

Expertpanel - Jeroen Mann: Het hyperlokale strijdperk

28-03-2011 20:32

Van achterhoede gevechten was niets te merken. De betrokkenen waren bijeen om de lokale impact te versterken door kennis uit te wisselen en van elkaar te leren. In een uiterst prettige sfeer kwamen geleidelijk de aspecten Kennis, Content en Exploitatie ter sprake.

Dat er met uiteenlopende modellen voor hyperlokale content creatie wordt gewerkt werd bij de introductie al duidelijk: één blogger, een groep bloggers met vrijwillig of professioneel community management, of een mix van vrijwillige bloggers en journalisten. Het doorgroeien van het ene naar het andere model zou volgens de aanwezigen mogelijk moeten zijn. Het vertrekpunt lijkt vooral afhankelijk van de diepte van de zakken van de initiatiefnemers. De grote concerns Wegener, Telegraaf en Concentra kiezen voor het model van vrijwillige bloggers en journalisten onder leiding van professioneel uitgeverij, de lokale uitgeverij voor het model van vrijwillige bloggers met professioneel community management. Welk model succesvol gaat worden valt nog niet te zeggen, vooral ook omdat iedereen zijn of haar eigen succescriteria hanteert. Op commercieel gebied lijkt de Telegraaf met haar Dichtbij.nl concept het meest ontwikkeld. Dat model steunt op de 3-pilaren: community manager /uitgever, commerciële journalist en account manager voor verkoop, al dan niet in meerdere fte's. Waarbij commerciële redactionele content niet geschuwd en zelfs gestimuleerd wordt.

De ambitie van De Telegraaf om met Dichtbij.nl een landelijk dekkend netwerk van hyperlokale sites te exploiteren was voor die andere nationale uitgever met hyperlokale ambities, Wegener, blijkbaar toch reden om niet alleen kennis uit te wisselen, maar ook de strijdbijl op te graven. Dure advocaten werden ingeschakeld om De Telegraaf ervan te weerhouden de naam Dichtbij.nl te mogen gebruiken. Zonder succes overigens. Afgelopen vrijdag werd bekend dat Wegener de rechtszaak heeft verloren. Opvallend om te zien dat deze grote concerns hun gevecht in de rechtszaal aangaan, terwijl ook tijdens de Lokale Media Middag de nodige vraagtekens werden gezet bij de haalbaarheid van de plannen. Is het immers wel mogelijk om top-down een netwerk van hyperlokale sites te ontwikkelen? Zijn de grote uitgeefconcerns wel in staat om lokale betrokkenheid te mobiliseren die noodzakelijk is om op lange termijn binding te realiseren? Zo'n rechtszaak draagt in ieder geval niet bij aan die lokale betrokkenheid en ondertussen zijn beide partijen weer een flink aantal euro's en een grote hoeveelheid management aandacht armer. Geld en energie die ook aan innovatie besteed had kunnen worden. Blijkbaar zijn de zakken nog diep genoeg ...

Ondertussen experimenteren wij in Den Haag met www.DenHaagDirect.nl verder met het model met vrijwillige bloggers die gefaciliteerd worden door een professionele community manager. Op commercieel gebied hebben we een grote variëteit aan mogelijkheden ontwikkeld, waarvan we nu in de praktijk testen welke aanslaan. We delen met plezier onze ervaringen tijdens de volgende Lokale Media Middag. Ik ben benieuwd hoe de heren van De Telegraaf en Wegener dan aan tafel zitten en wie er nog meer aansluiten!

David Huijzer