Expertpanel - Jeroen Mann: Was hyperlokaal het buzzword van 2010?

07-02-2011 15:20

We zouden bijna vergeten dat de lokale dagbladen, die nu onderdeel zijn van één van de vier grote uitgeefconcerns Wegener, Telegraaf, Persgroep of NDC, nagenoeg allemaal ooit zelfstandig zijn begonnen. Opgericht door ondernemers die betrokken waren bij de lokale gemeenschap en genesteld in de lokale economie. Als gevolg van teruglopende advertentie-inkomsten, stijgende kosten en met het oog op te realiseren schaalvoordelen zijn veel lokale dagbladen onderdeel geworden van een groot concern of inmiddels verdwenen. Toch hoor je steeds vaker dat door de fusies en overnames de lokale 'jeu' is verdwenen. Terwijl de behoefte blijft om op de hoogte te blijven van nieuws uit een gebied waar mensen zich persoonlijk betrokken bij voelen. Voor de ene is dat z'n stad of dorp, voor de andere is dat z'n wijk en voor een derde is dat z'n provincie.

En vanuit die persoonlijke betrokkenheid bij een gebied 'mijn provincie', 'mijn stad', 'mijn dorp' of 'mijn wijk' zijn de afgelopen jaren veel zelfstandige lokale initiatieven gestart die inspelen op deze behoefte aan betrokkenheid bij de persoonlijke leefomgeving. Tilburg.com, ArnhemDirect.nl, BredaVandaag.nl, DitisWijk.nl (Wijk bij Duurstede), Stadslichten.nl (Groningen), Roosendaal24, DoesburgDirect.nl om er maar een aantal te noemen. Allemaal zijn ze gestart door lokale ondernemers die zich betrokken voelen bij hun stad.

Vanuit het bedrijf Media Innovatie BV zijn we begin 2010 ook zo'n initiatief gestart in Den Haag, www.DenHaagDirect.nl, door en voor Hagenaars en Hagenezen. De kunst daarbij is om maximaal gebruik te maken van de mogelijkheden die internet biedt om interessante content te maken met beperkte middelen en met inzet van gepassioneerde, actieve en betrokken inwoners van de stad. Geen duur pand waarin journalisten werken, maar een netwerk van bloggers die op vrijwillige basis, maar binnen redactionele richtlijnen, teksten, foto's en video publiceren over wonen, werken en leven in Den Haag. Geen hoofdredacteur, maar een community manager die de bloggers inspireert en stimuleert.
Op 18 februari 2011 zijn we exact een jaar verder, met inmiddels meer dan 60 actieve bloggers die regelmatig een bijdrage leveren op DenHaagDirect.nl en maandelijks meer dan 10.000 unieke bezoekers. Ook de eerste adverteerders, wij noemen ze Vrienden of Zaken Partners, omarmen dit initiatief. We zijn er trots op dat we dit binnen een jaar hebben bereikt, maar we zijn nog lang niet waar we willen zijn. De belangrijkste vragen voor komend jaar zijn hoe we, naast de verdere groei van het aantal bloggers en bezoekers, ook de huidige groep bloggers actief en betrokken houden en hoe we inkomsten modellen ontwikkelen die passen bij deze vorm van co-creatie.

Uit gesprekken met andere lokale initiatieven blijkt dat we daar niet alleen in staan. Vandaar dat ArnhemDirect.nl, Roosendaal24.nl, Stadslichten.nl en DenHaagDirect.nl de handen ineen hebben geslagen om kennisuitwisseling en innovatie te stimuleren. Innoveren doe je nu eenmaal sneller en beter als je van elkaar kan leren. Op 22 februari organiseren we eerste Hyperlokale Media Middag. Kernvraag voor die dag is 'hoe organiseer ik deze lokale betrokkenheid en hoe maak ik deze activiteit zodanig renderend dat continuïteit mogelijk wordt'. Dat bepaalt immers of hyperlokaal niet alleen een buzzwoord blijft maar ook toekomstbestendig is. Misschien kom ik er op de Hyperlokale Media Dag ook achter waar dat 'hyper' voor staat.

Voor meer informatie word je lid van de LinkedIn Group Nederland Hyperlokaal http://www.linkedin.com/groupRegistration?gid=3702811. Aanmelden voor de eerste Hyperlokale Media Middag kan hier http://events.linkedin.com/Hyperlokale-Media-Middag/pub/541451.

Je moet in ieder geval hyper zijn van lokale media om aan de dag deel te kunnen nemen. In mijn volgende column meer over de uitkomsten, bevindingen en inzichten van de dag.

David Huijzer