

Patrick Swart (CEO WPG): 'Het gaat nooit meer rustig worden'

07-06-2017 09:24

Patrick Swart: 'Het gaat nooit meer rustig worden'

Na jaren als consultant bij onder meer GEA werd Patrick Swart eerder dit jaar vrij onverwacht de nieuwe algemeen directeur van WPG. Het was een opmerkelijke stap en hij kwam allerm minst in een gespreid bedje terecht. Een gesprek over zijn achtergrond, de overstap en de toekomst.

Het boek als kunstwerk

Geen kwantiteit, maar kwaliteit. Sommige uitgevers geven niet om bestsellers. Zij zien meer in exclusieve boeken. Niet zelden gaan die voor een paar duizend euro de toonbank over. Het is een trend: de limited editions, het luxe koffietafelboek. De keuze voor het luxesegment heeft een economische kant, maar liefde voor schoonheid is belangrijker.

Literaire doe-het-zelvers

Vier keer per jaar berichten we in inct over de immer dynamische Britse uitgeefmarkt. Deze maand: de groei van de self-publishingmarkt. Die neemt dankzij het laagdrempelige e-book nog steeds toe. Maar voor zelfpublicerende auteurs wordt het wel moeilijker om er iets aan te verdienen.

Digitale innovatie ondersteunt de fysieke boekwinkel

De fysieke boekhandel heeft met sterke online concurrenten te kampen. Bedrijven als Bol.com en Amazon hebben in enkele jaren een flink deel van de boekenmarkt in handen gekregen. Om daar tegenwicht aan te bieden en relevant te blijven voor de klant moet de traditionele boekhandel meegaan met zijn tijd en digitaal en consumentgericht innoveren.

Van plaatselijk sufferdje naar bink van de regio

Hoewel lokale en regionale kranten en huis-aan-huisbladen in zwaar weer zitten, zien anderen op dat terrein juist mogelijkheden. De afgelopen jaren zijn verschillende succesvolle online initiatieven ontplooid. Websites die vanuit een eigen behoefte door burgers zijn gestart en die zich uitsluitend richten op één buurt, één stad of één regio.

Wordt het online only voor de adverteerders?

In maart kondigde Kasper Rorsted, CEO van Adidas, aan dat zijn bedrijf zijn marketing helemaal gaat concentreren op de online media. Als zo'n groot bedrijf als Adidas die stap zet, is het einde voor de advertenties via de traditionele media dan in zicht? Wordt online only het uitgangspunt voor de adverteerder?

Wat betekent de AVG voor uitgevers?

De Europese Unie heeft nieuwe regels voor het verzamelen, beheren en gebruiken van consumentengegevens opgesteld. Die moeten een nieuw evenwicht bieden: wel de privacy beschermen, maar niet de economische mogelijkheden van datagebruik blokkeren.

'Onze klanten hebben behoefte aan flexibiliteit, wij ook'

Docenten vertellen hun verhaal graag aan de hand van actuele thema's. Ze hebben daarom behoefte aan materiaal dat op die onderwerpen ingaat. Educatieve uitgeverijen spelen daarop in. Ze moeten steeds flexibeler zijn bij het produceren van lesmateriaal. Wat betekent dit voor de dagelijkse praktijk?

Zijn chatbots een blijvertje?

Facebook maakt het steeds makkelijker om chatbots te ontwikkelen. Gebruikers kunnen vragen stellen waarop automatisch antwoorden volgen. Onder meer NOS en NRC experimenteren er al mee.

Veertig dagen versnelde groei

Dit jaar werd Renew the Book voor de tweede keer georganiseerd. Tijdens de finale kregen vier startende bedrijven veertig dagen lang de kans om gebruik te maken van de kennis en vooral het netwerk van de organisatie. De deelnemers waren zeer te spreken – en ook wat verbaasd – over de enorme vooruitgang die zij in die korte periode hadden geboekt.

Het inct.magazine digitaal lezen en/of in uw brievenbus ontvangen?

Het inct.magazine is digitaal te lezen en/of op traditionele wijze via uw brievenbus te ontvangen. Daarvoor moet u wel lid van inct zijn. Geen lid, dan kunt u voor slechts € 55,00 drie maanden lang inct proberen. U heeft dan toegang tot alle exclusieve online content van inct en u ontvangt het inct.magazine in de bus (en u kunt de digitale versie downloaden)

[Uw digitale editie is hier te downloaden](#)

(members only)

[Ik wil inct drie maanden proberen](#)