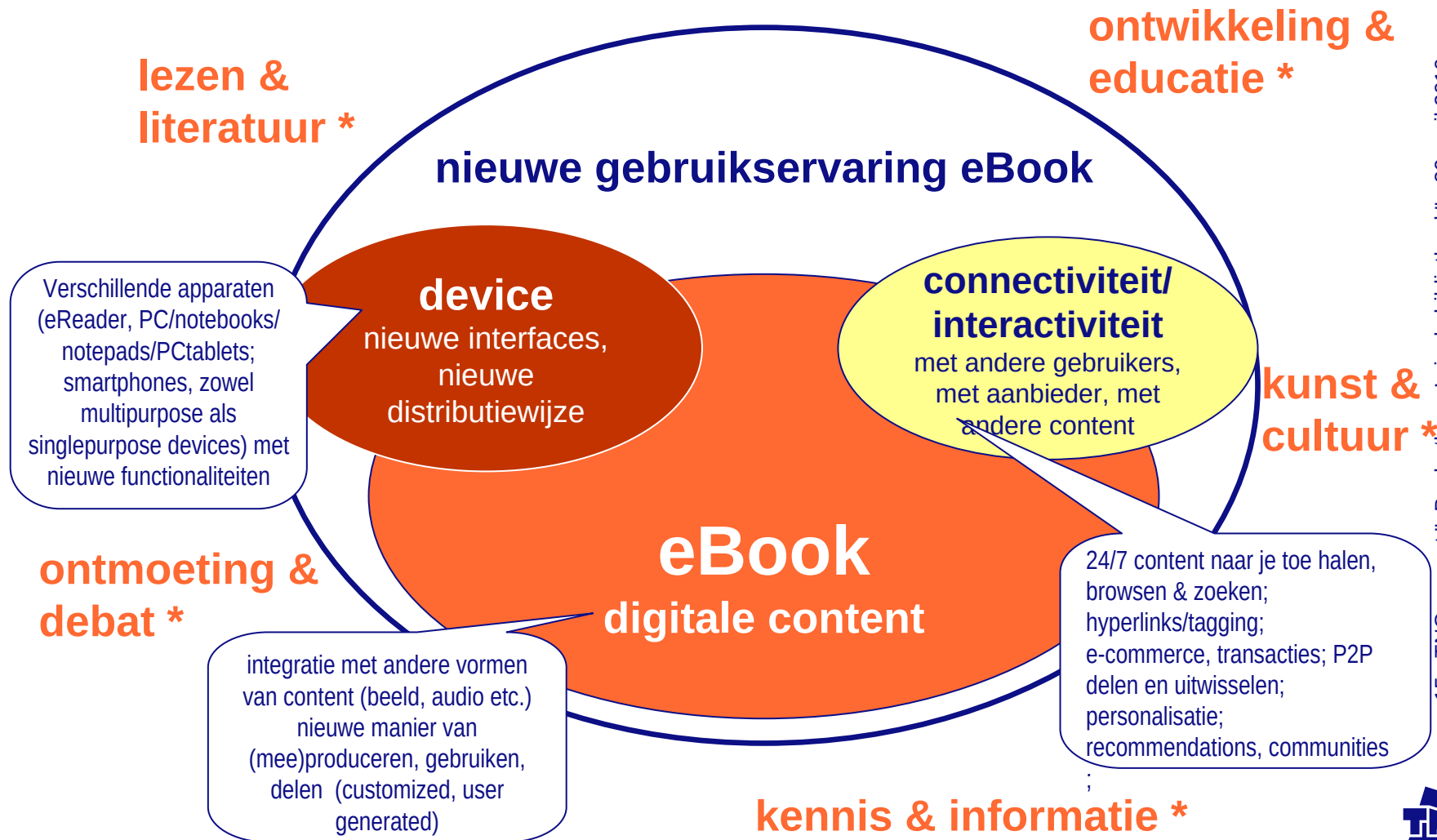
Centraal staan generieke gebruikersbehoefte en focus op content

Om het eBooks aanbod af te stemmen op generieke gebruikerswensen en –behoeften, hebben we gekeken naar zgn. waardeoriëntaties die mensen houvast bieden. Dit zijn: genot (leuker), gewin (goedkoper of beter), gemak (makkelijker) en *community* (sociale functies).

De nieuwe gebruikservaring met eBooks wordt grotendeels bepaald door a.) de content (de informatie of het verhaal), b.) het device (het leesapparaat) en c.) de connectiviteit en interactiviteit (het kunnen communiceren). Bibliotheken zullen zich bij hun propositieontwikkeling eerst moeten **focussen op de content, niet primair op het device en pas in een wat later stadium op de nieuwe mogelijkheden die connectiviteit biedt.**

Nieuwe gebruikservaring eBook bepaald door content, device en connectiviteit

Uit: deel II bijlagen, slide 34



15 - TNO rapport "eBooks 'lenen' via de bibliotheek" - 29 april 2010 -



* Vijf kernfuncties Richtlijn voor basisbibliotheken (2005)

Propositieontwikkeling – wat moeten bibliotheken aanbieden? (2/3)

De 'ideale' eBooks propositie van bibliotheken

De gezamenlijke 'ideale' klantpropositie biedt de focus voor de activiteiten op de roadmap. Prioritering zal worden gebaseerd op bedrijfsmatige keuzes, schaalbaarheid, haalbaarheid etc. Gebruikerswensen en opportuniteiten (markt, technologie, trends), in combinatie met de USP's van openbare bibliotheken, vormen de basis voor verdere uitwerking van de klantpropositie.

a. content:

- eBooks + breder aanbod digitale content (magazines, kranten etc.)
- collectie: maximaal aantal beschikbare titels NL-talige aanbod, aanvulling met overige aanbod (bijv. buitenlandstalig, 'gratis' content, platform voor user generated etc. - met als basis een eigen collectiebeleid)
- beschikbaarheid: onbeperkt
- abonnement/betaalvorm: all-inclusive tarief + premium keuzeopties/varianten

b. device/levering:

- makkelijk te downloaden, direct op eigen personal (mobiele) device

c. connectiviteit/interactiviteit - volgend op technologische ontwikkeling

- gebruiksinformatie/services: mijn boekenkast
- personalisatie op basis van intelligente profielen/thema's etc.
- rijkere mediabeleving

Een haalbare startpropositie eBooks

In het begin hebben bibliotheken te maken met de huidige state-of-the-art technologie met beperkingen. **Een haalbare startpropositie bestaat uit:** eBooks in ePUB/pdf formaat, met een beperktere collectie, te downloaden op eigen device, met een optimale beschikbaarheid (afhankelijk van inkoop licenties) en een redelijke gebruikstermijn om frustraties te voorkomen (en daarmee het risico op piraterij te verminderen). Het abonnement is in eerste instantie gebaseerd op een maximum aantal downloads, waarboven een prijs per stuk wordt betaald.

Propositieontwikkeling – wat moeten bibliotheken aanbieden? (3/3)

74

75

37

63

Geen hardware (eReaders) uitlenen door bibliotheken

TNO raadt bibliotheken af om eReaders uit te lenen. Belangrijkste redenen zijn: dit is te complex, heeft een groot afbreukrisico en brengt hoge kosten met zich mee (door risico's als: kapotte apparaten of vermissing, helpdesk, snelle veroudering). eReaders in bibliotheken kan wel als demo nuttig zijn.

Gebruik maken van nieuwe mogelijkheden in de digitale wereld

De roadmap voor de verdere invulling van de toekomstige propositie moet activiteiten bevatten en – de markt en technologie op de voet volgend – een verdere uitwerking vormen van de meerwaarden 'gemak', 'gewin', 'genot' (en 'sociale functies').

In een digitale wereld verandert 'de massa individuen' in een 'massa van individuen' die zeer gefragmenteerd is. Dit pleit voor het ontwikkelen van intelligente gebruiksprofielen op basis van keuzegedrag maar ook zoekgedrag.

Maak voor promotie - naast de bibliotheekvestigingen en traditionele kanalen (bijv. direct marketing) - van dit nieuwe digitale aanbod effectief **gebruik van online marketing en social media***, o.a. om zo ook nieuwe gebruikersgroepen aan te spreken.

* Ruim de helft van de Nederlanders op sociale netwerksites 22 maart 2010, | FD.nl

Hoe kunnen bibliotheken de propositie eBooks technisch realiseren? (1/3)

51

65-

67

68

Ontwikkelingen rond content: ePub formaat, DRM

TNO voorziet op dit moment dat ePub het meest gangbare formaat wordt voor Nederland.

Digitale content is makkelijker te verspreiden en te kopiëren, dus is er – met name bij de auteurs en uitgeverijen – de angst voor piraterij. **Contentbescherming** is een belangrijke conditie. Trend in de online wereld is in de richting van traceerbaarheid van de content en beveiliging op het niveau van de content. Bij het lenen van eBooks is contentbescherming via DRM zichtbaarder en hinderlijker dan bij kopen. **Verken 'social DRM' (het toevoegen van persoonsgegevens in het eBook) voor het verminderen van piraterij door gewone gebruikers. Leer – als partner van de uitgevers - van de ervaringen met muziek (en games) over factoren die piraterij bevorderen en anticipeer hierop.**

70-

72

78

74

Ontwikkeling van leesapparaten

Het traditionele 'uitleen'proces verloopt gescheiden bij de huidige ereaders. Het creëren van een standaard platform op ereaders voor een betere gebruikers ervaring ligt in de handen van de eReader producenten. Lenen vanaf de eReader is dus afhankelijk van de **ontwikkeling van eReaders** (en niet van de bibliotheek *).

Het ligt voor de hand dat **bibliotheken kiezen voor distributie van eBooks via het horizontale model**. Dat wil zeggen, het eBook wordt geleverd via de browser – dit heeft als belangrijk nadeel dat er zeer beperkte interactie is met de bibliotheek.

* Distributie van eBooks op basis van een verticaal model (waarin partijen een gesloten eReader, alleen geschikt voor hun kanalen bieden) zou betekenen dat de bibliotheek zelf een eReader gaat uitbrengen, maar dit ligt niet voor de hand.

eBooks formaten, uitleenproces en eReaders belangrijke technologische ontwikkelingen

eBooks formaten

- Welke eigenschappen heeft het en welke formaten zijn er?

DRM en piraterij *

- Hoe worden eBooks beschermd tegen piraterij?
- Wat zijn alternatieven voor contentbescherming?

Verkoop modellen *

- Er zijn in de markt twee modellen om boeken te verkopen. Het gesloten verticale model en het open horizontale model. Technologisch zit er verschil tussen deze processen.

Uitleen proces

- Welke stappen moet een eindgebruiker zetten voor het verkrijgen/toegang hebben tot een e-boek?

eReaders

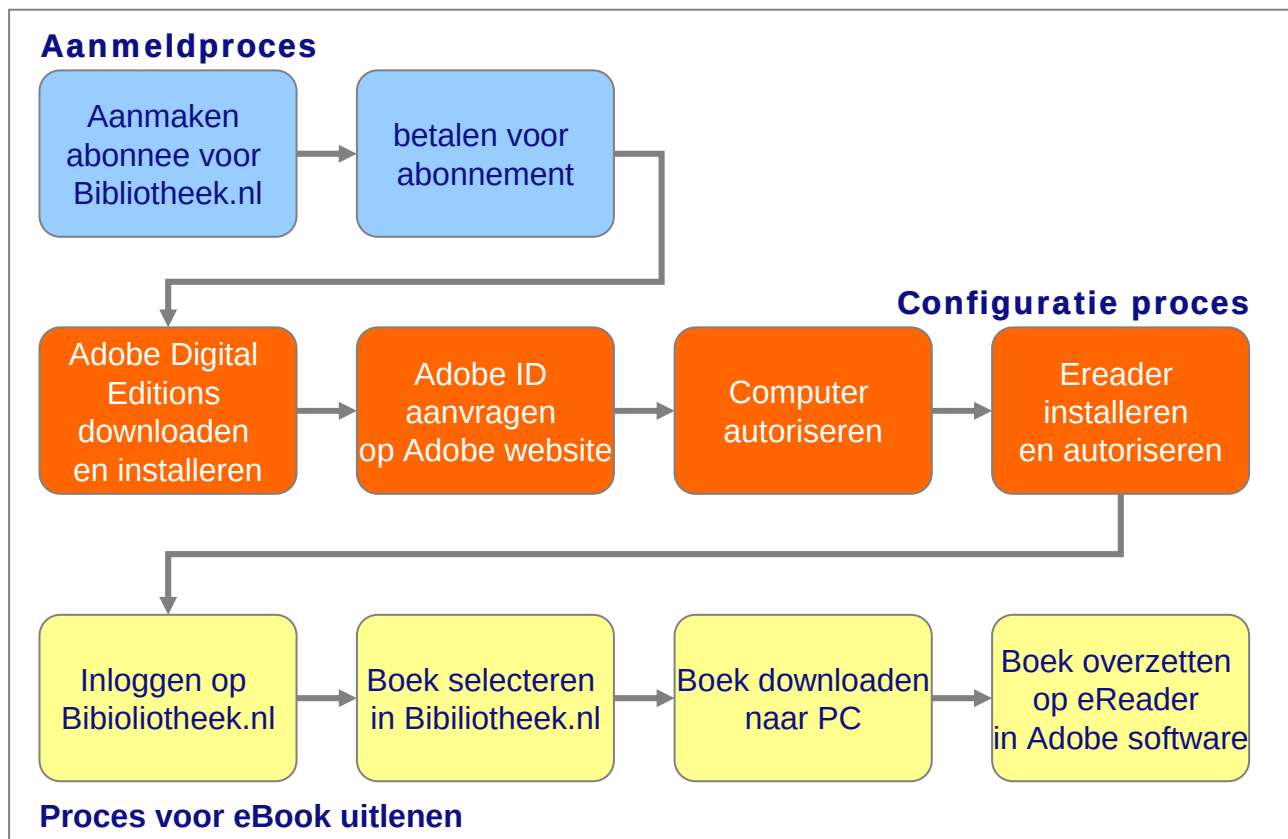
- Wat zijn ereaders en welke ontwikkelingen zijn er te verwachten?

Uitleen platform *

- Welke functies moet het uitleenplatform bevatten om de propositie waar te maken?

Het uitleenproces bevat nog vele stappen en is vrij lastig

Het proces om voor het eerst een eBook te downloaden bij de bibliotheek bestaat uit vele stappen die voor sommige mensen erg lastig zijn.



- Het aanmeld en configuratieproces is lastig, m.n. voor de niet- 'Digital Natives' (groepen die niet zijn opgeroeid/ vertrouwd zijn met de digitale wereld)

- Vaak moet je eerst je boeken op de PC downloaden en vervolgens via USB op de ereader zetten.

- Amazon heeft met de Kindle het configuratie en bestelproces zeer eenvoudig gemaakt in hun verticale integratieproces. Met succes.

Het is niet interessant om eReaders uit te lenen als bibliotheek

- Het uitlenen van ereaders verlaagt de drempel voor gebruikers om eBooks te proberen
- Het geeft gebruikers de mogelijkheid om de nieuwe dienst kosteloos of tegen lage kosten te leren kennen



- eReaders kosten (begin 2010) minimaal 200 euro per stuk. Dit vraagt een grote investering
- Ontwikkelingen in eReaders gaan zeer snel. Over circa twee jaar zijn meeste eReaders verouderd
- Uitgifte van eReaders vraagt ook onderhoud en ondersteuning.
- Een eReader is gebonden aan een gebruiker/PC. Meerdere personen per ereader geeft problemen met de PC software.

eReaders in fysieke bibliotheken zijn in de beginperiode als demo nuttig om mensen bekend te maken met eReaders

Hoe kunnen bibliotheken de propositie eBooks technisch realiseren? (2/3)

‘Enabling technologies’ als leidraad voor propositieontwikkeling

Technische ontwikkelingen gaan snel, o.a. door een push van de industrie. Open eReaders ontwikkelen zich in vorm, display, functies en tot *special purpose device*. **Stem de propositieontwikkeling af op de technologische ontwikkeling van devices, standaarden etc.** Op wat langere termijn wordt het verrijken van content tot een (rijkere) leeservaring en mediabeleving steeds belangrijker.

De klantexperience stelt eisen aan eBooks platform én aan de portal

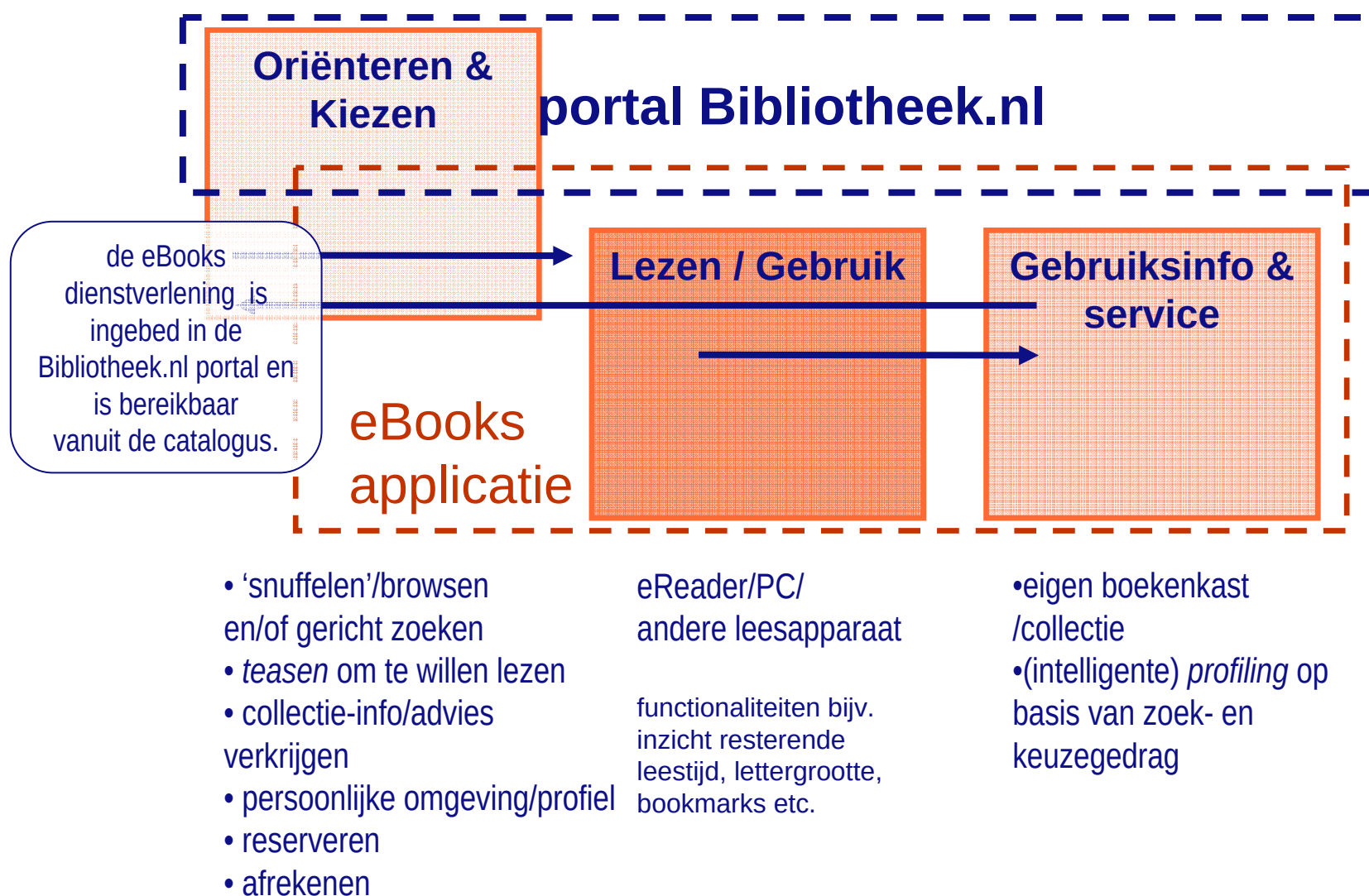
De portal van Bibliotheek.nl is de technische omgeving waarbinnen een uitleenplatform voor eBooks moet worden gerealiseerd.

De klantexperience van de eBooks propositie van bibliotheken wordt bepaald door a.) ‘oriënteren & kiezen’, b.) ‘lezen/gebruik’ en c.) ‘gebruiksinfo/service’.

- De portal waar klanten zich oriënteren en eBooks kiezen maakt een belangrijk onderdeel uit van de totale klantervaring. **Benut de meerwaarde** (m.n. snuffelen, oriënteren en zoeken en gebruiksprofielen) **van de portal, dit kan het onderscheidend vermogen van bibliotheken vergroten.**
- Houd er rekening mee dat de (alleen) online gebruikers geen ‘ongemak’ ondervinden van de fysieke bibliotheekcollectie.
- Online zoek- en keuzegedrag kan waardevolle statistische informatie opleveren en het kan de basis vormen voor de ontwikkeling van intelligente zoekprofielen.
- De gebruikersvriendelijkheid (usability) stelt eisen aan de technische oplossingen.

Het belangrijkste aspect van het eBooks platform is de koppeling met andere partijen. Zorg dat je je platform zo makkelijk mogelijk aansluit – het moet zo eenvoudig mogelijk zijn om de content uit te wisselen

De propositie sluit aan bij de klantexperience 'kiezen', 'lezen' en 'gebruiksinfo'



Hoe kunnen bibliotheken de propositie eBooks technisch realiseren? (2/3)

Kernkwaliteiten geven richting

Een aantal **kernkwaliteiten** is (mede) richtinggevend aan de activiteiten en rollen die belangrijk zijn en aan de verdere ontwikkeling van het technische platform. Dit zijn: (1) personalisatie en (2) echtheid & vertrouwen (ten opzichte van de commerciële verkoopkanalen) en (3) duiding en (4) vindbaarheid (ten opzichte van de gratis zoekmachines). Bibliotheken kunnen zich van deze 'concurrentie' onderscheiden met onder meer een intelligente *profiling* op basis van zowel gebruik als zoekgedrag in de portal (browsen, snuffelen) te ontwikkelen.

De eBooks propositie vereist een aantal 'extra' functies

In aanvulling op de functies die al wordt opgenomen in het technische platform van Bibliotheek.nl, vereist de eBooks propositie een aantal aanvullende functies, namelijk: (1) eBook *ingest*, (2) eBook metadatamanagement, (3) eBook DRM, en (4) het eBook licentiemanagement. **Ontwikkel de verdere (technische) uitwerking en organisatorische afstemming en coördinatie van de strategische rollen samen met geschikte partners.**

Hoe kunnen bibliotheken de propositie eBooks samen met de uitgevers realiseren?

Bibliotheken hebben opportunity om aantrekkelijk aanvullend distributiekanaal te worden

De rechthebbenden van de content, de auteurs en uitgevers, zijn voor bibliotheken belangrijke partners; zonder content is er geen propositie.

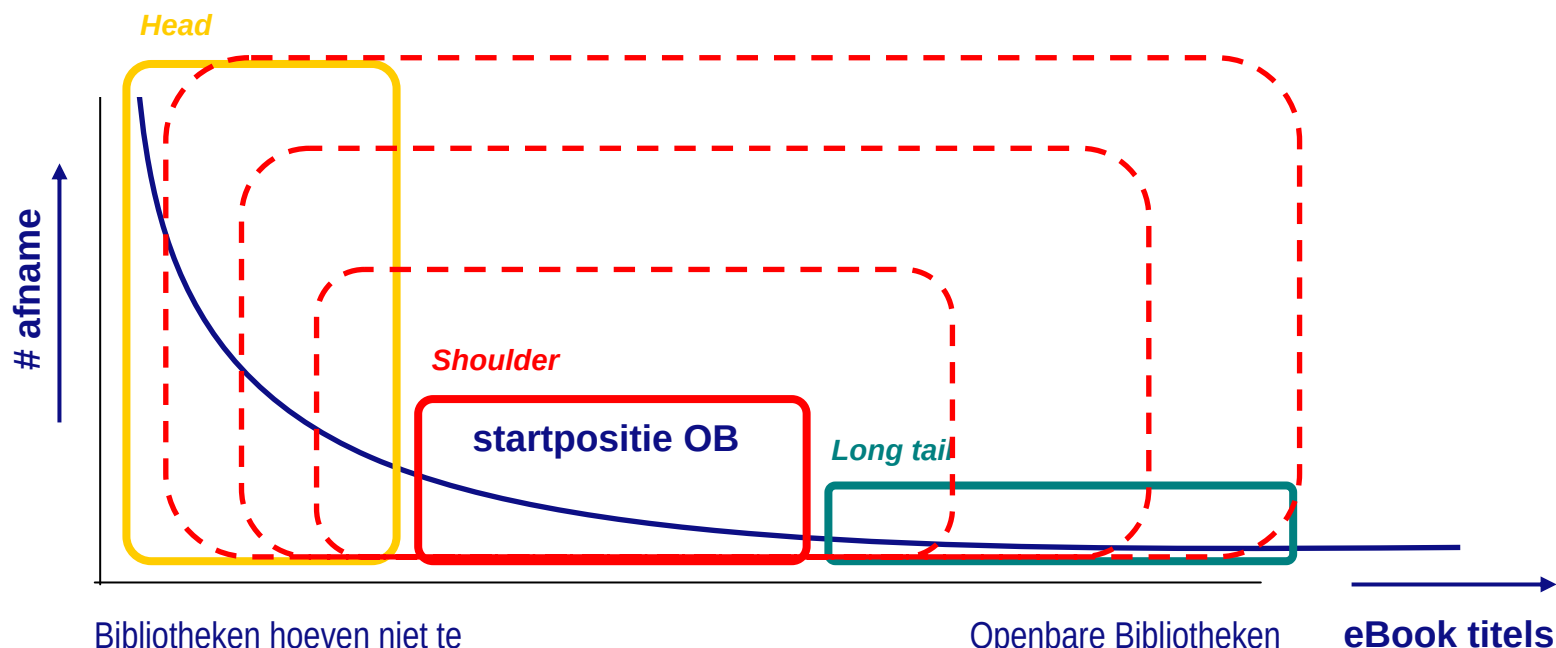
De shift van uitlenen op basis van leenrecht naar **digitale distributie met licentieplicht** is niet meer voorbehouden aan bibliotheken. Er zullen in de markt nieuwe businessmodellen, partneringrelaties en licentiestructuren ontstaan. Bibliotheken hebben de opportunity om een aantrekkelijk aanvullend distributiekanaal te worden voor uitgevers, mogelijk ook voor auteurs.

Kies als openbare bibliotheken als gezamenlijke toekomstvisie voor een startpositie in het midden van de longtail, in de shoulder. Met als ambitie om vanuit deze startpositie een aantrekkelijke (distributie)partner te worden voor eBooks op basis van een leenmodel.

Voor gebruikers is het moeilijk te begrijpen dat een eBook niet beschikbaar is, omdat het is 'uitgeleend'. **Ontwikkel nieuwe licentie-/verdienmodellen met uitgevers voor het 'altijd beschikbaar' zijn van eBooks.** Toets gezamenlijk de werkelijke effecten en de veronderstellingen over kannibalisatie, (danwel meeropbrengsten via deze vorm van 'proefgebruik') door beheerste introducties en betrouwbare statistieken.

Een belangrijke win-win kan worden gebaseerd op gezamenlijke strategieën zoals *windowingen* en *versioning* van eBooks op de Nederlandse markt (vergelijkbaar met de filmindustrie).

Strategische startpositie rol en aanbod eBooks tussen de *head* en de *tail* *



Bibliotheken hoeven niet te concurreren. Ze kunnen zich positioneren ten opzichte van de commerciële eBookhandel en win-win strategieën uitwerken met uitgevers.

Openbare Bibliotheken onderscheiden zich van én werken samen met de Koninklijke Bibliotheek, Universiteitsbibliotheken of andere cultureel erfgoed instellingen.

eBook titels

* Model C. Anderson, *The Long Tail, Why the Future of Business is Selling Less of More* (2006)

Tenslotte: de shift van fysieke uitlending naar een digitale propositie (1/2)

De propositie eBooks vereist gezamenlijke keuzes en nauwe samenwerking tussen openbare bibliotheken:

- Bij distributielocaties (de vestigingen) is bereik nauw verbonden met fysieke locatie. In de virtuele wereld gelden andere mechanismen en wordt de waarde van distributiekanaal bepaald door het aantal gebruikers en het maximaliseren van gebruik. **Hierin hebben bibliotheken een gezamenlijk belang.**
- **Deel als bibliotheken de ambitie om een aantrekkelijk aanvullend online distributiekanaal te worden** voor uitgevers, mogelijk ook voor auteurs. Het vanuit eigen sterkten opbouwen van een eigen collectiebeleid sluit aan op doelen en de publieke taak van openbare bibliotheken.
- Besluit om ook aanvullend **zelf content te organiseren** bijv. gratis content of het ontwikkelen van een platform voor 'user created books' (een "YouBooks") in Nederland, waarbij de bibliotheek een moderator rol invult.
- Er zal steeds verder sprake zijn van verschuivingen van fysieke collecties naar digitale licenties. De aantallen geleende fysieke boeken nemen al een aantal jaren af (m.n. genre non fictie.) **Om de eBooks propositie mogelijk te maken, moeten de bibliotheken tijdig resources (inkoopbudgetten) heralloceren.**

Tenslotte: de shift van fysieke uitlending naar een digitale propositie (2/2)

De propositie eBooks vereist gezamenlijke keuzes en nauwe samenwerking tussen openbare bibliotheken (vervolg):

- Voor een succesvolle marktintroductie van een online eBooks aanbod zijn bibliotheken steeds meer genoodzaakt **om beleid, functies en resources te bundelen**. De timing wordt in belangrijke mate bepaald door de snelheid van de adoptie van eBooks.

Als iedere bibliotheek zelfstandig en op het huidige kostenniveau licenties moet aanschaffen, is het voor bibliotheken zeer lastig of zelfs onmogelijk om de business case voor eBooks positief te krijgen.

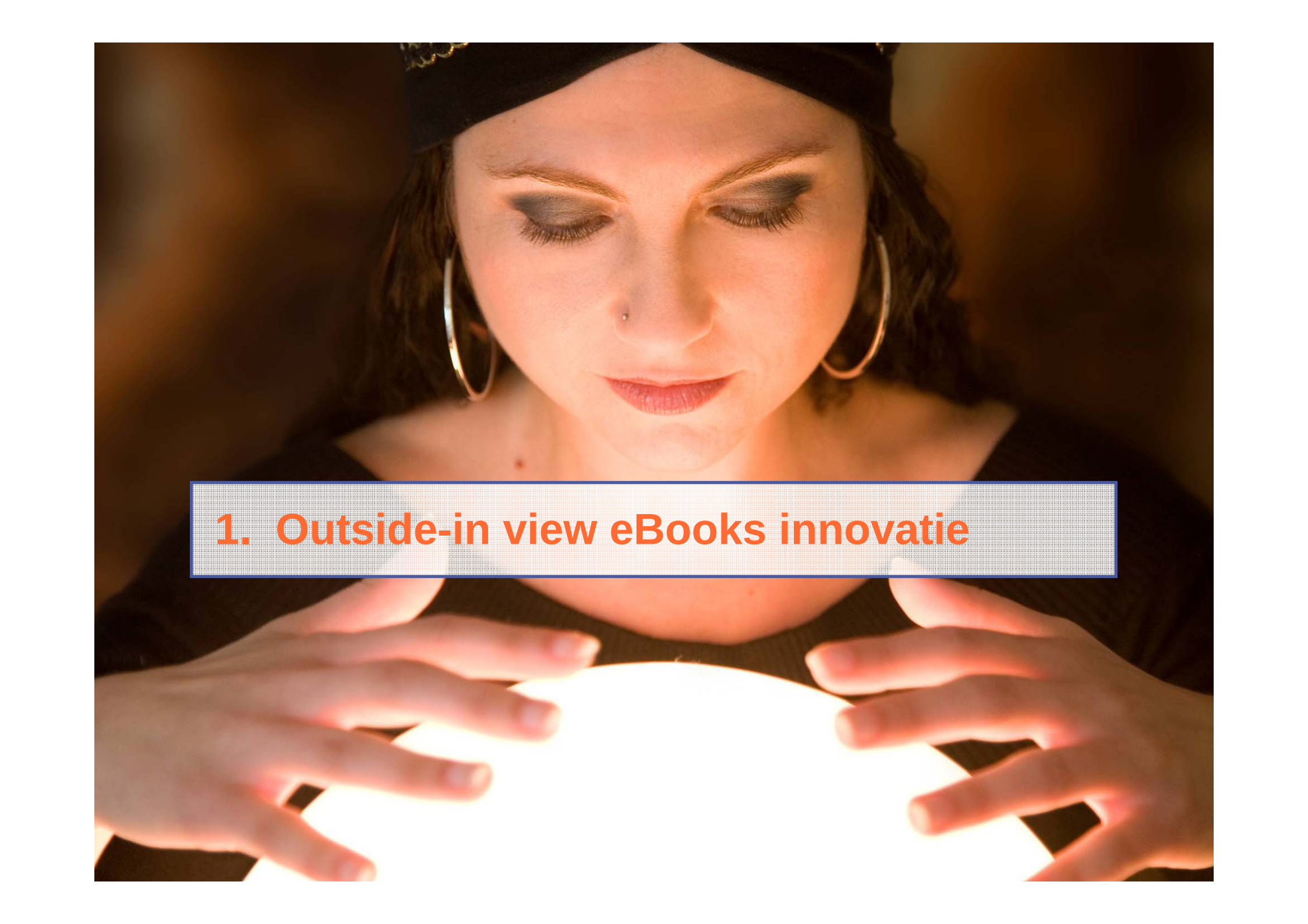
- Experimenteer met het genereren van **extra inkomstenbronnen** uit gebruiksstatistieken en *crossselling* met commerciële kanalen. Zorg dat dit transparant gebeurt en het geen negatief effect heeft op het huidige imago van onafhankelijkheid en betrouwbaarheid.
- Proactief handelen betekent niet alleen meebewegen, maar vooral ook **meesturen en anticiperen** op hoe de toekomst er uit kan gaan zien. Met een gezamenlijke toekomstvisie op eBooks en een bijbehorende roadmap (waar dit onderzoek bouwstenen voor levert) kunnen bibliotheken mede richting geven aan de benodigde vernieuwing.

Deel II – BIJLAGEN

uitwerking en onderbouwing

- 1. Outside-in view eBooks innovatie**
- 2. Propositieontwikkeling eBooks**
- 3. Technologie, eBooks platform en strategische rollen**





1. Outside-in view eBooks innovatie

Outside-in view eBooks innovatie

In allerlei toekomstbeelden, speelt **digitaal papier** (of ePaper) al een rol. In de laboratoria wordt al lang gewerkt aan technologie die het mogelijk maakt om op een prettige manier van een scherm te lezen. Net als bij andere innovaties volgen de toepassingen veel later (vaak zelfs vele tientallen jaren later). En pas daarna komen er betaalbare producten en diensten op de markt.

Die markt voor eBooks is volop in beweging. We weten nog niet precies hoe het gebruik van eBooks zich zal ontwikkelen. Zeker is dat de wereld er over bijvoorbeeld tien jaar anders uitziet dan nu (als we terugdenken aan het begin van deze eeuw) én dat er nog veel onzekerheden zijn die deze uitkomst zullen beïnvloeden. Het gevaar bestaat dat we de nieuwe innovatie bekijken vanuit de bestaande fysieke dienst die we kennen. We kunnen wel zicht krijgen op factoren die hierop van invloed zijn.

Op hoofdlijnen wordt een overzicht van ontwikkelingen geschetst die een beeld van buitenaf en daarmee een **omgevingscontext** vormen voor de ontwikkeling van eBooks. Deze zijn geclusterd naar:

1. *micro* - de gebruiker en (toekomstig) gebruik
2. *meso* - de markt als businessomgeving
3. *macro* - maatschappelijke en technologische ontwikkelingen.

Op alle drie niveaus is een trendscan gedaan. Om inzicht te krijgen in de diverse beïnvloedende factoren, worden *drivers* en *barriers* in kaart gebracht, zowel vanuit de vraag- als vanuit de aanbodzijde. Er wordt uitgebreid ingegaan op de adoptie van de innovatie door de gebruiker en op de technologische ontwikkelingen.

eBooks zijn meer dan de digitale versie van een boek

De manier waarop we naar de nieuwe dienst eBooks kijken wordt sterk gekleurd door wat we vandaag weten van het gebruik van het fysieke boek. De ervaring leert dat nieuwe media de oude niet vervangen maar ervoor zorgen dat ze veranderen ^[10].

Bij de dienstinnovatie en introductie van het eBook moeten bibliotheken bestaande ideeën over boeken uitlenen loslaten:

- het tijdelijke toegang bieden tot een digitaal boek op basis van een licentieverplichting is iets anders dan het uitlenen van een papieren boek op basis van het leenrecht.
- een digitaal bestand is altijd beschikbaar, kan je niet inleveren, etc. (nieuw proces, nieuw jargon)
- een digitaal bestand via een (mobiele) device biedt hele andere gebruiks- en toepassingmogelijkheden dan een statische verschijningsvorm in print

Voor de eBooks propositie gelden andere 'spelregels' en in de digitale wereld zijn ook nieuwe vrijheden.

Voor een succesvolle introductie van een dienst als eBooks moet de bibliotheek haar propositie ontwikkelen op basis van nieuwe uitgangspunten. *"In the new world of books, every bit informs another; every page reads all the other pages."* (Kevin Kelly over de bibliotheek van de toekomst)

'Horseless Carriage'

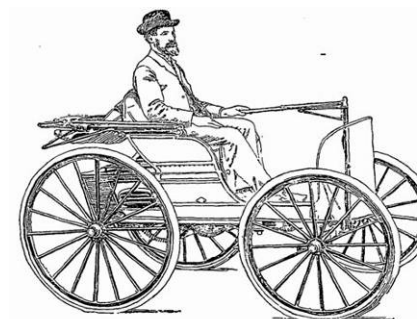
(McLuhan, 1911-1980)

Het "horseless carriage syndrome" gaat over de neiging om nieuwe technieken en innovaties in termen van de oude te zien.

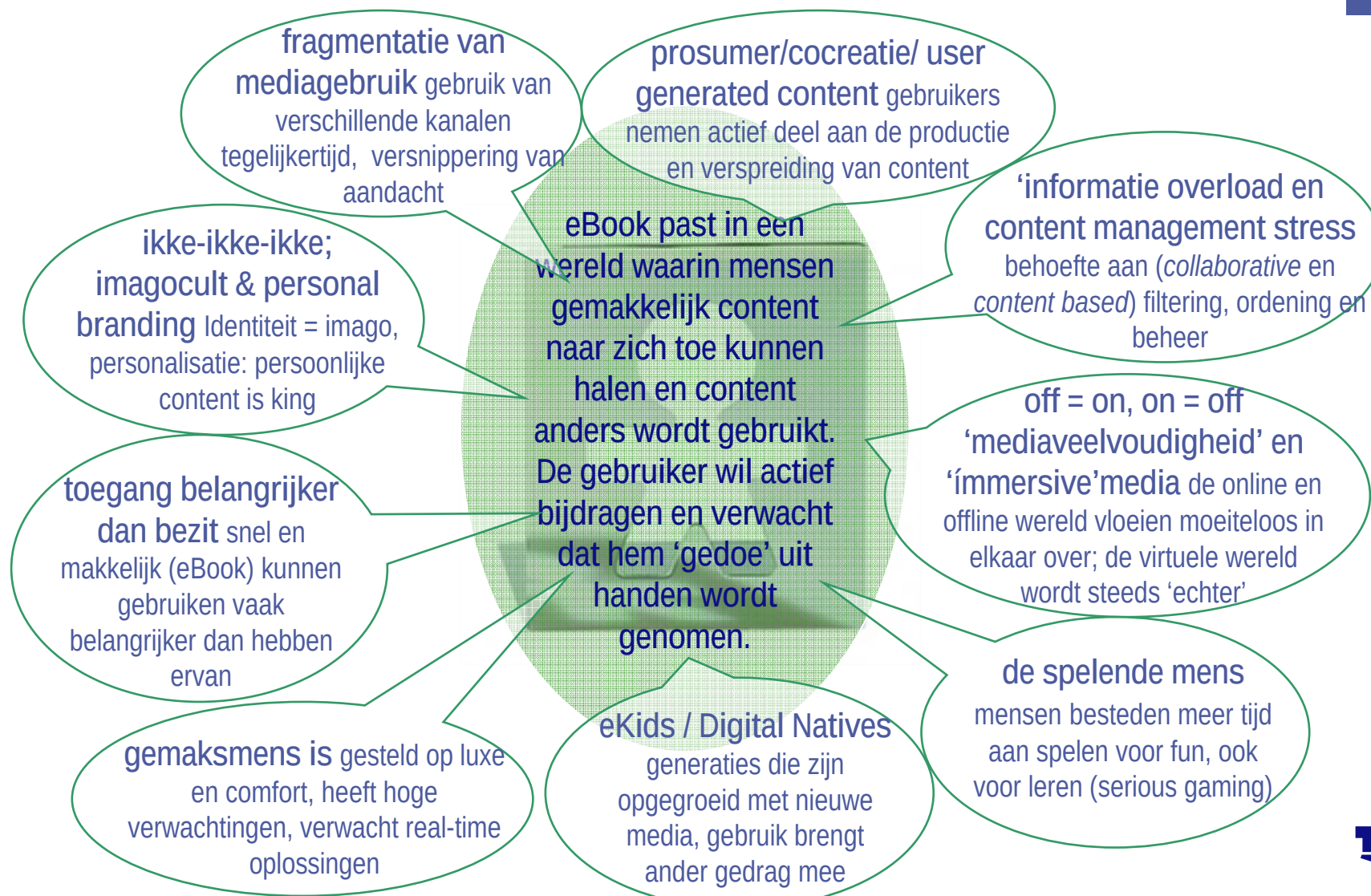
De eerste auto was ontworpen als een koets zonder paard. In het begin werd de bestuurder buiten de auto geplaatst ('horseless carriage'). Dit bleek helemaal niet nodig. De auto groeide uit tot een totaal nieuw vervoermiddel.

Televisie bleek ook meer te zijn dan radio met beeld

eMail is meer dan het elektronisch versturen van post

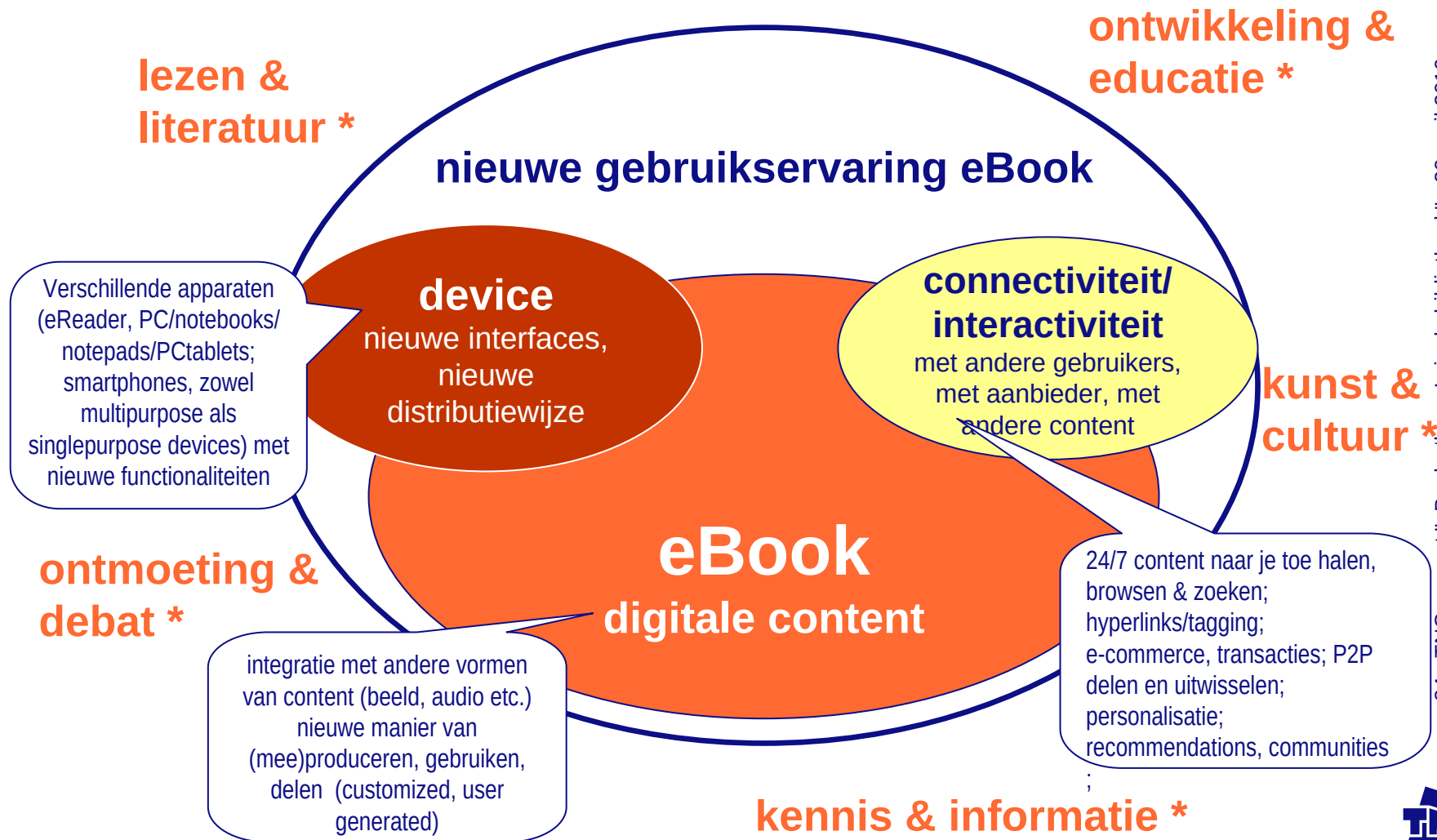


eBook sluit aan bij veranderend media-gebruik



Nieuwe gebruikservaring eBook bepaald door content, device en connectiviteit

outside-in view eBooks innovatie



34 - TNO rapport "eBooks 'lenen' via de bibliotheek" - 29 april 2010 -



* Vijf kernfuncties Richtlijn voor basisbibliotheken (2005)

De gebruiker wikt en weegt welke meerwaarde het eBook biedt

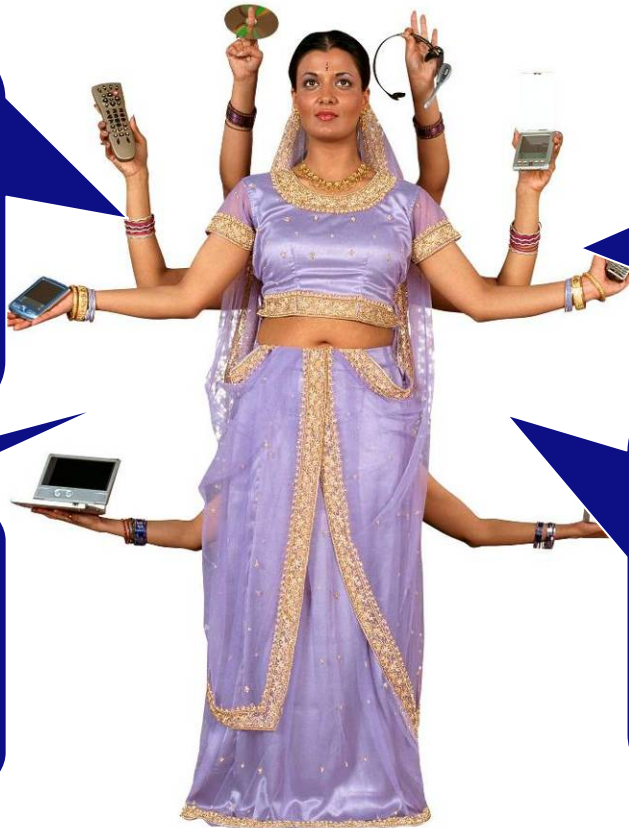
De consument weegt af wat een innovatie hem 'kost' (leren, geld) en wat het hem 'oplevert'. De vernieuwing moet relevant en zinvol voor hem zijn, het moet hem meerwaarde bieden. Nieuwe toepassingen worden een succes als ze zoveel mogelijk aansluiten bij bestaand gedrag en een oplossing zijn voor een – soms onbewuste – behoefte. Ze moeten voordeel bieden, beter zijn dan bestaande **alternatieven**. **Klantervaring** en de situatie waarin de dienst wordt gebruikt (**gebruikscontext**) bieden aanknopingspunten voor het ontwikkelen van nieuwe diensten.

Kernexperiences

- ontspanning: vermaak, fun
- informatie vergaren: persoonlijke ontwikkeling, educatie
- pass time: verstrooiing, tijdverdrijf
- cultuur – collectief erfgoed

Gebruikscontexten

- onderweg (woon-werk, reizen, vakantie)
- op school/studie/werk
- thuis



Alternatieven/ substituten

- fictie: fysieke boeken, audio/luisterboeken
- non-fictie: kranten/magazines, online informatiebronnen (internet/zoekengines)

Meerwaarde t.o.v. alternatieven/ substituten

- gemak: altijd eigen collectie bij je, lichtgewicht
- *convenience* 24/7: content onder handbereik
 - goedkoper?
- nieuwe vormen van gebruik

Gemak en trendgevoeligheid nu drijfveren, emotie en gewenning kosten meer tijd

Drivers vraagzijde

- **gemak** - licht en handzaam formaat - 200 of meer boeken opslaan (of naar je toe te halen)
 - m.n. onderweg/op reis: < gewicht in vergelijking met gewone boeken,
 - thuis: ruimtewinst in/van boekenkast(en)
 - **24/7** convenience verkrijgbaarheid: altijd toegang, altijd een nieuw boek met een klik op de knop
- **trendgevoeligheid** – hoog gadget-gehalte
- **extra functionaliteiten** als toegevoegde waarde t.o.v. gewone boek (o.a. lettergrootte, bladwijzer, zoeken in een boek etc.)

Barriers vraagzijde

- **'emotie' gebruiker** - gebrek aan **'tactiele' beleving** bij eBook t.o.v. gewoon boek
- (korte termijn) **adoptiefase innovatie** - eBook is nog niet ingeburgerd: onbekendheid (wat is het, hoe werkt het), perceptie van complexiteit/gedoe (o.a. downloaden, betalen). Bekendheid neemt relatief snel toe (als gevolg van marketinginspanningen, meer zichtbaarheid, betere verkrijgbaarheid).
- idem als gevolg van **drempels vanwege beveiliging** rechten/illegale verspreiding en gebruik (DRM)

Bieden van gemak, gewin, genot en community zijn sleutel tot succesvolle dienst

genot, gewin, gemak en community zijn - redelijk stabiele - waardeoriëntaties die mensen helpen om houvast te bieden, prioriteiten te stellen en identiteit te verschaffen. Deze spelen ook een rol bij de aanschaf van (nieuwe) diensten ^[16].

Mensen hechten van nature aan gewoontes. Ze gebruiken nieuwe technologie bij voorkeur om te doen wat ze altijd al deden én als het daardoor **leuker, makkelijker, goedkoper of beter** wordt.



eBook gebruik	genot	gewin	gemak	gemeenschap
<i>huidig ...</i>	Factoren als fun en status (hoog gadgetgehalte eReader) spelen waarschijnlijk nu zeer belangrijke rol bij gebruik door m.n. early adopters.		Veel functionele motieven uit marktonderzoek : o.a. lichtgewicht, altijd bij je (onderweg!), 24/7. Idem device: lettergrootte, bookmarks e.d.	Nu nog beperkt aan de orde. Voor beperkte groep geldt motief van milieuvriendelijkheid van het <i>paperless</i> .
<i>straks ...</i>	Meer aanbod van content, rijkere mediabeleving (kleur, multimediaal etc.), interactiviteit en exposure (Mijn boekenkast)	Als prijzen verder dalen (ook eReaders) en als eBooks goedkoper zijn dan print, of wanneer flexibeler prijsmodellen worden toegepast (bijv. betalen voor stukken content)	Wordt beter als devices connectiviteit hebben en het gemakkelijker wordt om content te downloaden (betere usability). Ook verbetering door extra service, bijv. personalisatie.	Speelt grotere een rol zodra connectiviteit op device en interactiviteit mogelijk wordt (social conversation).

VS: eReader bezitters zijn een 'perfect storm'

geïnteresseerd in technologie, hoog inkomen, reizen veel (en hebben al relatie met Amazon) [4, 5]

Figure 3 The Next Waves Of eReader Buyers Look Very Different Than Early Adopters

	All US online adults	Currently own an eReader	Intend to buy in next six months*	Interested to know more†	Above-average frequent book buyers‡
Sample size	4,706	70	262	1,122	2,121
Female	52%	46%	40%	54%	59%
Mean age	44	47	39	42	44
Married/partnered	65%	84%	62%	66%	67%
Have children at home under the age of 18	29%	27%	39%	33%	31%
Personally use broadband at home	78%	87%	81%	82%	77%
Technology optimist	59%	83%	84%	76%	62%
Mean household income	\$79,200	\$116,000	\$88,000	\$84,000	\$82,000
College-educated	46%	69%	55%	50%	51%
Books bought/borrowed per month (mean)	2.7	3.5	5.0	3.7	5.1
Percent of books bought online of total bought/borrowed per month	13%	36%	19%	18%	16%
Read on commute to work/school	9%	17%	14%	12%	12%
Read on business trips	15%	30%	23%	21%	18%

* (4 or 5 on a scale from 1 [not at all likely] to 5 [very likely])

† (4 or 5 on a scale from 1 [not at all interested] to 5 [very interested])

‡ (buy or borrow more than the average [2.7] number of books per month)

Source: North American Technographics® Media And Advertising Online Survey, Q2 2009

53828

July 2009, Who Will Buy an eReader?, Forrester

Source: Forrester Research, Inc.

Na deze eerste golf zal een jongere groep eReaders omarmen
Als laatste komt een groep met minder technische vaardigheden (met name vrouwen)
Belangrijk is dat deze groepen allemaal meer dan de gemiddelde 2,7 boeken per maand lezen

1-2 Those "interested to know more" resemble more mainstream readers

	All online adults (N=4,464)	Interested buyers (N=90)	Interested to know more (N=687)
Male	50%	67%	48%
Age	44	38	42
Gen Y (18-28)	19%	28%	20%
Gen X (29-42)	30%	42%	32%
Younger Boomers (43-52)	22%	14%	22%
Older Boomers (53-63)	18%	11%	17%
Seniors (64+)	12%	6%	9%
Technology optimists	62%	90%	81%
College degree	46%	53%	49%
Mean income	\$66,982	\$71,796	\$70,558

Base: US online adults

Source: North American Technographics® Media And Marketing Online Survey, Q2 2008

54463

May 2009, How Big Is The eReader Opportunity?, Forrester

Source: Forrester



Ook in NL winnen eReader en eBook aan bekendheid en populariteit

begin 2008

[600 respondenten
Bron: onderzoek
Adformatie, door
bureau MSI-ACI [10]

Nederlanders staan afwachtend ten aanzien van de komst eBook reader.

- Slechts 2% heeft koopintentie, van de jongeren is dat 4%
- 42% vindt het onwaarschijnlijk dat ze het apparaat gaan aanschaffen, 45% gaat dat zeker niet doen.
- Veel respondenten vinden eReader nog te duur.

juli 2009

Bron: Stichting
Marktonderzoek
Boekenvak (SMB) [9]

- Ca.18% consumenten is bekend met het eBook, 51% zegt het eBook onaantrekkelijk te vinden, 14% vindt eBooks een aantrekkelijke manier om een boek te lezen,
- 4% zegt waarschijnlijk of zeker een eBook aan te schaffen - mannen, hoogopgeleiden en <50-jarigen zijn dominant.

okt. 2009

Bron: Onderzoek
Bibliotheek.nl, DDB [1]

20% mensen zijn geïnteresseerd in eBooks en 7% heeft wel eens een boek op een eReader gelezen

Ter illustratie

Mobiele telefoon: Slechts een beperkt percentage gaf begin jaren '90 aan behoefte te hebben aan een mobiele telefoon

MP3: "Wat zou in 1998 het antwoord geweest zijn op de vraag of men binnenkort geen cd's meer zou kopen, maar een 'mp3tje' zou 'downloaden' via een 'webwinkel' op een mp3speler?"

Marktonderzoek naar toekomstig gebruik van nieuwe innovaties heeft een beperkte voorspellende waarde vanwege de relatieve onbekendheid en onzichtbaarheid van de nieuwe toepassing of dienst.

November 2009: consumenten positiever tegenover eBooks én lenen via bibliotheek [9, 10]

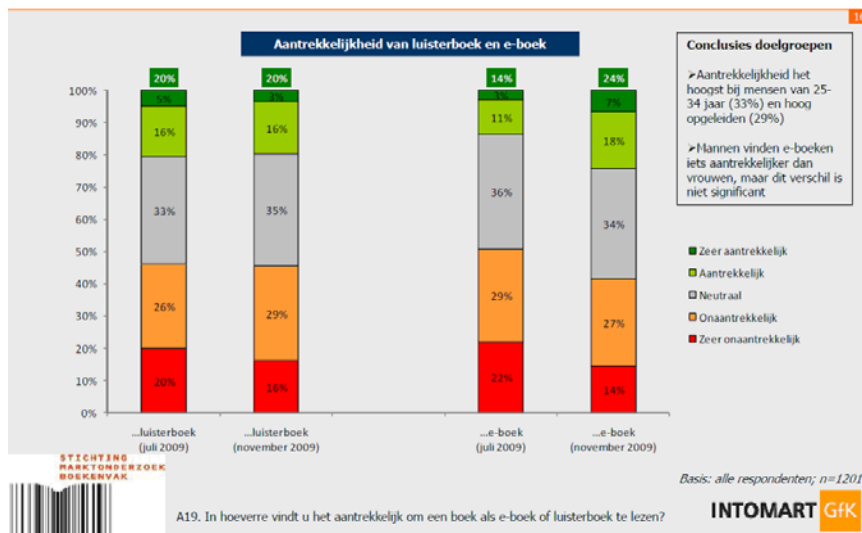
GfK Custom Research

Onderzoek voor boekenbranche, meting 12

November 2009

Aantrekkelijkheid e-boek neemt sterk toe ten opzichte van juli '09

Aantrekkelijkheid het hoogst onder jongeren (<34 jaar) en hoger opgeleiden



De **leenintentie** van het eBook is gestegen van 7% naar 16%. "Hiermee lijkt de acceptatie van het e-boek in de bibliotheekwereld sneller te gaan dan in die van de boekhandel!"

Bron: tweede onderzoek Stichting Marktonderzoek boekenvak over e-books, november 2009; eerder onderzoek van juni 2009 [9, 10]

De **bekendheid** van het publiek met eBook en eReader is in vrij korte tijd sterk gestegen: 24 procent van de respondenten kent het e-boek (was 18 procent), 20 procent kent de eReader (was 11 procent).

De **aantrekkelijkheid** van het eBook is gestegen met 10% naar 24%.

Voorals mensen in de leeftijd van 25 tot en met 34 jaar (33%) en hoog opgeleiden (29%) vinden het (zeer) aantrekkelijk een boek als eBook te lezen.

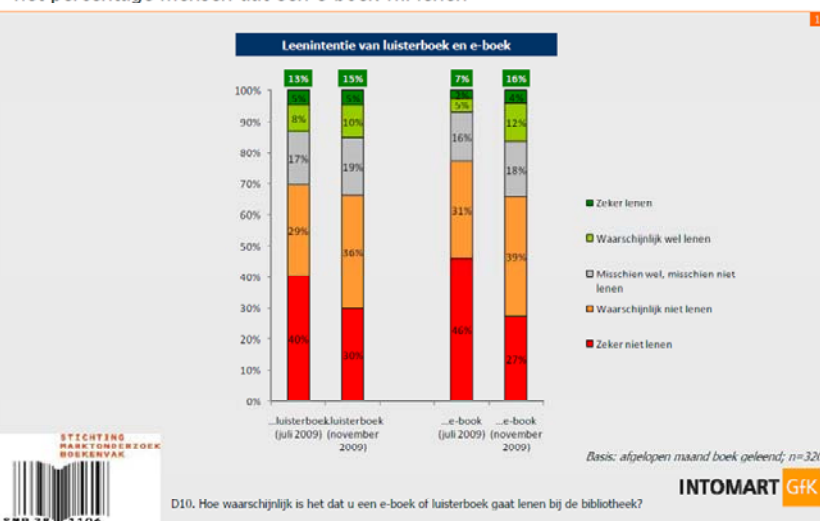
GfK Custom Research

Onderzoek voor boekenbranche, meting 12

November 2009

Steeds meer mensen willen een e-boek lenen bij de bibliotheek

Percentage dat een luisterboek wil lenen blijft stabiel maar ligt inmiddels lager dan het percentage mensen dat een e-boek wil lenen



De eBook innovatie zal een brede gebruikersgroep aanspreken

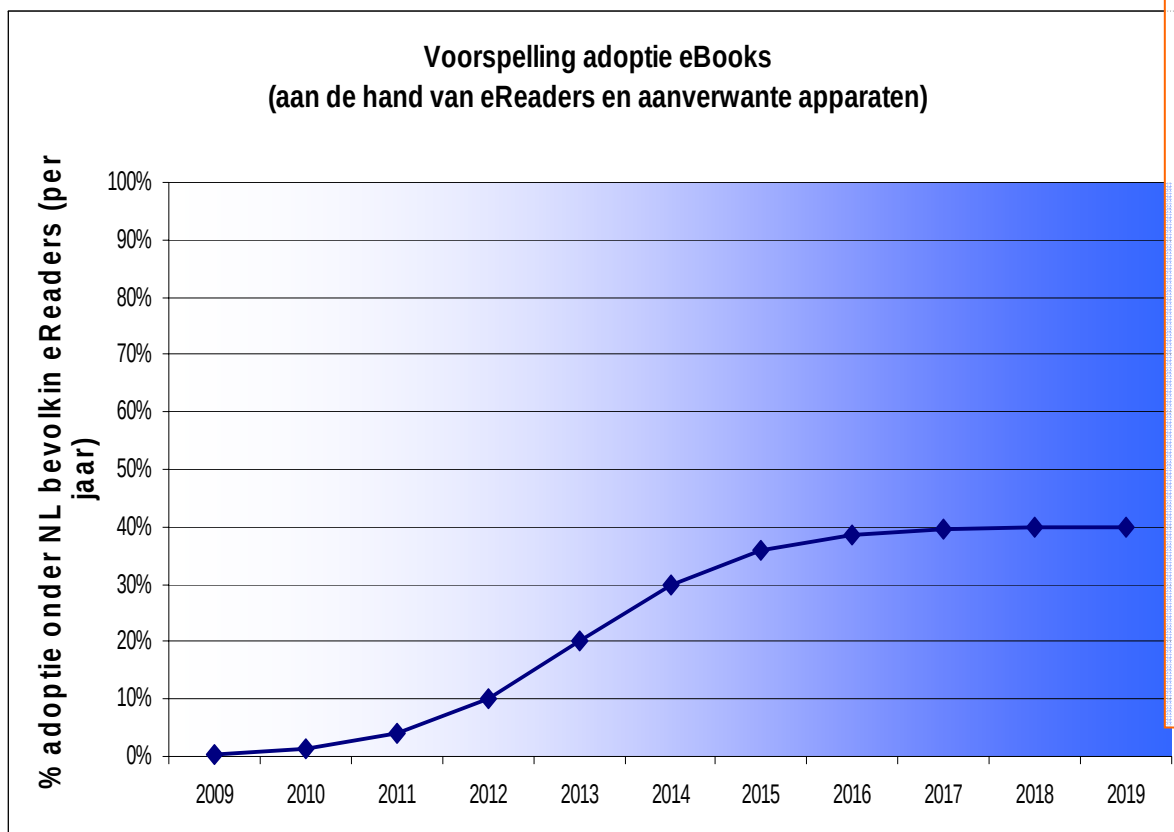
Early adopters eBooks



Brede gebruikersgroepen



Verwachte marktontwikkeling: de eBooks markt is een groeimarkt



Uitgangspunten die aan berekeningen ten grondslag liggen:

- percentage boekenlezers 50%
- penetratie Internet 80%
- tijd van marktintroductie naar volgroeid gemiddeld 10 jaar
- gebaseerd op penetratie VS + 2 jaar
- curve-vorm komt overeen met realisatiecijfers VS

Randvoorwaarden adoptie voorspelling: voldoende Nederlandstalige eBooks beschikbaar

Kanttekening: de adoptie van innovaties verloopt vaak grillig en ongestructureerd; uitkomsten laten zich moeilijk voorspellen.

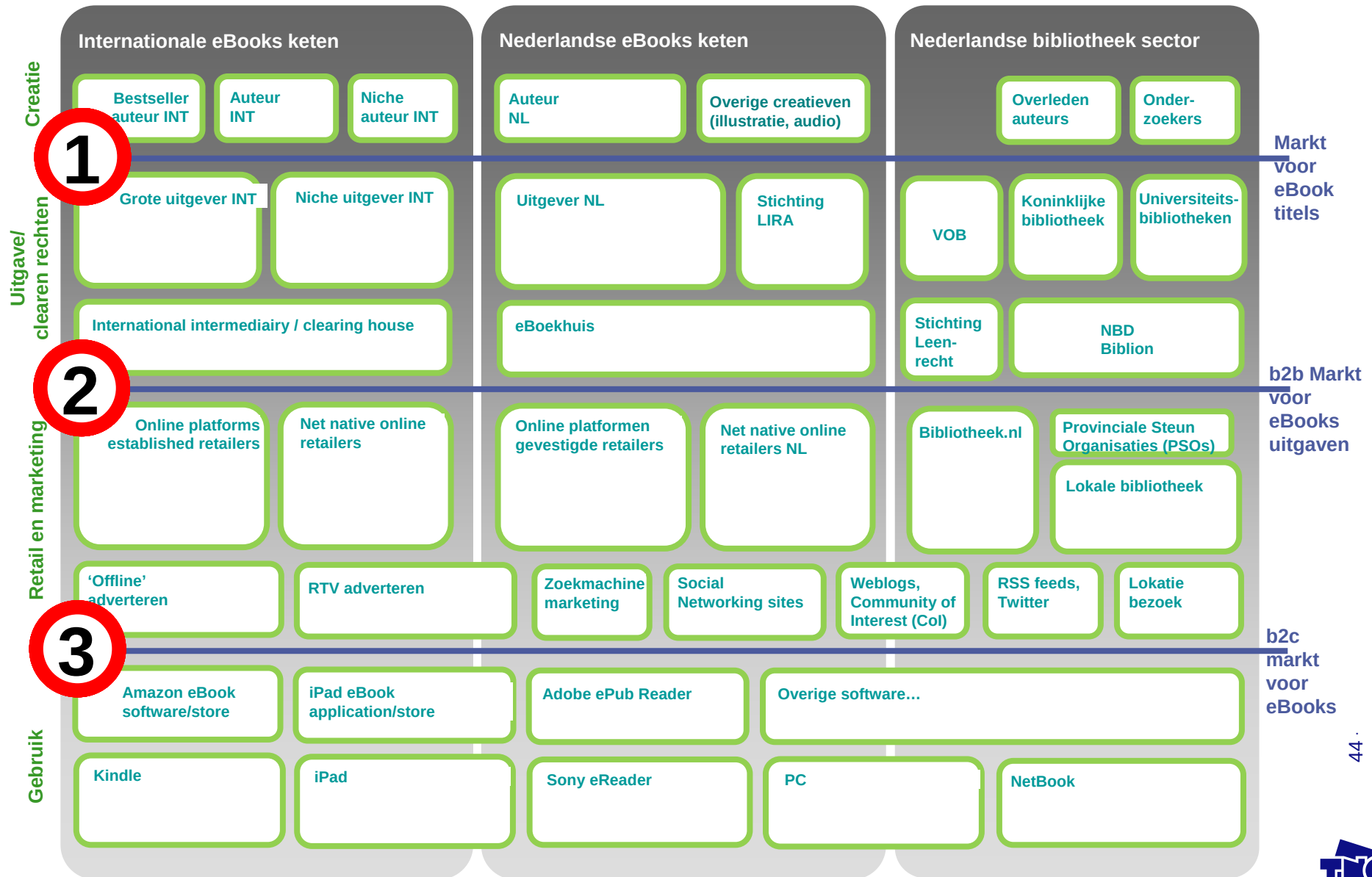
(Media)bedrijven moeten zich slim organiseren in een snel veranderende markt

outside-in view eBooks innovatie



43 - TNO rapport "eBooks 'lenen' via de bibliotheek" - 29 april 2010 -

Het eBooks business ecosysteem



Dynamiek in het eBook business ecosysteem

1

Auteurs vs. Uitgevers

Huidige contracten met auteurs en uitgevers omvatten niet het uitgeven in eBooks. Schrijvers oriënteren zich op het passeren van de uitgevers in het markten en distribueren van hun boeken als eBook (o.a. Leon de Winter). Nu gaat grofweg 10% (en meer bij bestsellers) van de totale inkomsten naar auteurs, vraag is hoe deze *kick back* anders wordt als het om eBooks gaat en de distributiekosten veel lager worden.

2

Uitgevers vs. distributiekkanalen

eBooks worden geassocieerd met nieuwe distributiekkanalen: online retailers als bol.com en wereldspelers als Amazon en Apple. De vraag is welke rol traditionele distributeurs hebben (ook bibliotheken en Bibliotheek.nl).

Daarnaast worden eBooks steeds meer verspreid in *filesharing* netwerken waarin gehackte versies gratis te downloaden zijn. Vraag is hoe dit de opkomende b2c markt beïnvloedt en hoe commerciële aanbieders kunnen 'concurreren' met dit gratis aanbod.

3

eReaders vs. eBookstores

eBook formats, Retail en eReaders kunnen aan elkaar gekoppeld zijn (verticale integratie) via een technisch platform of worden los van elkaar aangeboden (horizontaal of open model). Dit heeft tal van consequenties. Voor toelichting en uitwerking, zie slides 73 – 78.

Push CE-industrie, terwijl gebrek aan NL content, onzekerheid en onvolwassenheid vertragen

Drivers aanbodzijde

- **market/technology push elektronica industrie van nieuwe enabling technologies (e-ink, e-paper etc.)**
 - nieuwste productinnovatie na digitale camera's en laptops (portfoliovernieuwing fabrikanten)
 - grote fabrikanten: Sony, Philips, Samsung, Basf etc.
 - snelle toename aanbod devices; marktintroductie veel nieuwe eReaders -> prijzen dalen
 - Taiwan's economie als speerpunt eReader fabricage met funding overheid
- door **marketingcampagnes retail** (o.a. bol.com) neemt bekendheid in NL toe
- **betere verkrijgbaarheid content**
 - new entrants: ebook.nl lang dominant, sinds 2009 ook andere grote partijen (Bol.com, Selexyz, Van Stockum, Bruna)
 - groei aanbod Nederlandstalige ebooks

Barriers aanbodzijde

- **(te) weinig Nederlandstalige content beschikbaar**
- **onvolwassenheid technologie**
beperkte usability: veel ereaders laten qua gebruiksvriendelijkheid te wensen over (o.a. softwarefouten, te klein scherm, trage navigatie, hoge complexiteit)
- **ontwikkelingen wet- en regelgeving**
voor media in de 'nieuwe wereld' (auteursrecht issues, leenrecht)
- **dynamiek innovatie, consument wacht af**
 - gebrek aan standaarden, onzekerheden
 - snelle technologische vervanging/veroudering
 - verwarring over ebooks & eReaders
- **Economische recessie** en sombere vooruitzichten spelen mogelijk een rol.

Businesspotentieel en –voordelen, ook angst voor inkomstenverlies en investeringen

Drivers aanbodzijde (2)

- **businesspotentieel door genereren van (extra) inkomsten**
 - ouder werk kan opnieuw worden uitgegeven (dus extra inkomsten)
 - nieuwe distributie/prijsmodellen
 - nieuwe mogelijkheden voor aanbieden content – o.a. extra materiaal, nieuwe genres, interactiviteit
 - meer aankoopmomenten door online boekenshop op eReader (dus extra inkomsten)
- **kostenvoordelen productie en distributie**
mogelijk (op termijn) goedkoper aan te bieden

Barriers aanbodzijde (2)

- **onzekerheid nieuwe business-/verdienmodellen**; angst voor verlies aan inkomsten (o.a. illegale downloads), geen vaste boekenprijs, (voorlopig) hoge BTW ->defensieve strategieën
- **schaarste grondstoffen** agv toegenomen vraag beeldschermen (kunnen prijsopdrijvend effecten hebben)
- **benodigde investeringen** voor digitaliseren content, nieuwe platforms etc (beperkt).
- **cultuur & organisatie**: het betreft innovatie in van oudsher traditionele, conservatieve branches (o.a. drukkers, uitgevers, bibliotheekwezen)

Invloed media en ICT op maatschappelijke dynamiek



eBooks formaten, uitleenproces en eReaders belangrijke technologische ontwikkelingen

eBooks formaten

- Welke eigenschappen heeft het en welke formaten zijn er?

DRM en piraterij *

- Hoe worden eBooks beschermd tegen piraterij?
- Wat zijn alternatieven voor contentbescherming?

Verkoop modellen *

- Er zijn in de markt twee modellen om boeken te verkopen. Het gesloten verticale model en het open horizontale model. Technologisch zit er verschil tussen deze processen.

Uitleen proces

- Welke stappen moet een eindgebruiker zetten voor het verkrijgen/toegang hebben tot een e-boek?

eReaders

- Wat zijn ereaders en welke ontwikkelingen zijn er te verwachten?

Uitleen platform *

- Welke functies moet het uitleenplatform bevatten om de propositie waar te maken?

* Rood: komen aan de orde in het deel 'Technologie, eBooksplatform en strategische rollen'

Kenmerken van eBooks

Formaten

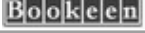
- Er zijn vier belangrijke eBook formaten:
 - E-pub, is een open formaat ontwikkeld in 1999
 - Mobipocket, ontwikkeld in 2000, in 2005 onderdeel van Amazon
 - PDF van Adobe, wat al veelvuldig op de PC gebruikt wordt.
 - AZW, een mobipocket formaat gebruikt door Amazon voor de Kindle.
- ePub formaat lijkt het meest succesvol te worden voor Nederland en is het meeste ondersteunde formaat door verschillende ereaders.

Kenmerken

- Een belangrijk kenmerk van eBook formaten is dat het 'reflowable', beschikbaar of herschaalbaar is.
 - de grootte van een pagina past zich aan aan de schermgrootte van de ereader. Er komen geen scrollbalken bij het lezen van een A4 pagina op een A6 scherm
 - Pdfs geven (soms) problemen bij herschikken of herschalen.
- Een 'voordeel' voor pdfs is dat het de originele publicatie (vorm, opmaak) behoudt.
 - De Koninklijke Bibliotheek richt zich voornamelijk op pdfs bij het inscannen van oude werken *

* Externe scanbedrijven leveren verschillende bestanden: plaatjes van de pagina's, pdf's, maar ook de platte ge-OCRde tekst.
Zie o.a. ook http://www.computable.nl/artikel/ict_topics/outsourcing/3256838/1276946/scanopdracht-kb-is-modern-monnikenwerk.html#ixzz0lxuqkxr1

ePub wordt het meest gangbare formaat in NL

AZW	Mobipocket	ePub
1 dominante partij	9 readers van 5 vendors	19 readers van 10 vendors
		
		
		
		
		
		
		
		
		
		
Nederlandse winkels kiezen steeds meer voor het ePub formaat en bewegen weg van mobipocket.		
		
		
		
		
		
		
		
		
		
		
		

Adobe DRM kan en wordt ook gebruikt bij eBook voor tijdelijk gebruik

Digital Rights Management (DRM) is een technologie die rights beschrijven van een ebook:

- Permissies: lezen, printen, exporteren, opslaan
- Beperkingen: hoeveelheid bladzijden, geldigheidsduur van het boek, hoe vaak toegang, welke apparaten, welke personen, welke locatie etc.
- lenen wordt eigenlijk een 'tijdelijk gebruiksrecht' waarbij feitelijk de toegang tot lezen na een tijdsperiode vervalt. (Een boek wordt niet "teruggegeven").
- Adobe levert de DRM oplossing, die gebruikt wordt voor ePub boeken
 - Iedere eBookstore moet daarvoor Adobe Content Server licenseren.
 - Mobipocket heeft Amazon's DRM systeem.
 - Amazon dwingt af dat een ereader niet beide DRM formaten tegelijk mag ondersteunen
- Praktisch alle commerciële eBook stores gebruiken Adobe DRM bij de verkoop van boeken. Adobe DRM kan en wordt ook gebruikt bij eBook uitlenen.
- **Zowel Amazon als Adobe's DRM systemen zijn momenteel gekraakt. Met bepaalde software kunnen gebruikers de beveiliging van de boeken halen en ze onbeveiligd verspreiden.**

Open eReaders ontwikkelen zich in vorm en display

Ontwikkelingen van de eReader (en andere mobiele devices):

Vormfactor



flexibel



toename formaat



oprolbaar

Display



Dual display: e-ink + lcd



color-ink



full-color
OLED

Open eReaders ontwikkelen zich in functies en tot special purpose device

Functies



draadloos: kopen
vanaf reader

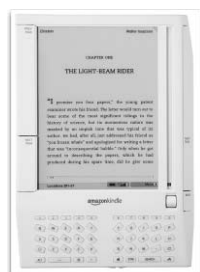


speciale ebook
software voor PC



eBook integratie in
portable devices

Toename special purpose devices



eenvoud voor
boeken



multimedia voor
tijdschriften

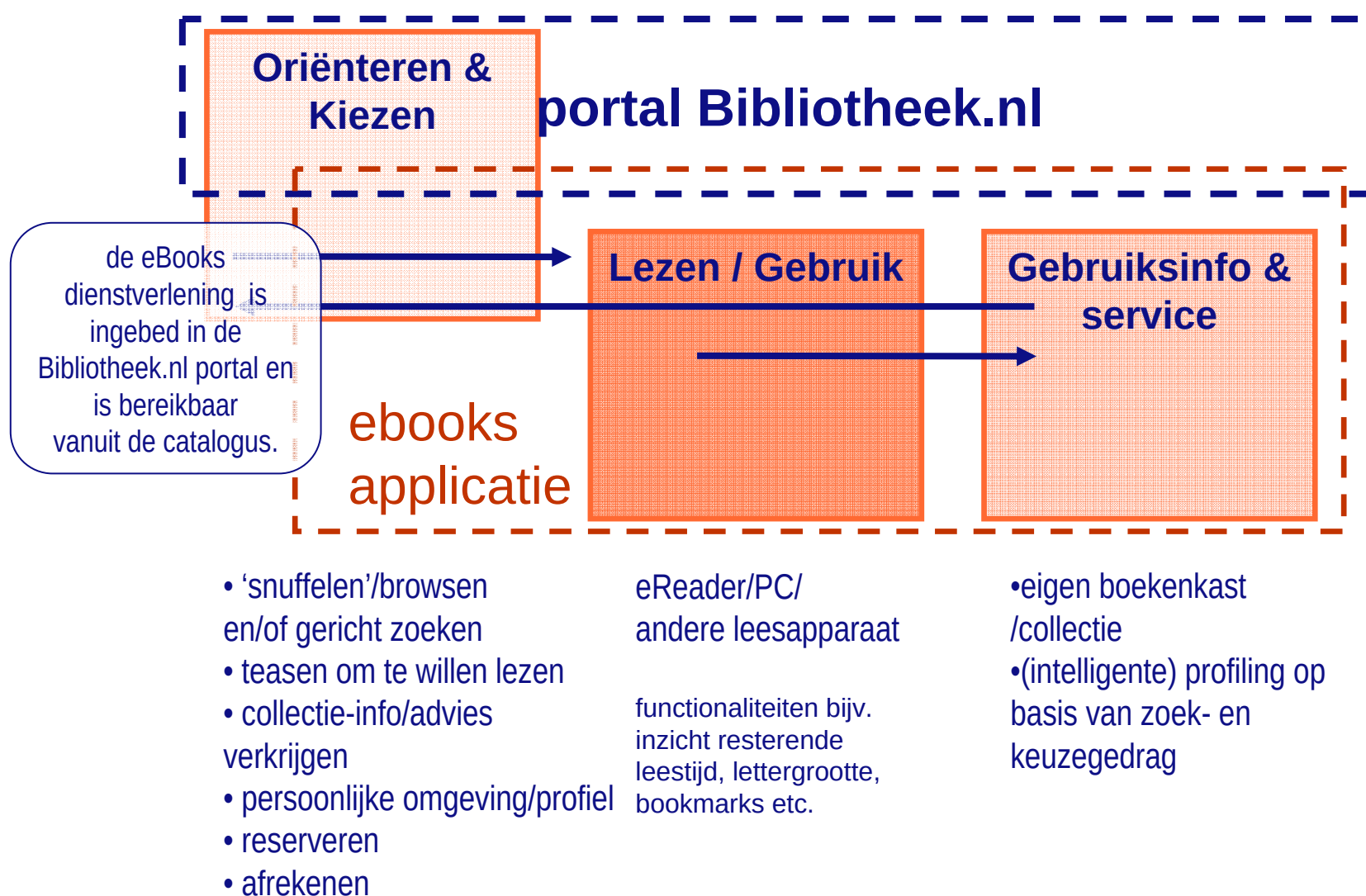


afmeting voor
kranten

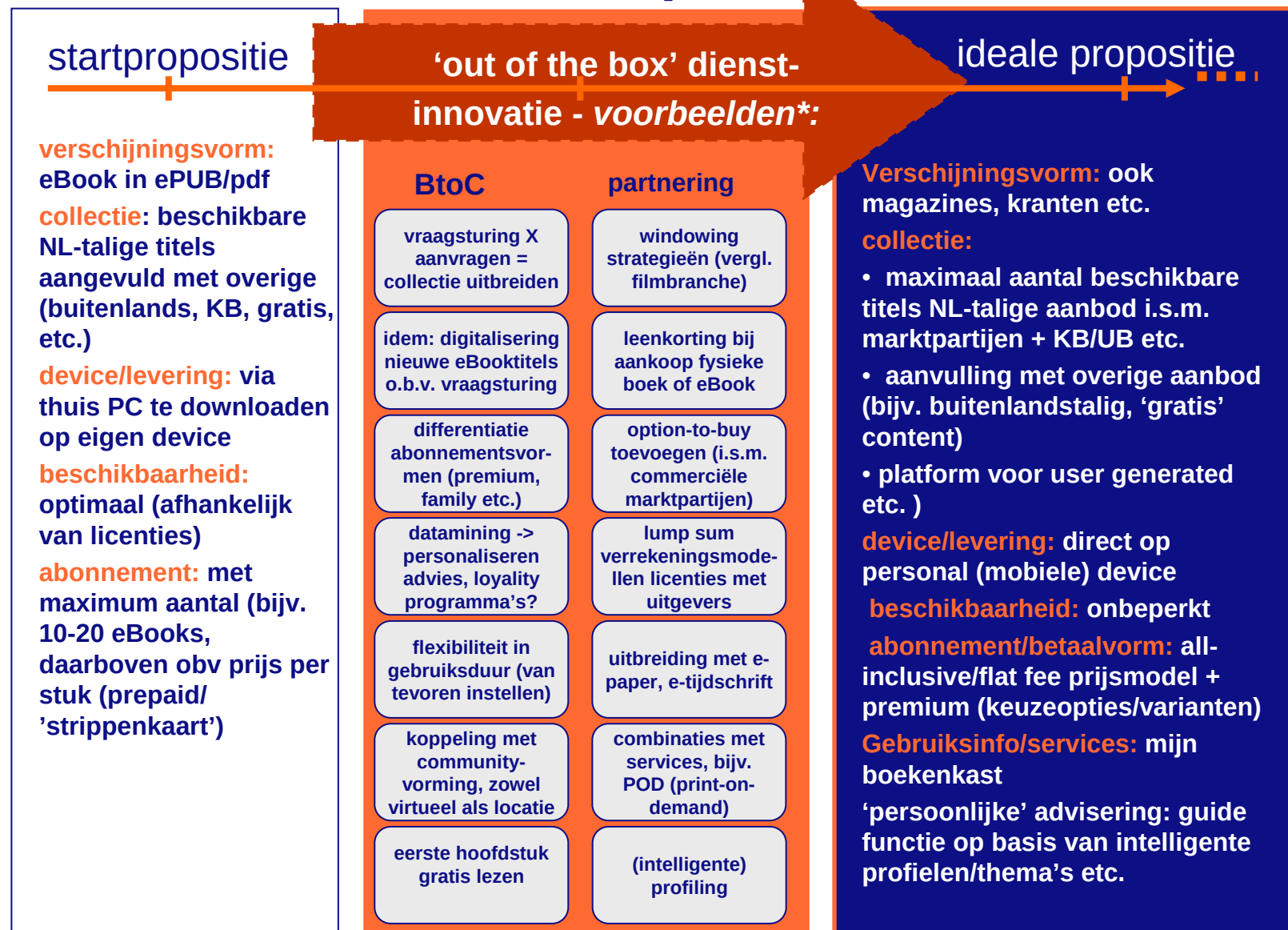
2. Propositie-ontwikkeling eBooks



De propositie sluit aan bij de klantexperience 'kiezen', 'lezen' en 'gebruiksinfo'



Van basis- naar 'ideale' eBookspropositie – ideeën voor de roadmap



Propositieontwikkeling product/dienst

		Basis	Propositie-variabelen	Advies + motivering* <i>cursief enkele bevindingen uit marktonderzoek</i>
product/dienst	verschijnings vorm	eBook (in ePub of pdf formaat)	e-paper, e-tijdschrift	alleen eBooks tot betaalbare eReaders met kleurenscherm op de markt zijn
	collectie		• omvang, • genre (fictie, non-fictie, naslag, reisboek, kinderboek), • mate van actualiteit (bestsellers - backlist)	<u>omvang</u> : beschikbaar NL-talige aanbod + aanvulling eigen collectiebeleid <u>genre</u> : fictie, non-fictie, naslag, reisboek, kinderboek - <i>Respectievelijk 50%, 32%, 24%, 13%, 12% consumenten wenst genre in bibliotheek ^[1]</i> <u>actualiteit</u> : win-win strategie met uitgever/auteur <i>48% niet bibliotheekgebruikers zijn goed terug te winnen met actueel aanbod (bestsellers) (reden 2) ⁶⁾</i>
	device/ rand-apparaat (eReader)		• geen aanbod • koop/premium inclusive aanbod • lenen/leasen •	Geen eReader uitlenen • DRM/verschillende personen met apparaten niet ondersteund door Adobe • Groot afbraakrisico processen en kosten: kapotte apparaten, helpdesk etc.
	levering	downloaden via PC/mobiel	rechtstreeks op mobiel, levering via bibliotheekfiliaal	Downloaden via Bibliotheek.nl op eReader / andere leesdevice, afhankelijk van ontwikkeling eReader aanbod NL markt Levering via bibliotheekfiliaal <u>niet</u> wenselijk (tenzij klant hiervoor zelf kiest)

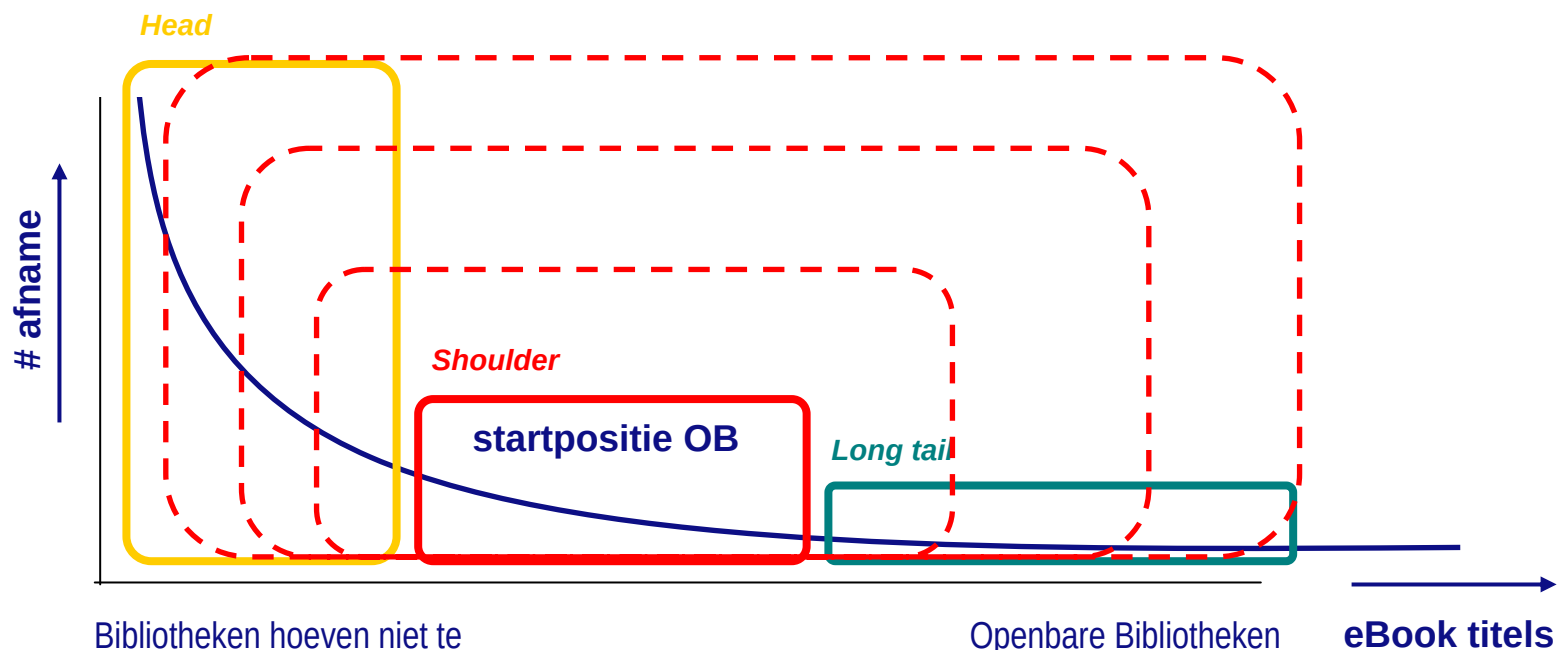
Propositieontwikkeling: distributie en prijs

		Standaard	Propositie-variabelen	Advies startpropositie + motivering
distributie	beschikbaarheid	24/7 downloadbaar via portal -> PC eBook vervalt automatisch (via DRM) verlengen niet aan de orde	gebruiksduur, wachttermijn	<u>Gebruikstermijn</u> van X weken (bijv. 6-8 weken of langer – nader te onderzoeken) omdat niet kan worden verlengd en flexibele tarifiering (bijv. 2^e keer downloaden tegen lagere meerprijs) voorlopig te complex. ➔ 48% niet bibliotheekgebruikers zijn goed terug te winnen met flexibele uitleentermijnen en boetesystemen (reden 1) ⁶⁾ <u>Wachttermijn</u> minimaliseren, mits acceptabele licentie ➔ Onmiddellijk wens voor nieuw leesmateriaal invullen hoofdreken aanschaf eReader VS ⁴⁾
prijs	abonnements/betaalvorm	Flat fee, kleine vergoeding	flat fee per stuk daluren-piekuren time share premium bijv. naar actualiteit etc.	Prijs/tariefstelling afhankelijk van o.a. inkoop licenties, prijsontwikkeling, business case.. ➔ 57% consumenten betaalt het liefst een vast bedrag of een kleine vergoeding (vast bedrag: 62% eReaders, 69% eBooks, kleine vergoeding) ^[1] Flat Fee abonnement leidt tot grotere afname ^[7] onderzoeken: crossselling opties bijv. eBook of fysieke boek met 'leenkorting' kopen • Als start een maximum aantal downloads per periode waarboven bijv. per stuk (prepaid) moet worden afgerekend • rem op gebruik in startsituatie • levert betrouwbaardere gebruiksstatistieken op *. [P] Transactiekosten voor het afrekenen van eBooks per stuk vormen mogelijk een grote kostenpost. Zorg ervoor dat eBooks (boven abonnement) prepaid afgerekend kunnen worden (onderzoek Bibliotheek.nl ^[1]: 'strippenkaart')

Propositieontwikkeling promotie en services

		Standaard	Propositie-variabelen	Advies startpropositie + motivering
promotie	introductie	Promotie vindt zowel plaats via fysieke bibliotheeken als via additionele marketing	Intelligente profilering op basis van gebruik en zoekgedrag; Gerichte promotie, in digitale wereld (social media)	Marketingbudgetten gericht inzetten; aangevuld met online marketing en social media (m.n. nieuwe gebruikersgroepen)
	gebruiksinfo	Opbouwen eigen collectie (binnen Bibliotheek.nl omgeving)	Mijn boekenkast, herinnering leentijd per e-mail, Online eigen collectie en naslag beheren en inzien Hanteerbare en doorzoekbare collectie	Ontwikkelingstraject (stelt eisen aan infrastructuur) ➤ 55% geïnteresseerd in eBooks omdat ze minder plaats in beslag nemen ^[2] ➤ 37% van de ondervraagden Belgen gebruikt zijn eReader minstens één keer per dag gedurende meer dan een half uur, bij voorkeur thuis. ^[3]
services	added value/verrijking aanbod		Mijn boekenkast/plank: - Rond thema persoonlijk collectie aanbod voor hobby- en studiegebruik.	47% geïnteresseerd in eBooks omdat "kan meerdere boeken gebruiken onderweg" ^[2]
			thema's, advisering, recommendations,	Ontwikkelingstraject (stelt eisen aan infrastructuur)

Strategische startpositie rol en aanbod eBooks tussen de *head* en de *tail*

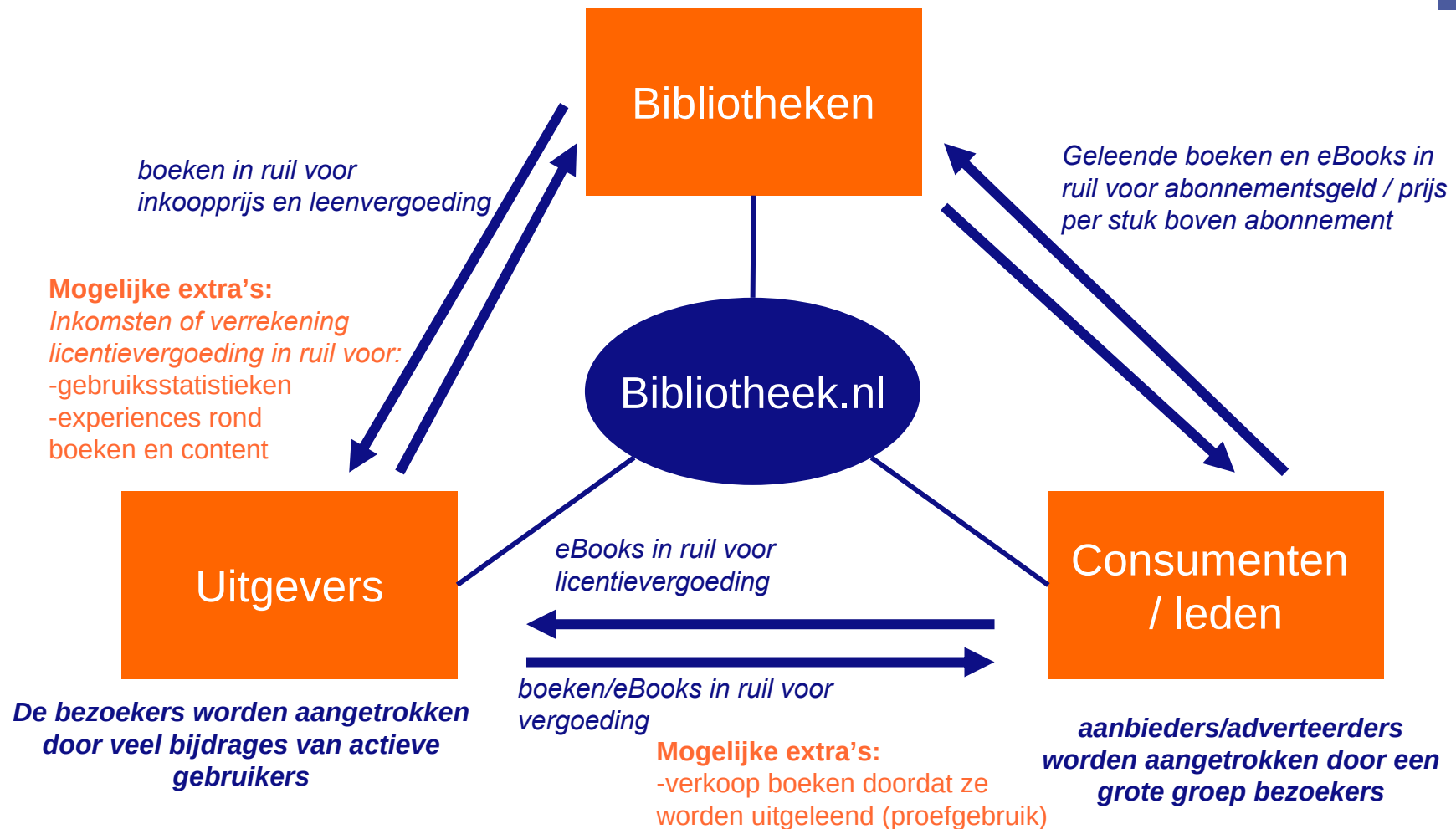


Bibliotheken hoeven niet te concurreren. Ze kunnen zich positioneren ten opzichte van de commerciële eBookhandel en win-win strategieën uitwerken met uitgevers.

Openbare Bibliotheken onderscheiden zich van én werken samen met de Koninklijke Bibliotheek, Universiteitsbibliotheken of andere cultureel erfgoed instellingen.

eBooks bieden opportuniteiten voor (extra) inkomstenbronnen

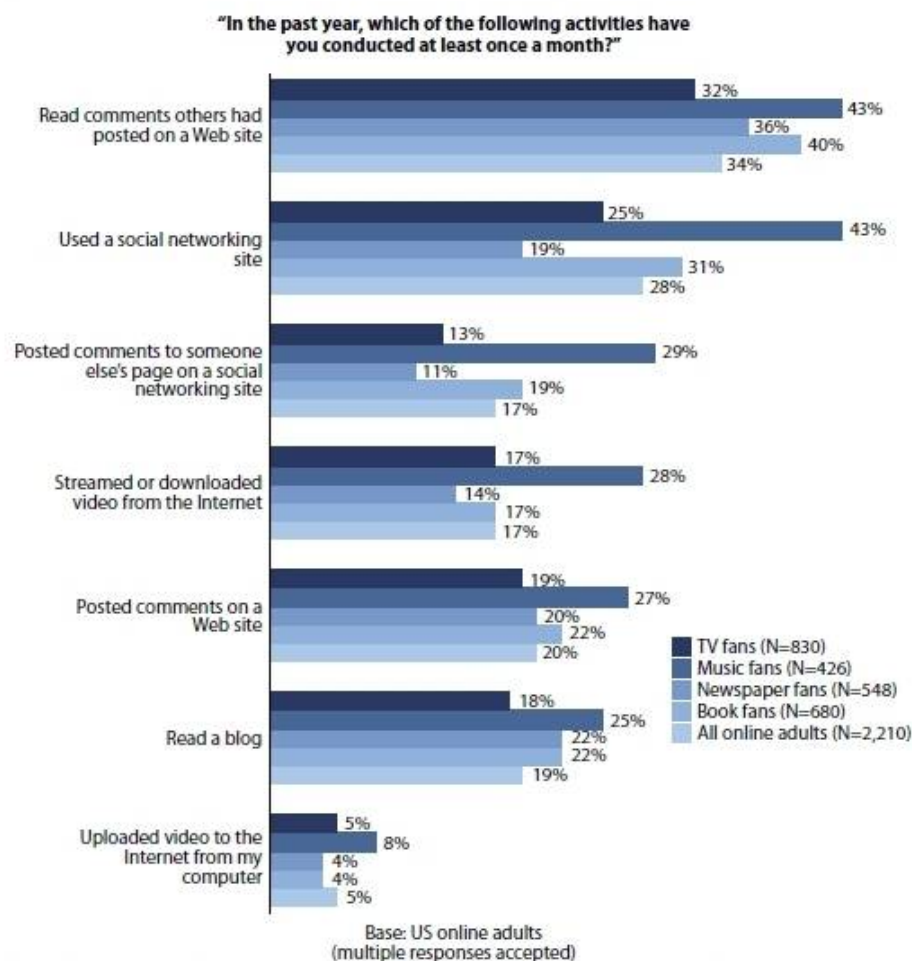
propositieontwikkeling eBooks



Inkomsten uit bijv. gebruiksstatistieken en *crossselling/merchandise* kunnen voor de online bibliotheek inkomstenbronnen vormen

Muziekliefhebbers het actiefst in nieuwe media-activiteiten, gevolgd door boekenfans

Figure 5 Music Fans Lead In New Media Activities, Followed By Book Fans



Source: JupiterResearch/NPD Group Entertainment and Media Consumer Survey (8/08)

47778

Source: Forrester Research, Inc.

Bibliotheken en uitgevers gaan met eBooks propositie partneren op basis van win-win

- Er zullen nieuwe business- en verdienmodellen gaan ontstaan, uitgevers zullen hier op in moeten spelen
- Denk aan gezamenlijk verder ontwikkelen van klantpropositie e-books op basis van reële marktkansen
bijvoorbeeld: packages en crossselling (leenkorting bij aankoop fysieke boek of eBook), toevoegen 'option-to-buy', diensten etc.
- Een belangrijke win-win is gebaseerd op gezamenlijke strategieën als *windowen* en *versioning* van e-books op de Nederlandse markt (vergelijkbaar met de filmindustrie)

bijvoorbeeld:

**browsen/
snuffelen'**

Gebruikersrecht deel
van het boek
(*'versioning'*)

Tijdelijk gebruikers
recht per boek

Premium thema
abonnement (tijdelijk
gebruik)

'All you can eat'
abonnement

Leasen

Kopen

Contentbescherming is dé conditie voor vertrouwen en partnering

Digitale content is makkelijker te kopiëren en te verspreiden, dus is er – met name bij de auteurs en uitgeverijen als rechthebbende licentiehouders – de angst voor piraterij. Contentbescherming moet goed geregeld zijn, zodat er voor partners (met name licentie-eigenaars) voldoende waarborgen zijn en zij vertrouwen hebben in dit aanvullende distributiekanaal via de bibliotheken.

Trend in de online wereld is een ontwikkeling in de richting van traceerbaarheid van de content en beveiliging op het niveau van de content. DRM speelt hierin een cruciale rol. Dit regelt dat na de gebruikperiode de eBooks niet langer toegankelijk en zijn, ze moeten dan opnieuw geleend worden. De ervaring leert dat de piraterij juist wordt bevorderd door ingewikkelde DRM. Bij tijdelijk gebruik is dit meer zichtbaar en wordt het als zeer hinderlijk ervaren. Ook hoge verkoopprijzen van eBooks (die de consument onredelijk vindt) spelen een rol.

Lessons learned over piraterij uit de muziekwereld:

- Toename van apparaten bevordert toename van de vraag naar eBooks – vergelijk met mp3 spelers ➡ technology push
- Gebrek aan legaal aanbod, niet digitaal uitbrengen bevordert de piraterij
- Achterhouden – eerst hardcover, bevordert piraterij.
- Mensen willen een ebook kunnen lezen op elk apparaat. Gesloten formaten, hinderlijke DRM, gebrek aan interoperabiliteit bevorderen piraterij.

Uitgevers zullen hier op in moeten spelen en kunnen van de brancheverenigingen van de muziek en de filmwereld 'best practises' leren.

DRM bij uitlenen is veel hinderlijker dan bij kopen; dit kan piraterij stimuleren.

- Bij kopen is een boek gewoon toegankelijk voor de gebruiker op meerdere devices. De DRM als zodanig geeft niet direct gebruikersbeperkingen. Boeken kunnen alleen niet door anderen gelezen worden. Het boek kan niet weggegeven worden.
- Bij lenen wordt een boek gedownload en zijn er rechten die voorschrijven dat het boek een X aantal weken gelezen mag worden.
- Bij lenen is het boek dus nog wel aanwezig na de uitleenperiode, maar niet meer toegankelijk.
- Stel gebruiker moet nog 10 bladzijden lezen. Het eBook is er wel, maar niet meer toegankelijk.
- Dit zal piraterij bevorderen, **omdat DRM hier zichtbaar en hinderlijk wordt voor de gebruiker.**
- In feite worden alle gelezen boeken bewaard op de PC van de gebruiker, maar ze zijn niet meer toegankelijk.

DRM en piraterij – ter illustratie

ebook piraterij neemt wel toe maar is nog niet significant

Ebook piraterij in 2009.

Top 10 pirated ebooks 2009 (BitTorrent)

1. Kamasutra
2. Adobe Photoshop Secrets
3. The Complete Idiot's Guide to Amazing Sex
4. The Lost Notebooks of Leonardo da Vinci
5. Solar House – A Guide for the Solar Designer
6. Before Pornography – Erotic Writing In Early Modern England
7. Twilight – Complete Series
8. How To Get Anyone To Say YES – The Science Of Influence
9. Nude Photography – The Art And The Craft
10. Fix It – How To Do All Those Little Repair Jobs Around The Home

Top 10 best selling books of the decade (Amazon)

1. Harry Potter and the Deathly Hallows - JK Rowling
2. Harry Potter and the Half-Blood Prince - JK Rowling
3. Breaking Dawn - Stephenie Meyer
4. Twilight -Stephenie Meyer
5. Eclipse - Stephenie Meyer
6. The Tales of Beedle the Bard - JK Rowling
7. New Moon - Stephenie Meyer
8. The Time Traveller's Wife - Audrey Niffenegger
9. The Kite Runner - Khaled Hosseini
10. A Thousand Splendid Suns - Khaled Hosseini

maar...

- **Van de 15 best selling fiction books in 2009, is 1/3 illegaal te downloaden.**

http://www.pcworld.com/article/185335/ebook_piracy_the_publishing_industrys_next_epic_saga.html

- **“Report Finds 9 Million Illegal Downloads of E-Books”, 14 januari 2010**

<http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2010/01/14/report-finds-9-million-illegal-downloads-of-e-books/>

Mogelijke verbeteringen systeem met sociale DRM

- Verbeteren van een DRM systeem kan op twee manieren:
 - technisch: zwaardere security en cryptografie
 - sociaal: toevoegen van gegevens uitlener in het boek.
 - Zowel technisch via een watermerk
 - of zichtbaar zoals een ex-libris, of op enkele plekken in het boek: “dit boek is voor J. Jansen”
- Een voordeel voor eBooks is dat het toevoegen van gegevens van de koper of lener niet zo complex of hinderlijk is als bij muziek en films
 - het integreren van een stukje content aan een legaal gekochte DVD of gedownloade muziek clip is technisch complex.
 - Het zichtbaar of hoorbaar verstoren van film of muziek is hinderlijk voor de ervaring van de consument.
 - Bij boeken kan veel eenvoudiger iets zichtbaars tussengevoegd worden op willekeurige plaatsen zonder dat het de leeservaring verminderd.

3. Technologie, eBooksplatform en strategische rollen

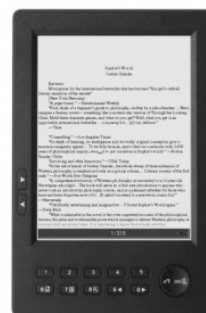


Traditionele 'uitleen'proces verloopt gescheiden bij huidige ereaders



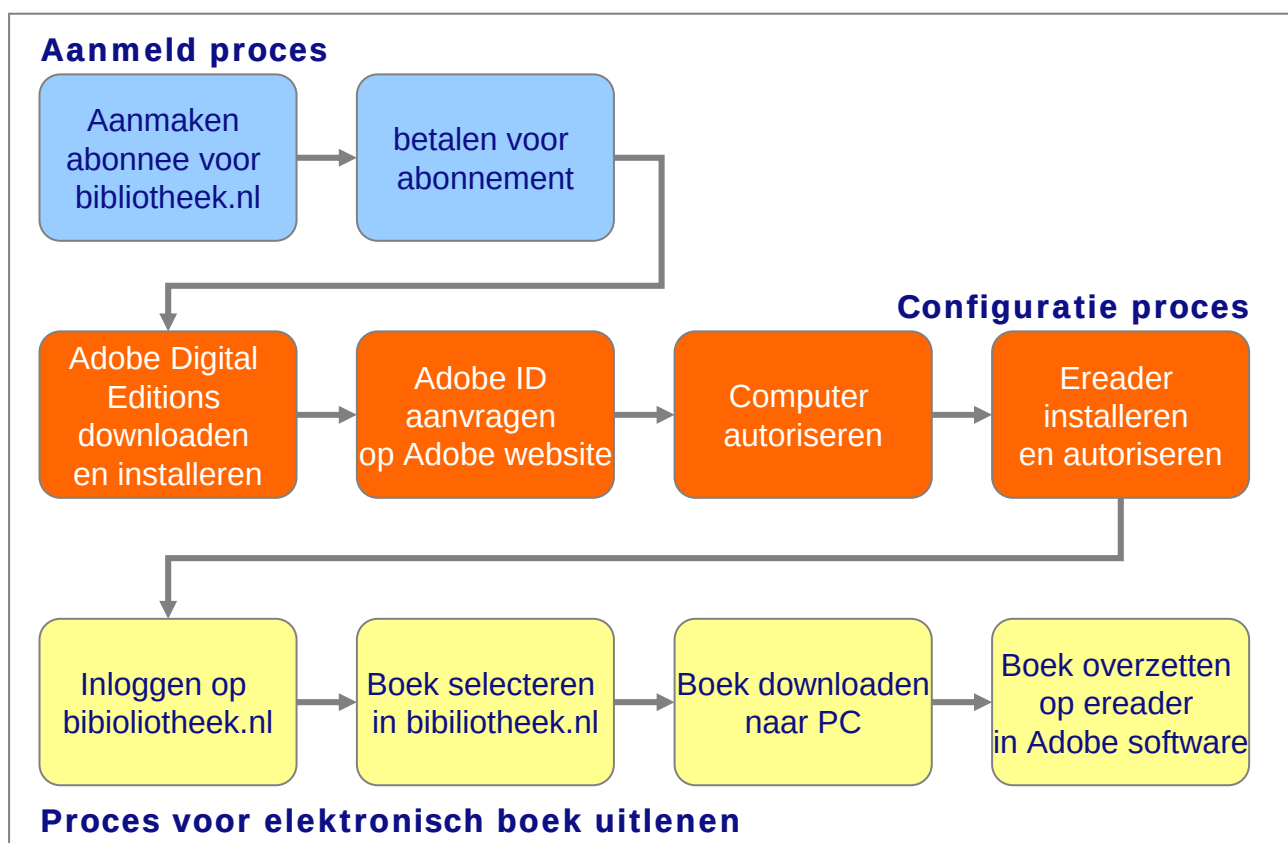
Er is geen standaard platform voor eReaders om applicaties op te ontwikkelen

- De meeste ereaders zijn losse randapparaten, waarbij je het boek overzet van je PC naar de ereader
- Er is nog geen standaard platform om applicaties op een ereader te ontwikkelen.
- De huidige ereaders zijn te vergelijken met losse mp3 spelers.
- Daarom is kiezen en lezen niet geïntegreerd bij de meeste ereaders



Het uitleenproces bevat daardoor nog vele stappen en is vrij lastig

Het proces om voor het eerst een eBook te downloaden bij de bibliotheek bestaat uit vele stappen die voor sommige mensen erg lastig zijn.



- Het aanmeld en configuratieproces is lastig, m.n. voor de niet- 'Digital Natives' (groepen die niet zijn opgeroeid/ vertrouwd zijn met de digitale wereld)

- Vaak moet je eerst je boeken op de PC downloaden en vervolgens via USB op de ereader zetten.

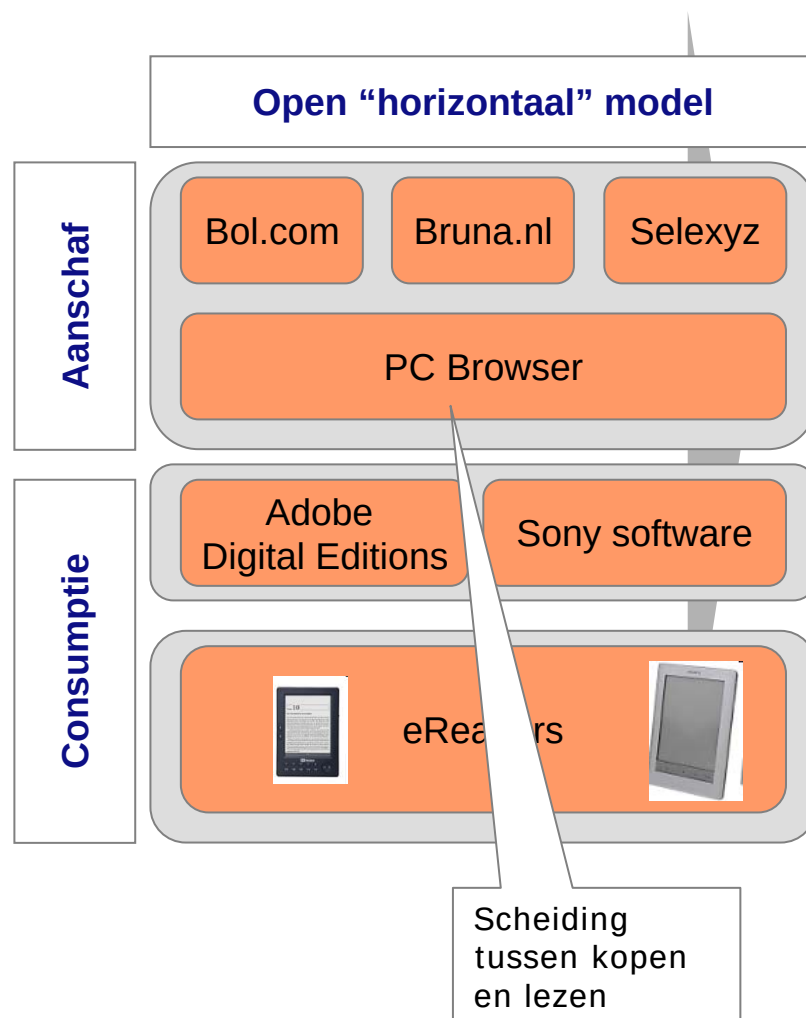
- Amazon heeft met de Kindle het configuratie en bestelproces zeer eenvoudig gemaakt in hun verticale integratieproces. Met succes.

Er zijn open horizontale óf gesloten vertikale distributiemodellen

Er zijn in de markt twee modellen om eBooks te distribueren/ verkopen: het gesloten verticale model en het open horizontale model. Technologisch zit er verschil tussen deze processen.

- In het **horizontale model** wordt het eBook verkocht via de browser – dit heeft als belangrijk nadeel dat er zeer beperkte interactie is met de bibliotheek
- In het **vertikale model** hebben partijen een gesloten eReader, alleen geschikt voor hun kanalen (alleen in de VS) - nadeel is dat de ereader alleen geschikt is voor dat verkoopkanaal.

Open horizontaal model: als boeken gelezen op eReader geen interactie met bibliotheek



- In het horizontale model wordt het eBook verkocht via de browser.
- Het default PC programma voor beveiligde boeken is van Adobe (of Sony). Nadat het gedownload is kan het boek worden bekeken met Adobe Digital Editions Software en hiermee worden overgezet op de ereader.
- De aanbieder heeft geen zicht op het boekgebruik na de koop. Contact met de gebruiker loopt via de browser en niet via de eReader interface of eReader software op de PC.
- Omdat er geen standaard platform voor ereaders is, is het complex om een applicatieomgeving op ereaders te maken

... het is (daarom) niet interessant om ereaders uit te lenen als bibliotheek

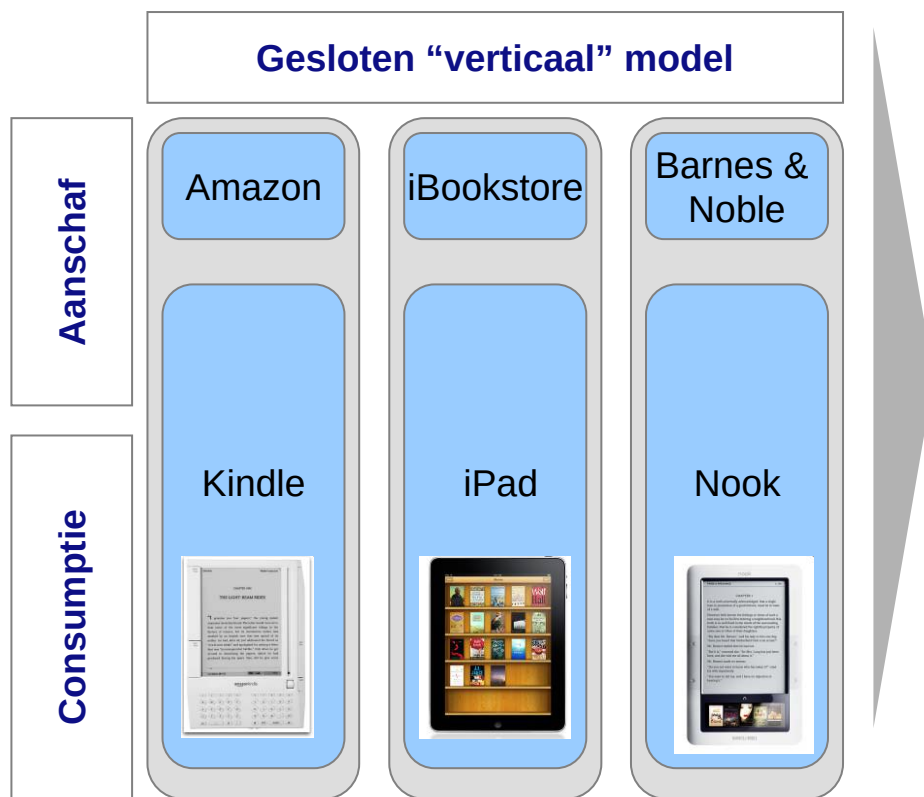
- Het uitlenen van ereaders verlaagt de drempel voor gebruikers om eBooks te proberen
- Het geeft gebruikers de mogelijkheid om de nieuwe dienst kostenloos / tegen lage kosten te leren kennen



- eReaders kosten (begin 2010) minimaal 200 euro per stuk. Dit vraagt een grote investering
- Ontwikkelingen in eReaders gaat zeer snel. Over circa twee jaar zijn meeste e-readers verouderd
- Uitgifte van e-readers vraagt ook onderhoud en ondersteuning.
- Een eReader is gebonden aan een gebruiker/PC. Meerdere personen per ereader geeft problemen met de PC software.

eReaders in fysieke bibliotheken zijn in de beginperiode als demo nuttig om mensen bekend te maken met eReaders

Alleen in de VS zijn gesloten verticale modellen



- In de VS hebben enkele partijen een gesloten ereader op de markt gebracht alleen geschikt voor hun kanalen.
- In zo'n verticaal model heeft de aanbieder wel contact via de ereader nadat het eBook gekocht is.
- Aanbieder kan aanbevelen, *upsellen* of *cross-sellen*.
- De klant kan instant feedback geven op het boek.
- Nadeel is dat de ereader alleen geschikt is voor dat verkoopkanaal. Het model is gesloten.

De Apple iPad is (voorlopig) het meest interessant voor de VS

Wat is het

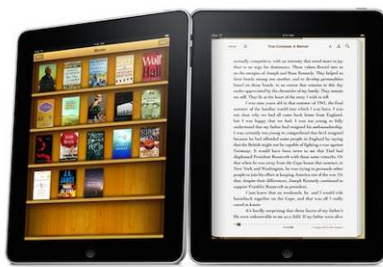
- De iPad is gelanceerd op 27 januari 2010
- Het is een soort sofa-surfer, met dezelfde software als de iPhone.
- Schermgrootte van 9,7 inch
- Kostprijs \$500 - \$830
- Apple introduceert zijn eigen iBookstore
- Heeft deals met 5 grote Uitgevers in de VS

Gesloten systeem

- De iPad is gezien de geslotenheid het meest aantrekkelijk voor VS consumenten
 - meeste betaalde content aanwezig in de VS
 - iBookstore vooralsnog exclusief voor US
 - iBook applicatie kan geen elders gekochte ePub boeken lezen
 - iPad ondersteunt niet Adobe's ePub DRM

applicatie nodig voor bieb.nl

- Om zelf boeken aan te bieden op de iPad is een applicatie nodig



- of een deal sluiten met Stanza
 - DRM alleen mogelijk met eReader DRM formaat
- of zelf een applicatie ontwikkelen voor de AppStore

Bibliotheken kunnen wel zelf een applicatie ontwikkelen voor de AppStore, maar het regelen van DRM in je eigen applicatie voor de iPad is niet vanzelfsprekend. (Of ze moeten met Apple in zee voor het uitlenen van boeken).

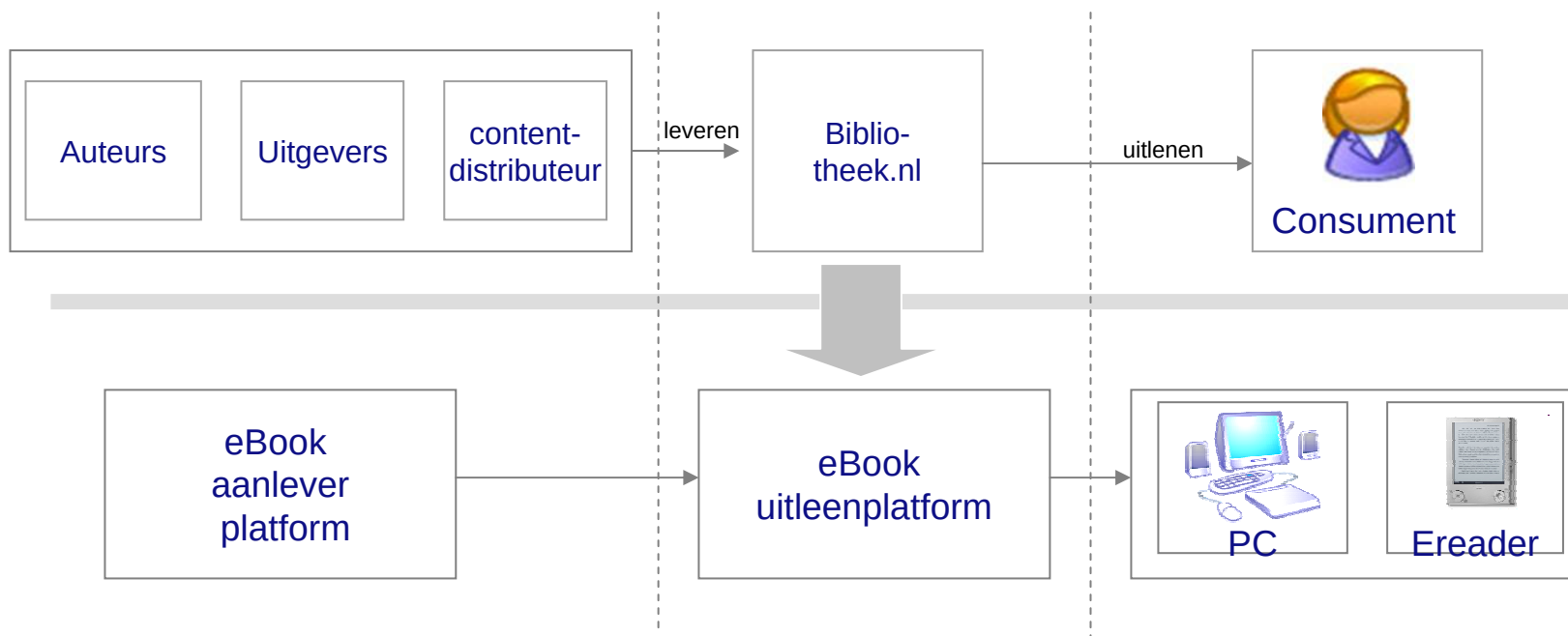
Onvoldoende bekend is nog: wat daar de voorwaarden voor zijn en of Apple het leenmodel (tijdgebonden toegang tot content) wel toestaat en welke DRM Apple gaat gebruiken.

Integratie van kopen/lenen en lezen zal door de industrie moeten worden ontwikkeld

- Het creëren van een standaard platform op ereaders voor een betere gebruikers ervaring ligt in de handen van de eReader producenten.
- Eerste benodigde stap zal zijn: het integreren van een browser en internetconnectie op de ereader.
 - Probleem hierbij is dat dit de ereader qua hardware veel duurder maakt en e-ink schermen niet optimaal zijn voor een Internet ervaring.
 - Tablet PCs met een volwaardig LED/LCD scherm kunnen dit wel, maar zijn niet ideaal om te lezen.

Het is daarom nog niet duidelijk hoe dit probleem moet worden aangepakt en of er op korte termijn een oplossing te verwachten is.

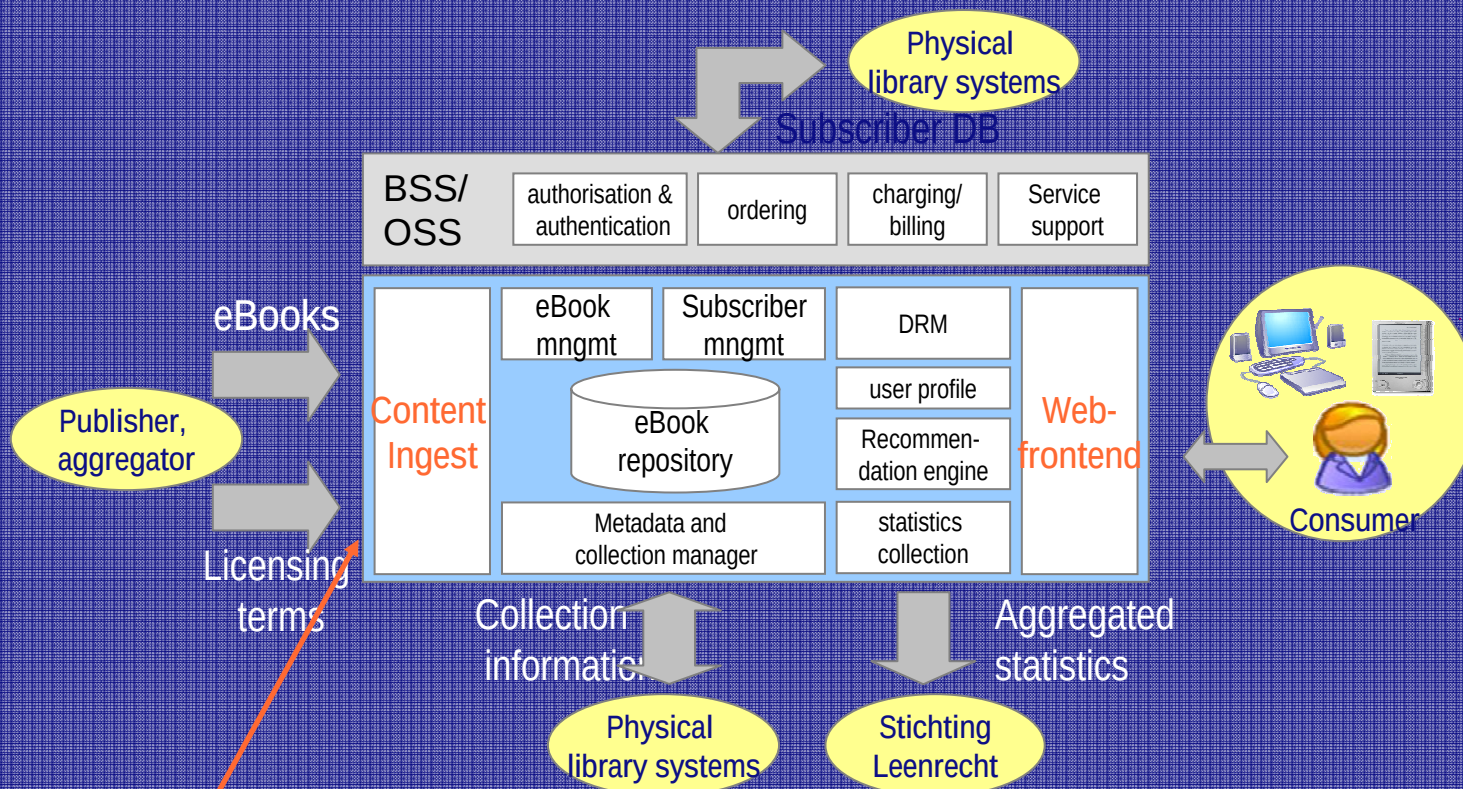
Mapping van technologie en waardeketen



- Het technisch platform heeft implicaties voor rollen, o.a. DRM en billing.
- Keuze technisch platform heeft cruciale impact op inrichten licentieketen
- Technisch platform heeft (ook) te maken met de rijkheid van de user experience versus committing aan 'proprietary platform' (open versus gesloten)

Het belangrijkste van het eBooks platform is de koppeling met andere partijen

Functies die het platform voor eBooks moet bevatten om de propositie waar te kunnen maken:



Zorg dat je je platform zo makkelijk mogelijk aansluit – het moet zo eenvoudig mogelijk zijn om de content uit te wisselen. Het ligt voor de hand dat de partij die dit het beste kan de primaire leverancier wordt.

Kernkwaliteiten geven richting aan ontwikkeling core rollen en taken Bibliotheek.nl

De online openbare bibliotheek moet zich onderscheiden als aanbieder van eBooks ten opzichte van een aantal **concurrenten of alternatieven**, namelijk

1. de **verkoop van eBooks** - via webshops en online boekhandel
2. de **'offline' bibliotheek** – fysiek uitlenen via de bibliotheekvestigingen
3. **'gratis' informatie** via zoekmachines

Voor deze vergelijking hebben we gebruik gemaakt van **acht 'generatives'**^[20] – onkopieerbare waarden of kenmerken – die niet (gemakkelijk) gekopieerd, gedownload of nagemaakt kunnen worden. Kwaliteiten die waardevol of uniek zijn in de digitale wereld en waar de aanbieder dus zijn meerwaarde en onderscheidend vermogen op kan baseren en verder kan ontwikkelen. Die zijn vertaald naar de eBooks propositie. Op basis hiervan zijn 2 x 2 waarden geïdentificeerd die het belangrijkste zijn voor Bibliotheek.nl. Dit inzicht geeft mede richting aan de verdere invulling van rollen en technologie.

*“When copies are free, you need to sell things which can not be copied”
(Kevin Kelly).*

‘Better than free’? niet kopieerbare waarden [20]

1. Immediacy urgentie, actualiteit, snelheid	Uiteindelijk is (bijna) alles wel ergens gratis op het web te vinden. De klant is vaak bereid (meer) te betalen voor die content die voor hem beschikbaar is kort nadat deze is vrijgegeven door de maker. Immediacy kent meerdere gradaties (o.a. toegang tot beta versies) en is een relatief begrip. <i>bijv. beursinformatie, de film op de releasedatum, buienradar</i>
2. Personalization personalisatie	De algemene versie kan gratis zijn, maar als je een versie wilt die door de maker speciaal is afgestemd op jouw specifieke wensen, dan ben je bereid om hier (veel) meer voor te betalen. <i>bijv. het gratis exemplaar van het boek kan worden aangepast aan jouw eerdere leesvoorkeuren.</i>
3. Interpretation duiding	Midden van al die gratis content gaat de consument op zoek naar die ene bron; die de betekenis interpreteert, wat je ermee kunt doen, hoe het te gebruiken. Ook hoort hierbij het aanleveren van relevante gerelateerde content van derden. <i>bijv. gratis software met betaalde manual, professionele support en updates.</i>
4. Authenticity & trust echtheid en vertrouwen	De waarde van de echtheid, kwaliteit en betrouwbaarheid. Dat kan betekenen de originele versie, virusvrij, etc. Vaak belangrijk voor wetenschappelijke/educatieve, economische, juridische content. <i>bijv. digitale watermerken en signature technologie (niet als kopieerbescherming maar om de kwaliteit van de authenticiteit te waarborgen voor degene die daar waarde aan hechten.</i>
5. Accessibility & convenience – toegankelijkheid en gebruiksgemak	Bezit vinden mensen vaak ook lastig. Met de groei van de hoeveelheid digitale informatie die mensen gebruiken - foto's, muziek, films & videos, boeken en blogs – en steeds meer op mobiele dragers, zullen zij steeds meer bereid zijn te betalen voor de opslag ervan, en deze voor hen te beheren en te organiseren (ordenen, up-to-date houden, back-ups maken etc.) <i>bijv. Apple Store</i>

‘Better than free’? niet kopieerbare waarden [20]

6. Embodiment - verwezenlijking	De kern van digitaal materiaal is dat het niet tastbaar is en weinig gevoelswaarde heeft. In tegenstelling tot de fysieke belichaming van mensen of dingen. <i>Bijv. live optredens, print in mooie uitvoering, samen met anderen in een ruimte gamen (toekomst: laser projectie, holografisch display)!</i>
7. Patronage – bescherming, support, klandizie	Het publiek wil makers of ontwikkelaars betalen (bijv. fans hun artiest of auteurs), want dat geeft hen en goed gevoel of de gelegenheid om zich met hen te verbinden. Maar ze willen dat alleen doen als het hen heel makkelijk wordt gemaakt, om redelijke bedragen gaat en als ze zeker weten dat het geld ten goede komt aan de maker. <i>Bijv. experiment Radiohead (ca \$5 per download), funding Wikipedia, Anjuno – plaats voor content online op basis van een “pick-your-price” model</i>
8. Findability - vindbaarheid	Gratis aanbod betekent nog geen directe aandacht voor het werk, of het belemmert dit juist. Los van prijs, heeft de content geen waarde als het geen bereik heeft. Waar veel van is dat aandacht vraagt, wat bovendien vaak gratis is, daar vertegenwoordigt het gevonden worden een belangrijke waarde. <i>De core van de mega-aggregators zoals Amazon, Google en hét bestaansrecht van uitgevers, studio's en merken die geld verdienen aan het vindbaar maken als aanvullende meerwaarde.</i>

Niet kopieerbare waarden^[20] eBooks via online bibliotheek

	eBook verkoop	online OB	offline OB	gratis
1. Immediacy urgentie, actualiteit, snelheid	+++ windowingstrategie	+	evt. geschikt voor user generated	P2P/piraterij
2. Personalization personalisatie	++	++(+)	kans voor intelligente profiling vanuit catalogus	
3. Interpretation duiding	++	++(+)?		
4. Authenticity & trust echtheid en vertrouwen		++		-
5. Accessibility & convenience toegankelijkheid en gebruiksgemak		+	'Mijn boekenkast' in persoonlijk profiel	-
6. Embodiment verwezenlijking	+	als cadeau (voucher, doosje oid)	++ fysieke boek	nvt
7. Patronage bescherming, support, klandizie	+/-	+		nvt
8. Findability - vindbaarheid		++	Vanuit catalogus en via pers.profiel	+/-

Activiteiten gekoppeld aan deze kernwaarden zijn *core* voor online bibliotheek

Kernwaarden die onderscheidend zijn t.o.v. **online retail**

- **Personalisatie** vereist een unieke, interactieve, duurzame (en vaak tijdrovende) relatie tussen de aanbieder en de consument ('stickiness'). Het stelt hoge eisen aan de flexibiliteit van het platform, het verwerken van veel metadata en het waarborgen van privacyaspecten (o.a. autorisatie en authenticatie).
- **Duiding** (interpretation) hiervoor is het o.a. nodig dat het systeem open is – bijv. voor user generated content - en flexibel is.

Kernwaarden die onderscheidend zijn t.o.v. **zoekmachines**

1. **Echtheid en vertrouwen** (authenticity & trust) stelt hoge eisen aan de content die van buiten wordt binnengehaald en ook aan de bescherming van die content (via Digital Rights Management).
2. **Vindbaarheid** (findability) - het goed doorzoekbaar en vindbaar maken van content en het publiek helpen zoeken wat zij willen met eenvoudige- maar krachtige zoekinterface die hen op elke plaats op elke tijd direct bruikbare resultaten biedt.

Bibliotheek.nl portal met uitleenplatform voor eBooks

- Bestaande bibliotheekleden zijn/worden automatisch lid van Bibliotheek.nl. Het aanbod van eBooks vormt een uitbreiding op het huidige abonnement.
- De openbare bibliotheken werken aan een nieuw, gezamenlijk portal voor digitale dienstverlening van de bibliotheken. Belangrijk doel is om de **zichtbaarheid** van de bibliotheken op internet vergroten, zodat voor gebruikers direct duidelijk is wat de bibliotheek als collectief te bieden heeft.
- Dit concept moet twee kanten opwerken: zowel centrale als lokale diensten. in de gezamenlijke portal kan lokale informatie worden getoond. En andersom kunnen de collectieve diensten of elders in het land ontwikkelde (lokale) diensten ook op lokaal niveau worden aangeboden.

bron: VOB

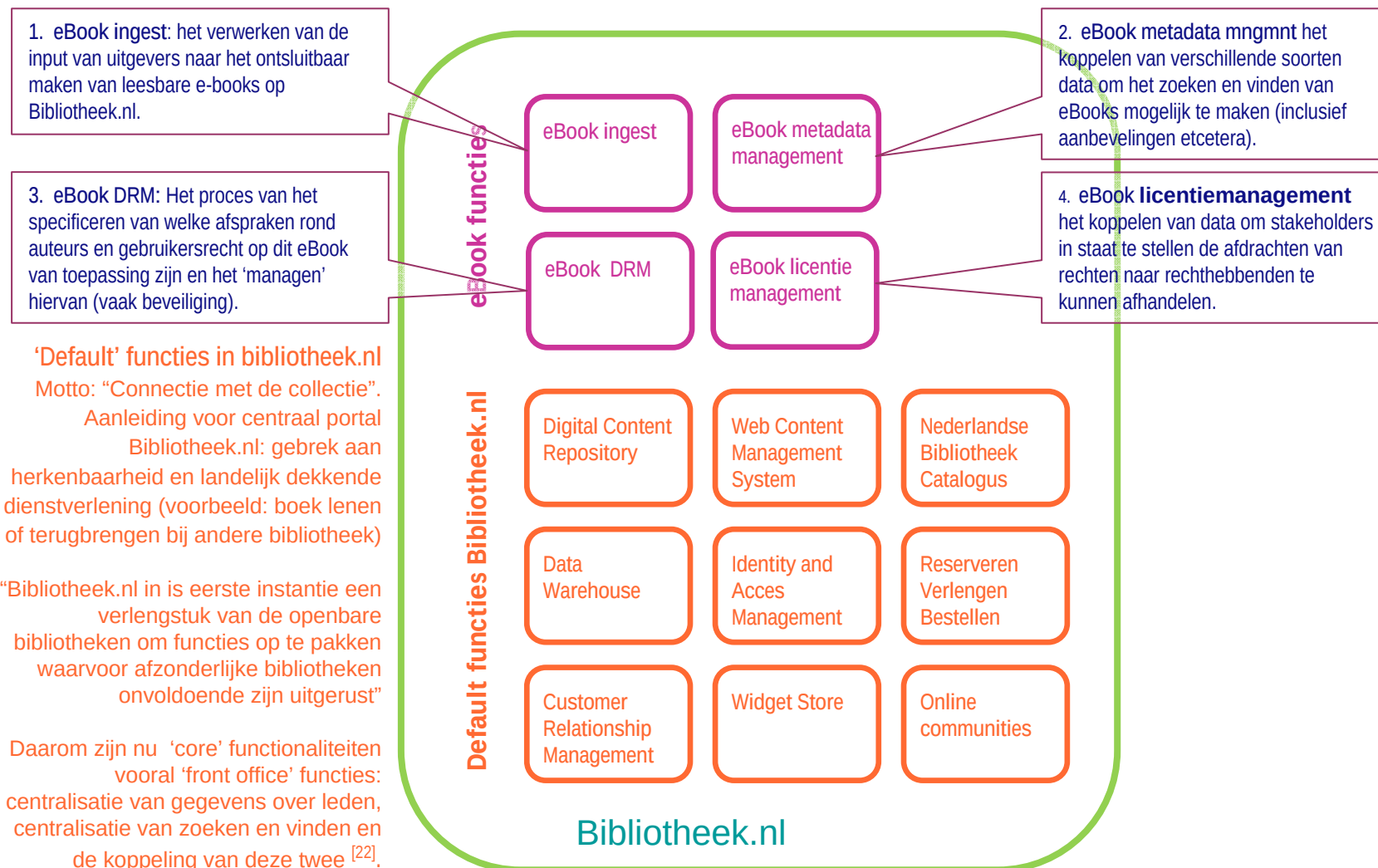
➡ **Het digitale platform van Bibliotheek.nl vormt het 'framework' waarbinnen een eBooks toepassing wordt ingebed.**

- De portal wordt door Bibliotheek.nl zelf ontwikkeld, de 'achterkant' wordt ingekocht bij leveranciers ^[*]
- Er wordt vanuit gegaan dat de innovatiegelden van OCW niet toereikend zullen zijn voor de eBooks infrastructuur ^[**] De huidige financieringsmodellen zullen waarschijnlijk moeten worden herzien

[*] Gesprek Menno Bangma en Martijn Staal met Paul Jansen, 1 maart 2010

[**] Gesprek Martijn Staal en Michiel Laan, 1 maart 2010

4 'extra' functies die nodig zijn om de eBooks propositie aan te bieden



De 4 eBook functies nader belicht

eBook ingest

Maakt ontsluiten van catalogus en inhoud boeken zelf mogelijk. Omvat o.a.

- DRM aanbrengen
- Specificeren van de compatibiliteit met bestaande modules en platformen
- Collectieopbouw eBooks: met de selectie van een platform wordt ook een impliciete keuze gemaakt voor de manier waarop de eBookcollectie opgebouwd wordt

eBook DRM

Maakt specificeren en managen van gebruikersrecht en voorwaarden mogelijk

- Hoe lang is de content toegankelijk
- Wie mag het eBook gebruiken
- Met hoeveel gebruikers mag het gedeeld worden/op hoeveel devices mag het gezet worden?
- Hoe wordt het eBook beveiligd? technisch (security/cryptografie) en sociaal (toevoegen gegevens uitlener in het boek: technisch, watermerk of zichtbaar ("dit boek is voor J. Jansen"))

eBook Metadata mngmnt

Maakt catalogus en boeken doorzoekbaar. Bibliotheek.nl heeft hierin drie speerpunten:

- "Doorzoekbaar maken van alle titelsoorten, zowel elektronisch als op papier"
- "Gebruik van 'slimme' zoekstrategieën met nadruk op "een hoge precisie en betrouwbaarheid" en ruimte voor "associatief zoeken"
- "Aansluiten bij het profiel van de gebruiker"

eBook Licentie mngmnt

Maakt specificeren en managen van gebruikersrecht en voorwaarden mogelijk.

met onder meer: ID rechthebbende, manier van afdracht, betrouwbaarheidschecks afdrachtproces, # gebruikers per titel, # uitleningen, voorwaarden, onder welke licentie en licentievoorwaarden valt deze titel.

Verantwoording en bronnen – met dank aan:

Deelnemers workshop 18 januari 2010

Vanuit/namens Bibliotheek.nl:

- D. Eijsten,
- M. Laan
- W. Hoffman
- B. Voogd
- P. Janssen

dhr. J. Debeij (*directeur OB Deventer/ bestuur VOB*);
J. Favier (*the small circle , adviseur*)

Interviews

Datum	Naam	Organisatie
3 februari 2010	dhr. B. Savenije	Koninklijke Bibliotheek
4 februari 2010	dhr. R. van Stipriaan	DBNL
10 februari 2010	dhr. Jan Braeckman dhr. Johan Delauré	Bibnet (België)
10 februari 2010	dhr. H. Das, dhr. W. de Gier	NBD Biblion
1 maart 2010	dhr. A. Polman	Stichting Leenrecht



Bronvermelding - marktonderzoeken (propositie)

1. DDB onderzoek in opdracht van Bibliotheek.nl (o.l.v. Jaap Favier), Q4 2009
2. Sarah Rotman Epps, Forrester, "The Battle For The eBook Consumer" Q4 2009
3. "eBooks en eReaders: een succesverhaal", Testaankoop november 2009, <http://www.testaankoop.be/computers-en-accessoires/eBooks-en-eReaders-een-succesverhaal-s628563.htm>
boek
4. Sarah Rotman Epps, Forrester, "Who Will Buy An eReader?" July 2009.
5. How Big Is The eReader Opportunity?, Forrester, May 2009
6. "Het marktonderzoek bij gebruikers en niet-gebruikers van de Openbare Bibliotheek Brugge", 2008
7. Workshop propositie, vertegenwoordiging bibliotheek.nl + overige deelnemers/TNO op 18 januari 2010
8. Jaarverslag 2008 Koninklijke Boekverkoopersbond
9. Eerste onderzoek Stichting Marktonderzoek boekenvak, juni 2009
10. Tweede onderzoek Stichting Marktonderzoek boekenvak over e-books, november 2009
11. Onderzoek in opdracht van Adformatie, door bureau MSI-ACI, 2008
http://www.ereaders.nl/nederlanders_skeptisch_over_eBook_reader?search_string=iPod&search_category_id=76





Bronvermelding – overige bronnen



12. M. Hatzenboer, “eBooks handboek 2010”, InCT 2009
13. P. Rutten, “Dankzij internet blijft het boek bestaan”, Boekman. Tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid, zomer 2008, pag 13-22.
14. E. Rogers, “Diffusion of innovations”, 2003
15. Tijdsbestedingsonderzoek SCP 2006,
<http://www.tijdbesteding.nl/hoelangvaak/vrijetijd/media/gedrukt/persoonskenmerken/20061018.html>
16. SCP “Het dagelijks leven van allochtone stedelingen”, april 2008
17. SCP “De sociale Staat van Nederland 2009”, november 2009
18. “De uitgever aan het woord 2010, de trendmonitor van de uitgeefbranche”, Onder redactie van T. Huibers, Thaisis, 2010
19. TNO/KPN Research, “Bestemming 2005”, Corporate scenario’s (1999)
20. Kevin Kelly, “Better than Free” – zie ook <http://www.kk.org/> (geraadpleegd op 27 maart 2010)
21. “Studie Vlaams e-boek platform voor opslag en exploitatie in opdracht van Bibnet”, IBBT/SMIT, april 2009
22. Synopsis Programmalijn 1 Digitale infrastructuur