

# Tom Poes, verzin een list!

14-06-2012 09:22

Wanneer branches als 'radio' en 'televisie' en in mindere mate ook 'de muziekindustrie', die al lang en meerdere keren waren afgeschreven, zichzelf opnieuw kunnen uitvinden, nieuwe business modellen kunnen bedenken en zich kunnen aanpassen aan veranderende omstandigheden en consumentengedrag, waarom zou de markt voor het algemene boek dat dan niet kunnen? Is het zo dat de uitgeverijen en boekhandels te veel in zich zelf gekeerd zijn, te weinig naar buiten kijken en zich te weinig afvragen hoe ze zouden moeten veranderen en vernieuwen? Is het zo dat zij in veel gevallen vasthouden aan de bekende structuren en spelregels? Ik denk inderdaad dat dat in veel gevallen zo is! Ik geloof er namelijk niks van dat de achterblijvende omzetten alleen maar het gevolg zijn van de door de kenners en analisten opgeworpen verklaringen als het weer, de crisis en de lege winkelstraten. Natuurlijk; dit zijn een paar van de belangrijke hoofdredenen, maar het is ook wel heel gemakkelijk om alleen maar naar deze factoren te wijzen. Ik meen dat gebrek aan modern ondernemerschap, innovatie, vernieuwing, visie en durf net zulke belangrijke verklaringen zijn voor omzetverlies bij bepaalde partijen. Er zijn toch namelijk ook vandaag nog steeds uitgeverijen en boekhandels die het goed doen, die beter presteren dan de huidige marktontwikkelingen en, belangrijker nog, beter presteren dan hun directe concurrenten. Terwijl we toch met z'n allen in het zelfde speelveld rond rennen.

Naast de berichten over omzetverlies, onvermijdelijk in de afgelopen periode, ook heel veel berichten van uitgeverijen en boekhandels die reorganiseren, sluiten en/of failliet gaan, terwijl er ook in dezelfde berichtgeving telkens weer melding wordt gemaakt van spelers die ondanks de malaise prima presteren. De overlevers! In dalende markten is het van belang een groter deel van de koek te verkrijgen dan de directe concurrenten. Die partijen die bereid zijn te veranderen en te vernieuwen lukt dat! De verschillen worden dan meteen groot. De overlevers komen in de positieve flow en de traditionele achterblijvers haken stelselmatig af.

Opvallend vond ik bijvoorbeeld in dit kader de verschillende reacties en artikelen naar aanleiding van het faillissement van Libridis. Hele verschillende reacties. Typisch reacties van overlevers, vernieuwers en daar tegenover reacties van achterblijvers. Los overigens van het feit, dat zo'n faillissement natuurlijk dramatisch is voor de betrokken mensen en ook voor uitgeverijen en boekhandels die door het faillissement in de problemen komen, is het namelijk wel opvallend dat er ook genoeg boekhandels en uitgeverijen zijn die hebben geanticipeerd op de veranderde rol van Libridis, die zich hebben voorbereid op de ontwikkelingen in de laatste jaren en maanden en zich dus niet hebben laten verassen door het faillissement. En dus ook niet in grote problemen zijn gekomen. De overlevers. Die boekhandels organiseerden B-routes met het CB, maakten zelf de selecties van hun (kern)assortimenten en onderhielden regelmatig contact met de voor hen belangrijke uitgeverijen en leveranciers. Voor die andere categorie, de afhakers, waren blijkbaar de belangrijkste vragen - volgens de KBB - 'wat doe ik met mijn retouren?' en 'hoe kom ik aan mijn boeken?'.

Ook aan de kant van de uitgevers verschillende geluiden naar aanleiding van het faillissement van Libridis. Uitgeverijen die echt in grote problemen komen, de afhakers, tegenover uitgeverijen die de rol van Scholtens binnen de totale keten op de juiste waarde schatten. Uitgeverijen die reeds sinds langere tijd hun voorraden bij Scholtens beperkten, die selectieve selecties bij Scholtens presenteerden, die Scholtens niet beschouwden als een reguliere en grote klant, maar als het doorgeefluik, de distributeur die zij waren. De overlevers.

Hoe logisch eigenlijk? Maar blijkbaar toch nog niet standaard voor alle boekhandels en uitgeverijen. Daar heb je Tom Poes echt niet voor nodig. Dat is vooruit denken, breder kijken en actief bezig zijn met wat je de hele dag doet. Kortom; modern ondernemerschap, innovatie, vernieuwing, visie en durf!

In binnen-en buitenland zijn voldoende kleine en grote voorbeelden van uitgeverijen en boekhandels die

modern ondernemerschap, innovatie, visie en durf hoog in het vaandel hebben staan en daar ook naar acteren. Laten we ons met elkaar concentreren op die partijen. Laten we daar de inspiratie uit halen en niet uit de partijen die - net overigens als de UEFA bij Euro 2012 - innovaties, vernieuwing, technologische hulpmiddelen, veranderingen van spelregels en speelveld stelselmatig tegen houden.

Het slechtst denkbare scenario binnen de huidige marktontwikkelingen lijkt me namelijk om bekrompen vast te houden aan die fijne oude vertrouwde normen, waarden en spelregels. Tom Poes, of wie dan ook, verzin een list. Verander, vernieuw, investeer en verlaat de gebaande paden.

David Huijzer