Biedt digital-first workflow perspectief voor (hyper)lokale uitgeverijen?

25-10-2011 09:42

Of het nu print-only, online-only of multimediale uitgevers zijn, vaak worstelen ze met het businessmodel. Aan de print kant zijn de advertentietarieven die adverteerders bereid zijn te betalen hoog, echter hetzelfde geldt voor de kosten. Online zijn de tarieven laag en blijken inkomsten fragiel.

Het succes van de nieuwe hyperlokale uitgeefformules is meestal afhankelijk van de inzet van één of een handje vol lokale journalisten of bloggers en in enkele gevallen een ondernemer. Zelden zijn ze in staat structureel inkomsten te genereren en daarmee perspectief te bieden voor de toekomst. Dit blijkt ook uit een recent onderzoek van de Knight Foundation naar 7 lokale 'Nonprofit News Ventures' op zoek naar 'sustainability'. Hoewel de inkomsten van deze lokale initiatieven in 2010 aanzienlijk zijn (van $ 663.000 bij de New Haven Independent tot $ 11.270.000 bij The Bay Citizen), zijn ze voor 90% procent afhankelijk van donaties en giften van instanties, bedrijven en particulieren. Slechts 9% van de inkomsten is afkomstig van 'earned income sources', zoals advertenties, sponsors, content verkoop en evenementen. Het gebrek aan structurele online inkomsten is voor veel hyperlokale startups, die niet gefinancierd worden door donaties, reden om uiteindelijk weer te stoppen.

En voor veel huis-aan-huis kranten zijn de onzekerheid over de inkomsten en de relatief hoge investeringen voor een online uitgave reden om nooit online te starten. Aangezien ze aan de andere kant de inkomsten uit hun print product zien dalen lijkt ook hier het perspectief beperkt.

Voor de Masterclass Hyperlocal die Media Innovatie in samenwerking met het Stimuleringsfonds voor de Pers op 1 november organiseert, hebben we twee initiatieven gesignaleerd die mogelijk een doorbraak kunnen betekenen.
Dicht bij huis ontwikkelt Lokaalnieuwsnet.nl, met steun van het Stimuleringsfonds, een online platform waarmee uitgevers van lokale nieuwsbladen eenvoudig en tegen lage kosten een nieuwssite kunnen creëren en onderhouden. De lokale nieuwssite wordt onderdeel van een portal en deelt het Content Management Systeem (CMS) met andere uitgevers. Hierdoor zijn de opstartkosten en onderhoudskosten relatief laag en is het eenvoudig om content met andere uitgevers te delen en een groot bereik te generen, dat interessant is voor adverteerders.

In de Verenigde Staten heeft de lokale krant The Bangor Daily News een nieuwe 'Online First' workflow ontwikkeld. Redacteuren schrijven artikelen in Google Docs die via enkele kliks in WordPress worden geïmporteerd en daar vanuit worden gepubliceerd op de website. Vervolgens worden de artikelen vanuit WordPress in InDesign opgemaakt voor publicatie in de fysieke krant. Een zeer kostenefficiënt proces met een interessante journalistieke invalshoek.

Biedt deze nieuwe 'web first' workflow, al dan niet op basis van een open source CMS, nieuw perspectief voor (hyperlokale) uitgevers om aan de print kant kosten te besparen en online op een nieuwe manier geld te verdienen? Herman Smorenberg, oprichter van Lokaalnieuwsnet, en William Davis, geestelijk vader van het digital workflow proces van The Bangor Daily News, geven hun visie tijdens de 1e Masterclass Hyperlocal op 1 november.

Meer informatie en aanmelden op http://www.persinnovatie.nl/page/3925/nl.

David Huijzer