

Verleden, heden en toekomst!

02-10-2012 08:24

Eerst dan nog een greep uit het zomernieuws.

Natuurlijk de nasleep van het faillissement van de firma Libridis met alle gevolgen van dien, de grote onzekerheid bij en gedurfde doorstart van de firma's De Slegte en Selexyz die gezamenlijk een nieuwe ambitieuze combinatie vormen. Maar ook de faillissementen van lokale boekhandels in alle soorten en maten. Daarnaast gelukkig ook succesverhalen uit de boekhandel. Voorhoeve die ambitieus uitbreidt in Hilversum, lokale nieuwe boekhandels die de sprong durven wagen, de boekverkoper van het jaar die pleit meer dan terecht voor een ruime mate van ondernemerschap in het boekhandelslandschap en de spirituele boekhandels die overleven dankzij de verkoop van non-books.

Uitgeverijen die in moeilijkheden zijn, fuseren, samen gaan of de deuren dienen te sluiten. Zoals het schrijnende faillissement van de collega's bij Maarten Muntinga, Uitgeverij De Boekenmakers die stopt en veel onzekerheid als gevolg van achterblijvende omzetten en onder druk staande rendementen, een veranderend speelveld en het toetreden van nieuwe spelers die de spelregels voor de toekomst mogelijkwijs drastisch zullen veranderen. Ook hier gelukkig positivisme aan de horizon. De ontzettend mooie prestaties van MoMedia op de Duitse markt, de ongekeerde successen van Prometheus met de 50 tinten en een aantal kleinere, flexibele spelers en nieuwkomers die zich met een moderne manier van uitgeven en ondernemen aan de malaise weten te onttrekken.

Naast het zomernieuws dat voornamelijk betrekking heeft op de traditioneel gekende spelers, deze zomer ook – en eigenlijk steeds meer en vaker – berichtgeving over onze nieuwe vrienden. Amazon betreedt waarschijnlijk later dit jaar de Nederlandse markt, Kobo brengt nieuwe readers en een tablet op de markt, Quingo bestormt de markt met de e-book kaarten. Online lezen, cloudreading en het huren van boeken zijn onderwerpen die in het uitgeefvak niet meer weg te denken zijn. De e-book markt blijft groeien, e-tailers zien hun omzetten met procenten tegelijk stijgen. Allerlei kleinere en grotere bedrijven met enorme ambities en plannen bestormen de boekenhemel.

Kortom; het boekenvak staat in brand, het bruist, het leeft, het ontwikkelt zich aan alle kanten, staat in het middelpunt van de belangstelling en meer en meer vraagt het van de spelers visie, durf, uithoudingsvermogen, plannen, ondernemerschap, ambitie en innovatie.

Maar wat was nu het traditionele onderwerp, dat zijn oorsprong heeft in het verleden, sporadisch nog eens opduikt in het heden maar wat gek genoeg links en rechts weer op de agenda staat voor wat betreft de toekomst. En voor mij dus eigenlijk het meest opvallende nieuws – hoe klein ook – van de zomer: 'Lemniscaat gaat voorraad in boekhandel financieren door middel van een soort depot-consignatie constructie'.

OK, de charme van het nieuws is dat uitgeverijen samen met boekhandels de handen ineen slaan om aan alle ontwikkelingen – zoals ook hierboven beschreven – het hoofd te bieden. Maar is dit niet vooral ook de kop in het zand, terug in de tijd en een krampachtige poging om de oplossing voor teruglopende omzetten en rendementen te zoeken op het oude speelveld en door middel van de oude vertrouwde waarheden?

Kijk eens wat er om ons heen gebeurt. Kijk eens naar een kleine willekeurige greep uit het zomernieuws. Er is veel meer aan de hand dan het feit dat een paar boekwinkels niet alle beschikbare titels op voorraad hebben. Gelukkig maar zou ik bijna zeggen. Waar is het ondernemerschap, waar is de visie, waar is het besef dat het

helemaal niet meer gaat om die paar titels die niet in een paar boekwinkels beschikbaar zijn? Het gaat om een totaal veranderende markt waarin alles waarvan we dachten dat het tot voor kort nog soelaas bood niet meer zeker is. Het gaat naast de traditionele handel om nieuwe strategieën, om nieuwe business modellen, om nieuwe producten en diensten, om nieuwe markten en doelgroepen en om een nieuwe toekomst. En ja, het gaat in heel belangrijke mate ook om het bestendigen van de succesvolle lange termijn relaties met de traditionele handelspartners. Maar doe dat dan niet in de vorm van een 'soort van depot-consignatie constructie', maar doe dat in de vorm van strategische partnerships, gezamenlijke sales en marketing plannen, joint-promotions, marktonderzoek- en analyses en vooral veel contact en afstemming voor wat betreft de belangrijkste releases en projecten gedurende het jaar. Natuurlijk speelt de zo geroemde backlist hierin ook een rol.

Dus: verleden, heden en toekomst!

Het verleden is voorbij. Het is niet meer zoals het was en dat geldt dus ook voor de oude spelregels en oplossingen. En wat mij betreft dus ook voor een 'soort van depot-consignatie constructie'.

Het heden betekent opletten, er bij zijn, de bedrijven gezond houden, netwerken, praten en leren van nieuwkomers, nieuwe spelregels en strategieën opstellen met behoud van de specifieke sterktes van de individuele bedrijven.

De toekomst is de uitdaging. Innoveren, durf, visie! Waar gaan we naar toe? Hoe verdienen we straks met onze content nog onze centjes? Waar zitten de nieuwe markten en doelgroepen? Hoe zie onze bedrijven er over een paar jaar uit? De toekomst is spannend en ongewis, maar daar speelt 'soort van depot-consignatie constructie'. Vast geen prominent rol in. Wedden?

Robbert Schuurmans