

Uitgeven is dienstverlening

22-11-2011 08:56

Niettemin is hier sprake van een misvatting, want het boek zoals hierboven beschreven is als fysiek en tastbaar object het resultaat van een productieproces en dus wel degelijk een "product". Een product bovendien waar de markt niet (meer) als vanzelfsprekend op zit te wachten, het moet dus ook nog eens in de markt gezet worden.

En daar wringt de schoen, het product is namelijk een beetje uit de tijd. Niet omdat het niet mooi is of omdat lezers het niet meer willen, maar omdat het concept van content op een fysieke drager tekort schiet in de kernfunctie, het adequaat informeren van de lezer. En dat komt dan weer omdat de informatiebehoefte van lezers (ook wel: consumenten) op een drietal cruciale punten is veranderd:

- door een enorme toename van het aanbod aan informatie kiezen lezers selectiever;
- lezers hebben een grotere verscheidenheid aan bronnen om uit te kiezen;
- lezen is steeds minder een solistische bezigheid, het wordt gedeeld met een netwerk.

Dit lijkt een verschrikking, want deze ontwikkeling is onomkeerbaar en daardoor neemt het belang van papier als drager van content sterk af. Uitgevers kunnen ergens binnen nu en 2020 hun product wel gedag zeggen.

Kansen voor uitgevers

Maar, het is geen verschrikking, het is een "blessing in disguise". Want het resultaat is niet dat de informatiebehoefte afneemt, integendeel, er zijn signalen dat die toeneemt. En dat is "een dot van een kans" voor uitgevers, die zijn immers goed in het samenstellen en vermarkten van informatie. En niet alleen dat, de veranderde informatiebehoefte van de lezer moet ook gefaciliteerd worden, daarin schuilt een mooie shift van productleverancier naar een nieuwe rol als dienstverlener. En die nieuwe rol komt als geroepen nu de vraag naar papieren producten afneemt..., toch?

Maar zijn het wel de uitgevers die die rol van dienstverleners op zich gaan nemen zult u zich afvragen? Wie anders zou ik zeggen, los van het feit dat informeren een dienst op zich is kunnen uitgevers als de beste een applicatie verzinnen en (laten) realiseren die lezers in staat stelt de content optimaal te consumeren. En, natuurlijk kunnen wij het vroegere boek (of magazine overigens) transformeren tot een platform waarop lezers:

- de beste informatie vinden;
- wat ze lezen kunnen delen met anderen;
- automatisch ge-update informatie krijgen;
- gerichte informatie over hun interesses krijgen;
- rechtstreeks contact met uitgever en auteur hebben;
- verdieping van de bestaande content geboden krijgen.

Hier houdt de lijst van mogelijkheden niet op, lezers kunnen hun boek ook in een besloten maar door kilometers gescheiden netwerk delen en bespreken (bijv. in het geval van studenten van dezelfde opleiding of collega's van een internationaal bedrijf) en uitgevers kunnen bovendien veel meer vat op content, markt en rendement krijgen...

En oh ja, als we bang zijn dat lezers zich niet meer op de content kunnen concentreren omdat al die nieuwe opties zo afleiden, dan verzinnen we toch gewoon een knop in de app om al die afleiding uit te zetten, ga toch lekker lezen!

Ach, misschien zullen we niet meer zoveel fysieke producten verkopen, maar het worden mooie tijden voor uitgevers...

David Huijzer