

IEF 16134

Geplaatst op vrijdag 22 juli 2016

Door; Joost Poort, [IViR](#).

## Auteursrechtdebat: Joost Poort - De ontvlochten uitgeverij



In de jaren 90 was 'ontvlechting' (of unbundling) een sleutelbegrip bij het omgooien van de marktordening van bijvoorbeeld de spoorwegen en energiemaatschappijen. Delen van de productieketen die een natuurlijk monopolie vormden, zoals het spoornet en de energienetten, werden gescheiden van de delen waar concurrentie mogelijk zou moeten zijn, zoals de levering en productie van gas en elektriciteit. Mislukte voorbeelden van ontvlechting hebben ervoor gezorgd dat ontvlechting bij velen in een kwaad daglicht is komen te staan. Denk bijvoorbeeld aan het spoor, waar het feitelijk leidde tot twee monopolisten die tot elkaar veroordeeld waren als de ontsnapte gevangenen John Jackson en Noah Cullen in de filmklassieker *The Defiant Ones*. Met enige regelmaat klinkt in politiek en maatschappij de roep om NS en ProRail weer samen te voegen.

Toch komt ontvlechting niet alleen maar uit de koker van Brusselse en Haagse bureaucraten. Ontvlechting van dienstverlening is iets waar we als consumenten dol op zijn. We betalen niet graag voor diensten waar we geen gebruik van maken omdat we ze niet nodig hebben of ze liever zelf regelen. Denk aan zorgpolissen zonder kraamzorg, vliegtickets zonder ruimbagage en een verkoopmakelaar die alleen wordt ingezet om het huis op Funda te zetten.

En dan is er nog een derde, technologisch gedreven kracht achter ontvlechting. John Coase stelde zich in 1937 in zijn baanbrekende artikel *The nature of the firm* de vraag waarom bedrijven eigenlijk bestaan. Het antwoord is – kort gezegd – door transactiekosten. De kosten van het telkens

zoeken van de juiste samenwerkingspartners, het onderhandelen over contracten en het maken van werkafspraken zorgen ervoor dat een bedrijf voor veel productieprocessen een efficiënte organisatievorm is. Het spiegelbeeld van dat inzicht is dat een sterke daling van transactiekosten, bijvoorbeeld door technologische ontwikkelingen, de structuur en omvang van bedrijven ernstig onder druk zet.

### **Ontvlechting van inhoud en drager**

Die druk is niet ongemerkt voorbij gegaan aan uitgevers en anderen die hun geld verdienen met de exploitatie van auteursrechtelijk beschermde werken. Martijn David [IEF 15793] beschrijft op Auteursrechtdebat hoe de uitgever ooit tevens drukker en boekverkoper was. Die tijd ligt al ver achter ons. Maar sinds de eeuwwisseling is er – sterk ingegeven door digitale ontwikkelingen – veel meer aan de hand. Of het nu om boeken, kranten, muziek of film en video gaat: door digitale distributie is de boodschap in toenemende mate losgeweekt van zijn drager. In 2015 kwam voor het eerst meer dan de helft van de wereldwijde omzet in de muziekindustrie uit downloads en streams (1). De opmars van het e-boek in de VS lijkt sinds 2012 te stagneren rond 20% van de marktomzet(2) en in Nederland ligt dat voorlopig nog lager, maar ook 20% is niet bepaald verwaarloosbaar en in sommige deelmarkten is dat aandeel flink hoger. De videotheek is al een tijdje uit het straatbeeld verdwenen en ook de DVD-verkoop loopt met tientallen procenten per jaar terug. Banden en schijfjes hebben plaats gemaakt voor video on demand en Netflix. Kranten worden eveneens steeds vaker digitaal geconsumeerd en zelfs hoofdredacteur Philippe Remarque [IEF 15691] van de Volkskrant onderkent op dit forum dat het voor de hand ligt dat de papieren krant ooit verdwijnt.

### **Ontbundeling en herbundeling**

Die ontvlechting van medium en message maakte een tweede, inhoudelijke ontvlechting mogelijk. Uitgevers – vooral van kranten en muziekalbums – hadden zich in de loop der tijd ontpopt tot notoire koppelverkopers: populaire muziek was voornamelijk te koop in bundels van pakweg twaalf tracks, gedrukt nieuws in bundels ter grootte van een krant of tijdschrift. Films waren in de bioscoop en op DVD los te zien, maar series en andere programma's werden gebundeld in tv-zenders, die op hun beurt door kabelbedrijven werden gebundeld in zenderpakketten. De economische theorie leert dat bundeling, juist van goederen of diensten die aansluiten bij heel verschillende voorkeuren, vaak veel winstgevender is dan losse verkoop, zelfs tegen monopolieprijzen(3). Dat is zeker het geval wanneer de kosten van het bedienen van een extra klant verwaarloosbaar zijn, zoals bij digitale content. De consument is vaak juist minder goed af en vraagt zich af waarom hij toch zoveel tv-zenders ontvangt waar hij nooit naar kijkt. Toen iTunes in 2003 van start ging, brak het nadrukkelijk met deze traditie en bood het de mogelijkheid om van muziekalbums niet alleen de door de uitgever geselecteerde singles los te kopen, maar iedere track. Blendle doet dit – tot dusver met een minder disruptief effect – voor

geschreven nieuws. En onlangs kondigde Staatssecretaris Dekker – a little late to the party – aan dat het maar eens afgelopen moest zijn met de bundeling van tv-zenders in standaardpakketten.

De tegenbeweging lijkt echter al weer dominant. Juist in een tijd dat de technologische noodzaak van bundeling ontbreekt, prefereren steeds meer consumenten Spotify boven iTunes en Netflix boven losse video on demand. Tegenover het evidente voordeel voor rechthebbenden om tijdelijke toegang te verkopen in plaats van 'eigendom' van een drager of bestand dat ook nog eens op de tweehandsmarkt kan belanden, staat het voordeel voor consumenten van een vrijwel onbeperkt aanbod tegen vaste voorspelbare kosten. Zo herrijst bundeling als model om de transactiekosten weg te nemen van steeds een nieuwe aankoopbeslissing voor een klein bedrag. Een model waarvan vooral een paar grote platforms van profiteren en dat lijkt te werken voor alles behalve de meest waardevolle content, die uniek genoeg is om zich te onttrekken aan de 'commoditization' van content in oneindige bundels. Zo hield Adele haar nieuwste Album '25' een half jaar van Spotify om de losse verkoop te stimuleren en ook Taylor Swift is nog amber te beluisteren op Spotify. De content die zich aan die bundels onttrekt, is echter ook het meest kwetsbaar voor illegale verspreiding.

### **Ontvlechting van functies en rollen**

Op andere punten in de keten zijn de productiekosten en de transactiekosten eveneens scherp gedaald, met disruptieve gevolgen voor uitgevers en exploitanten in de auteursrechtsectoren. De kosten om een technisch acceptabel muzieknummer op te nemen zijn gekelderd. Hetzelfde geldt voor de kosten om een boek te vervaardigen. Voor e-boeken geldt dat nog het sterkst, maar printing on demand is eveneens zeer betaalbaar geworden. Ook de transactiekosten om het publiek te bereiken zijn dankzij internet en sociale media scherp gedaald. Dit zet de bundeling van diensten die uitgevers bieden onder druk op een manier die veel lijkt op wat er met huizenmakelaars is gebeurd.

Wat blijft dan de kernfunctie van de uitgeverij, de makelaar in auteursrechtelijk beschermd materiaal? David vat de rol van de uitgever samen als 'financieren, verrijken en vermarkten.' Binnen deze taakopvatting mag het geen verrassing zijn dat uitgevers zich bedreigd weten door partijen als Amazon, Apple en Google, die in ieder geval op de punten financieren en vermarkten veel sterker staan met hun diepe zakken en griezelig veel kennis over hun huidige en toekomstige klanten. Bovendien zijn dit juist de rollen die sterk onder druk zijn komen te staan door de gedaalde productie- en transactiekosten.

Remarque stelt dat er behoefte blijft bestaan aan duiding, selectie en onderzoek door betrouwbare journalisten. Selectie en autoriteit zijn ook nog altijd sterke troeven voor bijvoorbeeld literaire en academische uitgevers, maar laten zich eenvoudig ontvlechten van alle andere rollen die uitgevers graag op zich nemen. Daar is geen groot kantoorpand nodig, zo laat bijvoorbeeld het collectief Bellingcat zien. Auteurs zullen zich bovendien in toenemende mate afvragen wat ze ervoor terug

krijgen. De Amerikaanse website [authorearnings.com](http://authorearnings.com) laat zien dat in mei 2016 43% van de op Amazon verkochte e-boeken in eigen beheer was uitgegeven. In termen van bruto omzet was dit slechts 25%, maar gemeten naar inkomsten voor auteurs zo'n 48%. Het spiegelbeeld van deze cijfers is leerzamer. Boeken uitgebracht door uitgeverij – inclusief Amazon zelf – waren nog altijd goed voor 57% van de verkochte titels en 75% van de bruto omzet maar slechts voor 53% van de inkomsten voor auteurs. De uitgeverij leverden dus wel degelijk toegevoegde waarde, maar de auteurs zagen daar per saldo minder dan niets van terug. Er valt dus nog veel te ontvlechten.

*(1) IFPI (2016). IFPI Global Music Report. Music consumption exploding worldwide. State of the industry overview 2016.*

*(2) Association of American Publishers (AAP) (27 January 2016). AAP StatShot: Publisher Net Revenue from Book Sales Declines 2.0% Through Third Quarter of 2015, Press release.*

*(3) Voor een klassiek artikel hierover, zie: W.J. Adams & J.L. Yellen (1976) "Commodity Bundling and the Burden of Monopoly." Quarterly Journal of Economics 90 (3): 475–98.*