

Smeerolie voor de uitgeverij

29-10-2019 11:00



Concentratie op de core business, flexibilisering van de arbeidsmarkt, just in time-productie, agile projectbeheer: de manier waarop ondernemingen het werk organiseren verandert continu. Ook uitgeverijen besteden steeds meer werk uit. Maar hoe garandeer je dat je kwaliteit krijgt, op tijd en binnen budget, zonder dag en nacht bezig te zijn met het aansturen van al die externe partijen? Door de juiste partij te kiezen. [LINE UP boek en media](#) heeft de afgelopen jaren bewezen dat het binnen no-time een goed team voor zo'n opdracht op kan zetten.

Veel uitgeverijen concentreren zich op de kerntaken: op basis van sentimenten in de markt nieuwe titels op de markt brengen en bestaande actueel houden, en die producten vervolgens aan die markt verkopen. Daarvoor heb je ontwikkelaars, marketeers en productiebegeleiders nodig. Allerlei andere functies die vroeger nog tot de kern van het uitgeefbedrijf werden gerekend, worden tegenwoordig op inhuurbasis vervuld. Bij auteurs, vertalers en fotografen was dat altijd al het geval, maar nu wordt ook redactie-, vormgevings- en productiewerk steeds minder binnenshuis gedaan. Deels is dat uit de overtuiging dat die niet tot de 'core business' horen, deels omdat de hoeveelheid werk sterk fluctueert.

Maar core business of niet, het werk moet wel gebeuren, anders heb je als uitgeverij niets om uit te geven. Sommige bedrijven laten zich omringen door een 'wolk' van freelancers, die hun specifieke vaardigheden inzetten als daar behoefte aan is. Dat gaat dan niet alleen om vak- en tekstredacteurs, maar ook datastructureerders, vormgevers en ict-deskundigen.

Het voordeel van uitbesteden is dat je voor elke fase van elk project de deskundigen kunt inschakelen die je nodig hebt. Dit terwijl zij, als er geen geschikt werk is, niet worden belast met klusjes die zijn blijven liggen. Zij kunnen hun specialisme dan bij een andere opdrachtgever aanbieden.

Het gevaar is natuurlijk dat de specialist die je op het oog hebt nét een andere grote klus heeft aangenomen en dus niet beschikbaar is. Bovendien kan het op afstand aansturen van een hele groep zzp'ers een flinke belasting zijn. Even een kwartiertje bij elkaar zitten (of staan) om de status, de onzekerheden en de hinderpalen te bespreken is er dan niet bij.

Er zijn dus tal van redenen om niet de losse activiteiten uit te besteden, maar een heel (deel)project. Het is logisch om dan een partij in te zetten die alle benodigde vaardigheden in huis heeft, en dan het liefst meerdere mensen met hetzelfde specialisme. Is de ene specialist druk bezet, dan kun je de andere inzetten. Daarnaast kunnen zij gemakkelijk overleggen en kunnen de collega's elkaar waar nodig aanvullen.

Een partij als LINE UP neemt de werving en de aansturing van de tijdelijke medewerkers op zich, beheert de voortgang, het budget en de kwaliteit volgens vooraf afgesproken normen en richtlijnen. Dankzij goede connecties en duidelijke afspraken kan er gemakkelijk en plezierig op- en afgeschaald worden. Deze flexibiliteit kan het zijn dat er nu 10 mensen aan een project deelnemen, terwijl er over twee weken een mannetje of 26 aan het werk zijn.

LINE UP, uw deskundige partner

Dat kan natuurlijk alleen als de onderaannemer verstand van het uitgeefvak heeft. De eigenaar van LINE UP, Peter ten Hoor, heeft zijn eigen uitgeverij en weet daarmee als geen ander wat er reilt en zeilt in de uitgeefsector. Om kwaliteit te kunnen leveren moet je weten wat de klant daaronder verstaat en moet je die kennis met beleid kunnen toepassen. De externe partij ontzorgt de uitgeverij, heet dat. Verzorgt, neemt de zorg over kan ook. Dat betekent ook: neemt beslissingen, zoekt oplossingen, weet wanneer overleg essentieel is, maar is ook zelfverzekerd genoeg om kleine beslissingen zelf te nemen. Vooral als het om maatwerk gaat, als het innovatief is of anderszins geen bulkwerk, is een goede afstemming tussen de verschillende vakmensen van groot belang.

LINE UP zorgt ervoor dat projecten een stuk overzichtelijker worden: alleen regelmatig overleg tussen de uitgeverij en de projectverantwoordelijke bij LINE UP is dan nog essentieel: dat garandeert dat de ideeën van de klant en de projectverantwoordelijke overeenkomen.

Dit artikel is mede mogelijk gemaakt door [LINE UP boek en media](#), partner van inct.

Frank Veerkamp