Expertpanel - Erik Rigters: Subsidiërende uitgever; innoveert!

14-04-2011 13:09

Selecteren, verrijken en vermarkten. Het creëren van kwalitatief hoogwaardige content. Dat is wel degelijk een toegevoegde waarde. Zonder een goed boek, vindt men geen lezers.
Daarin moet de uitgeverij zich gaan ontwikkelen en innoveren. Het proces van selecteren en verrijken moet in de verdere toekomst waarin de digitalisering de vraag naar lagere consumentenprijzen voedt, een moderner, efficiënter en goedkoper karakter krijgen met automatisering als instrument.

Terugkijkend naar de automatisering en digitalisering in het boekenvak zie ik het volgende: De auteur is opgehouden manuscripten of typoscripten op papier in te leveren bij de uitgever. Tegenwoordig komt die tekst per email binnen bij de uitgeverij. Die partner in de keten heeft daarmee een enorme automatiseringslag gemaakt.
De zetter is gaan zetten in DTP programma's waardoor correcties veel efficiënter worden doorgevoerd. Een grote automatiseringsslag bij die partner van de uitgeverij.
De drukker maakt de drukplaten direct-to-plate. Er zijn geen films meer nodig. Ozalid belichtingen zijn handig, maar niet meer verplicht. Een print ter controle volstaat. En met de printstraten is het inmiddels mogelijk om zonder drukken boeken te produceren.
Allemaal dankzij de automatisering en digitalisering in de productieketen van een algemeen boek.

Maar waar is de uitgeverij vandaag de dag in die ontwikkeling. Het lijkt wel alsof de uitgever - de beslisser, investeerder en opdrachtgever - gedurende deze ontwikkelingen inhoudelijk is stil blijven staan. De belangrijkste efficiëntieslag bij uitgevers is dat men nu gebruik maakt van email in plaats van fax (invoegen van nieuw voorwerk) of post (een volledig gecorrigeerde drukproef terugsturen naar de zetter). En eventueel het toepassen van een aantal macro's om eenvoudig bulk werk uit te voeren.

Waarom is een groot deel van de uitgeverijen in deze ontwikkeling niet aangehaakt? Maar ook; is dat zo? In het redactie-werk drukt de uitgeverij manuscripten af om ze met de auteur te bespreken. (momenteel de meest doelmatige manier om dat te doen). In het bureauredactie werk gebruikt de uitgeverij de prints van het zetklare manuscript samen met een rode pen om de correcties weer te geven. Dat zelfde gebeurt in de eerste, tweede en derde proef van het zetwerk. om dan te komen tot een digitale proef waarbij de hierboven genoemde partners het weer overnemen.

Het uiteindelijke resultaat is vandaag de dag: een PDF die gereed is voor drukken. Met kwalitatief hoogwaardige content daarin. In een vorm zodat het zo goedkoop mogelijk vermenigvuldigd kan worden. Vooral in drukvorm.

Algemene Uitgevers: innoveert in uw productieketen!
Haal de automatisering en digitalisering in huis zonder daarbij in te boeten op kwaliteit. En begin daar nu aan. Uitgevers staan al te lang stil terwijl de partners in de nabije omgeving de automatisering en digitalisering veel meer omarmd hebben. Doe, innoveer, leer en doe opnieuw. (de mogelijkheden zijn legio, als je er maar aan begint.)

Met als mogelijkheid om te komen tot een andere eindvorm van de goede content dan een PDF voor drukken.Met als doelstelling om te komen tot de mogelijkheid om de boeken - de goedgeschreven teksten - tegen een zo laag mogelijke prijs te kunnen uitgeven.

David Huijzer