

## Crisis? Welke crisis?!

08-06-2012 08:35

Maar het rommelt ook in de rest van de boekensector. De grote educatieve uitgeverij ThiemeMeulenhoff staat in de etalage en moet flink reorganiseren. Een reorganisatie kun je ook zien als inspelen op veranderingen in de markt, maar de huidige crisis geeft wel extra druk. Ook NDC-VBK, het moederconcern van ThiemeMeulenhoff, en zo'n ander groot concern, Wegener, zijn steeds in het nieuws met berichten over reorganisatie en herpositionering.

De gratis krant De Pers heeft ook al moeten stoppen. De lezers hebben nog een hartverwarmende actie opgezet om de krant te behouden, maar het businessmodel zorgde niet voor voldoende inkomsten om het hoofd boven water te houden. Er wordt weliswaar aan een doorstart gewerkt, maar dat zal er waarschijnlijk een zijn met een meer traditioneel model: er zal weer betaald moeten worden voor de content.

Moeten we nu, met al dit nieuws in ons achterhoofd, met z'n allen depressief voor ons uit gaan zitten staren? Moeten we het touw en de doos met slaappillen (spreekwoordelijk natuurlijk!) al klaarleggen? Het antwoord mag duidelijk zijn. Natuurlijk niet!

Wat wel uit al deze berichten blijkt, is dat de tijd van lijdzaam toezien of zelfgenoegzaam afwachten voorbij is. Dat is al een tijdje het geval, maar de wake-up calls van de laatste tijd moeten toch ook de diepst slapende uitgever inmiddels klaarwakker hebben gerinkeld.

Ik roep het al tijden, en met mij een groot aantal anderen: uitgevers innoveer, negeer je angsten en trotseer de gevaren. Of beknopter: onderneem! Als alle ellende van bovengenoemde collega's iets duidelijk maakt, dan is het wel dat de branche nu echt moet gaan bewegen. Het is vijf voor twaalf, het is de dood of de gladiolen. Dat is trouwens helemaal niet erg, de beste beslissingen worden onder druk genomen.

In deze uitgave van InCT vindt u onder meer het fotoverslag van ons congres op 25 april. Tijdens InCTformatie 2012 waren er voorbeelden genoeg van nieuwe uitgeefmogelijkheden en van out-of-the-box-denken. Iedereen die de afsluitende presentatie van Kees Zegers heeft gezien en gehoord (vooral dat laatste) moet inmiddels beseffen dat het bedenken van nieuwe modellen soms minder moeilijk is dan het lijkt, maar je moet het wel doen en durven. Zijn boodschap: kijk goed naar de veranderingen, begrijp wat er verandert en pas je modellen aan die veranderingen aan. Ik weet het, net als alle goede raad lijkt dit een open deur, maar tegelijkertijd is het ook niet moeilijker dan dat. Dus, uitgevers van Nederland en Vlaanderen, ga met uw medewerkers om de tafel zitten, bedenk welke gevaren u bedreigen, bedenk wat de veranderingen zijn in de media(consumptie) en bedenk wie u wilt zijn in die nieuwe wereld. En bedenk in godsnaam niet een defensieve strategie hoe u uw bestaande business kunt beschermen! Denk groot en denk vooruit.

*(Hoofdredactioneel David Huijzer, InCT 3, juni 2012)*

David Huijzer