

006



In het kader van de vele discussies over web, internet en 'digitale apparaten versus geprint werk', schopt De Nieuwe Buren bij deze waarschijnlijk tegen wat schenen. Maar wel om daarna een realistisch licht op de zaak te schijnen.

WWW.DENIEUWEBUREN.NL

- Mors
- Bijna
- Hartstikke
- Heus niet
- Allesbehalve

Veel bedrijven en mensen in de grafische branche lijken zich te verzetten tegen, of op zijn minst niet toe te willen geven aan, het idee dat nieuwe media-ontwikkelingen voor hen wel degelijk van belang zijn. Onterecht.

💡 WAT GEBEURT ER?

Tijdschriften en kranten verschijnen in digitale versies, mensen brengen het merendeel van hun vrije- en werktijd online door en het laatste nieuws is eerder bij de consument dan bij een redactie. Talloze nieuwe 'gadgets' verschijnen op de markt, de een met nog geavanceerdere functies als de ander. Nieuwe platformen voor mediadistributie worden opgezet, veel daarvan met blijvend succes. Hebben geprinte uitingen nog een plek op de consumentenmarkt?

De meningen lopen uiteen, maar veel drukkers, printers en grafici doen het af als onbelangrijk of mompelen 'waait wel over'. Erg jammer, want ook voor hen liggen er veel mooie kansen en interessante uitdagingen voor het oprapen.

🚨 DRINGEND

Ander vraagstuk is of het voor de grafische branche fataal zou zijn niet mee te gaan met nieuwe media. Van meer en meer geprinte media wordt door de consument verwacht dat deze (ook) online, digitaal te benaderen zijn. Die consumentenbehoefte is misschien niet natuurlijk ontstaan, eerder gecreëerd door het grote aanbod van technieken.

Hoe dan ook, de behoefte is er, wordt steeds groter en kan daardoor binnenkort niet meer genegeerd worden door de grafische branche. De consumenten beslissen; de producenten zullen mee moeten doen.

📄 INTERACTIEVE PRINT

Print en digitaal gaan prima samen. Augmented reality, oftewel het verrijken en/of toevoegen aan de werkelijkheid kom je al vaker tegen dan je denkt.

Je ziet ze steeds vaker, codes/patronen die digitale informatie bevatten. Vaak verwijzen ze naar web-adressen, maar ze worden ook gebruikt om print 'tot leven te wekken'.

De 'QR' (quick response) code speelt hier een grote rol, want deze vertelt het apparaat wat er moet worden weergegeven. - [Mauricio Kruijer](#)

💧 ANGST

Waarom is er in de grafische branche zo'n verzet tegen 'digitaal'? Komt het misschien door de mate van verandering die het met zich meebrengt? Gaat 'alles wat nieuw is, is een risico' hier op? Blijft je bedrijf liever in de 'comfort zone'? Begrijpelijk, maar blijft je doelgroep of eindgebruiker daar ook?

Is het internet misschien te confronterend? Het kost consumenten geen enkele moeite meer om in korte tijd een bedrijf te promoten of af te kraken. Dit is de realiteit: je kunt ervoor kiezen hier niets mee te doen (dus ook geen imagobewaking), maar het internet gaat door... Is het niet verstandiger om je merk of product ook online te 'bewaken', het dialoog met uw klant aan te gaan en daardoor ook klanten tevreden te (kunnen) stellen?

➕ INTERACTIVITEIT EN VERRIJKING

Een effect van het open karakter van 'online' activiteiten is de openheid van mensen. Waar we over het algemeen erg op onze privacy gesteld zijn, zetten we met veel plezier ons hele hebben en houden online te kijk op websites en platformen als Facebook, Flickr en LinkedIn. Daarnaast geven we met plezier onze mening, de een wat netter dan de ander, op fora en beoordelingssites. Het ontbreken van directe editing en censuur zorgt voor een zeer open beeld van mensen. Voor bedrijven is dit een prachtige manier om direct eerlijke feedback te krijgen over een product of dienst. Wanneer 'sociale media' actief in de gaten worden gehouden is gratis doelgroeponderzoek een eitje.

Zeg zelf; heb je op dit moment niet heel sterk de neiging om nu direct te reageren op dit artikel, op De Buren of de auteur? Je zult dan eerst even een apparaat in moeten schakelen en contact zoeken. Je leest een geprint tijdschrift.

💬 VAKMAN AAN HET WOORD

Een van de drukkerijen die momenteel bezig is met innovaties op digitaal gebied is Hoogcarspel Grafische Communicatie uit Middenbeemster. Directeur [Ben Knelange](#) heeft De Nieuwe Buren gevraagd om Hoogcarspel te adviseren in dit traject, en de realisatie te ondersteunen.

'Als je de ontwikkeling volgt van printers en computers voor thuisgebruik, en de wijze waarop mensen al jaren shoppen bij Wehkamp of Bol.com, dan kun je bedenken dat dit zich eens volledig zal vertalen binnen de grafische industrie. Als je dat niet hebt aan zien komen of niet ziet waartoe dit gaat leiden binnen onze eigen branche, dan kun je beter stoppen', aldus Knelange. Hij begrijpt de onwil in zijn branche om mee te groeien en te innoveren niet.

'Wanneer ik op vakbeurzen of seminars branchegenoten spreek verbaas ik mij over hun negatieve houdingen tegenover digitale media, terwijl er met een beetje onderzoek veel voordeel te behalen is. Geef je klanten het gemak, snelheid en toegankelijkheid van internet met daarbij de begeleiding, service en kwaliteit van een traditioneel bedrijf. Pure internetdrukkers die alleen gaan voor de laagste prijzen gaan elkaar kapot concurreren; daarin ligt de toegevoegde waarde niet'. [Meer op denieuweburen.nl/compres](#)

De context waarin nieuws wordt opgevraagd is niet meer in een hokje te plaatsen.

📰 NIEUWS NAAR KEUZE

Al jaren heeft iedereen met toegang tot het internet de mogelijkheid om op ieder moment elk nieuwsbericht te raadplegen. Nu.nl voor een gezonde dosis ANP materiaal, snel en hapklaar. De Volkskrant, NRC en De Telegraaf behoren allen een online nieuwsplatform. Voor veel mensen zijn dit soort websites een belangrijke bron van nieuws en entertainment. Geld kost het hen niet, moeite kost het amper. Nieuwe (soorten) apparaten maken deze manier van het consumeren van informatie nog gemakkelijker, en daarmee populairder. Smartphones zijn vrij normaal geworden, en daarmee zit het laatste nieuws over bijvoorbeeld een favoriete artiest onder een knop.

Lopend op straat of in de trein onderweg naar kantoor; de omgeving, het tijdstip en daarmee de context waarin nieuws wordt opgevraagd is niet meer in een hokje te plaatsen. De consument bepaalt zelf hoe en waar; met de komst van mobiele apparaten, zoals tablets, geldt dit meer dan ooit.

Een heel mooi voorbeeld van real-time verslaggeving is de manier waarop de online afdeling van NRC verslag deed van de ontwikkelingen in Libië. Een pagina, zelf verversend met nieuwe updates die de redactie toevoegde. Deze pagina, bereikbaar op computer, smartphone of tablet, kon bij wijze van spreken permanent open staan om als real-time nieuwsoverzicht te dienen.



check

[De Nieuwe Buren.nl/compres](#)

📱 TABLETS ENZO

Tablets. Iets meer dan een jaartje terug was dit het nieuwe woord onder de gemiddelde consument. E-readers waren al even in omloop, maar de ontwikkelingen die de komst van Apple's tablet, iPad, teweeg heeft gebracht zijn op zijn minst noemenswaardig te noemen.

Nu zijn we zover dat veel (grote) kranten en tijdschriften een digitale versie, zij het een exacte kopie zonder toegevoegde interactiviteit, aanbieden speciaal voor tablets.

🍌 TOT SLOT

Print is voorlopig niet dood, en dat zal waarschijnlijk ook nooit gebeuren. Het is alleen ontzettend belangrijk dat de grafische industrie de nieuwe ontwikkelingen omarmt in plaats van te ontkennen of af te stoten. De consument beslist, niet de vakman.

Het gratis ebook 'Oh My God What Happened' bevat een luchtige, duidelijke uiteenzetting van de ontwikkelingen en nieuw ontstane media in de afgelopen paar jaar. Gratis is misschien niet helemaal correct; het kost je een twitterberichtje - [ohmygodwhathappened.com](#)

Richard Branson

Meer experimenteel zijn mensen als Richard Branson, de man achter Virgin. Hij heeft als 'hobbyprojectje' een nieuw digitaal tijdschrift gelanceerd, 'Project', exclusief voor de iPad. Onlangs lanceerde [Rupert Murdoch](#), grote baas van News Corp, 'The Daily'. Een betaalde krant met constant verversende content, tevens exclusief voor de iPad. Ga na, wat is relevanter? De krant van vanochtend, of dat ene bericht dat 10 minuten geleden verversd is?

11 uur geleden · [Vind ik leuk](#) · [Reageren](#)

Wired, het grote Amerikaanse technologietijdschrift, heeft een geheel aparte versie van zijn maandelijkse uitgave speciaal voor de iPad ontwikkeld; deze biedt dezelfde inhoud, maar wel verrijkt met interactieve elementen als korte puzzels gebaseerd op tast, video- en geluidsfragmenten en het snel naar een specifiek artikel kunnen springen. Het mooie hiervan is dat de grafische opmaak nog steeds nodig is; ondanks het digitale medium zijn de grafisch ontwerpers nog erg druk met het vormgeven van deze edities.

3 uur geleden · [Vind ik leuk](#)

Traditionele media als kranten en tijdschriften moeten het voornamelijk hebben van kwaliteitsinhoud, durige informatie en/of perspectieven. Hiervoor willen mensen best betalen.

2 uur geleden · [Vind ik leuk](#)

De wereld zal niet opeens overstappen op tablets, maar het is zo gek nog niet hier wel van uit te gaan.

1 uur geleden · [Vind ik leuk](#)

Schrijf een reactie... [denieuweburen.nl/compres](#)