Expertpanel - Hans Buskes: Crossmediaal levenselixer uitgevers

09-02-2011 16:16

Wat opvalt aan beide successen is dat het niet om substitutie (x voor y) gaat maar additie (x+y+z, etcetera). Waar het bij ‘x voor y’ gaat om vervanging en qua omzet maximaal hetzelfde, draait het bij x+y+z altijd om integratie en méér omzet. Boekenuitgevers worstelen met dit principe.

Teruglopende boekenverkopen, de komst van e-readers en nog meer de iPad, leiden tot de ontwikkeling van steeds meer epubs. Meestal gaat het echter om substitutie. Lezers verruilen het papieren voor het digitale boek. De laatste vrijwel identiek aan de eerste. Niks mis mee, als uitgevers hiermee de tanende verkoop een halt toe kunnen roepen. Het heeft echter weinig met crossmediaal te maken en creëert geen VOH- of Disney-ervaring en dito succes. Crossmediaal houdt in dat je gebruikers stimuleert om een crossover te maken van het ene naar het andere medium waarbij de boodschap intenser, integraler en interactiever wordt (de 3 i’s).

Een mooi voorbeeld dat het kán, toont De raaf (the raven), zij het dat het om losse, niet-geïntegreerde initiatieven gaat. Het stokoude (1845) gedicht van Edgar Allen Poe is in de loop der tijd verfilmd, op muziek gezet door Lou Reed, recent in boekvorm verschenen met de zeer 'lyrische' illustraties van Mattotti (bekend van graphic novels), er bestaat een interactieve website, en zo meer. Crossmediaal in optima forma met de 3 i's.

Met name binnen het segment business boeken liggen er interessante mogelijkheden. Een recent voorbeeld is een baanbrekend boek van de laatste tijd, het checklist manifest. Het beschrijft hoe ziekenhuizen levens kunnen redden en enorme besparingen kunnen doorvoeren door simpele checklists te gebruiken. Een verrassend boek, maar... met geen enkele checklist! Het vermoeden (gok) is dat de uitgever deze vanwege de omvang heeft willen vermijden in het boek. Ze vormen echter een essentiële en perfecte toevoeging in een epub, website, of mogelijk zelfs app voor de iPad, wat de boodschap versterkt én een nieuw lezerspubliek aanboort: de verantwoordelijken die het willen/moeten invoeren binnen de gezondheidszorg.

Mijn advies aan uitgevers, maak een mindmap. Net zoals Disney deed ruim vijftig jaar geleden (klik hier voor een grotere versie). Met succes.

David Huijzer