

Vroegindewij beheerst als ervaren uitgever, partner in de Uitgeversacademie en auteur van het Handboek Redactie, het marketingvak op uitgeefgebied tot in de puntjes. In een hoog tempo passeerden abonneerfsmogelijkheden, in- en outserts en line- en brand extensions de revue.

Ze sluit af met een aantal wijsheden zoals 'wordt verliefd op je lezer en probeer hem te versieren'. Als dat lukt, 'laat de liefde dan uitgroeien tot echte liefde'. In dezelfde categorie had ze ook nog: 'beschouw de adverteerder als schoonfamilie, maak ze tot vrienden waarop je kunt bouwen'.

Tijdschriftfuncties Dick Paul, managing partner van de GEA adviesgroep, organiseert een rommelige sessie met de titel 'strategieën van succesvolle uitgevers'. In een lege zaal probeert Paul het vijftienkoppige publiek te bewegen om veertig gevoelens bij een tijdschrift of krant te noemen. Aan de hand van de Volkskrant druppelen de gevoelens langzaam van het publiek op de grote flip-overvellen. De gevoelens van het publiek bij de Volkskrant zijn 'betrouwbaar', 'progressief', 'ik hoor ergens bij', 'ik vind er mijn vrienden', 'blijblijven', 'hoort bij de koffie' en nog vierendertig andere gevoelens. Vervolgens wordt een matrix gemaakt waarbij vier kolommen gevuld worden: doelgroep, kanalen, adverteerders en belanghebbenden. Samen met het publiek worden de kolommen gevuld.

Vervolgens moet het publiek een half uur lang zelf verbanden aanbrengen tussen elementen in de verschillende kolommen, kennelijk om zelf een uitgeefstrategie te bedenken. Maar die succesvolle strategieën had ik nu juist graag van Dick Paul gehoord...

Kleine uitgever online Ashja Bosboom van special interest uitgeverij Scala is enthousiast over de mogelijkheden van online uitgeven. Adverteerders biedt ze bijvoorbeeld geen korting meer, maar in plaats daarvan extra online bereik. Uit haar onderzoek onder dertig uitgevers bleek dat uitgevers nogal wat redenen aandragen om niet online uit te geven. Maar liefst de helft van de uitgevers ziet bescherming van content tegen onrechtmatig gebruik als belangrijkste probleem. Ook interne capaciteitsproblemen scoren hoog. Juridische problemen zijn er niet volgens Bosboom, zolang je een tijdschrift integraal online verkoopt. Er is dan slechts sprake van een nieuw distributiekanaal. Het betalingssysteem is nog wel een reëel probleem, de mogelijkheden op dat gebied zijn nog beperkt. Tegenover de beperkte investering voor online uitgeven staat een hoge return on investment (ROI). De investering is dus snel terugverdiend. Bosboom geeft aan dat Scala nu al geld verdient aan haar online uitgeefactiviteiten en dat de investering binnen een jaar was terugverdiend. Bij Luister (85.000 unieke bezoekers per maand) neemt nu al de helft van de nieuwe abon-

De Nieuwe Reporter

Een medewerker van De Nieuwe Reporter (DNR) deelde op P4P flyers uit ter promotie van dit weblog. Het gaat over journalistiek, technologie, nieuwe media en de publieke sfeer. DNR bericht dan ook over de opkomst van nieuwe mediatechnologieën, veranderend mediagebruik, sociaal-culturele veranderingen en de gevolgen hiervan voor de journalistiek. Dit voor uitgevers zeer interessante weblog is te vinden op www.denieuwereporter.nl.

nees uitsluitend een online abonnement – die krijgt dus geen papieren tijdschrift meer. De kersverse abonnees vinden de archief-functie en de klikbare links kennelijk erg waardevol. Hetzelfde geldt voor adverteerders. Die bleken ook meteen enthousiast en wilden direct banners plaatsen.

Tegenvallers zijn er echter ook bij Scala. De tijdinvestering blijkt enorm: een website zorgt voor een intensieve interactie met de lezer en dat kost veel tijd. Verder blijken bezoekers van de website niet allemaal heel technisch te zijn en dus is er veel uitleg nodig bij digitale tijdschriften. Interessant is dat Scala het leesgedrag van online tijdschriften bijhoudt en ook registreert waarop geklikt wordt. Men bouwt ook aan lezersprofielen, zodat men de adverteerder gespecialiseerd bereik kan bieden. ●



Dick Paul, managing partner GEA adviesgroep over positieverbetering van kleine uitgeverijen

Ferry Houterman over de economische principes van het uitgeven



Zo'n 175 bezoekers kwamen af op Platform for Publishers in DeFabriek te Maarsse