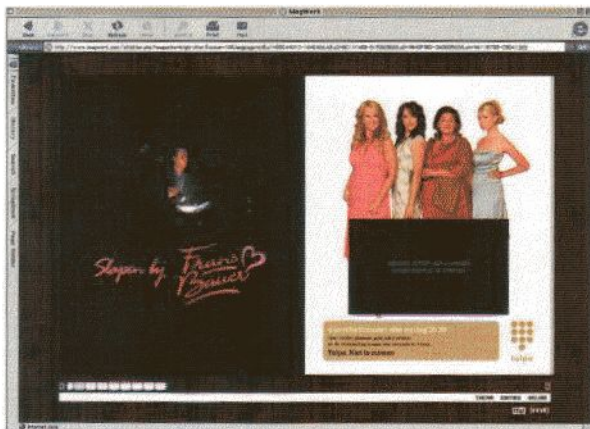


# DE digitale KIOSK

De hele wereld lijkt te experimenteren met digitale tijdschriften. Als extensie van een tv-programma, als digitaal voorproefje van het papieren blad of als een opzichzelfstaand tijdschrift. Een beknopt overzicht.

[DOOR ELLEN NAP]

## Big Brother



**W**aarom zou je een tijdschrift op een computerscherm willen lezen? Een blad van papier leest leuker dan een tijdschrift op een scherm. Toch experimenteren tijdschriftuitgeverijen als Sanoma en Audax met digitale versies van hun papieren bladen. De laatste is vorige week gestart met een 'verkorte' online versie van opinieblad HP/De Tijd, 'om (potentiële) lezers van HP/De Tijd te prikkelen om de nieuwe uitgave te gaan lezen'. Een digitale versie is gratis te ontvangen via je e-mailadres. Sanoma Men's Magazines heeft op zijn website een digitaal voorproefje staan van titels als Nieuwe Revu en Playboy, die lezers daar gratis kunnen bekijken.

VNU en Reed Business zijn al langer bezig met digitale magazines. Elsevier was een van de eerste publieksbladen die digitaal beschikbaar was, samen met Fem Business. Na installatie van de 'reader' Newsstand konden de digitale bladen gedownload worden. Een handeling die bij sommige gebruikers voor nogal wat ergernissen zorgde, omdat ze nogal lang duurde of meerdere keren mislukte. Reed Business blijkt onlangs met deze service gestopt te zijn.

VNU introduceerde bij de herlancering van Emerce in 2004 de reader Zinio, ook een programma voor het downloaden van digitale magazines. Inmiddels zijn ook titels als Computable en Sprout digitaal te krijgen. VNU biedt de mogelijkheid tot een papieren of digitaal abonnement of een combinatie daarvan. Kosten voor 11 edities: digitaal 45 euro, print 55 euro en een combinatie kost 65 euro.

## DEEP-LINKEN

Bij de meeste digitale publieks- of vakbladen gaat het om dezelfde versie als het papieren blad of om een (bewerkte) samenvatting van de papieren versie.

Scala, uitgeverij van special-interestbladen in Amersfoort, claimt de eerste uitgever van consumentenbladen te zijn die de stap zet naar integraal digitaal uitgeven. Vanaf vorig jaar oktober is Digital Movie, een tijdschrift over video, dvd en home cinema integraal online te lezen. Andere uitgaven als onder meer Luister (over klassieke muziek) en Railhobby (over modelspoorbouw) moeten volgen.

Abonnees kunnen naast de papieren versie ook de hele uitgave op het web lezen. Inkomsten moeten komen uit

## Cheerio



nieuwe digitale abonnees – een digitaal abonnement kost de helft van de prijs van het papieren blad – en banners, verklaart mede-eigenaar en marketingmanager Ashja Bosboom van Scala. Uiteindelijk moet het 'diep-linken' geld gaan opbrengen, waarbij per doorklik wordt betaald. Bosboom: 'Dat is de verrijking van een digitaal magazine ten opzichte van een papieren blad dat heel statisch is. Bij een verhaal over hoe je een film maakt, kun je vijf foto's laten zien, maar nu kun je er een filmpje bij laten draaien. Het is een aanvulling voor papier, ook voor adverteerders die meer mogelijkheden tot exposure hebben.'

Scala's uitgaven over muziek en film lenen zich, net als computerbladen en tv-gidsen, goed voor een digitale versie. Het kunnen luisteren naar muziek en het afspelen van trailers van films zijn een mooie aanvulling op bijvoorbeeld de recensie of aankondiging in de printuitgave. Leuk voor de lezer, maar ook voor de adverteerder die net als de redactie meer creatieve mogelijkheden heeft. 'Voor innovatieve adverteerders is het een feest om hier bij te zijn', zegt Huib van der Linde van Cheerio. Samen met iMediate lanceerde hij vorig jaar november de internetglossy Cheerio, een digitaal magazine voor dertigplussers dat hij verkoopt als 'een audiovisuele beleving'. Geld verdienen doet hij er nog niet mee. 'Op dit moment draaien we quitte. Cheerio is een low-costproductie. We hebben vier adverteerders.'

## Digital Movie



Nu werkt Cheerio nog met banners, maar ook Van der Linde hoopt op groeiende bezoekersaantallen, mensen die producten bestellen en verder 'prachtige advertenties'.

## TOEKOMSTMUZIEK

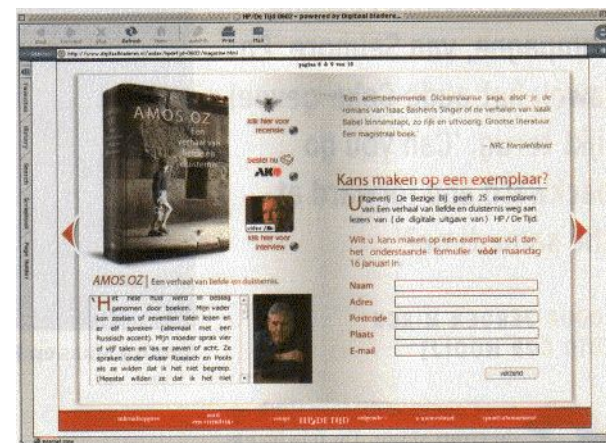
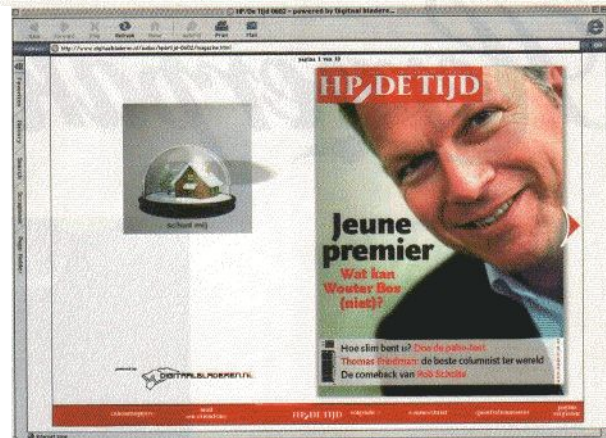
Een voorbeeld daarvan is het Noorse Magwork, dat in Nederland samenwerkt met tv-producent Endemol. Hun eerste uitgave was Big Brother Magazine, dat Endemol samen met Talpa als extensie van het tv-programma bedacht. Naast filmpjes, muziek en bewegende beelden biedt het blad bijvoorbeeld de mogelijkheid om te stemmen en games te spelen. Advertenties zijn een soort filmpjes, in tegenstelling tot de advertenties in bovengenoemde bladen die zich alleen van papier onderscheiden doordat je erop kunt klikken. De advertentie van Orange in Big Brother Magazine heeft een vast beeld, met daarbinnen een filmpje en muziek. Toekomstmuziek voor Van der Linde, geeft hij toe. 'Maar dat is wel het soort advertentie waar we naar streven.'

Endemol verzendt de magazines via sms2mail, een techniek waarbij mensen de naam van het blad naar een code sturen, waarna ze het blad in hun mailbox krijgen bezorgd. Met hun mobiele telefoon kunnen lezers producten uit het blad bestellen en betalen. Inkomsten komen van consument en adverteerder. Naast Big Brother werkt Endemol aan een magazine voor GTST. De tv-producent is met meerdere uitgevers in gesprek: voor Quote Media gaat ze Elle Girl vier keer per jaar digitaal uitbrengen en met Spits praten ze over een digitale extensie van de gratis krant.

De digitale initiatieven – voordelig in productie- en distributiekosten – lijken van verschillende kanten navolging te krijgen. Endemol claimde in oktober de eerste te zijn die een tv-programma van een digitaal magazine voorzorg. In december volgde Media Republic met 'interactief tijdschrift www.verhuisbericht.nl' bij het gelijknamige tv-programma van RTL. Ook Immediate zegt 'in de sliptstream van de lancering van Cheerio soortgelijke initiatieven' te verwachten.

Als je Van der Linde mag geloven, betekenen de digitale magazines niet het einde van het papieren tijdschrift. Hij verwacht dat het digitale magazine zich met alle filmpjes, muziek en audio die het vertoont, zal ontwikkelen tot een soort tv-kanaal. Daar kan een papieren blad prima naast blijven bestaan. Of het moet zijn dat het oprolbare scherm met elektronische inkt van Philips nu echt zijn doorbraak beleefd. Maar zolang we gebonden zijn aan een vast computerscherm, al is het een laptop, lezen we onze bladen vooral nog liever van papier.

## HP/De Tijd



## Navigatie

Om een digitaal magazine met plezier te 'belevén', is het handig een snelle verbinding te hebben en eerst de handleiding goed te lezen. Het kan ook zonder, maar wees dan geduldig.

De navigatie van de verschillende genoemde digitale magazines verschilt. Bij de een kun je werkelijk bladeren door met je muisknop op de rechterpagina te klikken, zoals bij het Big Brother Magazine. Bij de ander – Playboy of HP/De Tijd – kun je omslaan door met de muis de rechterpagina over de linker te slepen.

Cheerio heeft een inhoudsbalk boven het magazine in het beeld staan, waar alle pagina's op een rij aan te klikken zijn. Vrijwel alle bladen hebben bewegende beelden en vele zijn voorzien van achtergrondmuziek.