

Uitgeverij, een bloeiende onderneming

26-09-2011 09:02



hollandridderkerk

Als je dit laatste leest, is de crisis in uitgeefland niet iets van de laatste tijd. Eigenlijk hebben de uitgeverijen al langere tijd voor een crisis gezorgd. Als je boeken uitgeeft en wil verkopen, moeten ze in de winkel liggen. Daarin hebben de uitgeverijen en de boekverkopers elkaar gevonden en hebben ooit het Centraal Boekhuis opgericht. Er staan in Culemborg circa 45 miljoen boeken opgestapeld die boekhandelaren naar hartenlust kunnen bestellen. Echter, vraag en aanbod zijn niet in balans. Een groot deel van de opgeslagen boeken wordt niet verkocht en uiteindelijk vernietigd. Het aanbod overtrof dus de vraag. Dat was niet erg, want als er maar meer verkocht dan vernietigd werden en de marges groot genoeg waren om de vernietigde boeken te compenseren, was er niets aan de hand.

Nu de boekverkopen tegenvallen, en deze zullen zeker verder dalen als ik hoor dat de koopkracht voor iedereen achteruit gaat, betekent dit dat de uitgeverijen zich ernstig achter de oren zullen moeten krabben. Wat kun je doen om de omzet veilig te stellen? Wat gebeurt er als eBooks gemeengoed wordt? Als de consument zich steeds meer op internet begeeft om zich te oriënteren en zijn informatie daarvandaan haalt, wat is dan echt belangrijk? Juist, je vult het al in: content.

Als de content goed beheerd wordt door de uitgeverijen, dan zal het dezelfde weg op kunnen gaan als de muziekbranche. Via internet kun je per nummer downloaden en je eigen (muziek)album samenstellen. Je betaalt voor hetgeen je graag wil horen. Vroeger kocht je een vinylplaat of CD waar jouw favoriete nummer opstond en kreeg je er nog een aantal bij (na het single-tijdperk). Nu is dit voor muziek goed te doen. Maar hoe zit het dan met boeken?

Fictie is niet in losse hoofdstukken te verkrijgen, want dan mis je de clou van het verhaal. Non-fictie geeft veel meer mogelijkheden. Stel dat je een reis wil maken naar een grote stad. Dan kun je een boek kopen dat (veelal gedateerde) informatie biedt of je zoekt op internet. Dit laatste is over het algemeen actueler dan een reisgids. Prijzen kunnen immers, als gevolg van de crisis, aangepast zijn of de openingstijden van het museum zijn veranderd. Daarin ligt de kern van 'printing on demand (POD)'. Als je vanuit de content zelf je reisgids kunt samenstellen, dan kun je met minder, maar wel met actuele gegevens op stap. Ook in de wetenschap wordt de content belangrijker dan het boek. Springer geeft al jaren content uit en bijna geen fysieke boeken meer. Daarmee wordt ook nog een bijdrage aan het milieu geleverd. Met ieder boek dat niet gedrukt is, bespaart men papier en inkt. Het Centraal Boekhuis betitelt, in een filmpje op internet, het POD als de 'revolutie in boekenland'.

Waarom poneer ik de stelling dat de uitgeefbranche opbloeit? Dit komt door het zoeken naar revolutionaire oplossingen in deze tijd. Ook voor fictie is POD een oplossing. Maak geen voorraad, maar produceer wat gevraagd wordt. Sommige uitgeverijen hebben daar hun succes aan te danken. Maak het aanbod (oplage) nooit groter dan de vraag. Dat kan de bezwering van de boekencrisis zijn. Wij zijn al meer dan 55 jaar een bloeiende revolutionaire 'producent on demand'. Nu de uitgeverijen nog.

David Huijzer