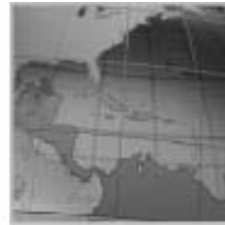


Casus



Mei 2011

Tate Publishing herdefinieert publicatiemarkt

*Door het opbouwen van een bedrijf voor het beschermen van
de belangen van auteurs en het toepassen van technologie*

Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
De opkomst van Tate Publishing: van schrijvers tot uitgevers	4
Het geven van advies leidt tot uitgeven	4
Succes op basis van een goed uitgedacht plan.....	5
Overgang naar vraaggestuurd drukken	6
Xerox creëert een relatie door eerlijkheid	6
Werkmethode zorgt voor productiviteitsverbetering.....	7
Nog een Xerox Nuvera versterkt de rangen	8
De mening van InfoTrends.....	9
Over de auteur	10

Inleiding

Tate Publishing uit Mustang, Oklahoma (VS) is een van de grootste boekverkopers van Amerika. Het bedrijf is 12 jaar geleden door de familie Tate opgericht als Christelijk familie-uitgeefbedrijf voor het grote publiek, met als missie het ontdekken en op de markt brengen van onbekende schrijvers, en hen te voorzien van boeken van de beste kwaliteit en van royalty's. Het bedrijf is uitgegroeid tot een uitgeverij met een miljoenenomzet die paperbacks maakt met apparatuur van Xerox: de drukkerij werkt in drieploegendienst, 24 uur per dag, zeven dagen per week, en produceert duizenden boeken per maand.

Het bedrijf heeft 250 werknemers in de VS en biedt volledige productie, distributie en marketing voor de weinige schrijvers die het contracteert. Tate Publishing verzorgt redactie, ontwerp, e-boeken, audioboeken, websiteontwerp, marketingdiensten, tv-reclames en het drukken van boeken. De uitgever ontvangt gemiddeld 3000 ongevraagde contacten en manuscripten per maand van onbekende schrijvers, waarvan slechts enkele in overweging worden genomen. Het bedrijf bedient ook bekende schrijvers, zoals Lee Greenwood, Neal McCoy, winnaars van de Heisman Trophy, voormalige presidenten en gouverneurs.

“De overstap van offset naar het digitaal drukken van boeken is zeker onze opstap naar succes geweest”, zegt Ryan Tate, president en CEO van Tate Publishing. “Met ons vraaggestuurde drukconcept kunnen we kleine taken in kleine hoeveelheden drukken, zodat we meer onbekende schrijvers kunnen ontdekken en een grotere rol kunnen spelen in de religieuze uitgeefwereld, terwijl we tegelijkertijd winstgevend blijven.”

Tate Publishing is dan ook deel van een onomkeerbare beweging naar het digitaal drukken van boeken. Het laatste statistische rapport van R.R. Bowker, uitgever van de Books in Print Database en toewijzer van ISBN-nummers, laat zien dat meer dan 70% van alle in 2009 geproduceerde titels afkomstig zijn uit wat Bowker niet-traditionele kanalen noemt.

De website van Tate Publishing laat het scala aan diensten voor schrijvers zien



www.tatepublishing.com

De opkomst van Tate Publishing: van schrijvers tot uitgevers

Dr. Richard en Rita Tate werden uitgevers na de publicatie van hun eerste boek door een traditionele, algemene royalty-uitgever. De Tates besloten hun volgende boeken zelf uit te geven, waarbij deze extern werden gedrukt, en een productieaanpak te ontwikkelen voor het produceren van de boeken.

Het geven van advies leidt tot uitgeven

De Tates verkochten hun boeken op de conferenties die ze organiseerden en waarop ze spraken. Deze evenementen werden gedurende het jaar door duizenden bezocht. Tijdens een evenement vroeg een deelnemster die ook schrijfster was dr. Tate om advies over het zelf publiceren van boeken. Hij was toen niet van plan een uitgever te worden, maar voldeed aan het verzoek van de schrijfster door haar een brief te schrijven waarin hij aangaf dat hij hun werkwijze voor uitgeven voor \$500 met haar wilde delen. Dr. Tate hoopte dat die prijs de schrijfster zou afschrikken, maar dat was niet zo. Toen de betaling van de schrijfster binnenkwam, stelde hij het proces op schrift, wat ertoe leidde dat meer schrijvers om hulp vroegen, wat uiteindelijk ervoor zorgde dat de Tates het uitgeverspad kozen.

Naarmate de vraag van schrijvers voor hulp bij het uitgeven van hun werk groeide, vroegen Richard en Rita hun zoon Ryan, directeur van een succesvolle non-profit-organisatie, en hun dochter Trinity, die op dat moment studeerde, in het familiebedrijf te komen werken en het uit te breiden. Ryan en zijn vrouw Christy waren gepubliceerde schrijvers.

Succes op basis van een goed uitgedacht plan

“We begonnen onze uitgeverij aan de biljarttafel van het gezin”, vertelt dr. Tate. “Ryan onderzocht de bedrijfstak en ontwikkelde een bedrijfsplan gebaseerd op het ontdekken van de behoeften van schrijvers en de manieren om hieraan te voldoen.”

Het onderzoek van Ryan gaf aan dat de markt voor het zelf uitgeven van boeken voor de meeste startende schrijvers te ingewikkeld was. De Tates wisten al uit ervaring dat de traditionele uitgeverijen niet het belang van schrijvers op het oog hadden. Het bedrijf had zijn missie gevonden: het ontdekken, op de markt brengen en bijstaan van onbekende schrijvers.

Ryan verzorgde een website voor Tate Publishing, en naarmate schrijvers op zoek naar een uitgever binnenstroomden, begon het bedrijf te groeien. Het bedrijf verplaatste zich van de biljarttafel naar een kantoor naast een winkel. Vandaag de dag heeft Tate Publishing zes filialen en breidt het bedrijf elk jaar uit.

Kwaliteitsboeken die digitaal door Tate Publishing zijn gedrukt



Overgang naar vraaggestuurd drukken

Tate Publishing leerde meer over boekproductiemogelijkheden door een algemeen onderzoek van de bedrijfstak. Het bedrijf groeide en zag vraaggestuurde (on demand) productie als een oplossing voor het verlagen van minimale drukopdrachten tot 2000 tot 5000 stuks, het versnellen tot drukproductiecycli van 6 tot 12 weken en het leveren van boeken van hogere kwaliteit voor haar schrijvers.

“We hadden een visie op het binnen het bedrijf vraaggestuurd drukken van boeken, en het eerste waar ik aan dacht was: “wie maakt kopieerapparaten”, dus belde ik Xerox”, herinnert dr. Tate zich. Dat telefoongesprek bracht uiteindelijk Bill Leonard, een manager voor productie-oplossingen van Xerox, naar Tate Publishing.

Xerox' Bill Leonard



Leonard werkte meer dan vier jaar met Tate Publishing, totdat het bedrijf in juni 2007 een Xerox Nuvera 288 aankocht en installeerde, met een volledige inline Book Factory met een CMT330-snijder met drie messen. Door deze aankoop kon Tate Publishing digitaal op aanvraag paperbacks drukken. Tate Publishing plaatste tevens een Xerox DocuColor® 8000 met een offline CP Bourg BB3001-inbinder, Challenge Titan 200-papiersnijder en een GBC-laminator, waardoor ze kleurenkaften en kinderboeken in kleur konden drukken. Het bedrijf verhuisde tevens naar de huidige en grotere locatie om de nieuwe apparatuur te kunnen plaatsen.

“Mijn expertise is uitgeven, niet drukken, maar ik wist dat Bill Leonard niet tegen me zou liegen”, zegt dr. Tate. “Hij belde ons altijd om ons van advies te dienen over welke apparatuur in bepaalde behoeften zou voorzien, maar hij zette ons niet onder druk om iets te kopen.”

Xerox creëert een relatie door eerlijkheid

Wat het management van het bedrijf het meest aan Leonard bewonderde, was zijn eerlijkheid en integriteit, zegt dr. Tate. Tate was klaar om een aankoop te doen, maar Leonard adviseerde hem te wachten - nadat het bedrijf Leonard tientallen keren nee had verkocht. “Wij zijn een schuldevrij bedrijf en betalen alles volledig zelf. Om deze reden zijn we vaak niet op Bill's aanbod ingegaan”, legt dr. Tate uit. “Toen hij ons adviseerde te wachten, wisten we dat Bill ons succes op de lange termijn op het oog had. Dit is een van de redenen waarom we nee zeiden tegen aanbiedingen van andere verkopers van apparatuur.”

Het bedrijf wilde er tevens zeker van zijn, dat het het volume had om een investering in apparatuur te rechtvaardigen. Zij vroegen Leonard vaak om zijn aanbevelingen over talloze scenario's voor hoeveelheden en kosten.

De lancering van de Xerox Nuvera 288 was voor Tate Publishing aanleiding in digitale drukapparatuur te investeren. Ryan Tate zag het pas gelanceerde apparaat op de On-Demand Show 2006. Na terugkomst van het evenement belde hij Leonard en vroeg hij hem om een contract voor een Xerox Nuvera 288 met DocuColor® 8000 voor het maken van kaften.

“Toen ik Tate Publishing voor het eerst bezocht, zag ik dat zij een unieke benadering hadden in het helpen van mensen die nooit eerder een boek hadden uitgegeven, en dat dit bedrijfsmodel ideaal was voor het uitgeven van kleine oplagen op aanvraag, waar onze technologie prima op aansloot”, zegt Leonard.

Dr. Tate is van mening dat de kwaliteit van pagina's die met de Xerox Nuvera zijn gedrukt beter is dan wat via rotatieoffset wordt gedrukt, waarbij hij opmerkt dat de letters op de digitaal gedrukte boekpagina's scherp zijn.

“We investeerden opnieuw om de drukkerij uit te breiden en boeken te drukken die er nog beter uitzagen dan boeken die op een rotatieoffset-drukpers zijn gedrukt”, zegt dr. Tate. “Grote uitgeverijen vragen ons nu om boeken voor hen te drukken, maar we drukken geen boeken voor anderen.”

Zoals de meeste snel opkomende bedrijven ervaarde Tate Publishing enige groeipijnen in haar innovatiecyclus. Dr. Tate zegt dat Xerox en Bill Leonard het bedrijf terzijde stonden bij het oplossen van problemen, en niet na de verkoop afhaakten maar een echte partner waren.

“Xerox behandelde ons altijd net als HarperCollins, Simon & Schuster, of Houghton Mifflin”, zegt dr. Tate. “We krijgen veel aanbiedingen voor het kopen van concurrerende apparatuur, en we negeren deze omdat we weten hoe Xerox en Bill Leonard met ons omgaan. We zijn dankbaar voor die relatie.”

Werkmethode zorgt voor productiviteitsverbetering

Het opzetten van hun eigen digitale productiefaciliteit voor boeken met alleen digitale apparatuur van Xerox maakte het voor Tate Publishing mogelijk de productietijd voor boeken van weken tot twee dagen te verkorten en aanzienlijke kostenbesparingen te bereiken. In maart 2009 werd de DocuColor® 8000 vervangen door een iGen3® voor grotere hoeveelheden kleurendruk en extra overcapaciteit voor het drukken van monochrome boekblokken.

Het bedrijf installeerde tevens Xerox FreeFlow Process Manager voor het automatiseren van hun kleurenkaftproductie en uiteindelijk voor het rangschikken van boekblokken voor 2-op-1 en 4-op-1 productie. Het aansturen van de iGen® met Process Manager bespaarde Tate Publishing één man per ploeg door automatisering. De FreeFlow Process Manager met MAX (Manifest Automation van Xerox) verbindt het orderbeheersysteem van Tate Publishing met geautomatiseerde drukproductie. Met MAX kan een lijst in Process Manager worden ingevoerd, waarmee alle werkbestanden worden opgehaald

en in de wachtrij voor de printer worden geplaatst, waarbij de bediener vrijgeeft wat in de wachtrij prioriteit heeft. Process Manager MAX kan tevens complexe rangschikking aan en maakt het mogelijk dat taakorderdetails, zoals de informatie in het afloopgebied van een gerangschikt document of het aantal pagina's van een boek, naadloos worden opgenomen, waardoor afhandeling na het drukken efficiënter verloopt.

Een boekblok doorloopt het productieproces van Tate Publishing



Nog een Xerox Nuvera versterkt de rangen

In september 2010 bestelde Tate Publishing een tweede Xerox Nuvera 288 met een extra offline CP Bourg BB3001-inbinder en een Titan 200-snijder. Het bedrijf voegde vroeg in 2011 de CEM DocuCutt toe aan de bestaande inline Book Factory voor 4-op-1 boekdrukken. De nieuwe Xerox Nuvera 288 werd toegevoegd voor het verhogen van de boekdrukcapaciteit en het ondersteunen van de aanhoudende groei van de uitgeefactiviteiten. Tate Publishing breidde recent het boekuitgeverijmodel uit naar de muziekbranche en biedt nu een volledige muziekuitgeefservice aan artiesten aan die hun eigen muziek willen produceren en uitgeven.

Tate Publishing gebruikt de Xerox Book Production-faciliteit in drie ploegen, 24 uur per dag, zeven dagen per week. De maandelijkse boekproductie is meer dan 60.000 boeken per maand, met een gemiddelde van 5,5 miljoen drukk Bewegingen per maand op de Xerox Nuvera 288's en meer dan 500.000 op de iGen3®.

De mening van InfoTrends

Tate Publishing heeft de algemene royalty-uitgeefbranche opnieuw gedefinieerd. Het bedrijf begon met een solide bedrijfsplan en voerde dit met praktische toewijding uit. De overstap op digitaal drukken was een risico, maar het bedrijf maakte die overstap na een zorgvuldige afweging van dat risico tegen de opbrengst ervan. Daarbij werd gewacht met de investering tot er voldoende productievolume was en de apparatuur volledig direct kon worden betaald en de schuldenvrije bedrijfsfilosofie kon worden gehandhaafd.

Een centraal thema in het succes van Tate Publishing is partnerschap:

- 1. Tate Publishing is een goede partner voor schrijvers.** Het bedrijf biedt een scala aan diensten: handtekensessies voor boeken, spreekoptredens, niche-marketingevenementen, media-aandacht en boekbesprekingen: om het succes van de schrijvers te verzekeren. Het bedrijf doet schrijvers op haar website tevens deze belofte: “U behoudt alle rechten op uw manuscript EN ontvangt de hoogste royalty’s over de verkopen in de branche. Dat is hoe het zou moeten zijn! En dat is hoe wij zaken doen.”
- 2. Xerox is een goede partner voor Tate Publishing.** Bill Leonard van Xerox waardeerde het bedrijf vanaf het begin. Hij zag hoe haar visie aansloot op de technologie van Xerox en had aandacht voor het succes van het bedrijf op de lange termijn. Hij en het serviceteam van Xerox in Oklahoma bleven voor en na de verkoop goed advies en tijdige ondersteuning verlenen aan Tate Publishing, waarmee ze onderkenden dat het bedrijf een zeer belangrijke en gewaardeerde klant van Xerox is.
- 3. Tate Publishing is een goede partner voor werknemers.** De Kamer van Koophandel van Oklahoma heeft het bedrijf twee jaar achter elkaar tot Bedrijf van het Jaar uitgeroepen. De American Business Council nam het bedrijf twee jaar achter elkaar op in haar lijst Beste Bedrijven om voor te Werken in Oklahoma, en riep het in 2006 uit tot Uitgever van het Jaar.

Dit materiaal is speciaal samengesteld voor klanten van InfoTrends, Inc. De meningen die hierin worden geuit zijn onze interpretatie en analyse van informatie die algemeen toegankelijk is voor het publiek of door verantwoordelijke personen in de betreffende bedrijven is vrijgegeven. We zijn van mening dat de informatiebronnen waarop ons materiaal is gebaseerd betrouwbaar zijn en hebben de verkregen gegevens aan ons professioneel oordeel onderworpen.

Over de auteur



Lisa Cross

Senior adviseur

lisa_cross@infotrends.com

+1 781 616 2100

Lisa Cross is een Senior Consultant (senior adviseur) voor de Business Development Strategies Service (Dienst strategieën bedrijfsontwikkeling) van InfoTrends. Ze is belast met de uitvoering van marktonderzoek, ondersteuning van marktprognoses, het beheer van aangepaste adviesprojecten en de verslaggeving van evenementen in de industrie.

Opmerkingen of vragen?