De nieuwe lessen van de muziekindustrie

04-06-2013 14:09

Selexyz werd al eens bij de afgrond weggesleept en geregeld zie ik op de site van *Boekblad* een bericht van een boekhandelaar die zijn deuren moet sluiten. In hoeverre is dit een alarmerende constatering? Zitten we te wachten op het bericht dat de laatste retailketen die nog boeken verkocht uit het straatbeeld verdwijnt? Als dat niet het geval is, hoe voorkomen we dan dat het dezelfde kant op gaat als bij de muziek? Het zal zo'n vaart wel niet lopen, hoor ik u denken...We sussen onszelf wel verder n slaap of bieden passieve weerstand. De groei van het digitale lezen vlakt toch wel af in Nederland... (zie ook de blog van Timo Boezeman). Misschien heeft u gelijk, maar hoe staat het eigenlijk met uw eigen winkeltje?

De uitgeverij leeft van de bestsellers, net zoals de muziekindustrie nog leeft van de grote namen. Maar onder de oppervlakte speelt zich in de muziekindustrie een heel ander fenomeen af: artiesten brengen hun muziek in eigen beheer uit (zowel digitaal als op fysieke dragers). Dat wordt vaak mede-gefinancierd door fans en/of liefhebbers. Een van mijn favoriete bands, The Del Lords kwam onlangs na 20 jaar (ok, ik word oud) met een nieuwe cd. Zanger Scott Kempner schrijft op zijn blog over de goede recensies:

"While good reviews were never of that much interest to our old record labels, as the major label record industry sort of looked down their nose at reviews, when they acknowledged them at all, as the number of sales they could potentially generate was not a number high enough to intrigue the overblown, cost ineffective, and eternally cumbersome record industry. They used to figure that the impact of great reviews topped out somewhere around 40,000 units sold, and that number did not phase them one way or another. Nowadays, if we sell 40,000 copies we will earn many times more money than we would have earned on a major label, if we had sold 400,000 copies. The record industry ate itself, destroyed more careers and great records than it ever broke, and now I salute the major label record industry that remains with a solid middle finger, and a hardy, "FUCK YOU!!"

Het voorland voor u als uitgever? Gaat self-publishing u overbodig maken? En steekt de auteur zijn middelvinger naar u, de uitgever, op? Platenmaatschappijen kunnen nog internationaal werken, een nieuwe David Bowie of een cd van Andre Rieu verkoopt op internationaal niveau, maar hoe zit dat met Connie Palmen, Tommy Wieringa, A.F.TH van der Heijden...? De vraag die natuurlijk beantwoord moet worden is: wat kan u als uitgever voor meerwaarde bieden zodat zowel de lezer als de auteur u een nuttige tussenpersoon blijven vinden?

Kortom: de ontwikkelingen in de muziekindustrie kunnen ons nog steeds inspireren om te blijven nadenken en om scherp te blijven.

En als u benieuwd bent naar The Del Lords ;-)

David Huijzer