

Schenckvoetend  
In mijn  
Nederlandse  
uitgevers con-  
tinent versie van  
nary gedrukte  
producten te  
lezen. Over  
nig, maar  
s, tes, maar  
e elektronische  
versie van de  
gebruikte  
en, zo ver  
niet de  
papier met  
e mag ik nu.  
Het ligt vast de  
hand aan te  
den: de extra  
kosten zijn ge-  
past, want de  
PDF zijn nu  
geen  
Aarne Poortman  
van Uitgeverij  
Scala: "Als ik  
van de studio  
kom, heb ik  
toch (100) de  
meestal naar  
de drukker te  
andere naar  
net 'lebbed'f."

# E-MAGAZINES HANGEN OP SYSTEMEN

Begin oktober kwam *Uitgeverij Scala* met het eerste digitale magazine van het blad *Digital Movie*, een consumentenuitgave over DVD's, zelf video's maken en dergelijke. Van dezelfde uitgever zullen binnen afzienbare tijd ook *Luister* en *Rail Hobby* digitaal verkrijgbaar zijn. "We geloven dat er een toekomst is voor digitale uitgaven", zegt *Ashja Bosboom*. "Als uitgever kun je veel toegevoegde waarde geven door de artikelen en advertenties te verrijken. Bij een artikel over video kun je nu eindelijk daadwerkelijk een film laten zien in plaats van foto's. Je kunt muziekstukken achter cd-recensies plaatsen. En doordat het geheel is afgeschermd, kun je allerlei 'goodies' plaatsen voor je abonnees, zoals downloadbare zaken. In november hebben we dat al in *Digital Movie*."

Alvorens tot de digitale uitgave over te gaan, heeft *Bosboom* een uitgebreide studie gemaakt van alle beschikbare systemen voor e-magazines. Na ampele overweging en bestudering van de minimaal zes verkrijgbare systemen, koos ze voor *Clixmaster Republisher* van het in Amersfoort gevestigde *Modern Media*. Belangrijkste overwegingen: "Het is een Nederlands product. Het is snel in het gebruik. En het is helemaal afgeschermd."

### Afschermen

Dat afschermen is belangrijk, want als uitgever wil je bij een betaalde distributie in de hand houden wie er toegang tot je product heeft. Downloads komen dan sowieso niet in aanmerking, want eenmaal lokaal opgeslagen is elke PDF makkelijk door te sturen aan een andere, niet geautoriseerde gebruiker. Natuurlijk zijn PDF's te beveiligen en te personifiëren, maar ze zijn even gemakkelijk te 'kraken'.

Beveiligde webtoegang met een gebruikersnaam en password is een andere oplossing, maar deze gegevens kun je makkelijk met een ander delen. "We kunnen automatisch bijhouden op welk IP-adres er naar onze uitgaven wordt gekeken", pareert *Bosboom*. "Daar zullen we wel soepel mee omgaan, bijvoorbeeld als mensen overdag op hun werk en 's avonds thuis ons raadplegen. Maar als er gekke dingen gebeuren, ontvangen mensen een waarschuwing van ons. Dat gaat helemaal automatisch."

*Bosboom* heeft ook voor *Clixmaster* gekozen vanwege de makkelijke archief- en zoekfunctionaliteiten. De *Scala*-titels lenen zich daar met name voor, met bijzonder geïnteresseerde lezers in onderwerpen als klassieke muziek en modeltreinbouw. De titels zullen via een abonnement én als 'los nummer' verkrijgbaar zijn. Daarbij denkt men aan een prijs die ruim onder die van

de gedrukte versie ligt. In eerste instantie zal *Scala* 'click&pay' van *Firstgate* implementeren, maar andere systemen zullen daarnaast beschikbaar komen om de drempel voor het kopen van losse nummers zo laag mogelijk te houden.

### VNU met Zinio

Internationaal is *Zinio* een belangrijke aanbieder van de elektronische kiosk. In tegenstelling tot de andere systemen heeft de lezer hiervoor wel aparte software nodig, de *Zinio Reader*. Deze software is weliswaar gratis te downloaden, maar dit maakt het minder toegankelijk voor de lezer. Voor Nederland heeft *VNU Business Publications* een licentie.

Het blad *Emerce* van deze uitgever is sinds maart 2004 online beschikbaar via *Zinio*. Volgens hoofdredacteur *Anton van Elburg* heeft ongeveer 10% van zijn lezers een online abonnement, ofwel stand-alone, ofwel als onderdeel van het normale abonnement. Alleen digitaal kost *Emerce* 45 euro per jaar, alleen print 55 en print plus digitaal 65 euro. Verder heeft *Van Elburg* weinig zicht op de acceptatie. Mensen gebruiken het wel als archief, is zijn indruk. Bij *Emerce* zijn er wel clickable weblinks, maar verder geen extra online functionaliteiten en goodies zoals *Digital Movie* dat van plan is. Alle titels van *VNU BP* zijn inmiddels digitaal beschikbaar: *Computer Idee*, *PCM*, *Sprout*, *Computable*, *CRN*. Alleen voor



Bosboom: geloven in digitale uitgaven.

## E-magazine voor Big Brother

Tijdens het Nationaal Uitgevers Congres afgelopen juni verklaarde de 37-jarige *jakko Nilsen*, CEO van de *RF Media Group AS*, de doof van het papier en de toekomst van de door uitgeverijen. Wie er een niet-ruimtelijk tijdschrift moet zien SMS'eren om betaald telefoonnummer sturen. De eerste actie voor het gebruik van het SMS/MAIL platform was echter te duidelijk, dat slechts weinig uitgeverijen het profijt daarvan in de werkelijkheid hebben. De uitgeverijen vanden als in elk geval niet.

Ik heb het ook niet gedaan. Nilsen is de doof van de realtime data van de uitgeverijen. Begin oktober kon hij ten eerste met *Telpe en SMS/MAIL/Press* de start van een digitaal tijdschrift voor de Nederlandse versie van *Big Brother*. De uitgeverij heeft erop toegezien door BLAD te SMS'en naar 4091 in Nederland en België. De uitgeverij kan SMS'eren en de uitgeverijen die de uitgeverijen. Als er wordt uitgeverijen, behalve de uitgeverijen. Het *Big Brother* uitgeverijen de e-mail box van de uitgeverijen.

Beit u ook nog? Als ik het goed begrijp, is het cross-media gebruik om het cross-media gebruik. Ik kijk televisie en om een e-magazine op mijn computer te lezen moet ik mijn mobiele telefoon gebruiken. Of is het businessmodel gebaseerd op de inkomsten van SMS'en? Mij lijkt het logisch een magazine dat je op je computer consumeren, niet via dat apparaat dan te consumeren. Maar door de koppeling van SMS'en en webdiensten maak je het wel makkelijker om ook af te rekenen met de gebruiker. Het internet voor e-magazine ziet er gelukkig goed uit, met een waarden van mogelijkheden: naast artikelen over *Big Brother*, advertenties, speciale aanbiedingen en koppelingen naar andere commerciële diensten. Het e-magazine moet de gebruiker een nieuw interactief contactpunt met de uitgeverijen vertellen wat anderszins niet, maar mij lijkt eerder het omgekeerde het geval.

abonnees, maar behalve bij Emerce en Computer Idee lijkt er van een actieve marketing geen sprake.

### Turnpages

Een ander systeem is *Turnpages*, waarmee *TVM* werkt, het *Tijdschrift voor Multimedia*. Het is een product van het Nederland *Forward Thinking BV* uit Deventer en gebruikt *Macromedia Flash*. Behalve bij *TVM* is het systeem ook in gebruik voor onder andere de cadeaugids van *Airmiles*. Een aardige extra functionaliteit is het feit dat in een catalogus artikelen clickable zijn en daarmee direct in een winkelwagentje geplaatst kunnen worden.

### PayperNews

Als eerste dagblad in Nederland zette *De Telegraaf* op 18 oktober 2002 de krant in zijn geheel online, de *Telegraaf-i*. Het eigen bedrijf *DataWare* ontwikkelde de software en verkoopt die nu internationaal onder de naam *PayperNews*. Het systeem werkt simpel en is effectief. Je bladert door de krant en als je een artikel wilt lezen, klik je er op en verschijnt de tekst in een leesbaar font. Navigeren kan door te klikken op de rubrieksindex links in beeld of via de thumbnails. Om het drukwerkgevoel te recreëren sla je de pagina's als het ware gewoon om. Voor tijdschriftgebruik of voor folders bestaat er een speciale magazine-editie, die onder andere door de Makro en Blokker wordt gebruikt, alsmede door tijdschriften als *Wereldcontact* en het KNVB cluborgaan. Je bekijkt de uitgave online, maar als een uitgever dat wil kan een lezer ook een kopie downloaden, of de nieuwe editie per

e-mail toegezonden krijgen, dan wel een link naar de plek op het web. Voor het lezen is geen aparte software nodig, de meest gangbare browsers verschaffen toegang.

### HOI-cijfers

Tellen de oplagen van tijdschriften en dagbladen in digitale vorm mee voor de officiële oplagecijfers? *HOI*, Instituut voor Media Auditing, heeft bepaald dat uitgevers onder bepaalde voorwaarden hun digitale titels kunnen registreren. Vanaf het eerste kwartaal van 2005 publiceren ze de digitale oplagecijfers naast die van de papieren versie. De definitie van een e-paper die *HOI* hanteert, is vrij strikt: de digitale krant doet alleen mee als het gaat om een exacte kopie van de gedrukte titel. Het enige verschil is dat deze replica elektronisch wordt gedistribueerd, bijvoorbeeld via internet. Wel kan de digitale editie gebruik maken van de specifieke mogelijkheden van dit medium, zoals doorklikken via hyperlinks. De oplagecijfers van een E-paper en de printversie worden niet bij elkaar opgeteld, maar naast elkaar vermeld. Alleen betaalde abonnementen, losse verkoop en controlled circulation doen mee in de telling. Gratis verspreiding van e-papers valt buiten de oplagecijfers. (NB - via de website [www.hoi-online.nl](http://www.hoi-online.nl) zijn de exacte voorwaarden voor e-papers van *HOI* te downloaden als PDF)

## Gebruikerstest

Het ziet er zo mooi uit. Men zit op een zonnig terrasje, waarschijnlijk ergens in Italië, zit lekker op het tafeltje met de actuele editie van *de Volkskrant*. Wat wel dat nu niet, overal en altijd toegang tot je eigen dagblad? De praktijk is natuurlijk weerbarstiger.

Ik zit op een regenachtige dag gewoon thuis en probeer d's betalend abonnee toegang te krijgen tot de elektronische *Volkskrant*. Oeps... er is d'leer een formulier voor nieuwe abonnees. Als bestaande en betalende abonnee kan ik nergens op de website terecht. Met veel moeite vind ik eindelijk een e-mail adres voor de bezerservice. Snel een mailtje gestuurd. Op het antwoord wacht ik nu nog. Ik lees dus maar gewoon de website, ook al moet ik mij dan door een uitgebreide flash animatie ter promotie van het *Volkskrant*-lezersblog westeren. Hadden we al met enkele jaren geleden geleerd dat dergelijke kunstjes beter achterwege kunnen blijven? Dit is nog erger dan een grote advertentie op de voorpagina. Ik wil nieuws.

Dan maar naar de tijdschriften.

*VNU Business Publications* heeft haar hele portfolio online ter beschikking, maar met al het gebruik van speciale software, het van oorsprong Amerikaanse *Zinio Reader*. Daarmee beginnen de problemen. Aanwankelijk was de software alleen beschikbaar voor PCs met Windows, niet voor de Mac. Inmiddels is er ook een versie voor de Apple, maar toch. Ander nadeel is dat je de tijdschriften eerst moet downloaden voordat je ze kunt lezen.

Met *Zinio* heb ik al uitgebreide ervaring omdat ik digitale abonnementen heb op een paar Amerikaanse tijdschriften, waaronder *Red Herring* en *MacWorld*. Dat beviel maar matig. Omdat de *Zinio*-software zodanig is ontworpen dat het automatisch nieuwe uitgaven zoekt elke keer d's je de computer opstart, heb ik die functie wegens een hoge irritatiefactor maar uitgezet - met d's resultaat dat ik nu vele nummers achterloop. Maar ik blijf toch liever baas op mijn eigen computer.

Dit achterlopen had tot resultaat dat ik bij het proefkijken op de *VNU* site plotseling eerst een groot aantal oude nummers moest downloaden, waarna ik maar het voorbeeld van *Computer Idee* kon kijken.

O, oee, nog een extra habbekraak: een software update alert - eerst moet ik ook nog de nieuwe versie van *Zinio Reader* downloaden.

Dan maar naar het nieuwe *Digital Movie* van *Uitgeverij Scala*. Het begint al goed: de site is niet bereikbaar met mijn standaard browser *Safari*. Met *Firefox* lukt het gelukkig wel. Eenmaal aangekomen bij mijn profnummer van het blad kan ik de uitgave doorbladeren en lezen. Het werkt zoals het moet, de navigatie gaat per pagina of via een thumbnail index. Maar het blijft onhandig om telkens d's je een artikel wilt lezen de pagina te moeten uitvergroten. Daarmee raak je alweer de oriëntatie kwijt, en bovendien moet je bij het doorbladeren altijd weer de pagina verkleinen.

Kortom, het blijft behelpen.

De ene versie is al gebruikersonhandiger dan de ander, het is handig als archief, maar vooralsnog lees ik liever de gedrukte versie. Al was het maar omdat een laptop op de WC niet echt ideaal is. Het wachten is op geheel nieuwe technologie, zoals de flexibele beeldschermen waar een fabrikant als Philips mee in de weer is. Of op heel andere formaten dan een PDF-versie van een gedrukte uitgave. Of op een betere afstemming op het beeldschermgebruik, maar dan telt je titel weer niet mee voor het *HOI*.