

Eindejaarscolumn: De toekomst is nu

14-12-2011 17:52

Uitgeverijen die hierop inhaken, krijgen de kans om andere doelgroepen te bereiken, nieuwe uitgeefproducten te realiseren en daarmee meer omzet te genereren. Zij doen dit volgens mij niet uit pure noodzaak, maar omdat het *kan*. Opnieuw verdienen aan bestaande content is gevonden geld! Natuurlijk duizelt het mij soms ook, want de snelheid waarmee de digitale ontwikkelingen elkaar opvolgen, heeft veel weg van een ritje in de achtbaan. Maar het pretpark dat voor ons ligt, wil ik voor geen goud missen.

David Huijzer