

Survival of the entrepreneur

07-01-2013 09:17

Inderdaad, nog geen sprake. Want ik verwacht dat dit slechts uitstel van executie is, en dat de echt zware tijden voor het boekenvak nog zullen komen. Wat 2012 ons liet zien, is slechts een voorbode. En een daling van de markt van ruim 7% is slechts het begin. En dat is een hard gelag. Maar zij die mij kennen, weten dat ik niet denk in termen van angsten en bedreigingen, maar in kansen en mogelijkheden. En dat is nu niet anders, en ik zou iedereen mee willen geven dat ook te doen.

Want zij die willen overleven in een markt die steeds verder onder druk komt te staan door de crisis, de opkomst van digitaal lezen en door veranderend consumentengedrag, zullen meer dan ooit hun best moeten doen. Niet langer kun je je verschuilen achter de functie van poortwachter, achter het gegeven dat je een onvermijdelijke schakel in de keten bent waar anderen wel langs moeten gaan. Dit zijn geen zekerheden meer, voor alles is inmiddels een alternatief. Soms gemakkelijker, sneller, goedkoper of zelfs beter. En als het er nog niet is, dan zal het er komen. Wil je overleven, wil je blijven bestaan, dan zul je meer dan ooit je toegevoegde waarde moeten bewijzen. Of je nu uitgever, boekhandelaar, bibliotheek, drukker of welke schakel dan ook in de keten bent, je bestaan is niet langer als vanzelf gegarandeerd.

Toegevoegde waarde, het klinkt zo makkelijk, maar is echter ongelooflijk moeilijk. Want wat is het? Wat maakt dat men jou verkiest boven een ander? Wat mij betreft zijn er grofweg twee wegen die je kunt bewandelen: wees de allerbeste in wat je doet of verbreedt je horizon. En de beste weg is, als je ze allebei weet te bewandelen. De eerste spreekt als het goed is voor zich en móét je doen. Doe dat wat je doet, wat je altijd al deed, op de best mogelijke manier. Zorg dat je niet verzwakt, dat je bij blijft leren en dat je scherp bent op verbeteringen in je kwaliteit en service. De tweede is misschien niet voor iedereen weggelegd, maar ik adviseer met klem om deze op zijn minst te onderzoeken. De kans op overleven is namelijk veel groter als je durft te ondernemen. Want de kans bestaat, dat wat je doet, wat je altijd al deed en waar je ook nog eens heel erg goed in was en bent, niet genoeg is om voort te kunnen blijven bestaan (op de manier, of met de bezetting) zoals je dat altijd deed. En dan moet je dus iets anders. Maar wat? En daar zal de echte ondernemer naar boven moeten komen. Hij/zij die zijn activiteiten weet uit te breiden; te verbreden of te verdiepen naar wegen die niet eerder bewandeld werden, heeft een nog grotere kans om zijn toekomst veilig te stellen.

Zo heeft het CB al een paar jaar geleden, en met succes, het domein van e-bookdistributie geclaimd. En gebruiken ze hun leger wordende magazijnen nu ook voor andere producten dan boeken alleen. Er zijn al boekhandelaren die niet enkel boeken meer verkopen, maar hun gehele inventaris te koop aanbieden, een koffiecorner of zelfs broodjeszaak geïntegreerd hebben of digitaal omarmen (door verkoop van e-readers en e-bookcadeaukaarten) in plaats van aanvechten. Er zijn al uitgevers die denken in titels in plaats van boeken, die naast het p-boek en e-book ook met andere vormen experimenteren én die daarbij het overschrijden van de landsgrenzen niet schuwen.

Natuurlijk is niet elke uitstap voor iedereen even succesvol. Dat is vooraf niet te voorspellen. Het zal een kwestie zijn van experimenteren. Van durven ondernemen. En zij die dat durven, zullen de meeste kans hebben te overleven. 2013 wordt dan ook het jaar van de ondernemende boekenvakker.

Timo Boezeman