



VERRASSEND GENOEG TOON DALENDE E-BOEKVERKOPE 'N NEIGING
TERUG NA DIE GEDRUKTE BOEK.

Ink en papier is steeds hier



DIt is koud buite. 'n Jong meisie het pas gaan stort ná haar hokkiewedstryd. In nagklere wat sy by haar pa gesteel het, plus 'n dik kamerjas en skaapvelpantoffels, loop sy sitkamer toe. Daar staan 'n beker warm sjokolade vir haar en wag. Langs die stomende beker lê haar slimfoon en 'n kraaknuwe sagteband.

Kyk mooi wat volgende gebeur: Sy skuif reg, neem versigtig 'n sluk van die sjokolade... en tel die boek op.

Ja, jy het reg gelees. Statistieke toon dat jongmense weer papierboeke lees. Hulle is nie die enigste nie, maar verreweg die grootste groep wat e-boeke die rug keer.

Hierdie neiging geld alle lande, maar in die VSA, wat die markleier in e-boekverkope is, is die skuif dramaties.

In April 2016 het die Association of American Publishers (AAP) bekend gemaak dat e-boekverkope

in die kinder-en-jeugmark in 2015 met 43,3% afgeneem het, terwyl sagtebandverkope in daardie segment met 9,5% toegeneem het. In die mark vir volwassenes het papierboeke se verkope met 16% toegeneem, terwyl e-boekverkope met 9,5% afgeneem het.

Die boeknavorsingsgroep Codex is aangestel om uit te vind wat aangaan, maar in Junie 2016 het *Publishers Weekly* reeds aangekondig 37% van digitale inboorlinge is skermvoos; hulle ly aan *digital fatigue*. Jonger mense wil soms wegbreek van hul skerms. Dié versugting hoor 'n mens onder ander groepe ook, maar minder onder ouer mense: In die groep 65 en ouer het net 15% van die respondente aangedui dat hulle skermvoos is.

Hendri Warricker, bemarkingsbestuurder by LAPA Uitgewers, vergelyk hierdie fenomeen met die terugkeer na langspeelplate. Dit is die jongmense, dié wat nog net van Woodstock gehóór het, wat die grootste swaai na outydse plate maak. En dis einste groep wat nou weer die towerkrag van 'n boek ontdek.

Bronne: 1 DBW, 2016, *Ebook Sales Declined in 2015; Digital Audio Continued Growth*; 26 April 2016 (<http://www.digitalbookworld.com/2016/ebook-sales-declined-in-2015-digital-audio-continued-growth/>)
 2. Jim Milliot, 2016, *As E-book Sales Decline, Digital Fatigue Grows*; 17 Junie 2016 (<http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/retailing/article/70696-as-e-book-sales-decline-digital-fatigue-grows.html>)
 3. Roger Warner, 2016, *The future is digital book discovery, not distracting gimmicks*, 21 Desember 2016 (<http://www.thebookseller.com/futurebook/future-digital-book-discovery-not-distracting-gimmicks-449971>)

Gehalte

Tradisionele uitgewers spandeer groot bedrae geld aan marknavorsing, redigering en proefleeswerk. Die lesers weet: Die uitleg sal goed wees; die taalgebruik keurig; en die storie sal waarskynlik dit wees wat hulle beloop is.

Amazon.com, weer, se tamaai groei as e-platform het regstreeks te make daarmee dat absoluut enigeen hul skryfsels kan publiseer. Talle uitgewers weet van boeke wat afgekeur is en dan dadelik, sonder 'n proefleser of redakteur se oog, op Amazon gelaai en verkoop is.

Digitale inboorlinge is baie bewus van vals nuus en hulle sien swak gehalte ook raak. Platforms soos Goodreads word druk besoek en wanneer hul vriende 'n boek aanbeveel, dan koop die digitale inboorling dit.

Prys

Prys speel altyd 'n rol in mense se kooppatrone, daarom het Amazon se Jeff Bezos vir jare e-boeke teen 'n verlies verkoop. Op hierdie manier het hy markpenetrasie verkry en die drogbeeld geskep dat e-boeke goedkoop is. Tradisionele uitgewers was woedend, want dit kos net soveel om 'n e-boek te vervaardig as 'n papierboek. Bezos het egter volgehou daarmee, totdat die wêreld se grootste uitgewers gedreig het om nie meer boeke aan hom te lewer nie.

Deesdae weier die samestellers van die topverkoperlyste ook om hul tyd op verkoopfoefies te mors. Boeke wat teen 'n te lae prys verkoop word, kom gewoon nie meer in aanmerking nie.

Bezos moes bes gee en vandag is e-boeke se prys mededingend. Die jong, digitale inboorlinge gebruik hul foon om te sien wat hul maats aanbeveel en koop dan die sagteband, wat uitstekende waarde vir geld bied.



Toestelle

Hoe ouer 'n leser van e-boeke is, hoe groter is die kans jy hulle met 'n e-leser, wat nie vir ander goed gebruik kan word nie, sal sien sit. Die jonger generasie is agnostici; hulle wil toegang hê tot vermaak, maar sonder om platform-afhanklik te wees.

Amazon is die grootste rede waarom die VSA die res van die wêreld so ver voor is in e-boekhandel. Die Kindle, Amazon se geesteskind, bly een van die beste e-lesers, maar sy verkope neem skerp af. Tablette word deesdae goedkoop, soms selfs gratis, aan selfoonkliënte gegee, terwyl die Kindle duur is.

Om die jonger generasie ter wille te wees moes Amazon die Kindle-app aflaaibaar op enige tablet en slimfoon maak, hetsy dit op 'n Apple-, 'n Android- of 'n Windows-platform loop.

Die ouer generasie, wat ten duurste 'n Kindle gekoop het, klou nog vas, maar *Publishers Weekly* se 2016-peiling toon dat slegs 7% van e-boekkoppe nog uitsluitlik op 'n e-leser lees. Daardie 7% koop egter 10% van alle e-boeke.

Peter Hildick-Smith, president van die Codex-groep, sê Amazon se probleem gaan groter word, want 27% van alle respondente het reeds 'n tablet én 'n e-leser. En hierdie groep koop 49% van alle e-boeke.

Gaan 'n Kindle vervang word as

hy breek? Codex se bevinding is: Onwaarskynlik.

Die jonger generasie doen alles op 'n slimfoon; 11% van die respondente besit nét 'n foon. Hulle is 24 uur aanlyn, maar dié groep se totale aankope was in 2016 slegs 3% van die e-boekmark. Hulle koop weer papierboeke.

Die Codex-verslag lui: “Die aandeel gedrukte boeke wat aangekoop is, was die hoogste onder die swaarste skermgebruikers, die ‘digitale inboorlinge’, tussen 18 en 24 jaar oud (83%), en die laagste (61%) onder 55- tot 64-jariges.”

Vir 'n agnostiese mark is papier net nog 'n platform. Maar dit is een wat nie laaiers, data of wifi nodig het om te kan werk nie.

Soos Roger Warner van die aanlyn tydskrif *The Bookseller* sê: “Die beste manier om 'n boek te lees, is in afsondering; sonder dat jou aandag deur 'n magdom bits en bytes afgelei word.” ♡

DEUR IZAK DE VRIES EN
 HENDRI WARRICKER
 ILLUSTRASIES: MIEKE VAN DER MERWE