

Expertpanel - Lydia Vroegindeweyj: Betalen voor online informatie, het went wel

11-01-2011 08:49

1. betaald is kwalitatief beter dan gratis

Ik ben al jaren geabonneerd op twee kranten (VK en ND). De waarde van professionele redacties voor de duiding van het nieuws erken ik van harte (daarom ben ik nog steeds abonnee). Maar nu mijn papieren editie steeds vaker ongelezen bij het oud papier gaat, weeg ik mijn abonnement opnieuw. Een journalist moet de kennis vaak ook halen bij experts. Als het een onderwerp betreft waar ik mij sterk voor interesseer, dan kan ik die expert (ook internationaal) vaak al rechtstreeks volgen via zijn website of twitteraccount. Voor onderwerpen die mij minder interesseren geldt dat niet. Dan is duiding welkom. En soms vind ik informatie zonder duiding, van ANP of Novum, ook voldoende voor mijn nieuwsbehoefte. De inhoud bepaalt of ik wil blijven betalen.

En misschien blijf ik vooral bereid om voor dit informatieproduct te betalen vanwege de archieffunctie van de krantensite.

2. betaald is (leverings)betrouwbaarder dan gratis

Het gevoel dat internet gratis is werd tot nu toe ook sterk gevoeld door allerlei gratis diensten. Gratis een weblog kunnen bijhouden of een lijst van bookmarks. Maar toen er in december 2010 werd gemeld dat Delicious mogelijk zou stoppen met de social bookmarking, ben ik op zoek gegaan. Dan toch maar liever een betaalde dienst als Pinboard? Mijn bereidheid om te betalen voor zo'n waardevol stuk virtueel gereedschap was kennelijk gegroeid in de afgelopen jaren van gebruik. Het went dus door gebruikservaring. Net als het hebben van een weblog. Als een aanbieder er ineens mee wil stoppen (zoals de Volkskrantblogs) is de echte gebruiker in staat om een ervaren kosten/batenafweging te maken.

3. betaald is handiger in het gebruik dan gratis

Mijn cd-collectie is ontstaan om altijd de beschikking te hebben over mijn favoriete muziek. Met i-Tunes leerde ik betalen voor losse digitale nummers, maar dat ligt voor mij in het verlengde van cd's kopen. Spotify heeft mij nu wel weten te verleiden van gratis naar een betaald abonnement. Vooral omdat ik daarmee via mijn Sonos geluidsinstallatie de beschikking heb over een eindeloze, wereldwijde platenkast. Elk gewenst album of los nummer kan ik afspelen wanneer ik dat wil. Ook albums die in Nederland niet verkrijgbaar zijn. En opeens realiseer ik mij veel beter dat dat het eigenlijke doel was van het hebben van die cd's: ernaar luisteren. Het bedieningsgemak en het ruimere aanbod maakt mij nu bereid te betalen voor een online dienst.

Kansen voor uitgevers in 2011? Ga eens actief op zoek naar gratis diensten in je marktsegment en bedenk daar een verbeterde versie van. De ervaren gebruiker is op enig moment toe aan iets beters. En is dan ook rijp voor een betaald concept.

David Huijzer