

UITGEVER VAN DE TOEKOMST MOET KEUZES MAKEN

# De do's en don'ts van crossmediaal uitgeven

De uitgever van de toekomst houdt zich bezig met het publiceren van informatie via meerdere kanalen, in verschillende verschijningsvormen. Uitgeven wordt in toenemende mate crossmediaal. Mike de Vet, manager van de nieuwe afdeling E-Media bij Unieboek, bespreekt het boek *Crossmediaal uitgeven*, waarin het nieuwe uitgeven centraal staat.

Het wordt voor uitgevers steeds belangrijker om naast 'folio'-producten content in andere verschijningsvormen aan te bieden. Steeds vaker verschijnen er artikelen in de vakmedia over het verdwijnen van de boekhandel en het boek in de nabije toekomst. Zo'n vaart zal het allemaal niet lopen, maar het is een goed moment om je te gaan verdiepen in alternatieve vormen van het uitgeven op papier. Een uiteenzetting van de do's en don'ts wordt gegeven in het boekje *Crossmediaal uitgeven, inleiding in database publishing* van L&G Publicaties. David Huijzer, oud-uitgever van *Boekblad* en uitgever van het vakblad voor uitgeven, innovatie en ICT *InCT*, en Huub van de Pol, hoofdredacteur van *InCT*, zijn de auteurs. In *Crossmediaal uitgeven* wordt in een vierstal hoofdstukken overzichtelijk besproken wat het uitgeven van dezelfde content in

verschillende verschijningsvormen inhoudt en hoe een invoeringsscenario eruit zou kunnen zien. Ook geven de auteurs enkele voorbeelden van toepassingen. Het geheel wordt op een vlotte manier verteld en op de juiste plaatsen voorzien van uitleg over de 'moelijke' woorden.

## E-media

Unieboek heeft sinds afgelopen november een speciale afdeling, E-Media, waarvoor crossmediaal uitgeven een belangrijk werkgebied is. Toen ik als manager van deze afdeling bij Unieboek begon, werd ik getipt over *Crossmediaal uitgeven* door een collega. Ik was erg benieuwd naar de inhoud, dus heb het boek meteen aangeschaft. Voordat ik bij Unieboek in dienst kwam, heb ik een aantal jaar voor een bedrijf in de grafische ICT gewerkt. Hier heb ik veel te maken gehad met workflow-systemen die vooral in de krantenindustrie gebruikt worden. Deze systemen waren er vooral op gericht om zo veel mogelijk van het opmaakproces van een krant te automatiseren. Ik ontdekte dat het automatiseren van processen een andere manier van werken met zich meebrengt. Daarbij gaat het natuurlijk om de technische realisatie, maar is het vooral van belang om de mensen die met de systemen moeten werken te overtuigen en te motiveren. In gegevens moeten structuren worden aangebracht. Vaak blijkt dat de nieuwe structuren afwijken van de bestaande structuren, die soms zelfs ontbreken. Het leek me daarom erg interessant om te lezen wat nu de voordelen en de nadelen van crossmediaal uitgeven zijn. Aan de ene kant is het ideaal om gegevens digitaal te hebben, zodat ze voor meerdere doeleinden gebruikt kunnen worden. Aan de andere kant vragen onze 'andere' kanalen ook echt om andere informatie, zodat er een hoop tijd gaat zitten in het bedenken van een goede structuur en het goed opslaan van content. Tijd is geld, dus wanneer ga je aan dit soort dingen beginnen? In dit boek passen al deze zaken de revue.

## Metadata

Bij Unieboek staat het omzetten van content in een universeel te gebruiken formaat (XML) op dit moment op een laag pitje en ligt de nadruk vooral op de metadata. Deze willen we op een zo volledig en eenvoudig mogelijke manier opslaan, zodat we

gemakkelijk verschillende vormen van vooral promotionele content uit onze database kunnen halen. Natuurlijk zetten we de database op zo'n manier op dat deze later op een eenvoudige manier kan worden uitgebreid en we langzaam kunnen toegroeien naar een 'crossmediaal' platform. Nu kost het soms veel tijd om alle informatie bij elkaar te sprokkelen om bijvoorbeeld te gebruiken op een website. Als alle uitgevers gereedschap tot hun beschikking zouden hebben om al in een vroeg stadium hun informatie op een geordende, digitale en centrale plaats op te slaan, kunnen we deze gegevens later gemakkelijk hergebruiken. Natuurlijk moet dat gereedschap aangepast worden aan de wensen van de uitgevers, zodat ze er zonder problemen mee kunnen werken. Een nieuwe werkwijze kan zo worden opgezet dat deze tevens gebruikt kan worden als een to-do-lijstje bij het registreren van uitgaven. Op deze manier kunnen websites zo volledig mogelijk worden gevuld, maar kan de database ook gebruikt worden om bijvoorbeeld de aanbiedingsbrochure te maken.

*Crossmediaal uitgeven* is een interessant en vlot te lezen boek waarin duidelijk wordt dat crossmediaal uitgeven de toekomst heeft. Een afdeling die verantwoordelijk is voor 'digitale' content van een uitgeverij is vaak geneigd alles te willen omzetten naar XML, zo weet ik uit eigen ervaring. *Crossmediaal uitgeven* geeft een goed inzicht in de keuzes die je daarbij kunt maken. Het boek sterkt me in de mening dat het niet altijd even makkelijk is om structuur aan te brengen in een bestaande omgeving. De auteurs maken duidelijk dat overstappen naar database publishing een geleidelijk proces is dat je stukje bij beetje moet invoeren. Het besef dat je op de goede weg bent en dat niet alles morgen af hoeft te zijn geeft een steun in de rug!

Mike de Vet, manager afdeling E-Media  
Unieboek, Houten

## Crossmediaal uitgeven, inleiding in database publishing

David Huijzer en Huub van de Pol  
(L&G Publicaties, 90 5179 260 3, € 26,50)

