

Eindejaarscolumn: Boekenland boemelland

14-12-2011 18:10

Verderop:

Traag sukkelt de boekenboemel door het land, vastgeklemd tussen de te smalle rails van de vaste prijs, met de seinen naar het experiment op rood en zonder gedachten dat de steeds geringere schare passagiers iets anders wil. Op de bok van de oude stoomlok een stuk of tien machinisten met elk een ander spoorboekje, en in de wagons de conducteurs, die steevast blijven geloven in het kartonnen kaartje uit angst dat straks het knippen zal verdwijnen. Zo nu en dan, bij een bocht, gaat de oude fluit schel door het dal. En de mensen kijken op vanaf hun tablets, hun readers en hun mobieltjes. 'Hij rijdt nog!' denken ze dan met een gevoel van weemoed...

Al jaren worden we achtervolgd door goeroe's die voorspellen dat het einde van het tijdschrift, het boek, zelfs het copyright nabij is. En jaren hadden ze ongelijk. Ik herinner me nog dat op een mooie avond in New York het panorama van Modern Times zich ontvouwde aan mijn voeten in de bar bovenin het Empire State. Vijf digimensen met een slok te veel tussen de bites hakten verbaal op mij in: information will be free! Vergeet je oude uitgangspunten.

Toen kwam de opmars van BOL, een revolutie in de boekenverkoop. De eigen initiatieven van de uitgevers werden allemaal getorpedeerd door een gebrek aan samenwerking van de Oude Reuzen van het vak. Ook toen hadden de machinisten van het boekenvak allemaal hun eigen spoorboekje. De wetenschappers onder de uitgevers en de bedieners van de zakelijke markt hadden al lang eieren voor hun geld gekozen en contentmanagementsystemen aangeschaft, websites geopend en concepten bedacht waarmee zij hun klanten konden bedienen. Niet gemakkelijk, vaak wel moedig.

In de wereld van het boek was nog niet veel loos tot twee, drie jaar geleden. Toen begon de klap in non-fiction. De computer daalde af van de zolder naar de huiskamer, werd mobiel en daarmee een verlengstuk van het leven. Het ebook begon ook zijn plaats in te nemen.

En waar zijn we nu? Er wordt tussen de machinisten en de conducteurs gesteggeld over een platform. Met horten en stoten komt het in beweging. Er zijn experimenten in digitaal uitgeven, er wordt gesproken over DRM vormen, er moeten apps komen.

Gelukkig is er het bewustzijn dat er iets moet gebeuren. Maar of dat zo lukt is de vraag. Als het al gezamenlijk zou moeten, dan is dat opdoordat belangen van uitgevers en boekhandelaren divergeren, een moeilijk pad. Toch is er hoop. De onderstroom van de boekenverkoop valt mee, als je naar de GfK cijfers kijkt. De schepen varen vooral door de baren van de bestsellers. En er zijn experimenten, al worden die met moeite op gang gebracht.

De toekomst? Een wereld waarin wij de klant bedienen. Wil hij een mooi boek, dat kan. Direct vanuit BOL of een platform op ieder gewenst format en niet te moeilijk te hanteren. Of een papieren, nou dat kan zeker ook nog in prachtige boekhandels, waar overigens ook digitale boeken te koop zijn op een goede manier. Als we daar willen komen moeten we veel beter de lezers kennen. Waarom kopen zij een boek? Op welke wijze komt hun keuze tot stand? Waarom kopen ze online, waarom in de retail? Het zijn onderscheiden processen, waarop we moeten inspelen. We weten er al iets van, dank zij GfK, maar het is pas een begin.

En de retail? Snelheid, comfort en service, net als de TGV en de ICE. Dan leren we toch nog iets van de trein.

David Huijzer