

Brill is een oude maar springlevende wetenschappelijke uitgeverij die in 2008 zijn 325ste verjaardag heeft gevierd. Waar eerst ook nog een zetterij, drukkerij, boekhandel en antiquariaat tot de activiteiten behoorden, is uiteindelijk de bloeiende uitgeefpraktijk overgebleven. Het faciliteren van de informatiestroom tussen auteurs en hun lezers is altijd de kernactiviteit van Brill gebleven. Brill is een naar verhouding kleine speler in een zich ontwikkelende en uitdijende informatiemaatschappij. De onderneming is moeilijk te vergelijken met de grote internationale uitgeefconcerns die dikwijls een breed gespreid aanbod voor wetenschap, vak en onderwijs hebben. Brill bedient alleen de wetenschappelijke onderzoeksmarkt en doet dat vrijwel geheel buiten het zogenaamde STM segment (Science, Technology and Medicine) om. Brill's kernactiviteiten liggen in gespecialiseerde marktnissen in de humaniora en het internationale recht en slechts zeer beperkt in de bètawetenschappen. Hierdoor komt Brill niet met industriële markten in aanraking. Daarmee is Brill een speler die lijkt op de grote succesvolle en internationale universiteitspersen. Brill kan gebruik maken van de aanpak en technologieën die in andere segmenten hun succes hebben bewezen. Dit is één van de redenen dat Brill's rendementen niet voor die van soms veel grotere spelers onderdoen.

Ook voor Brill zijn trends waar te nemen die aan geen enkele uitgever voorbijgaan; de toenemende globalisering, de groeiende dominantie van de Engelse taal, digitalisering en de daarmee samenhangende gebruikerseisen van nieuwe generaties. Gebleken is dat de toekomstkansen van een uitgeverij niet zozeer bepaald worden door welke technologische mogelijkheden en bedreigingen zich aandienen, maar vooral door het vermogen van een organisatie zich deze nieuwe mogelijkheden eigen te maken en te gebruiken bij het bedienen van zijn klanten. Hoeveel tijd een organisatie heeft om zich aan te passen is tevoren zelden duidelijk; de ervaring heeft in elk geval geleerd dat culturele en sociologische patronen bij auteurs en afnemers langzamer veranderen dan de techniek zelf. Ook kan de

reputatie van een uitgever en vooral die van zijn producten van grote invloed zijn op de toekomstmogelijkheden van een uitgeverij. Tenslotte zal het al dan niet hebben van een groot marktaandeel in een segment van belang zijn voor het succes van een uitgeverij. Brill vaart hier niet een dogmatische koers, maar waakt er wel voor in teveel verschillende, niet met elkaar samenhangende disciplines terecht te komen. Groei door productontwikkeling en acquisitie wordt juist gezocht in de humaniora, het internationale recht en de wetenschapsgeschiedenis. De uitgeefstrategie volgt de ontwikkelingen in het wetenschappelijk onderzoek in specifieke vakgebieden. De marketing- en verkoop tactiek maakt daarenboven gebruik van de relevantie die dat onderzoek voor andere disciplines heeft. Op die wijze verzorgt Brill de distributie van uitgaven binnen de door de auteur beoogde primaire doelgroep van vakgenoten, maar wordt ook een bredere verspreiding bereikt. In het recente verleden bracht deze aanpak hoge kosten met zich mee; wereldwijde marketing via brochures gericht op soms amorfe doelgroepen is onnauwkeurig en kostbaar. Door gebruik te maken van internettechnologie is de effectiviteit van Brill op dit vlak sterk verbeterd. Samenwerking met Google en een groot aantal andere partners versterkt de internationale marketingkracht van een uitgeverij zoals Brill aanzienlijk. Het gebruikmaken van nieuwe technologie in marketing en verkoop is slechts één van de vele voorbeelden van de opties om op bescheiden schaal maar met succes en een gezond rendement te kunnen opereren in de informatiemaatschappij. Voor een beter begrip van de uitgeverij Brill is het van belang te weten dat het van meet af aan een internationaal actieve speler is geweest. Auteurs, redacteurs en correctoren kwamen al in de zeventiende en achttiende eeuw uit vele windstreken in Leiden samen. De laatste vijftig jaar zijn er contacten met alle belangrijke centra van academisch onderzoek in de wereld. Voor wetenschappelijk onderzoek van topkwaliteit betekent dit dat zich bijna veertig procent van de contacten in Europa afspeelt, eenzelfde deel in Noord-Amerika en een

kleine 20 procent in Azië en Australië. Mede door de sterke positie van Brill in een aantal specialiteiten van de Leidse universiteit zoals Islam studies, kleine talen, Archeologie en Sinologie zijn de in Leiden actieve wetenschappers gemiddeld goed vertegenwoordigd bij Brill. Omdat auteurs tot dezelfde kring als de lezers behoren, is de afzet voor meer dan 95% internationaal. Brill concentreert zich voor zijn afzet op de bibliotheken van grote universiteiten. De acquisitie van IDC in 2006 heeft het aanbod voor de grootste instituten nog belangrijk vergroot. Hoewel de bibliotheekbudgetten voor de humaniora in de rijkere landen onder druk staan, blijft er een bestendige vraag en een tamelijk stabiel verzamelbeleid bij de universiteitsbibliotheken. De collectievorming in bibliotheken die op de industrie of de beroepspraktijk gericht zijn, kent van nature een grotere volatiliteit. Op de deelmarkten van Brill en Nijhoff speelt het boek nog altijd een belangrijke rol; anders dan bij de bètawetenschappen heeft het tijdschrift het boek hier niet verdrongen. De productvormen boek, tijdschrift en naslagwerk bestaan naast elkaar. Ook de elektronische versies van deze producten voegen waarde toe en door deze zelf aan te bieden en via licenties breed te verspreiden weet Brill zijn positie te versterken. De elektronische omzet groeit gestaag en vervangt tot op heden maar ten dele de verkoop van gedrukt materiaal. Brill is niet kwetsbaar voor veranderingen in het voorkeursformaat van zijn uitgaven; het uitgeefproces is vrijwel geheel digitaal ingericht en door een multimediaal bestandsformaat kan de klant vrijwel altijd kiezen op welke wijze de informatie wordt afgenomen.

De houdbaarheid van wetenschappelijke informatie is groter in de alfawetenschappen dan in de bètawetenschappen; de levensduur van Brill's producten is daardoor over het algemeen lang. Brill verkoopt ook vanuit zijn voorraad oude titels en gebruikt de kansen om met nieuwe technologie op bestelling of in kleine oplage te herdrukken of gebiedscollecties en compilaties samen te stellen.

Brill koestert zijn sterke merken en beschermt deze zo goed mogelijk. Met auteurs wordt een redelijke en juridisch solide basis voor exploitatie afgesproken. In beginsel wordt met standaardovereenkomsten gewerkt die ook een gecontroleerde verspreiding van de research door de auteurs zelf of de instituten waar zij werken mogelijk maken. Brill volgt de ontwikkelingen met betrekking tot Open Access Repositories op de voet en ondervindt geen problemen bij het regelen van auteursrechterlijke aspecten.

Brill's portfolio is derhalve in vrijwel alle opzichten gespreid; qua disciplines, verkoopkanalen, productformaten, samenstelling van de omzet uit oud en nieuw fonds. Maar ook geografisch bezit de onderneming een gespreide portefeuille. De menselijke factor in het bedrijf is belangrijk. De inzet van hoog opgeleide en gemotiveerde medewerkers maakt het mogelijk de speurtocht naar nieuw wetenschappelijk onderzoek of de relevante ordening van wetenschappelijk materiaal gaande te houden. Daarbij zijn handhaving en zo mogelijk aanscherping van kwaliteitsnormen de belangrijkste strategische uitgangspunten van de onderneming. Het klimaat binnen de onderneming wordt tenslotte in toenemende mate bepaald door een maatschappelijk verantwoorde wijze van bedrijfsontwikkeling. Het past Brill daarbij aan te sluiten op een traditie die evenwicht nastreeft tussen handel en wetenschap en die juist die waarden in het maatschappelijke verkeer voorop stelt die van belang zijn bij het bestendig toevoegen van waarde.