Uitgevers leren niet, adviseurs nog minder

17-11-2011 09:47

Zo moet u eens nalezen over de trend van "printing on demand". In 2008 ziet het overgrote deel van de uitgevers hier de oplossing voor de toekomst.
Slecht voorspellen is niet alleen voorbehouden aan de uitgevers, maar ook aan hun (dure) adviseurs. Want stel je voor dat je op grond van het volgende citaat uit het PWC Mediareport over de Europese uitgeefmarkt uit 2008 een bedrijf had geleid: "The electronic book market will increase from $ 12 million in 2007 to $ 1.4 billion in 2012."Bovendien beloofde dit rapport in over de periode 2008 t/m 2012: "Overall growth of 2.5% annual".

De harde cijfers worden ook tijdens presentaties altijd omgebogen. Ik was vijf jaar geleden op een Mediafacts Jaarcongres. Ik woon een presentatie bij en zie een grafiek met daarin al jaren dalende oplages van dag- en weekbladen. De woorden van de adviseur geven een heel ander beeld. Ik hoor haar blij zeggen dat de bodem bereikt is. Vanaf hier zullen dag- en weekbladen weer te maken krijgen met stijgende oplages. Dat is mede het gevolg van allerhande vernieuwingen die zijn doorgevoerd. Natuurlijk niet. Daarom zet je een ontwikkeling in een trendgrafiek. Die trend kan je dan meestal wel doortrekken, tenzij er een ernstige verstoring in de markt te verwachten is. Dus ik kan u verzekeren, die oplages blijven echt dalen, er worden echt minder boeken verkocht.

Ook mijn beursgenoteerde collega's volharden hier in. Deze week werden cijfers gepubliceerd van Wolters Kluwer en Reed Elsevier. Beiden maken al jaren praktisch geen autonome groei meer mee. Afgezet tegen de inflatie (en zeker ten opzichte van hun eigen prijsverhogingen) is er eerder sprake van krimp. Als u mijn voorgaande betoog leest dan weet u zeker wel wat de topmensen van deze bedrijven zeggen. Inderdaad we blijken net weer op de bodem te staan en komende jaren is de groei weer te verwachten. Ik denk het niet, opschroeven van de winst kunnen de grote uitgeverijen al jaren alleen door kosten te schrappen en prijzen te verhogen. Nieuwe technieken, andere manieren om informatie over te dragen worden allang niet meer door uitgevers bedacht. Google Maps is niet bedacht door een uitgever van atlassen en dat is niet het enige voorbeeld.

O ja en ik heb recht van spreken. Mijn uitgeverij boekte ieder jaar een autonome groei van meer dan 12%

David Huijzer