

De rol van uitgevers in de platform-economie

12-10-2018 15:39

Van der Reep is nu lector Digital World bij Inholland. Daaraan voorafgaand heeft hij bijzondere wegen gevolgd. Opgeleid als econoom en filosoof (en zelfs een beetje als theoloog) voerde zijn carrière na een universitaire start hem vooral langs KPN. Daar startte hij in een financiële functie om via de ICT uiteindelijk te eindigen als strateeg van de onderneming. In 2017 zette hij bij Getronics een punt achter zijn carrière in het bedrijfsleven. Sinds 1995 wijdt hij zich aan het nadenken over en onderzoek doen naar de impact die digitalisering heeft op onze maatschappij en samenleving, ook *het* thema van zijn lectoraat.

Van der Reep is een internationaal erkend expert op dat gebied, artikelen van zijn hand zijn in negen talen vertaald. Zoals hij zelf zegt: "Mijn profiel is internationaal sterker dan hier in Nederland". Tijd om daar verandering in aan te brengen.

Van der Reep lijkt soms een beetje cultuurpessimist te zijn als hij zich buigt over de impact van digitalisering. "Veel nieuwigheden zijn oude wijn in nieuwe zakken, het zijn buzzwords. Tegelijkertijd zie ik niet dat er een 'value case' is voor de digitale wereld." Een paar grote bedrijven doen het goed, maar zowel op het gebied van business, democratie als moraliteit ziet hij de waarde minder helder. AH.nl doet het goed. Maar de leegstand in de city is wat minder leuk. En wie zit er nou op al die camera's te wachten?

"Een van mijn pleidooien is ook dat we recht moeten hebben op een offline leven. We worden nu de digitale wereld in geduwd. Ik zie dat het verzet er nog niet echt is, 'internet' wordt nu nog gebracht als fun en gemak en is vooral ook goed georganiseerd. Begrijp me goed, ik ben geen Don Quixotte, maar we moeten wel veel beter kijken naar de maatschappelijke consequenties van internet."

Op mijn vraag hoe het volgens hem zit de platformeconomie en de rol van uitgevers, heeft hij een uitgesproken antwoord. "We geven bijna geen kennis meer door zoals dat vroeger ging. Daar ligt ook een rol voor uitgevers. Uitgevers kunnen de nieuwe scholen worden. En wat de platformeconomie betreft: dat is minder disruptief dan velen denken. De kosten om een community te vormen zijn sterk gedaald en daarmee is de wereld eigenlijk één lange longtail geworden.

Het nieuwe aan de platformeconomie is dat de transactieketen korter is geworden: de middleman is verdwenen zoals van der Reep al in 2002 publiceerde. "Daar hebben uitgevers ook mee te maken. Het gaat er om: wie ben je in de keten, in het netwerk. Voorheen bestond je als bedrijf omdat je in staat was de samenwerking tussen de schakels goedkoper en beter te regelen. Dat is niet meer zo". En wat helemaal nog sterker geldt dan vroeger: wie niet gezien is, is weg.

Op inct.spiratie zal Van der Reep de uitdaging voor uitgevers in de nieuwe digital world verder toelichten. De toehoorder kan ervan verzekerd zijn dat er wat prikkelende uitspraken tussen zullen zitten.

[INCT.SPIRATIE 2018: MEER INFORMATIE & DIRECT AANMELDEN](#)