

Eindejaarscolumn: Print is in krimpfase beland

14-12-2011 17:35

De dingen goed doen is niet meer voldoende, het is nu noodzakelijk om de goede dingen te doen. Geen 'in the middle of the road' strategie meer, maar echte strategische vernieuwing. De noodzaak is er, de opties zijn algemeen bekend. De belangrijkste hindernis is de uitgever zelf. Is zij in staat om over haar eigen successen uit het verleden te stappen? Dat vergt lef.

Geen nieuwe toekomst zal helaas voor verschillende uitgevers ook de uitkomst kunnen zijn. Lagardère en BBC verkochten dit jaar haar printportefeuille. Zij konden nog een koper vinden...

David Huijzer