End of life producten

28-11-2012 13:47

Van de krant wordt dit ook al meer dan 30 jaar gezegd. En, alhoewel in een glijdende vlucht naar beneden, de krant houdt zich nog aardig staande. Toegegeven, het is een 'end of life' product. Maar zodra de krant echt ophoudt te bestaan (en dat duurt nog wel even, zeker kwaliteitskranten houden het nog wel vol, ik zou er alleen niet in investeren) kan zij bogen op een mooi leven.

Gisteravond zijn wij overvallen. Thuis. Niets ernstigs, geen inbrekers, alhoewel..... Ene Hugo Blom overviel ons, zo vertelde hij ons. Hij probeert ons een end of life product te slijten. De beste Hugo is hoofdredacteur van de VPRO gids. Ene jaren '70 marketeer is op het idee gekomen om de gids - ongetwijfeld in vooraf straf geselecteerde wijken - aan huis te verspreiden om zo proefabonnees te werven. Arme mensen. De VPRO gids is niet zo maar een gids, nee, het is een heus magazine dat op een intelligente manier (haha) ons informeert over de programma's. Zeg maar een academische verhandeling van de hopeloze programma's van Paul de Leeuw en soortgenoten. Daar zijn we nu nèt niet naar op zoek. TV gidsen zijn ouderwets, mijn TV app informeert me namelijk wanneer ik dat nodig acht. Oké, op een wat minder (of juist meer?) intellectuele wijze maar ik ben er happy mee. Het meest wrange is dat al die omroepen ook nog zwaar gesubsidieerd worden door de overheid. De meesten braken pulp uit (VPRO is dan wel weer een positieve uitzondering) en wij betalen daarvoor. Afschaffen!! Terug naar één net met onafhankelijke nieuwsvoorziening, educatieve en culturele programma's en klaar. De rest kan door de shredder of naar de commerciële omroepen (boer zoekt.....). Aardige besparing. Maar ik draaf wat door.

En het papieren boek dan? Ook een end of life product? Ik ben de afgelopen weken overdonderd met allemaal cijfers, trends, ontwikkelingen in de branche. In Nederland, Europa en ver daarbuiten. Doemdenkers die het 'einde ter tijden' aankondigen en alleen maar 'e' kunnen denken. Ontkenners die niet weten wat er gaande is, althans niet weten te acteren op veranderende omstandigheden. Realisten die trends weten te vertalen naar diverse scenario's en daar hun beleid zo goed mogelijk op proberen af te stemmen. Die laatste groep spreekt me aan. De parallel met kranten dringt zich op. Als een piloot die al boven Rome de daling inzet voor Schiphol. Een rustige en soepele en heerlijke daling. Geen last van je oren. Maar tegelijkertijd een sluipmoordenaar. Immers de kikker die in kokend water springt, springt er direct uit (of is gelijk morsdood), de kikker die in steeds warmer wordend water zit, waant zich op een gegeven moment in een behaagelijk warm bad, maar gaat er uiteindelijk aan.

Het grote voordeel voor de boekenbranche ten opzichte van de krantenbranche is dat er logische alternatieven zijn. Een andere drager, andere distributie, andere marketing. De marge vliegt omlaag en er zal veel concurrentie van buiten komen, maar er zijn nog steeds veel kansen. En prima businessmodellen te verzinnen, tussen de reorganisaties door. Online gaat niemand betalen voor nieuws, mensen betalen wel voor e-boeken.

En tsja: het lezen van een papieren boek laat je nog altijd even iemand anders zijn, in een andere wereld, vol met fantasie, geeft je een echt rustmoment, een ontspanning. Dat laat zich niet vervangen..... Toch?!

Ps: het aantal mensen die mij in deze feesttijd toevertrouwen wel boeken te willen, maar dan alleen e-boeken, neemt onrustbarend toe..... ;-)

Peter Paul van Bekkum