

# Van 'Tydinghe' tot 'Tweet'

## Relatieve belang van de krant

*Worskhop DDD*  
*Utrecht, 25 juni 2010*

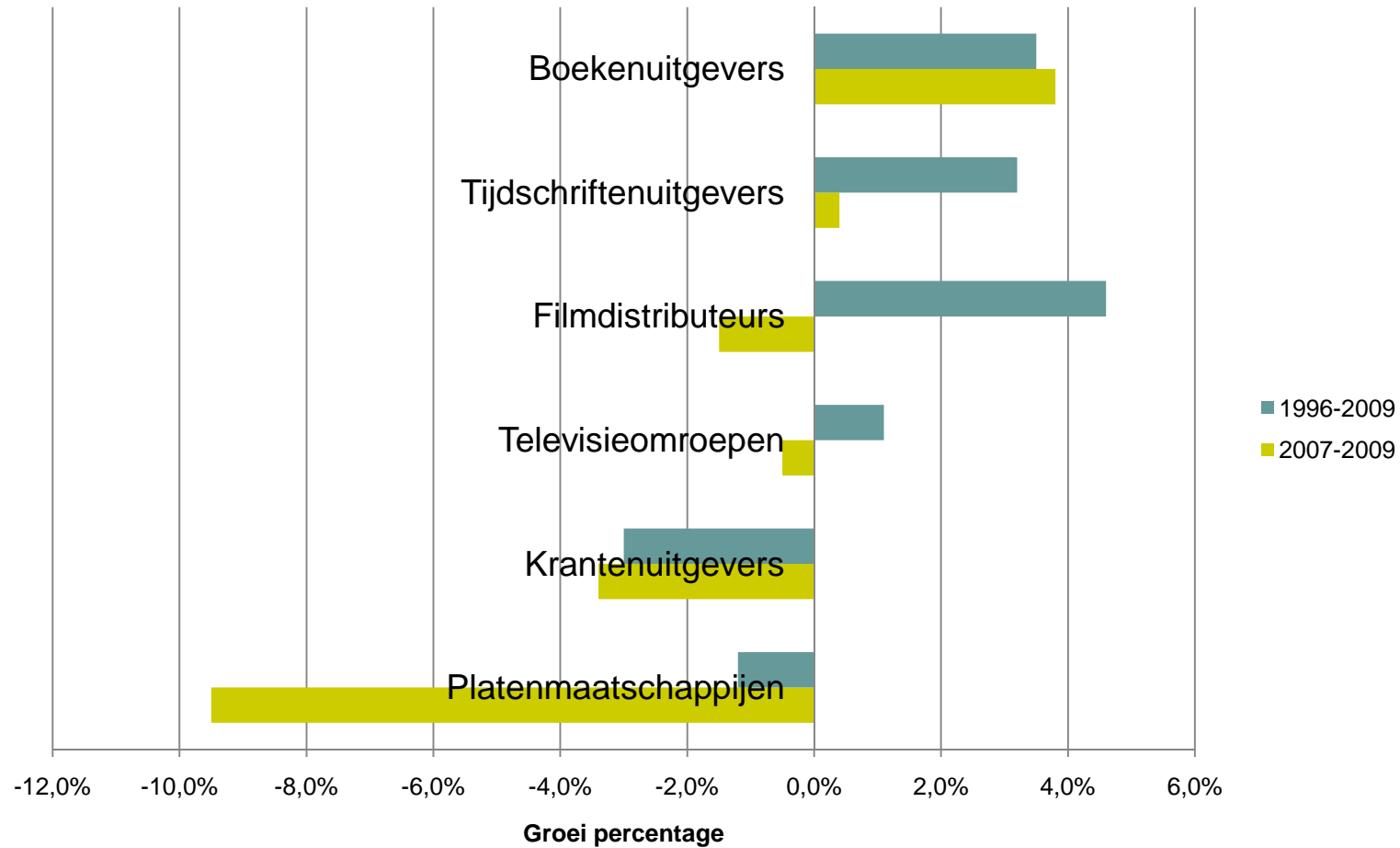
Paul Rutten  
Universiteit Leiden

# Uitgeven

- Wat uitgevers doen
  - Bijvoorbeeld kranten maken
- Exploiteren van toegang tot informatie
  - Print, omroep, on-line

## Banenontwikkeling

# Exploitatie van Toegang: Bedrijven



# Innovatieklimaat en mentaliteit

- Rol en positie in bredere context plaatsen
- Schaduw ontspringen
- Kern en bijzaken onderscheiden
- Oog voor eigen kracht en die van anderen
- Ontwikkeling en trends inschatten
- Kunnen projecteren naar de toekomst

# Ontwikkelingsfasen dagbladpers

- Overvloed
  - Succes als grootste vijand
- Stagnatie
  - Interne focus
- Neergang: L'enfer ce sont les autres
  - Google
  - Publieke omroep
  - Online Concurrenten
- En wat nu? Verantwoordelijkheid buiten
  - Adverteerders
  - Overheid

# Innovatie

- **Proces**
  - Efficiency
  - Organisatie: intern en omgeving
- **Product**
  - Ontwikkelen bestaand, nieuwe producten
  - Formaat, journalistiek
- **Transactie**
  - Relatie met afnemers
  - Nieuwe abonnementen, gratis etc.

# Strategie

- Tijd van leven
  - Optimalisaties in een vergankelijk model
  - Wait and See
- Oud in Nieuw – Horseless Carriage
  - Online krant tegen betaling
- Radicaal innoveren
  - Bedrijf
  - Journalistiek

# Thema's voor de toekomst

- Toekomst van de journalistiek
  - Hoe is het om nu en straks om journalist te zijn?
  - Verhouding professional en amateur
  - Waarom willen steeds meer jongeren journalist worden?
- Opdeling van de krant in rollen of functies
  - Achtergrond lift niet meer mee op 'hot news'
  - Herpositionering; differentiatie
- Convergentie en concurrentie
  - Publiek en privaat in het digitale domein
- Nieuwsmarkt substitutiemarkt?
  - Verhouding print en digitaal (vgl. boeken)