

Overnames

20-03-2014 09:11



Dutch Media lijkt de klassieke route te kiezen door zoveel mogelijk andere uitgevers op te kopen, wat in de huidige markt een riskante strategie is als je niet zeker weet dat je in de boekhandel daarmee ook een beslissend voordeel behaalt. Een overname brengt immers ook de nodige kosten met zich mee en het duurt een tijd om het kaf van het aangekochte koren te scheiden. Veel hangt ook af van de markt: hoeveel is de omzet en goodwill die je nu koopt over een jaar nog waard? En bovendien, de klassieke boekhandel is in Nederland nog steeds het belangrijkste afzetkanaal en de crisis slaat juist hier het hardst toe.

Het lijkt mij dat de weg naar succes ligt in het vinden van nieuwe manieren om lezers te binden en zo voor jezelf een gezonde afzetmarkt te creëren. Hierbij zal vooral buiten het traditionele boekhandelskanaal moeten worden gekeken. Dit kanaal neemt nog immer in hoog tempo af, wat zal leiden tot een toenemend gevecht om steeds minder ruimte die bovendien steeds duurder zal worden. De partijen die deze stoelendans verliezen zullen veel moeite hebben te overleven.

Een partij die een nieuwe weg lijkt te kiezen is Novamedia, dat met Nieuw Amsterdam, Wereldbibliotheek, ECI en een Polarewinkel aan een soort totaalconcept lijkt te werken: niet langer een deel van de keten, maar zelf de gehele keten zijn. Het kan natuurlijk zijn dat Novamedia gewoon ouderwets aan risicospreiding doet door een aantal verschillende bedrijven in portefeuille te nemen. Dat zou jammer zijn, want mij lijkt juist in de synergie tussen deze bedrijven de grootste waarde te liggen.

Het is in mijn ogen vooral interessant als het gaat om de brandingopties die het biedt. Door een online winkel en een steen-en-mortel winkel aan te kopen, ontstaat de mogelijkheid om je eigen boeken en auteurs op elke denkbare manier onder de aandacht te brengen en te verkopen. Bovendien biedt een dergelijk totaalconcept een marketingplatform dat ook interessant is voor andere partijen.

Met de overname van Wereldbibliotheek kan Nieuw Amsterdam bovendien nu ook alle denkbare genres bieden, zodat ook de mogelijkheden om rechtstreeks aan de consument te gaan verkopen en lezerscommunities te starten interessant worden (denk aan de prijsacties die met name op het digitale vlak mogelijk zijn als je de eigen lezers via al die kanalen kunt bedienen).

Content, winkel en marketing in een hand. Dit zou wel eens het nieuwe 'totaaluitgeven' kunnen zijn, even revolutionair als het Nederlands elftal onder Johan Cruyff in de jaren 70.

De schaal van een PRH is in Nederland onhaalbaar. Maar in een dalende markt zoals we die nu kennen, is elk voordeel, hoe klein ook, van onschatbare strategische waarde in de strijd om marktaandeel en zou Novamedia's strategie wel eens de winnende kunnen zijn. Als het bedrijf er tenminste in slaagt om de synergie tussen al deze bedrijfsonderdelen tot stand te brengen, wat op zichzelf een uitdagende klus moet zijn. Ik zal het in elk geval met interesse volgen.

Inct.formatie 2014: Het congres voor uitgevers

Meer dan 20 topsprekers, waaronder **Sjuul Paradijs** (De Telegraaf), **Dan Hassler-Forest** (Transmedia) **Diederik van Leeuwen** (Stichting Bibliotheek) & **Harrie van Luxemburg** (Kluwer)

[Meer informatie en aanmelden](#)

Jurgen Snoeren