

Mediahuis is geen fan van Blendle

04-10-2017 13:01



Blendle

Het Mediahuis blijkt geen aanhanger te zijn van Blendle. Nadat eerder NRC al gestopt was met deelname aan Blendle-premium stapt nu ook de kersverse loot aan de Mediahuisstam, De Telegraaf, uit deze dienst.

Volgens hoofdredacteur Paul Jansen in een gesprek met [Villamedia](#) stopt de krant omdat Blendle met premium bundels van artikelen verkoopt en zo te veel op de stoel van de uitgever gaat zitten. Plus de verhalen worden te goedkoop aangeboden. Het is dezelfde reden waarom NRC er de stekker uit heeft getrokken. De Telegraaf blijft echter wel de complete krant aanbieden via Blendle en losse artikelen verkopen via het platform.

Oprichter en eindbaas Alexander Klöpping reageert verbaasd in [een blog](#):

We kregen een brief van de Telegraaf dat ze misschien niet meer in Blendle Premium willen. Zouden we jammer vinden. Bij Blendle houden we namelijk van de Telegraaf. We hebben zelfs een van onze vergaderkamers "De Telegraaf" genoemd. Daar hangen chocoladeletters aan de muur. Veel van onze 1,5 miljoen gebruikers houden ook van de Telegraaf. Dit jaar lazen ze 470.410 betaalde artikelen uit de krant. Blendle-gebruikers maakten een bedrag aan de Telegraaf over waarmee de jaarsalarissen van 6 jonge journalisten betaald kunnen worden. Kost niks en het levert centen op van een doelgroep die normaal niet betaalt voor journalistiek.

De helft van de Blendle-gebruikers is onder de 35. Zij moeten straks in Blendle het perspectief van NRC en wellicht ook de Telegraaf missen. Uit onze data blijkt dat gebruikers die vroeger veel NRC lazen op Blendle nu veel meer de Volkskrant en andere titels zijn gaan lezen. We verwachten dat hetzelfde met de Telegraaf gaat

gebeuren. En dat is voor niemand leuk (behalve voor het AD).

In dit stuk kondigt hij tevens aan dat de artikelen van De Telegraaf waarschijnlijk vervangen zullen worden door artikelen van de New Yorker, Vanity Fair, Time Magazine en enkele belangrijke internationale kranten.

inct.spiratie 2017

meld je nu aan



customer journey & data-strategieën en social media