

Gesproken column van dr. Piet Bakker

communicatiewetenschapper Universiteit van Amsterdam

Tijdens [Immovator Cross Media Café](#) over Nieuwe Uitgeefconcepten

Uitgeschreven aan de hand van videobeeld, zie [Piet Bakker op Immovator](#)

Het mooie van nieuwe media is dat ze nooit gebruikt worden op de manier waarop ze bedoeld waren. De grammofoon zou vooral op kantoren benut worden, om brieven op te dicteren. De radio is uitgevonden om contact met schepen te onderhouden. En via internet zouden wetenschappers samen, tegelijkertijd artikelen schrijven. Dat is ongeveer het enige dat nog niet gebeurt op internet.

De eerste walkman, dames en heren, was een speeltje voor de Sony CEO om hem bezig te houden tijdens zijn lange reizen in het vliegtuig. De eerste emails lieten computerprogrammeurs boodschappen voor elkaar achter op de monitor, zodat ze wisten waar ze de volgende dag mee door moesten gaan.

Sommige innovaties komen nooit van de grond of ze sterven snel. Wat weten we nog van quadrafonie, buzzers, DAT en MD-bandjes, geurbioscopen, beeldplaten. Wie doet er nog aan secondlife, wie doet er nog aan chatpro.. (?). Ik zal geen handen laten opsteken, maar het zullen heel weinig zijn. En wie nog aan chatprodet doet die geeft dat natuurlijk niet toe. Dat kan ik me heel goed voorstellen. Eerlijk gezegd.

Wie heeft er nog een Myspace account, urkoet (?) account, ICQ. Doodgewaande technieken aan de andere kant, gaan soms een nieuw leven leiden. De fax was aan het einde van zijn bestaan op krantenredacties, toen het apparaat plotseling herontdekt werd voor huiskamergebruik. 3D in de jaren vijftig een kortstondig leven en was al snel morsdood. En leeft nu als ooit tevoren.

Q-quotes zijn meer dan 15 jaar oud en nu pas breken ze door. We weten het gewoon niet. We weten niet wat succesvol wordt en wat gaat mislukken. Voorspellen is ontzettend moeilijk, vooral als het over de toekomst gaat.

Marshall McLuhan voorspelde dat het er in deze tijd geen auto's meer zouden bestaan. Dat is één van de uitspraken van Marshall McLuhan die nooit geciteerd wordt overigens. Het papierloze kantoor. Toen ik in, eind jaren zeventig, bij weekblad de Tijd werkte, maakten wij een special over het papierloze kantoor, dat binnen twee jaar een realiteit zou moeten zijn. Nou, alles is papierloos. Maar mijn kantoor in ieder geval niet. En ik kom er ook niet aan toe het wel papierloos te krijgen.

CNN-oprichter Ted Turner voorspelde in 1980 dat kranten in de jaren 90 al uitgestorven zouden zijn. En laatst vond ik een vijf jaar oud boekje van Nederlands grootste trendwatcher Adjiedj Bakas. Niets van de voorspellingen die in dat boekje stonden is uitgekomen. Helemaal niets. Volgende week spreekt hij op het VNG-congres voor een wedde van ongeveer 10.000 euro. Want aan dat soort piskijkers is altijd wel behoefte in dit land.

Ik sprak twee jaar geleden iemand die werkte bij een instituut in Valencia die zich bezighield met het voorspellen van de toekomst. Toen vroeg ik hem wat er met de voorspellingen van hem van vijf jaar

geleden was gebeurd. 'Daar houden we ons niet mee bezig, met controleren of voorspellingen uitkomen. Wij voorspellen de toekomst'. Dat is ook een businessmodel.

Behalve dat Ted Turner wat heeft gezegd, hebben een heleboel mensen wat gezegd over de dood van de krant natuurlijk. Het weerhoudt ons er niet van, dit soort voorspellingen, om zelf ook weer voorspellingen te doen. Opvallen zijn de voorspellingen waarin de dood of de totale heerschappij van een medium wordt aangekondigd.

De dood vande krant bijvoorbeeld. Een beetje googlen. Binnen 10 minuten vond ik 'the internet may kill newspapers', 'social networking will kill newspapers', 'the iPad will kill newspapers'. Die laatste is grappig, want de iPad is een verschrikkelijke alleseter, kan ik u vertellen. 'Will the iPad kill de e-reader', 'will the iPad kill carradio', 'the iPad just tried to assassinate the computer'.

De iPad wordt ook weer bedreigd natuurlijk, door iPad-killers. Android-tablets, SONY-tablets, Kindle fire. De zoekterm iPad-killer leverde al heel snel bijna 200.000 hits op. Maar de iPad is ook een redder in de nood. 'Will the iPad save the newspaper', 'will the iPad save journalism', 'will the iPad save traditional broadcasting'. We kunnen het allemaal vinden zonder enig probleem.

De iPad. Ik heb de afgelopen weken gelet op wat mensen met hun iPad doen. Ik heb alles gezien. Mensen maken tekeningen met hun vingers of met dikke stiften. Kinderen van nog geen twee jaar oud worden tijdens het ontbijt in een hotel stil gehouden met een kleurplaat-app. Er wordt gemaild, er worden notulen gemaakt tijdens vergaderingen, er worden presentaties op gegeven, PDF-verslagen gelezen, films gekeken, boeken gelezen, games gespeeld. Patiencen, autoracen, Angry Birds. Ik heb alles gezien. Behalve het lezen van een krant of een tijdschrift.

De losse verkoop van kranten op iPad blijkt nihil volgens de laatste oplage cijfers. Ik heb vanmorgen een uurtje zitten rekenen en ik heb de cijfers van 2011. Dat is heel ingewikkeld. HOI doet daar een maand over. De cijfers van 2011 komen volgende maand uit. En ik heb het eerste, het tweede, het derde en het vierde kwartaal bij elkaar opgeteld en toen door vier gedeeld. Daar doen de accountants van de HOI à 450 euro per uur een hele maand over, dames en heren. En ik sta hier voor niks, echt waar.

De losse verkoopitems zijn nihil. Ik heb gekeken. Het laatste jaar zijn er minder dan 2000 replica's verkocht. En dat zijn alle titels samen; en er zijn zo'n zeven titels die op iPad losse nummers verkopen. Dus we praten over niet meer dan 2000 exemplaren per dag.

Is dat erg? Het is wel erg voor uitgevers. Absoluut. Maar het is ook een goeie les, natuurlijk. Niets gaat zoals het voorspeld is. Er is geen moord en doodslag tussen platformen, er zijn geen killers op ons pad (spreek uit pet). Maar er zijn ook geen redders in onze nood.

Het is niet de technologie die het doet. Het zijn de gebruikers die bepalen. En die trekken zich helemaal niets aan van allerlei trendwatchers, digitale piskijkers en andere koekoeks.

Wat leren we daar nu van.

Ik denk, als niets werkt als voorspeld moeten we ons niet al te veel met voorspellingen bezighouden. Dus ik heb heel veel plannen gezien en die hangen helemaal scheef van de mogelijke conversies die ze moeten opleveren, van de scenario's die het moet gaan opleveren, bij driekwart is doorgerekend

'wat zou gebeuren als...'. Als we daar nu eens mee ophouden dan besparen we onszelf ontzettend veel geld. Ik denk we veel beter 10 keer 100.000 euro kunnen uitgeven dan 1 keer een miljoen.

Dus als u nou al die startups gewoon koopt, dan is dat volgens mij een veel beter plan, dan al die enorme zware innovaties met al die scenario's door te rekenen.