

De uitgeverij van de toekomst innoveert nú!

05-12-2012 15:47

Er is op deze plaats al vele malen gesproken over het snel veranderende landschap waarmee de traditionele uitgeverij te maken heeft: online verkopen, veranderend leesgedrag, gevecht om aandacht van de klant en niet te vergeten de economische crisis. Allemaal factoren die er in meer of mindere mate aan bijdragen dat de uitgeverij tien jaar geleden voor heel andere uitdagingen stond dan de uitgeverij van nu, laat staan de uitgeverij van de toekomst.

De 'uitgeverij van de toekomst' is niet alleen een IT-bedrijf, maar ook een uitgeverij die nú al innoveert, experimenteert en leert – bezoekers van InCTspiratie kunnen zich ongetwijfeld herinneren dat ik die 'opdracht' die dag ook heb uitgesproken. Of het nu gaat om betaalsystemen die micropayments mogelijk maken – onmisbaar bij steeds lager wordende e-book- en huurprijzen -, een gedegen crm-systeem zodat we eindelijk eens weten wie onze klanten zijn en hoe we ze optimaler kunnen bedienen, of een werkend platform voor de licentieverlening van e-content én met een werkende leesomgeving: de uitgeverij die daar nú nog niet mee bezig is, loopt straks hopeloos achter de feiten aan; 2012 heeft daar helaas al op gewezen, en dat zal in 2013 niet anders zijn.

Natuurlijk verdwijnt het papieren boek niet, maar het papieren boek wordt wel anders beleefd, gedistribueerd en geconsumeerd. Persoonlijk snap ik het niet wanneer een uitgever besluit de e-versie van een papieren uitgave pas later te laten verschijnen, omdat de papieren uitgave dan meer kans heeft. Om van een app-, huur- of cloudversie nog maar te zwijgen. Met de veranderende rol van de boekhandel, waar veel boeken na een paar maanden alweer worden geretourneerd, is de window of opportunity voor de uitgever wel erg klein geworden. Dat betekent dat juist nu de inspanningen die worden gedaan om een boek onder de aandacht te krijgen, maximaal moeten worden uitgebuit: is een boek op het moment dat de uitgever er – nota bene zelf – aandacht voor creëert niet op zo veel mogelijk manieren beschikbaar, dan moet je niet vreemd opkijken wanneer consumenten dan maar zelf een e-book maken en online zetten, zoals met grote regelmaat van de klok gebeurt. Met andere woorden: de p-versie is maar één van de verschijningsvormen van de uitgave, en die verschijningsvorm zal een steeds kleinere rol gaan spelen, ten koste van elektronische alternatieven. De uitgever van de morgen is dus een IT-bedrijf, die vandaag al een strategie moet hebben uitgewerkt.