

POLICY BRIEF #63

14 november 2022

Wat kunnen online fan platformen betekenen voor de Europese uitgeversector?

Iris Jennes, Thomas Van Dam, Wendy Van den Broeck, Elias Blanckaert



De term prosumer is een fluïde begrip dat verwijst naar een ruime groep van *actieve (media)gebruikers* die bijdragen tot een product of dienst. Deze policy brief geeft inzicht in hoe

de boekenindustrie prosumer data kan inzetten om meer inzichten te krijgen in de beleving van lezers. Het onderzoek dat hier gepresenteerd wordt, vond plaats in het kader van het project Möbius. Het doel van Möbius is om de Europese boekenindustrie te moderniseren door de traditionele waardeketen en businessmodellen te hertekenen. Het wil daarbij de leesbeleving verrijken met nieuwe, *immersieve* media-ervaringen. Het project is gesteund door de Europese Commissie via het Horizon 2020 programma¹. Om tot de onderstaande inzichten te komen werden 15 Europese uitgevers, 17 leden van het project Möbius, en zes prosumers (fan fictie) bevestigd via kwalitatieve interviews, groeps gesprekken en workshops.

Highlights

- De Europese boekensector worstelt met een onevenwicht in marktinzichten ten opzichte van internationale platformen zoals Amazon
- Er is nood aan nieuwe data gerelateerde inzichten over lezer en hoe ze interageren met boeken
- Data over interactie van lezers en prosumers op toegewijde platformen (i.e. prosumer data) kan nieuwe en nuttige inzichten opleveren voor uitgevers om hoofd te bieden aan digitale uitdagingen en concurrentie van internationale spelers
- Samenwerking en innovatie tussen uitgevers en gerelateerde partners binnen de Europese- en nationale markten is cruciaal

De Europese boekenmarkt staat bekend als een innovatieve sector. In het digitale tijdperk wordt verwacht van de traditionele uitgevers te evolueren naar cross-media uitgeverijen die naast hun papieren aanbod ook e-boeken, audioboeken en interactieve boeken op de markt brengen. Tegelijkertijd leidt **digitalisering tot verschillende uitdagingen** waar de Europese uitgevers mee moeten omgaan. Zo moeten ze nu ook in concurrentie treden met 'Very Large Online Platforms' zoals bijvoorbeeld Amazon en lokale giganten zoals Bol.com. Een platform als Amazon is aantrekkelijk voor uitgevers, schrijvers en lezers omdat het zowel wereldwijd actief is en dus toegang geeft tot een divers aanbod (voor lezers) en een diverse markt en publiek (voor aanbieders). Daarnaast heeft Amazon door verticale integratie ook een stevige positie

¹ Meer informatie via <https://mobius-project.eu/>.

weten innemen in de markt op vlak van *devices* (Kindle) en *e-books* en audioboeken (Audible). Het platform kan daardoor **verkoopdata combineren met zeer gegeerde gebruikersdata**. Deze inzichten zet het dan ook succesvol om naar aanbevelingen en verbeteringen in het aanbod. Dezelfde data zijn echter beperkt beschikbaar voor de uitgevers in de markt.² Er ontstaat dus een onevenwicht in de markt³ waarbij lokale Europese uitgevers niet met gelijke kennis en middelen hun aanbod op de markt kunnen brengen.

Anderzijds is het belangrijk om **relevant te blijven voor een jong lezerspubliek**. Een specifieke groep van lezers is online zeer actief en creatief met de inhoud van populaire boeken. Op verschillende online fora gaan fan fictie schrijvers als ‘*prosumers*’ aan de slag met de personages en inhoud van de boeken om de verhaallijnen levend te houden.⁴ Intussen is er ook ruimte voor samenwerking met zogenaamde *prosumers* of fan fictie schrijvers, waarbij succesvolle fan fictie schrijvers uitgroeiden tot succesvolle auteurs in de traditionele zin van het woord werden.⁵ De vraag rijst echter op welke manier de *prosumer* duurzaam kan bijdragen aan de Europese uitgeverssector. Wat is de rol van *prosumers* in de (Europese) uitgeversmarkt? En wat is het belang van *prosumerdata* voor de Europese uitgeversmarkt?

1. Wat is een prosumer?

In de context van de media-industrie wordt het begrip *prosumer* gebruikt om te verwijzen naar het samensmelten van de rol van de gebruiker en maker van media content. Problematisch aan het gebruik van de term *prosumers* –met name in de mediasector- is dat de bijdrage van *prosumers* geen specifieke definitie kent, waardoor snel verwarring kan ontstaan^{6 7}. *Prosumers* verschillen in elk geval van professionals en gebruikers doordat ze vrijwillig een actieve en creatieve rol aannemen. Hier komt dus ook geen economische vergoeding aan te pas⁸. Toegepast op de mediasector zien we creatieve bijdragen (bijvoorbeeld op fan fictiefora) waarbij *prosumers* zelf de pen in handen nemen en hun eigen verhalen neerpennen, gebaseerd op bestaande verhaallijnen. Maar wat dan met andere vormen van interactie, zoals het plaatsen van een comment op sociale media, het schrijven van een blogpost of een recensie? Uit de gesprekken met de uitgeversindustrie blijkt er onderling weinig discussie over de definitie van *prosumer*. De uitgevers en de leden maken tijdens de gesprekken een onderscheid tussen *influencers*, *prosumers* en *self-publishers*. Daarbij staan de volgende kenmerken centraal:

- (1) de aard van de bijdrage: bestaat de geleverde bijdrage uit interactie met bestaande content (*influencer*) of gaat het om een creatie op basis van bestaande content (*prosumer*),
- (2) de ambitie van wie creëert: de wens om als schrijver je brood te verdienen alsook de nood om controle te houden over de intellectuele eigendomsrechten is een belangrijk verschil tussen *self-publishers* en *prosumers*. Een auteur die bijvoorbeeld een korte roman schrijft en deze uitbrengt via Amazon, valt in de categorie ‘*self-publishers*’.

² FEP. (2017). R2.1 ANALYSIS OF THE STATUS QUO AND OF THE STRATEGIC PROSPECTS WITH REGARD TO THE PUBLISHING SECTOR (DIFFICULTIES, CHALLENGES AND OPPORTUNITIES). <http://www.erasmus-asap.eu>

³ Benhamou, F. (2015). Fair use and fair competition for digitized cultural goods: the case of e-books. *Journal of Cultural Economics*, 39(2), 123–131. <https://doi.org/10.1007/s10824-015-9241-x>

⁴ Olin-Scheller, C., & Wikström, P. (2010, March). Literary Prosumers: Young People’s Reading and Writing. *Education Inquiry*, 1(1), 41–56. <https://doi.org/10.3402/edui.v1i1.21931>

⁵ Jones, B. (2014, March 15). Fifty shades of exploitation: Fan labor and “Fifty Shades of Grey.” *Transformative Works and Cultures*, 15. <https://doi.org/10.3983/twc.2014.0501>

⁶ Izvercian, M. and Seran, S.A. (2013), “The Web 2.0 and the globalization impact on new consumer emergence and classification”, Proceedings of the International Conference on Education, Management and Social Science, Tianjin, 22-23 August.

⁷ Seran, S., & Izvercian, M. (2014). Prosumer engagement in innovation strategies: The prosumer creativity and focus model. *Management decision*.

⁸ Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>

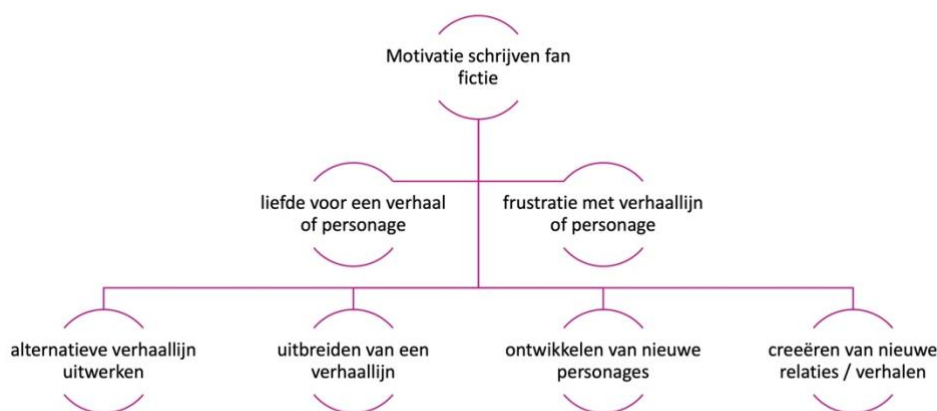
De onderstaande tabel geeft de kern van de definitie van een *prosumer* weer, in vergelijking met *influencers* en *self-publishers*.

	Influencer	Prosumer	Self-publisher
Aard van de bijdrage	Becommentariëren, aanprijzen, delen.	Creatie van eigen content op basis van bestaande IP	Creatie van eigen content met maximale controle over eigen IP
Ambitie van creator	Promoten, delen	Diepgaand engagement met bestaande personages en verhalen en voor de <i>prosumer</i> gemeenschap	Schrijven als hoofdberoep
Incentive	Betaling en bevestiging van community	Bevestiging van community / verhaallijnen verderzetten	Betaling / erkenning als schrijver
Platformgebruik	Platformen gericht aan een breed publiek zoals TikTok of Instagram	Platformen gericht aan een nichepubliek van peers zoals AO3	<i>Self-publishing</i> platformen zoals Amazon Kindle

Tabel 1: Overzicht verschil influencer, prosumer en self-publisher

Dezelfde elementen komen terug in het groeps gesprek met de *prosumers*. Voor de fanfictie liefhebbers die deelnamen aan onze discussie valt er een duidelijk onderscheid te maken tussen **fanfictie en 'traditionele' (professioneel uitgegeven) boeken.** " [...] *ik denk dat mensen zich anders met fanfictie bezighouden dan met romans en zo. In fan fictie lees je andere genres dan in romans.*" (Cathy, 20, fanfictie groepsinterview)"

Hier vermelden respondenten dat ze verwachten dat **fanfictie verhalen laagdrempelig** zijn. Zowel het lezen als het schrijven van fanfictie moet voor hen gemakkelijk toegankelijk zijn. "[...] *lezers vinden de fanfictie gemeenschap leuk omdat het zo makkelijk toegankelijk is en alles, en dat is waarom mensen het leuk vinden en waarom er zoveel mensen zijn die het lezen.*" (Gaby, 24, fan fictie groepsinterview). Als gevolg verwachten ze ook minder kwaliteitsvolle content in vergelijking met professioneel uitgegeven boeken, maar meer relatiegerichte verhaallijnen die het universum of de karakterontwikkeling van een bepaald verhaal uitbreiden. Onderstaande figuur geeft weer welke motivaties de respondenten gaven voor het schrijven van fanfictie.



Figuur 1: Motivaties respondenten

2. Wat is de rol van de prosumer in de Europese markt?

Het onderzoek bevestigde het **belang van toegang tot data voor de Europese uitgevers**. Traditionele Europese uitgevers hebben slechts beperkt toegang tot concrete consumenten- en verkoopdata en kunnen hier dus ook moeilijker inzichten uithalen. *“The problem with Amazon is that it takes until the 20th of the second month until you get the sales data. So, that means you're flying blind”* (Industriepartner Möbius D, 28 januari 2022).

De doorsnee Europese uitgever heeft bovendien weinig tot **geen toegang tot data met betrekking tot hoe lezers omgaan met content**, die wordt verzameld door bedrijven en diensten zoals Amazon Kindle. *“Amazon has e-book readers and they see exactly where readers stop, what sort of content they select, how many and how often they read. Of course, Amazon doesn't give this data to us, but nevertheless it would be interesting for our planning to have access to this data [...]”* (Industriepartner Möbius D, 28 januari 2022).

Onderstaande tabel geeft weer welke data de bevroegde uitgevers krijgen en waar ze zelf lacunes detecteren.

Soort gegevens	Beschikbaarheid voor uitgevers	Bron
Verkoopsdata	ja	Retailers (zoals Amazon)
Leesgedrag	nee	Platformen, aanbieder van e-books, device owners (zoals Amazon)
Demografische gegevens	nee	Retailers, platformen

Tabel 2 Overzicht gegevens

Daarnaast geven de respondenten ook aan dat *prosumers* momenteel geen grote rol spelen in hun creatieve of business-processen. *Prosumers* lijken voor de industrie in eerste instantie relevant in het ondersteunen bij het **bouwen van gemeenschappen** rond verhalen en het promoten van content via sociale media. Dit is opvallend omdat deze tegenstrijdig lijkt met de definitie van *prosumers* en het verschil tussen *prosumers* en *influencers*. *“You start to see some proactive consumers talking with the publishers, voicing their opinions about the content to the publishers. [...] I think we start seeing something on social media, on our Instagram and other specific platforms, but nothing significant.”* (Uitgever lidstaat C, 28 juni 2021)

Net doordat *prosumers* en *prosumer content* zoals fan fictie nog steeds onbekend terrein zijn voor de uitgevers, is er weinig aandacht voor hun potentiële waarde. Een mogelijke verklaring voor die visie is de verwevenheid van de fanfictie met een beperkt aantal zeer populaire boeken en verhalen: *“The attraction or the interest in certain authors or works is not linear but exponential. That means Harry Potter content is 50% of everything that is being written. [...] these topics go through the roof and they take 80-90% of all the attention.”* (Industriepartner Möbius D, 28 januari 2022)

Momenteel kijken uitgevers voornamelijk naar **verkoopcijfers uit het verleden**, zoals deze respondent aangeeft: *“[So, if] people are talking about a book about anxiety and if it's a growing number of people, maybe it's a growing number of interest. I think the past sales of books or the past comments of books indicate the trends of future publishing initiatives. We do that with sales, but we don't predict it with consumer information. But it is interesting as well. Not specifically only titles, but also genres and authors.”* (Holding groep – uitgevers EU lidstaat A, 29 januari 2022).

Hoewel de respondent het hier heeft over gesprekken over boeken, kan er ook analyse gedaan worden naar de **thema's en emoties binnen fanfictie verhalen zelf**. Op die manier zouden inzichten uit de creatieve bijdragen van *prosumers* namelijk kunnen worden ingezet als voorspellend voor trends in de boekenmarkt, zowel voor fictie als voor non-fictie. Onderstaande tabel geeft vat het potentieel van prosumer-data volgens de betrokken stakeholders weer.

Prosumerdata kan allerlei inzichten van de **consument** weergeven, o.a. het leesgedrag, demografische informatie en de (online) interacties tussen lezers (i.e., comments, likes, shares, etc.).

Prosumerdata kan inzichten weergeven omtrent welke **trends** in soorten content en genres populair zijn binnen de fictie gemeenschap, maar ook welke emoties en personages, waardoor de mogelijkheid ontstaat om toekomstige trends te spotten, en waardoor uitgevers sneller kunnen inspelen op de verwachtingen van de lezers.

Prosumerdata kan bijdrage tot de ontwikkeling van een **aanbevelingssysteem** dat lezers voorzien van nieuwe content die aansluit bij hun leesprofiel.

Tabel 3 Opportuniteiten prosumer data

Daarnaast zien we ook enkele belangrijke uitdagingen. Als keerzijde van de laagdrempeligheid van de platformen bleek er volgens alle respondenten **een gebrek aan kwaliteitsvolle content**, waardoor de waarde van de bijdrage in de ogen van uitgevers eerder laag is. Ook heeft het grote scala aan content slechts een **beperkte toepassing** in vergelijking met het totale aanbod op de boekenmarkt: een groot deel van de fictie bouwt voort op slechts een paar bestsellers.

3. Aanbevelingen en volgende stappen

We stellen vast dat het moeilijk is aan te kaarten hoe de *prosumer* op een *duurzame* manier kan **bijdragen aan inzichten en innovatieve toepassingen in de Europese uitgeversector**. Bovendien zien we ambiguïteit in de manier waarop de uitgeverindustrie de *prosumer* definieert en de visie van uitgevers op de mogelijke rol van *prosumers* in de waardeketen. Waar de definitie een duidelijk onderscheid aangeeft tussen *prosumer* en *influencer*, worden er bij de bespreking van de mogelijke rol van de *prosumer* vooral bijdragen aangehaald die aansluiten bij het profiel van *influencers*. Hier is het van belang om bij het opzetten van vervolgonderzoek ook na te denken over de implicaties op niveau van businessmodel-innovatie en remuneratie van *prosumers* voor het aanleveren van hun creatieve bijdrage en content.

Aanbeveling 1 – Betrek prosumer inzichten

Uitgevers doen er goed aan om het heft in eigen handen te nemen als het gaat om data en vinger aan de pols houden bij wat lezerspubliek doet, om alternatieven te zoeken om de grote spelers het hoofd te bieden. Daarvoor kan het interessant zijn om verder te kijken dan verkoopcijfers, maar ook door prosumers gegenereerde content op andere platformen mee te nemen in het beslissingsproces.

Aanbeveling 2 – Samenwerking is cruciaal

Samenwerking tussen spelers is essentieel om innovatie in de sector te verwezenlijken, met name als het gaat om data analyse en het leren kennen van lezerspubliek. Andere sectoren (zoals bijvoorbeeld televisie) ondervinden nadelen van fragmentatie van platformen, met name wanneer ze de concurrentie willen aangaan met grote platformen.

De volgende stap in Möbius is het ontwikkelen en testen van de 'Prosumer Intelligence Toolkit', een dashboard dat inzichten weergeeft op basis van data uit bestaande fictie communities. Deze toolkit zet de content om naar een aantal interessante prosumer data:

Fandoms	Welke personages, boeken en auteurs staan centraal ?
Interactie	Hoeveel posts / likes / reacties krijgt een verhaal?
Sentiment	Welke gevoelens maakt een verhaal los? Analyse op basis van woordgebruik, schrijfstijl in de reacties op een verhaal van zowel de auteur en lezers
Netwerken	Hoe ziet de community eruit als geheel? Hoe ziet het netwerk van reacties op een specifiek verhaal er uit?
Voorspellen populariteit	Welke verhalen en tags zullen populair worden?

Tabel 4 Impact prosumer data

Ben je actief in de boekensector en wil je weten welke inzichten het dashboard je kan bieden? Geef ons een seintje via thomas.ann.van.dam@vub.be en test als eerste deze 'Prosumer Intelligence Toolkit'.

Iris Jennes is onderzoeker bij imec-SMIT, VUB. Als gebruikersonderzoeker is ze betrokken bij onderzoeksprojecten over gepersonaliseerde en immersieve media-ervaringen. Haar doctoraal onderzoek behandelt de veranderende rol van gebruikers met betrekking tot innovatieve televisiereclame.

Thomas Van Dam is onderzoeker bij imec-SMIT, VUB waar hij gebruikersonderzoek uitvoert verbonden aan Europese onderzoeksprojecten.

Elias Blanckaert is junior onderzoeker bij imec-SMIT, VUB en als onderzoeker verbonden aan Möbius.

Wendy Van den Broeck is professor aan de vakgroep Communicatiewetenschappen van de VUB en unit lead van het Media Innovation and Living Lab unit binnen imec-SMIT, VUB.

Meer weten over Möbius? Zie <https://mobius-project.eu/>.



Dit onderzoek werd uitgevoerd binnen de MILL Unit van imec-SMIT-VUB. De Unit omvat 14 junior en 7 senior onderzoekers en specialiseert zich in Media Innovaties, marketing en Living Lab methodologieën. De unit wordt gecoördineerd door Prof. Dr. Wendy Van den Broeck. Meer informatie: Wendy.Van.den.Broeck@vub.be