

Paradijs en oud Telegraafcollega starten nieuw mediabedrijf

06-01-2016 08:23

Paradijs en Emmer voorspellen dat de positie van klassieke uitgeverijen en mediabedrijven zwaar onder druk komt te staan als gevolg van de sterke opkomst van de sociale media. In navolging van de Verenigde Staten, gaan overheden, bedrijven, merken, politieke partijen en andere instellingen, zoals het Koninklijk Huis, in recordtempo hun eigen journalistieke media opbouwen. De financiering van de journalistiek in zijn huidige vorm zal door deze ontwikkeling zware averij oplopen.

Uit onderzoek van Piet Bakker, lector aan de Hogeschool in Utrecht, blijkt dat de lezer zich in hoog tempo afkeert van vooral de gedrukte media. Na een gestage afname van nog geen drie procent per jaar sinds de eeuwwisseling, is uit het onderzoek van Bakker in de periode vanaf 2013 een versnelling waar te nemen tot wel zes procent.

"Iedereen is in staat om zelf mediabedrijf te worden," aldus Paradijs. "Campagnes en journalistiek zullen in toenemende mate via de eigen mediakanalen verlopen. Daarmee raakt de levensader van de traditionele media-industrie verder beknelde met alle gevolgen van dien voor mediabedrijven en titels. Ook de traditionele persvoorlichters krijgen een totaal andere rol."

"De journalistiek is niet verloren", stelt Emmer. "Zolang de lezer of kijker maar niet wordt overspoeld met gladde marketingpraat is het mogelijk om zelf een positie als medium te verwerven. Wie dat goed wil doen, heeft journalisten nodig om dit soort aanraakbare en prikkelende content te maken."



De lancering van Trusted Media BV is de eerste van een aantal vernieuwende stappen van Paradijs en Emmer in de media. Zij kondigen vandaag aan dat zij de ambitie hebben om de komende maanden met een aantal nieuwe initiatieven te komen.

In 'Ga Uitgeven', dat ook verkrijgbaar is als smartbook en e-book, wordt de nieuwe kijk op journalistiek uitgebreid belicht. Het boek beschrijft hoe de schrijvers, gepikt en gemazeld aan het roer van de grootste krant van Nederland, tot het inzicht komen dat de toekomst ligt in het nieuwe uitgeven. Waarin niet de journalist bepaald wat goede of slechte verhalen zijn, maar de consument zelf.

Paradijs en Emmer zetten hun kennis van de journalistiek en hun ervaring met het mobiliseren en activeren van grote groepen consumenten in bij al die partijen die zelf uitgever willen worden.