

Apps, betaalmuren en een markt zonder kerst

08-06-2016 08:37

Innovatief, experimenteel, hip; de Britse creatieve sector staat bekend om zijn vooruitstrevende, soms zelfs hype-gevoelige karakter. Geldt dat ook voor de uitgeverwereld? Die is in ieder geval volop in beweging. Daarom vier keer per jaar in inct.magazine een update van de Britse uitgeefmarkt.

Dat het niet louter kommer en kwel is in krantenland bewijst *The Times*. De kwaliteitskrant rapporteerde onlangs een bruto winst van £ 11 (ca. € 14) miljoen voor het eerste halfjaar van 2015. De positieve cijfers zijn het gevolg van de online betaalmuur, een sterke omzet uit printcirculatie en investeringen in de journalistiek. Dankzij die pijlers wist het Britse instituut tegenwicht te bieden aan de dalende advertentie-inkomsten. Het zijn de beste cijfers voor het bedrijf in ruim een decennium. Ze contrasteren bovendien scherp met die van de meeste nieuwsrivalen, die moeite hebben geld te verdienen met gratis websites en stuk voor stuk hun budget moeten terugschroeven. Zo schrapte *The Guardian* recentelijk 250 banen.

Robert Heeg