Het oude wordt vernietigd door iets nieuws

28-09-2015 15:52

Dat proces van vernietiging is ook in de media aan de gang. Goede voorbeelden daarvan zijn Netflix en YouTube die het lineaire broadcasten aan het veranderen zijn.'
Een andere belangrijke ontwikkeling wordt kort samengevat in een mooie quote van Marc Andreessen, de man die onder meer de Netscape-browser heeft bedacht: "Software is eating the world". Dat wil zeggen dat software bestaande businessmodellen en bedrijven overbodig zal maken. Kijk bijvoorbeeld naar Uber , die dat nu met taxibranche aan het doen is.'

Buitelaar stelt dat de creative destruction nu vooral komt van het non-establishment: bloggers, videomakers op YouTube, digitale start-ups et cetera, zij zorgen voor nieuwe ideeën, voor ongebreidelde creativiteit. 'Alles wat nu ontstaat is laagdrempelig en toegankelijk. Kijk naar software als WordPress, Layergloss en Magento. Daar kan iedereen in een namiddag op zijn eigen zoldertje van alles mee maken.
Als je bij veranderingen uitgaat van bestaande modellen, dan leg je de lat veel te hoog. Dat is net als van leuke voetballertjes van 14 verwachten dat ze de nieuwe Messi zijn: torenhoge verwachtingen killen de creativiteit en serendipiteit. Daar kun je niet op sturen. Mooie dingen komen zelden voort uit het strak volgen van een helder plan.'

Buitelaar stelt dat dit ook de reden kan is waarom de klassieke mediabedrijven niet met veel nieuws komen. 'Misschien moeten we ook wel leren leven met het feit dat het oude model breekt voordat het nieuwe model er is.'

Toch verloopt de teruggang niet bij alle uitgaven even snel. 'Ik ben van mening dat special interest meer toekomst heeft dan general interest. Kranten zijn eigenlijk ook steeds meer op bladen gaan lijken. Daarmee zijn kranten ook steeds meer general interest geworden. Het is nieuws gelardeerd met lifestyle en andere general interest-onderwerpen. Dat geeft ook niet, daar zit blijkbaar het geld.'

Mediabedrijven moeten ook over andere manieren van financiering nadenken. 'Het is een feit dat titels als The Guardian en The New York Times niet op een economische basis worden geëxploiteerd. Dat hoeft niet per definitie slechter te zijn: musea werken bijvoorbeeld ook al op een dergelijke wijze. Het heeft ook wel iets moois, je creëert een mooie onafhankelijkheid: je hoeft als krantenmaker en krantenuitgever dan niet permanent wakker te liggen van de cijfertjes.'

Op inct.spiratie krijgt Buitelaar van ons een 'vrije rol': hij mag vrijelijk filosoferen over wat hij ziet gebeuren in de mediabranche. Dat kan hij als geen ander. Verrassend wordt het dus zeker, prikkelend en dwars ook, dus alle reden om uit te kijken naar zijn bijdrage op 11 november.

inct.spiratie

11 november 2015

Meer informatie / direct aanmelden

David Huijzer