De les van Tom Kabinet

21-01-2015 08:30

Waar uitgevers over na zouden moeten gaan denken is het veranderde speelveld: de uitgever zit al lang niet meer aan het stuur, auteurs zijn machtger geworden en de consument is zo mogelijk nog leidender dan ooit en heeft inmiddels de middelen om die leidende rol af te dwingen.
Toegang wordt belangrijker dan bezit, self publshing tools en social media hebben de relatie tussen auteur en lezer inniger gemaakt en dus is de rol van de uitgever als middle man uitgehold.

Wat zouden de uitgevers kunnen of moeten doen? Ik ga niet claimen dat ik de waarheid in pacht heb, maar de ontwikkelingen liegen niet. Paulien Loerts zei het al in het december-nummer van inct.magazine: er is niets mis met kleinere marges; Jan-Jaap Heij stelt hetzelfde in het komende nummer van het magazine en Willem-Albert Bol poneerde dezelfde stelling ook al op inct.spiratie 2014.
De rode draad is: de tijden van flinke winstmarges voor uitgevers zijn voorbij. Of het nu gaat om de content of om de advertisinginkomsten, de concurrentie neemt aan alle kanten toe, niet in de laatste plaats van de voormalige partners: auteurs, adverteerders en lezers.

Het zijn nieuwe economische wetten waar ook de uitgeverij mee zal moeten leren leven. Dat betekent ook nieuwe samenwerkingen zoeken, vooral ook onderling. Faciliteer de consument, faciliteer de auteur en overvraag beide niet, want de onmisbaarheid in de keten is geen vanzelfsprekendheid meer. En om Jan-Jaap Heij nog maar eens aan te halen (het hele interview staat in het komende nummer van inct.magazine): Shit happens, aan het werk!