

Doe als Google: zet je eigen platform op de eerste plaats

09-10-2019 11:00



Google heeft in 2018 naar schatting [\\$4,7 miljard verdiend](#) gerelateerd aan nieuwsmedia. Het leidde tot ophef bij nieuwsmedia-bedrijven uit de Verenigde Staten en Canada, die al langer zien dat de sociale media en zoekmachines advertentie-inkomsten en lezers van hen afsnoepen. De bedrijven, vertegenwoordigd door de News Media Alliance, roepen om aanvullende wetgeving, maar zouden in de eerste plaats bij zichzelf te raden kunnen gaan. Door – net als Google – meer op te komen voor zichzelf en hun eigen platform op de eerste plaats te zetten.

Google is afgelopen jaren uitgegroeid van zoekmachine tot een van de grootste mediabedrijven ter wereld met een scala aan digitale diensten. Google wordt er door de Europese Commissie van beticht de eigen diensten voor te trekken. Dat leidde al tot verschillende boetes wegens machtsmisbruik, voor onder meer Google Shopping en het populaire besturingssysteem Android. Ook het Amerikaanse ministerie van justitie bereidt inmiddels een mededingingsonderzoek naar Google voor.

Google als marketingkanaal

Op het gebied van nieuws laat het invloedrijke Google zich dus ook gelden. De voorzitter van de News Media Alliance roept om 'wetgeving' om deze invloed te beperken. Het zou echter sterker overkomen wanneer de News Media Alliance met haar achterban van tweeduizend 'kranten' een eigen visie zou ontwikkelen over de

manier waarop ze zich minder afhankelijk kunnen maken van externe platforms zoals Google. Het zou namelijk al een hoop schelen wanneer mediabedrijven externe platforms als Google en Facebook, maar ook een initiatief als het Nederlandse Blendle, beschouwen als een marketingtool en niet als een kanaal waar je zonder visie al je content weggeeft.

Bouw een band op met je doelgroep

Google is momenteel zo groot omdat ze goede diensten aanbiedt, omdat ze haar gebruikers door en door kent en weet te bereiken. Hoe zit dit bij de leden van de News Media Alliance? Bieden zij hun bezoekers daar net zo'n goede dienst? Of geven ze met een langzaam ladende website, vervelende advertenties, cookie-meldingen, pop-ups voor de nieuwsbrief, clickbait-artikelen de bezoeker te weinig redenen om het prettigere Google ecosysteem te verlaten?

Ik denk dat media-organisaties zich moeten richten op hun kernactiviteit, het creëren van onderscheidende content, daarnaast een goede gebruikerservaring moeten bieden en een directe relatie met hun bezoekers moeten opbouwen. Zodat ze weten wat hun voorkeuren zijn en via welk kanaal ze haar doelgroep het beste kunnen bereiken. Door bijvoorbeeld een app aan te bieden op het startscherm van de mobiele telefoon van je doelgroep, wordt de drempel tussen medium en lezer verder verlaagd. Dat lijkt me een goed begin en het kan de toekomst van de nieuwsmedia een stuk rooskleuriger maken dan ze nu zelf denken.

Ingezonden bijdrage van Rick Langedijk, oprichter en CEO van Newsroomie.com.

Rick Langedijk