

Vergaderjaar 2016–2017

32 300

Evaluatie van de Wet op de vaste boekenprijs

Nr. 13

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 8 mei 2017

Bij brief van 15 juli 2016¹ heb ik u geïnformeerd over de voorgenomen uitvoering van de in het Algemeen Overleg Boeken van 23 april 2015² ingediende en later aangenomen motie Van Veen/Bergkamp.³ De motie vraagt de regering te onderzoeken «welke mogelijkheden er zijn om de combinatieverkoop te verruimen voor individuele boekhandelaren, zodat ondernemerschap kan worden bevorderd en het boek kan worden gepromoot». In concreto betrof het de verstrekking van een geschenk door boekverkopers bij de aanschaf van een boek. Voor dergelijke individuele kortingsacties door boekverkopers zou een wetswijziging noodzakelijk zijn, zo meldde ik in deze brief.

Hierbij laat ik u weten dat ik bij nader inzien een oplossing zonder wetswijziging heb gevonden.

Het voorstel dat ik u eerder voorlegde bestond uit de mogelijkheid dat boekhandels de klant bij een boekaanschaf ter waarde van minimaal € 15 een geschenk van maximaal € 5 konden geven. Invoering van deze individuele kortingsacties vergde een wijziging van de Wet op de vaste boekenprijs en het Besluit vaste boekenprijs. Inmiddels is met betrokken partijen een alternatieve promotieactie ontworpen waarvoor geen wetswijziging nodig is en die recht doet aan de strekking van de motie.

Het alternatief kan het beste omschreven worden als een collectieve promotieactie (artikel 5 van het Besluit vaste boekenprijs) met een individuele invulling door de lokale boekhandel. De CPNB zal de promotiecampagne organiseren gedurende twee jaarlijkse actieweken (werktitel «Plezier haal je uit de boekhandel») en daarbij voorwaarden stellen ten

¹ Kamerstuk 32 300, nr. 11

² Kamerstuk 32 300, nr. 10

³ Kamerstuk 32 300, nr. 9

aanzien van aard en omvang van het assortiment van de deelnemende boekhandels. Twee keer per jaar kan de lokale boekhandel, buiten de vaste actieperiodes zoals de Boekenweek en Kinderboekenweek, door middel van een aansprekende combinatieaanbieding aan extra klantenbinding en boekverkoop te doen. Bij de aankoop van boeken voor een bepaald bedrag krijgt de klant de keuze uit een minimum van vijf en mogelijk tien «Plezierpakketten» passend bij de klantprofielen van de betreffende boekhandel. Elk pakket bevat vouchers die korting geven op activiteiten, diensten of producten van lokale bedrijven. Voorbeelden zijn het Cultuurpakket (korting op lokale theater, museum, film, bioscoop etc.), het Sportpakket (korting op fitness, sportproducten etc.) of het Wijnpakket (wijnproeverij, wijnglazen etc.). Het voorgestelde aankoopbedrag ligt rond € 15, de korting ligt tussen de € 5 en € 7. Bij iedere besteding van € 15 meer krijgt de klant eenzelfde korting extra. De CPNB zorgt voor het promotiemateriaal en publiciteit via de media met een sterk accent op lokale media. Ook de afspraken over de kortingsarrangementen met landelijk externe partners, en waar nodig met lokale partners, worden door de CPNB gemaakt.

De campagnefocus ligt op klantengroepen met veel belangstelling voor het lezen en kopen van boeken, op de assortimentsboekhandel en op partners in de cultuursector. Met een uitgekende mediamix wordt voor publiciteit gezorgd

Het oorspronkelijke voorstel dat ik in mijn brief van 15 juli 2016 voorlegde kende een belangrijke beperking. Hierin werden exclusieve internetboekhandels en boekverkopers met een assortiment van minder dan 1.000 titels uitgesloten van de kortingsacties. Hiermee heeft uw Kamer ingestemd. De toelating van dergelijke grote marktspelers, die op landelijke schaal opereren, (naast de internetboekhandel ook supermarkten, drogisterijketens etc.) zou namelijk de concurrentiepositie van de assortimentsboekhandel schaden en daarmee het beoogde doel van de motie in gevaar brengen. Bij de voorbereiding van de wetswijziging bleek de uitsluiting van de twee genoemde groepen boekverkopers op grond van deze redenering mededingingsrechtelijk gezien op onoverkomelijke bezwaren te stuiten. De uitsluiting zou de concurrentie verstoren en niet sporen met een marktinnovatief beleid. Bovendien waren de veronderstelde schadelijke effecten van insluiting niet aangetoond. Daarop is gezocht naar een oplossing binnen de huidige wettelijke kaders. Dat bleek mogelijk.

Mijn conclusie is dat het nieuwe plan voornamelijk voordelen kent. De CPNB-campagne kan namelijk al begin 2018 van start gaan onder de huidige regelgeving. Daarnaast is evident dat acties die door de CPNB worden begeleid en gepaard gaan met de nodige publiciteit in de media een grotere impact zullen hebben dan los van elkaar staande promotieacties van individuele boekhandels. Ook de voorkeur voor culturele arrangementen vind ik een pluspunt. Ik benadruk dat hoewel de campagne collectief wordt georganiseerd de wensen van de lokale boekhandels leidend blijven.

Ik vertrouw erop dat de campagne de lokale assortimentsboekhandel ten goede zal komen.

De Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
M. Bussemaker