Bereik is niet langer een doel

20-02-2012 14:58

Ruim vijftig geïnteresseerden trokken op 16 februari naar de Roeivereniging Amsterdam om te horen dat 'toegevoegde waarde cruciaal is' bij het succes van een app en ‘betaalbaarheid belangrijker’ dan bereik. Volgens Rob Does is het een illusie te denken dat mensen voor nieuws en tijdschriften die via app’s ontsloten zijn willen betalen. Anders ligt dat voor games. Dat blijkt ook uit de toptien gratis en betaald van Apple’s Appstore.

Unieke inhoud

De kaarten voor ebooks liggen beter. Een boek heeft ook als digitaal bestand waarde. De belangrijkste argumenten daarbij zijn dat een ebook gemakkelijk is mee te nemen. Wie eenmaal in een boek - ebook of gedrukt - verdiept is, blijft lezen. Dit in tegenstelling tot het web, waar de concurrenten op één klik afstand om aandacht schreeuwen. Een betaalde krant op een ebook is kansloos. Daarbij: "Als ik moet betalen, kan ik net zo goed een papieren krant kopen."

De vuistregel dat er bij voldoende bereik geld valt te verdienen, gaat volgens Does niet langer op. Bereik is niet langer een doel, maar wel een voorwaarde voor een succesvolle app. Ook belangrijk: unieke inhoud. Waar ook goed over moet zijn nagedacht is de methode om mensen vast te houden: de 'stickiness' van een app en de mogelijkheid om de inhoud voortdurend aan te passen aan de verschillende gebruiksmomenten in een etmaal. De onderzoeker bespeurde hier en daar al een zekere 'app-moeheid' onder de gebruikers. "Wellicht moeten we weer terug naar het vertrouwde magazine?"

Gepersonaliseerd nieuws

Jan Jaap Heij van De Pers is al twee jaar bezig met de ‘digital first’-strategie van de krant. Elke dag 500.000 papieren kranten drukken en die vervolgens gratis weggeven kost dan ook een hoop geld. De verwachtingen van Heij over de mogelijkheden van HTML5 waren hooggespannen. "Mooi, maar erg langzaam". Geleidelijk koos iPers voor het ontwikkelen van app’s, waarbij white label Taptu een deel van de techniek voor zijn rekening nam. Onder het motto 'be anywhere' komt iPers via 21 verschillende, digitale kanalen bij de lezer. Dat klinkt indrukwekkend, maar het aantal van circa 800.000 lezers van de papieren krant wordt op geen stukken na gehaald.

Volgens Heij staat het succes van een App met de mogelijkheid om de inhoud naar eigen smaak door de lezer te laten samenstellen. Bij het personaliseren van het nieuws sluit hij niet uit zelfs RSS-feeds van andere partijen op te nemen. "De lezer bepaalt wat hij wel of niet wil lezen."

Nieuwe leeservaring

Dimitri Nieuwenhuizen van ontwerpbureau Lust wil met LustLab uit Den Haag de leeservaring opnieuw definiëren. Taal, data, context en code en uiteraard vorm spelen daar een belangrijke rol bij. Op basis van

nieuwe algoritmes zoeken de ontwerpers van LustLab naar andere manieren om informatie te presenteren. Altijd in real time.

Eén van de experimentele projecten is Tijd/schrift. Op basis van een 'constant management systeem' maakten de vormgevers een demo. Daarbij is sprake van meerdere lagen content, die in een artikel samenkomen. Een auteur werkt bijvoorbeeld aan een artikel. Door de verbinding met anderen en met andere real-time informatie zal dat artikel constant veranderen.

Een ander voorbeeld is de vingerafdruk van een compleet boek, uiteindelijk gevisualiseerd in een kleurendiagram. Daarbij zijn niet alleen de inhoud van het boek zelf en de kritieken daarover vastgelegd, maar alles wat iedereen over het boek te melden had en heeft. "Wat telt is content plus context."

Verhalen vertellen
Hoofdredacteur van het Nieuwsblad Transport, Mike Akkermans nam met drie anderen het initiatief tot Kuew. Een club die met de iPad als universeel, redactioneel gereedschap op zoek gaat naar nieuwe manieren om verhalen te vertellen. Hij wilde "niet langer gebukt gaan onder de zware erfenis uit het papieren tijdperk, maar fris beginnen". De inspanningen leidden tot een interface op de iPad waarbij aan een dragend artikel in real time nieuwe informatie wordt toegevoegd. De Universiteit van Leuven onderzoekt volgens Akkermans de waardering onder lezers van De Standaard naar deze manier om nieuws te presenteren.

De bedenkers gingen zo ver dat ze een eigen contentmanagementsysteem bouwden. Open source software die elke uitgever van de initiatiefnemers mag gebruiken. Ook aan de professionalisering van de hardware is gedacht. Makayama uit Amsterdam levert een frame dat om de iPad past. De tablet is hiermee te fixeren op een statief en te voorzien van een betere microfoon en voorzetlenzen.

(Bron: Stimuleringsfonds voor de Pers. Meer lezen over het onderwerp Tablets in het kader van de persinnovatie-regeling: klik hier)
In InCT 2 (te verschijnen eind maart, kunt u meer lezen over het onderzoek van Mediatest.

David Huijzer