

December 2016

06-12-2016 08:47

In dit nummer:

'Mo'Media wil reizigers een topweekend bezorgen'

De digitale transformatie van een vertrouwd print-merk

Mo'Media is onlangs verhuisd van Breda naar hartje Rotterdam. De uitgeverij huist nu in het populaire Schieblock naast het Hofplein, middenin het nieuwe hart van de creative hub in Rotterdam. Een passende plek, want Mo'Media mag dan bijna 20 jaar bestaan, de uitgeverij blijft innoveren en veranderen. Onlangs heeft ze haar vertrouwde 100% reisgidsen nieuw leven ingeblazen.

Tijd voor een gesprek met de directie, René Bego en Joyce Enthoven, over innovaties, data, customer journeys en het Duitse avontuur

'Mooie verhalen vertellen blijft altijd werken'

De podcast staat weer volop in de schijnwerpers en ook radio is nog springlevend. Er wordt nog steeds geluisterd in een wereld waarin beeld steeds belangrijker wordt. Via podcasts krijgen luisteraars meer ruimte om individuele keuzes te maken over wat zij op welk moment willen horen.

Virtuele werelden bouwen in de browser

Een briefje tikken in de cloud? Niemand kijkt er meer raar van op. Maar het draaien van geavanceerde 3D-games of virtual reality in de browser is een stuk minder vanzelfsprekend. Met WebAssembly moeten ook die zaken online mogelijk worden.

Seks, drugs en lesboeken

Je hoeft maar met de Londense metro te reizen om te zien dat mobiele mediaconsumptie hard op weg is om de norm te worden. En de advertentieponden volgen. Ondertussen ontvangt Elton John een vorstelijk voorschot voor zijn memoires en openen steeds meer uitgeverij een winkel.

Streaming studeren

Vanaf volgend jaar beschikbaar voor een groot aantal hbo-studenten: Buku, een streaming-dienst voor studieboeken. Volgens de oprichters kan dit initiatief de totale studieboekenomzet vergroten. Van Gorcum en Pearson doen mee – al is het nog spannend wat de afzonderlijke uitgeverijen eraan overhouden.

Hoe krijg je ze van het scherm?

Kinderen kijken steeds meer naar hun tablet, smartphone, laptop of tv. Hoe bereik je ze nog met print? Door aan te sluiten op wat ze online of op tv zien. Als je vierkante ogen hebt van het scherm, is voor veel kinderen lézen over hun helden een mooie tweede keus.

Instagram... of toch Snapchat?

Wie een jonge doelgroep wil bereiken moet niet op Facebook zijn en al helemaal niet op Twitter. Een betere plek is Instagram, maar de echt hippe jongere zit op Snapchat. Wat moeten uitgeverij met deze sociale media?

Altijd inzicht in het hele proces

Bij elke uitgeefbeslissing worden een hoop aannamen gedaan waarvan pas later blijkt of ze reëel zijn. Een goed, liefst real-time overzicht in alle kosten, uitgaven en statussen is essentieel om een bedrijf gezond te houden.

Is digitaal lezen nog interessant voor uitgevers?

Er zijn steeds meer signalen waaruit je zou kunnen concluderen dat het lezen op een tablet of smartphone zijn langste tijd heeft gehad: online artikelenverkopers moeten sluiten en Amazon opent fysieke boekwinkels in de VS. Is digitaal toch geen succes of zijn elektronische bladen en boeken zo gewoon geworden dat het onderscheid niet meer zo belangrijk is?

Niet omdat het kan, maar omdat het moet

Veel ondernemingen, ook uitgeverijen, vinden het nog moeilijk om duurzaam ondernemen concreet te maken. In het project Duurzaam Tijdschrift II is uitgezocht op welke manier uitgevers van tijdschriften hun bedrijfsvoering kunnen aanpassen zodat deze beter is voor mens, milieu en begroting.