De nieuwe wereld!

19-03-2012 20:45

Vergeet de oude wereld met de vertrouwde spelregels, de vertrouwde omgangsvormen, het duidelijke speelveld en de bekende dynamiek. Stap uit de comfortzone en verwelkom de spannende en uitdagende hectiek van de nieuwe wereld! Het is de hoogste tijd!

Lieve boekenvrienden, de wereld van de letteren is al een tijdje aan het veranderen en dat is helemaal niet erg! Sterker nog; laten we er blij mee zijn. Internationalisering, digitalisering, professionalisering, vercommercialisering, verzakelijking. Typisch kenmerken van de nieuwe wereld. Het speelveld is veranderd. Al lijkt het alsof menigeen nog even hard zijn of haar best doet deze veranderingen en de noodzakelijke aanpassingen te ontkennen en te voorkomen. Logisch; liever houden we vast aan wat we kennen en gewend zijn, de bekende comfortzone. Maar marges in de totale keten staan al jaren onder druk. De boekenberg stijgt nog steeds. De technologische vooruitgang snelt ons bijna maandelijks voorbij. Retailers worden links en rechts ingehaald door (inter)nationale e-tailers. En de traditioneel georganiseerde boekenuitgeverijen houden krampachtig vast aan de voor hen bekende normen, waarden, uitgangspunten en spelregels. Wat vinden we het moeilijk ons aan te passen.

Wanneer worden we wakker? Hoeveel boekhandels zijn er in de afgelopen jaren gestopt, gesloten of failliet gegaan. Hoeveel uitgeverijen zijn er gesaneerd, gefuseerd, gestopt of financieel stukgelopen. Precies! Kijk kritisch naar de ontwikkelingen in de afgelopen periode en geen serieuze boekenvakker kan ontkennen dat de nieuwe wereld niet al lang haar intrede heeft gedaan in het zo veilige, plezierige, romantische landschap dat boekenvak heet.

Recent nog een opmerking op Boekblad.nl gelezen waar iemand zich cynisch afvraagt "waarom het voor boekenvakkers toch zo interessant is om te weten dat BOL vanaf heden ook babyartikelen verkoopt". Die vraag stellen is toch eigenlijk stiekem ook meteen het antwoord geven. Blijf lekker veilig zitten in je eigen boekenbiotoop zou ik zeggen. Het is van groot belang om je te verdiepen in de uitgangspunten, de positie, de strategie en doelen van je concurrent en/of handelspartner. Alleen zo kun je je eigen organisatie en strategie kritisch tegen het licht houden. Alleen zo kan je plannen maken die je eigen organisatie klaar maken voor de nieuwe wereld. Alleen zo kan je je verdiepen in de wensen en behoefte van je eigen klant. Wie denkt dat BOL alleen nog maar een boekhandel is, en dat BOL alleen nog maar geïnteresseerd is in dat ene aantrekkelijke segment (e)-boeken heeft toch een paar stappen gemist.

Verdiep je in de nieuwe wereld. Verlaat de begaande paden. Die paden zijn nu inmiddels wel uitgesleten en daar valt nauwelijks meer een koers op uit te zetten. Of wil je met die paar overblijvende romantici mee op reis richting nostalgia? Pas je strategie en je organisatie aan. Verdiep je in de klant. Investeer in nieuwe verdienmodellen. Geloof echter ook vooral in je eigen positie, je eigen kracht en vertrouw op je succesvolle verleden. Ook in de nieuwe wereld gelden de wetten van de sterke merken, het koppelen van kwalitatief sterke inhoud aan optimale commerciële plannen en het luisteren naar de wensen van de klant.

In de nieuwe wereld gaat het gebeuren! Leuk!

David Huijzer