

Schot voor de boeg: bloot = overrated

23-09-2013 08:18



Inderdaad een bijzondere rubriek, maar blijkbaar niet genoeg om de Viva te redden. Als twee pagina's van een magazine het vermelden waard zijn, dan is dat dus niet genoeg. Als schot voor de boeg zou ik dus willen stellen dat de formule van Viva waarschijnlijk al veel eerder eens tegen het licht gehouden had moeten worden zodat men meer was blijven aansluiten op de doelgroep. Hetzelfde geldt misschien mutadis mutandis voor Nieuwe Revu en de andere magazines die gaan sneuvelen. Heeft Sanoma te lang op zijn lauweren gerust?

Ten tweede: SBS. Moet ik er nog woorden aan vuil maken, of zegt de naam al genoeg? Velen vroegen zich af of het aankopen door Sanoma van SBS wel zo'n goede zaak was en of de investering financieel niet een blok aan het been zou blijken. De synergie tussen SBS en Sanoma is er (nog) niet volgens mij. Ik moet toegeven dat ik zelden of nooit naar SBS kijk, maar daarmee onderscheid ik me vast niet. Misschien dat er achter de schermen van alles gebeurt, maar ik heb er zo'n mijn twijfels over. Is John de Mol niet gewoon de baas bij SBS?

Ten derde: Vanuit de gedachte dat uitgevers goud in handen hebben (zoals [Jim Stolze](#) stelt en hij komt vast ook wel eens over de vloer bij Sanoma) zou je kunnen zeggen dat Sanoma voldoende kapitaal in handen heeft om een aantal markten permanent aan zich te binden. Ik durf het woord content strategie bijna niet te gebruiken, maar hoeveel uitgevers zouden niet jaloers zijn op het bereik van Sanoma en op een groot aantal titels (ook titels die nu verdwijnen). Ik ben benieuwd wat er allemaal voor in de plaats komt.

Om kort te gaan: "ik ben klein en zij zijn groot" om een beroemd kuikentje te citeren, dus wie ben ik om te doorgronden wat er bij een multinational speelt. Daarentegen roept het nieuws wel vragen op bij mij. En bij u?