

Expertpanel - Pablo van Klinken: Uitgevers volg je markt

13-01-2011 09:07



Om een databank uit te geven moest je dus je in allerhande bochten wringen. De eerste keuze was dat wij, de uitgever bepaalde dat alleen klanten met twee diskettestations onze producten konden gebruiken. Dat was een stap, want lang niet iedere PC gebruiker had al twee diskettestations. De techniek ging snel en binnen twee jaar konden we veilig aannemen dat de meeste klanten een 20 MB Hard Disk in hun computer hadden. Deze beperkingen werden later nog gevolgd door meer opslagruimte, Dos upgrades en later Windows, distributie via downloads en webbased uitgeven.

Wat toont dit voorbeeld aan? Dat elektronisch uitgeven een beperking bevat. Je kan pas een bepaalde technische keuze in je producten doorvoeren indien er voldoende kritische massa aan klanten is die je product kunnen gebruiken. Als je deze les niet ter harte neemt dan ben je geld aan het verbranden. Dat was een populair tijdverdrijf aan het begin van deze eeuw en het lijkt erop dat die tijd weer terugkomt. Als je een Windowsversie van jouw uitgeefproduct wilde ontwikkelen, dan moest je dat pas doen als er voldoende PC-gebruikers waren die van Dos overgestapt waren naar Windows. Of klanten die bereid waren dat te doen voor jouw product. Bovendien was het als uitgever altijd verstandig even te wachten totdat andere spelers in de markt de fouten hadden gemaakt en hun lessen hadden geleerd. Zo verloor het bekende softwarepakket Exact fors marktaandeel door een slechte Windowsversie op de markt te brengen.

Ga je te snel als uitgever, dan ben je voor een zeer kleine doelgroep aan het werk. Ik vergelijk dat altijd met het uitgeven in Esperanto (<http://nl.wikipedia.org/wiki/Esperanto>). Esperanto is een wereldtaal die het mogelijk maakt dat alle burgers op de wereld dezelfde taal spreken. Er zijn alleen heel weinig wereldburgers die deze taal inmiddels machtig zijn. Namelijk maar 2 miljoen. Geen uitgever haalt het dus in zijn hoofd om uit te geven in het Esperanto.

In heel 2010 werden er wereldwijd volgens de meest wilde schatting 6 miljoen Ipad's verkocht. Dat is dan 3x zoveel als er Esperantosprekenden zijn, maar toch zien uitgevers hier de heilige graal. Zij investeren grote bedragen in de Ipad apps.

Samenvattend. Als je nu nog geld in papier steekt dan weet je zeker dat je investeert in een aflopende zaak. Er is een economische theorie die uitlegt dat je dan nog aardig wat kan verdienen. Maar investeren voor de Ipad is op dit moment geld verbranden voor een te kleine markt. Als je nu geld wilt verdienen dan moet je producten ontwikkelen voor webbased uitgeven en mogelijk voor smartphones.

David Huijzer