

2/ *In VS meer video op krantensites dan bij sites tv-zenders*

- » Nieuwsmedia met steeds meer video aanwezig op internet.
- » Sportevenementen en verkiezingen mogelijke verklaring.

Uitgelezen? Gooi deze bundel niet weg, maar geef hem door!

In VS meer video op krantensites dan bij sites tv-zenders

door: Marco van Kerkhoven

over: businessstrends, internet, strategie, uitgeven

op: 2 jan 2011



Nieuw Amerikaans onderzoek laat zien dat in de Verenigde Staten voor het eerst meer streaming video is uitgezonden via krantensites dan via websites van televisiezenders.

De video-hosting site Brightcover en het analysebureau voor internetverkeer TubeMogul ontdekten dat in het derde kwartaal van 2010 het aantal minuten video dat via krantensites werd uitgezonden is gestegen naar 313 miljoen, tegenover 290 miljoen van de omroepen. Ook het aantal geplaatste video op krantensites is inmiddels groter dan dat op sites van omroepen; met bijna een half miljoen geplaatste video's bij kranten twee keer zoveel.

Sport en verkiezingen

Volgens analisten als Mathew Ingram zijn de nieuwe cijfers een indicatie dat nieuwsmedia doorkrijgen hoe belangrijk het is om op internet ook met videoproducties aanwezig te zijn. 'De toekomst houdt ook video in,' adviseert hij kranten. Het aantal video's dat kranten op hun websites zetten, steeg in het derde kwartaal van 2010 met ruim vijftig procent (tot bijna een half miljoen dus). Dat is meer dan een verdubbeling ten opzicht van het derde kwartaal in 2009. Een mogelijke verklaring voor de sterke toename zijn de vele sportevenementen die van juli tot en met september waren, alsook de mid-term verkiezingen in de VS. Brightcove en TubeMogul benadrukken dat de cijfers niets zeggen over de hele nieuwsvideo (incl. niet-streaming, gelinkt, etc.) markt op internet. Ingram merkt daarbij op dat het ook mogelijk is dat sommige omroepen hun internetverkeer niet meer laten meten via Brightcove of TubeMogul, en de cijfers zo een onderschatting zijn van het videoverkeer bij de omroepen. Dat blijkt niet uit het rapport. Omroepen weten kijkers ook nog steeds langer vast te houden. Ingram verklaart dat uit de

mindere kwaliteit van de krantenproducties: 'Veel kranten worstelen nog altijd met de vraag hoe ze videoproducties aantrekkelijk kunnen maken. Omroepen weten hoe ze kijkers moeten vasthouden, dat is voor kranten nog geen natuurlijke vaardigheid'.

In Nederland geen turbo

Hoe dan ook is de toename van het aantal video's op krantensites in de VS opmerkelijk te noemen. In Nederland zijn er nog geen tekenen dat kranten de turbo hebben aangezet voor wat betreft videoproducties. Uit een [survey onder negen regionale kranten](#) die ik dit jaar en vorig jaar met studenten van de School voor Journalistiek in Utrecht uitvoerde, bleek dat ongeveer de helft van de kranten het maken van journalistieke videoproducties juist even in de ijskast heeft gezet. Veelgehoorde opmerkingen bij hoofdredacties en redacteurs waren dat videoproducties in veel gevallen te duur zijn wat betreft investering en tijd, redacties niet de juiste mensen hadden met voldoende multimediale vaardigheden en er een visie op de aanpak en verwerking van videoproducties ontbrak.

Cijfers over geproduceerde videominuten via krantensites in Nederland zijn mij niet bekend. Maar misschien zijn ze er wel?

Dit verhaal verscheen eerder op De Nieuwe Reporter.

waardeer en reageer: sync.nl/2542