

Home Academy bestaat twintig jaar

'Ons businessmodel is nog tot in lengte van jaren levensvatbaar'

Begin november 2003 besloten Folef van Nispen tot Sevenaer en Floor Plikaar tot de oprichting van Home Academy Publishers, een uitgeverij van hoorcolleges. Twintig jaar later floreert de uitgeverij volgens de oprichters nog steeds, al heeft zij ook een moeilijke periode doorgemaakt. Vanaf november viert Home Academy het jubileum.

Tekst Bart Janssen

Home Academy is ooit begonnen met het uitbrengen van hoorcolleges op audio-cd in een tijd dat ook luisterboeken op die manier werden aangeboden. Tien jaar geleden is de uitgeverij gestopt met de cd's, zodat het fonds inmiddels volledig in digitale vorm wordt aangeboden. Het aanbod bestaat uit zo'n 230 titels en jaarlijks komen er vijftien hoorcolleges bij. Dat aanbod omvat een brede variatie aan vakgebieden, zoals filosofie en religie, (cultuur) geschiedenis, natuurwetenschappen, economie, politiek en maatschappij en taal en letteren. De titels zijn *streaming* te beluisteren in een app in het kader van een abonnement, maar de afleveringen zijn

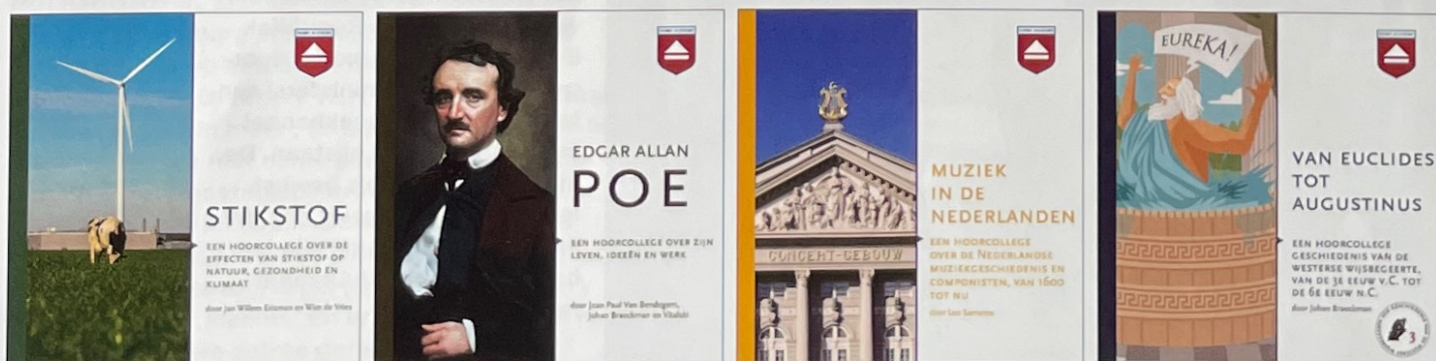
ook los te downloaden. Folef van Nispen: 'In 2013 zagen we de markt voor cd's snel inzakken. Toen zijn we daarmee radicaal gestopt. We boden vanaf het begin trouwens ook al mp3-downloads aan. In 2013 zijn we vervolgens gestart met een eerste streamingdienst, die aanvankelijk nog alleen via een online player beschikbaar was maar later ook via een app. Via die app kun je als lid van onze Home Academy Club toegang krijgen tot ons hele aanbod, maar ook losse afleveringen zijn als mp3 te downloaden.'

Nieuw businessmodel

Volgens Van Nispen werkt dit clubmodel goed. Wel zegt hij,

'Onze focus is gericht op het abonnementsmodel, maar we merken dat er nog steeds grote behoefte is aan de individuele downloads, dus dat zullen we blijven doen. De losse downloads worden overigens ook verkocht via de websites van boekhandels, die zijn via het inmiddels door het CB overgenomen systeem van het Luisterhuis heel toegankelijk beschikbaar voor elke webwinkel, zonder dat ze daar verder *handling* aan hebben. Daarnaast is onze content voor een belangrijk deel ook beschikbaar via andere streamingdiensten, zoals Storytel, Kobo Bol, Bookbeat en dergelijke, naast onze eigen verkoopkanalen via de Home Academy Club. De nieuwste titels komen aanvankelijk alleen exclusief beschikbaar voor onze leden en enige tijd later worden die vervolgens aangeboden via de andere kanalen.'

De overgang van het op cd's gebaseerde distributiemodel naar digitaal was volgens Van Nispen aanvankelijk niet makkelijk. 'We hadden een goed lopend boekhandelskanaal. We zijn aanvankelijk in omzet enorm gedaald, maar tegelijkertijd daalden ook de kosten aan-





Folef van Nispen tot Sevenaer en Floor Plikaar: 'De populariteit van podcasts werkt versterkend voor ons aanbod.'

zienlijk omdat we geen productie- en opslagkosten meer hadden en geen logistieke kosten. Rond 2013 kregen we dus te maken met een flinke omzetsdip, daarna heeft het toch wel twee à drie jaar geduurd voordat er een duidelijke opwaartse lijn werd ingezet. Vervolgens bleek het nieuwe businessmodel goed te werken omdat de genoemde kosten wegvielen en we de beschikbaarheid online wisten uit te breiden. Wat je mist is de fysieke zichtbaarheid in de boekhandel, maar daar staat tegenover dat online aanbieden het grote voordeel heeft dat je niet alleen sneller kunt leveren, maar het ook procesmatig makkelijker is.'

Plikaar vult aan: 'We verkochten vanaf 2005 al downloads, dus het

was ook niet zo dat we een heel nieuw verkoopkanaal moesten aanboren. De terugval in omzet rond 2013 was overigens ook deels toe te schrijven aan de economische crisis van die tijd, toen boekhandels het zwaar hadden en de gevolgen daarvan voor ons samenvielen met de overgang naar het compleet digitaal aanbieden van het fonds.'

Eloquente sprekers

De markt voor een product als hoorcolleges wijkt in bepaalde opzichten af van die van het boek, zo zegt Van Nispen. 'De producten die wij aanbieden piken niet echt. Het is niet zo dat we het voor de verkoop moeten hebben van de eerste zes weken na verschijning, zoals bij boeken. We hebben ooit

één titel van de inmiddels 230 teruggetrokken omdat die verouderd was, maar de onderwerpen van de colleges zijn dusdanig dat ze niet of nauwelijks verouderen, waardoor de verkoop van een titel goed blijft doorlopen. We bereiken via streamingdiensten ook elk jaar weer een nieuw publiek. We zitten natuurlijk in een nichemarkt, maar als je kijkt naar wat we via de verschillende kanalen aan omzet maken dan is dat toch aanzienlijk. Het is moeilijk te zeggen om welke aantallen het gaat, maar zeker om enkele tienduizenden.'

De laatste jaren is het aanbod aan content die online te beluisteren is explosief gegroeid, al was het maar door de grote populariteit van podcasts, maar toch zien Van Nispen en Plikaar dat niet als concurrentie. 'Integendeel. Er is zeker veel meer goed audioaanbod beschikbaar, maar dat heeft voor ons het grote voordeel dat mensen inmiddels helemaal vertrouwd zijn met het luisteren naar interessante content. Dus ja, er is concurrentie, maar wij bieden een kwalitatief beter aanbod, zowel technisch als inhoudelijk, en uiteindelijk merken we dat er veel nieuwe klanten binnenkomen die via podcasts enthousiast zijn geworden voor audio. Het werkt dus eerder versterkend voor ons aanbod.'

Bij de samenstelling van het fonds spelen verschillende overwegingen een rol. 'Om te beginnen dat het enthousiasmerende, eloquente sprekers dienen te zijn', aldus Van Nispen. 'En daarnaast kijken we naar wat ons interessante onderwerpen lijken. Bijna iedereen die we benaderen reageert direct positief; we hebben ook het geluk dat we te maken hebben met mensen die al een fulltime baan hebben, die geen broodspreekers zijn maar het vooral mooi vinden om met passie hun kennis te kunnen delen.' Plikaar: 'De sprekers hebben er merkbaar plezier in om hun kennis op een bepaald vakgebied over te kunnen brengen op een veel breder publiek dan ze bereiken binnen hun eigen instelling. Ze doen dat in een wat toegankelijker vorm dan



ze in een academische setting voor studenten zouden doen. De hoorcolleges moeten dus inhoudelijk interessant zijn, maar ook boeiend voor een algemeen publiek.' Van Nispen: 'Maar we onderschatten ons publiek zeker niet door bijvoorbeeld te kiezen voor al te schoolse en korte colleges, nee, we willen wel degelijk diepgang bieden. Om je een idee te geven: we zijn nu met een geweldig project bezig in het kader waarvan een van onze topsprekers, Johan Braeckman, verbonden aan de Universiteit Gent, een interpretatie van de geschiedenis van de wijsbegeerte behandelt vanaf de vroegste mythen tot de huidige tijd. De eerste drie delen hebben een lengte van 11 à 13 uur en in totaal wordt het waarschijnlijk een project van 60-70 uur. Ondanks die lengte blijft het boeiend en er is best veel belangstelling voor.'

Vlaamse bibliotheken

Terugblikkend op de afgelopen twintig jaar zegt Van Nispen: 'Als ik aan het begin zou staan, zou ik het zo weer doen. Ik zie het ons doen tot onze dood. Het werk zelf is ontzettend leuk omdat je contact hebt met boeiende mensen die met passie over hun vakgebied vertellen en dat verveelt nooit. Door de overgang naar digitaal zijn we minder bezig met de praktische zaken die het productieproces van fysieke uitgaven nu eenmaal met zich meebrengt. De verkoop loopt hartstikke goed; we hebben met name in de beginjaren geboft dat de boekhandels het product zo omarmd hebben en later hebben we veel andere kanalen gevonden, niet alleen de streamingdiensten, maar ook bijvoorbeeld de Luisterbieb en een twintigtal Vlaamse bibliotheken. Een recente ontwikkeling is noodgedwongen in gang gezet door corona. We organiseerden de colleges altijd met een live publiek in een zaal; dat had een grote dynamiek omdat de sprekers dan echt een performance gaven. Maar tijdens de coronaperiode hebben we gemerkt dat het ook goed werkt in een studio met een beperkt publiek, dus dat zijn we vervolgens meer gaan doen, mede vanwege

de voordelen, zoals betere opnamerkwaliteit en meer flexibiliteit in de planning van de opnamen.'

Gevraagd naar plannen voor de toekomst zeggen Van Nispen en Plikaar onder andere in gesprek te zijn met Cultuurconnect, de Vlaamse organisatie voor openbare bibliotheken, om de hoorcolleges centraal beschikbaar te stellen, zodat er geen afzonderlijke licenties voor de bibliotheken meer nodig zijn. Van Nispen: 'Daarnaast hoop ik dat we op termijn onze content ook via Fluister beschikbaar kunnen stellen. Het verbaast ons dat we daarvoor nog niet benaderd zijn, dus bij deze een oproep aan Fluister. Verder gaan we wellicht Engelstalige colleges uitbrengen die online natuurlijk makkelijk aan te bieden zijn voor een internationaal publiek. Geen idee wat de toekomst verder nog brengt, maar ik denk

dat ons businessmodel nog tot in lengte van jaren levensvatbaar is. Al zullen technologische ontwikkelingen zeker een rol gaan spelen; zo is het bijvoorbeeld de vraag welke invloed Artificial Intelligence op termijn zal hebben. Maar ik denk dat goed vertelde verhalen over interessante onderwerpen door gepassioneerde mensen altijd aan zullen blijven spreken.'

Op 3 november bestaat Home Academy precies twintig jaar. Dan starten de 'jubileumactiviteiten', waarvoor de ideeën nog niet helemaal uitgewerkt zijn. Plikaar: 'Maar denk aan acties om bepaalde sprekers onder de aandacht te brengen en kortingsacties voor boekhandels die deze dan via hun webwinkels aan klanten kunnen doorgeven. En boekhandels zijn natuurlijk altijd welkom om contact op te nemen als ze iets willen doen met onze titels.' ●

advertentie

Junior Category Manager Boeken

Almere

Voor ons servicekantoor in Almere zoeken we een Junior Category manager boeken.

Functieomschrijving

Als Junior Category Manager Boeken ben je samen met onze senior Category Manager Boeken verantwoordelijk voor het assortiment in onze winkels en online. Jij hebt gevoel en passie voor boeken en kennis van de markt.

Uitdagingen:

- Ondersteunen senior category manager boeken bij inkoopactiviteiten en het maken van schappenplannen voor de winkels
- Plaatsen, controleren en opvolgen van bestellingen
- Voorraad beheer – budget bewaking
- Uitvoeren diverse administratieve taken
- Contactpersoon winkels voor productgroep boeken

Wat bieden we jou?

- Een functie in loondienst met de mogelijkheid 32-38 uur te werken
- De mogelijkheid je te ontwikkelen bij een bedrijf dat staat voor een grote verandering op het gebied van propositie en huisstijl en graag samen wil professionaliseren
- En natuurlijk 20% personeelskorting

Vereisten

- Het allerbelangrijkste ben jij! We zoeken een leuke collega die in staat is ons assortiment verder te brengen en die de wil heeft om te leren.
- Je denkt en werkt op hbo-niveau
 - 2-4 jaar ervaring in vergelijkbare functie
 - Je voelt je thuis in een informele, platte organisatie
 - Ondernemende, resultaat- en klantgerichte mentaliteit

Interesse?

Is deze vacature jou op het lijf geschreven en wil je kennismaken? Ga dan naar boekenvoordeel.nl/vac-cmbokenen. We spreken je snel!

BoekenVoordeel

100 winkels in Nederland en Vlaanderen