

# Terugblik 2012

19-12-2012 11:18

Maar dat niet alleen: ook de afzetmogelijkheden voor uitgevers zullen uitgebreider worden, middels digitale abonnementen, een 'Spotify voor boeken' en auteurs en uitgevers die de verhuur van e-boeken ook rechtentechisch correct zullen vastleggen.

Om hier wat verder op in te gaan (het is immers een terugblik): in 2012 zijn er mooie stappen gemaakt. Recent kwam Eburon met een boekapp waarmee je leert mindmappen en presenteerde Unieboek Spectrum enkele in iBooks Author ontworpen interactieve e-boeken. Eerder bracht WPG al de app Lees dit boek uit. Yindo kwam met een 'Spotify voor boeken'-pilot en eenvoudige digitale keuzebundels, en de eerste ePub3-titels zijn door CB Logistics gedistribueerd. En dat is echt nog maar het begin: in 2013 zullen meer uitgeverijen digitale versies van hun 'boeken' gaan uitgeven – als app, als verrijkt e-boek, in de cloud, in een abonnementsvorm enzovoort. Zoals ik hier al eerder schreef: de uitgeverij van de toekomst is een IT-bedrijf en de drager van de informatie wordt ondergeschikt: de folio-uitgave blijft nog wel even een rol van betekenis spelen, maar die rol wordt de komende jaren – als onderdeel van de omzetmix – steeds kleiner; een logisch gevolg van de wijzigende samenstelling van de maatschappij.

De uitgeverij die ook over enkele jaren stevig in haar schoenen wil staan, houdt hier terdege rekening mee. Met 'ach en wee' roepen omdat het e-boek zo'n bedreiging is red je het niet. Sterker nog: het e-boek wordt helemaal geen bedreiging, want het is al dood voordat het goed en wel volwassen is geworden. Te veel beperkingen en hardware met te weinig mogelijkheden leidden de ondergang van het 'traditionele' e-boek in; men wil nu eenmaal een tablet, want een tablet biedt kleur, interactiviteit, online content en meer. Dat vereist nogal wat aanpassingen van de uitgever.

Ten eerste is daar de andersoortige content, want met een 1-op-1-conversie van je folio-uitgave kom je er in veel gevallen niet meer. Maar ten tweede – en dat is belangrijker – dient de uitgeverij 'back to the drawing board' te gaan. Immers, het 'boek' dient volledig opnieuw uitgevonden te worden; niet alleen qua content, maar ook qua productie, marketing, prijsstelling enzovoort. Alleen dán is er met het boek van de toekomst geld te verdienen.

Dan wil ik afsluiten met iets anders – een persoonlijke noot. In de inleiding had ik het over uitbreiding. Over twee weken is onze uitgeverij – Van Duuren Media – twee zeer ervaren krachten uit het boekenvak rijker. Daarmee gaan we nieuwe avonturen aan, avonturen die op het eerst gezicht wellicht niet voor de hand liggen in tijden als deze. Maar ook dat is ondernemen: nadenken over de lange termijn, over wanneer de lijn weer omhoog gaat. Dan wil je al lang klaar zijn met je nieuwe strategie, en er niet pas aan beginnen.

Ik wens u een gezond en voorspoedig 2013.

Bob van Duuren