

NRC wordt pas relevant als NU er wat mee doet

20-06-2012 22:25



Volgens Wouter aggregeren kranten bij de vleet maar zijn ze verder vrij inefficiënt in hun nieuwsgaring. Bij zijn vorige werkgever De Persgroep konden van de 120 journalisten er elke dag 5 de krant maken of breken. Kranten hebben zich de afgelopen jaren gerealiseerd dat ze zich moeten onderscheiden. Waarbij ze de titelspecifieke content zelf maken en voor de rest leunen op het werk van anderen. Samen maakt dat de krant compleet.

Nog maar enkele jaren geleden leken alle kranten erg op elkaar. Nu maken ze keuzes (zegt Bax). En als ze goed kiezen worden ze een bron voor andere kranten. "NRC wordt pas relevant als NU er wat mee doet". Daarbij is aggregeren meer dan je blad compleet maken. Het voegt nieuwe aspecten toe aan bestaande nieuwsfeiten, het zet redacteurs en lezers aan het denken. Volgens Bax moet een redacteur daar zijn voldoening uithalen: dat hij dingen in gang zet.

Concentreer je dus op je onderscheidend vermogen, maak keuzes en claim je doelgroep. Daarbij krijgt elk medium zijn eigen doelgroep, NU claimt bijvoorbeeld de markt voor algemeen nieuws. Aggregeer voor compleetheid. En laat je aggregeren: dat is je vliegwiel voor meer verkeer. Gun anderen hun doelgroepen, zo blijven ze weg bij de jouwe.

Bax gaf de aanwezigen tot slot een overpeinzing mee voor de borrel: wil je niet worden geaggregeerd? Vraag je dan af of publiceren wel je ding is. Word je niet graag bestolen? Terecht, dus hou je zelf bij contentaggregatie dan ook aan de spelregels.

PS In september organiseren we een tweede roundtable contentaggregatie, dan gaan we dieper in op verdienmodellen voor uitgevers. Wil je daarbij zijn? Stuur me dan even een mail op [email]karekolb@gmail.com[/email].

David Huijzer