Uitgeven is organiseren, en dat is eenvoudiger geworden

18-04-2011 15:40

Veel uitgevers houden niet van de onheilspellende verwijzingen naar de platenindustrie als doemscenario voor hun branche. Toch is het wel slim om eens opnieuw na te gaan waarin jouw uitgeverij sterk is. Zoals er bands zijn die een platencontract weigeren, zijn er ook al auteurs die de uitgeverij bewust mijden.

In de grote uitgeverijen wordt steeds vaker expertise ingekocht. De traditionele taken zoals redactie, correctie en vertaling, opmaak, maar ook conceptontwikkeling en projectleiding. Toen ik in 1995 voor mezelf begon was ik één van de eerste freelance uitgevers. Nu zijn er velen die dit soort diensten aanbieden. De expertise van een uitgever is dus op veel meer plekken te vinden dan alleen binnen de grote uitgeverijen. Het inschakelen van allerlei specifieke kennis en vaardigheden in het uitgeefproces is bovendien eenvoudig geworden. Iedereen die dit soort diensten aanbiedt is immers goed te vinden op internet. Het drukken van grote aantallen van een nieuwe titel is ook niet meer nodig. Via printing on demand is met een kleine startoplage eenvoudig te verkennen hoe de markt op het boek reageert. Een grote investering is dus niet noodzakelijk om een start te kunnen maken. Ook de marketing kan door auteurs via hun netwerk op de sociale media versterkt worden, en soms zelfs veel beter worden verzorgd. De verkoop kan eenvoudig via het online afrekenen en betalen geregeld worden en de post bezorgt het boek thuis. Voor e-books is de distributie uiteraard nog eenvoudiger.

Natuurlijk geldt dit niet voor alle titels en natuurlijk blijft ook het snuffelen in de boekhandel en het doen van impulsaankopen gewild. Maar heel veel informatie vindt op een andere manier een weg naar de klant dan via de traditionele handelskanalen.

Ja, zegt iemand van een grote uitgeverij, maar auteurs willen toch graag bij een fonds van naam gepubliceerd worden. Dat zal voor sommige auteurs zeker blijven gelden, maar hoe kom je daar dan binnen? De drempel van de uitgeverij is immers erg hoog. Op zich geen nieuws, maar de netwerken maken vakkennis buiten de uitgeverij nu veel gemakkelijker toegankelijk. Voor de onbekende debuterende auteur is het gemakkelijker om in het online netwerk de vraag te stellen wie er een goede redacteur kent, dan om bij een uitgeverij binnen te komen. Zelf publiceren, zelf je netwerk ontwikkelen is laagdrempeliger dan ooit. Met Facebook, Twitter, Linkedin en Google als je bondgenoten kan jouw boek ook de weg naar een lezerspubliek vinden. En als je dat lukt, mag ook nog zelf de hele opbrengst houden. Je hebt het immers zelf georganiseerd.

Uitgevers doen er daarom goed aan om eens opnieuw te doordenken waarin hun organisatietalent zich nu echt onderscheidt van het vrije veld van de freelancers. En misschien is het goed de deur voor nieuwe auteurs eens wat nadrukkelijker open te zetten.

Lydia Vroegindeweij
Directeur Uitgeversacademie

David Huijzer