Ankersmit: NOS heeft geen last van sales, dus makkerlijker innoveren

25-08-2011 13:40



Ankersmit noemt mobiel als voorbeeld: "Daar waren we bij De Telegraaf 10 jaar geleden al mee bezig, maar er zijn nog steeds geen serieuze adverteerders. En dat terwijl mobiel gigantisch is gegroeid en een van de meest interessante doelgroepen heeft: jonge, kapitaalkrachtige mensen in de leeftijd tussen 25 en 39 jaar oud. Het duurt gewoon een paar jaar voordat adverteerders meedoen. Dat hebben we ook meegemaakt bij internet. Natuurlijk kunnen commerciële uitgevers ook dingen ontwikkelen zonder daar meteen een businessmodel op toe te passen, TMG en Sanoma doen dat ook, maar dat zijn toch uitzonderingen."

Lees in de nieuwe InCT het hele interview met Lara Ankersmit. Nog geen abonnee, meld u dan nu aan! Als u zich nu abonneert voor 2012 ontvangt u de resterende twee nummers van 2011 geheel gratis!

David Huijzer