

GROOTSE ONLINE PLANNEN BIJ DE TROS

“Innovatie vanuit de publieke



Kijkers en luisteraars gebruiken steeds vaker internet en mobiele toepassingen om de programma's van de publieke omroep te consumeren. Hoe spelen omroepen hier vandaag de dag op in? Broadcast Magazine sprak hierover met Thomas van Maaren, hoofd nieuwe media & development bij de TROS.

DOOR: PETER SCHAVEMAKER

Hoe wordt er binnen de TROS over 'nieuwe media' gedacht?

“Rond grote programma's, zoals *Radar*, *Eén-Vandaag* en *Sterren.nl* is het samenwerken rond internet een ontwikkeling die steeds belangrijker wordt. Het is hét medium om mensen te binden. En daarom belangrijk voor ons.”

Wat vond je van het internetbeleid toen je in juli 2002 bij de TROS kwam?

“Goed, iedereen was bezig om internet neer te zetten als apart medium. Het was een ondergeschoven kindje en moest meer body

krijgen. Inmiddels is het een van de drie mediapoten en integraal onderdeel van de omroep. Vanaf het begin hebben we overigens geprobeerd om met de programmamakers zelf aan tafel te zitten. Dat maakt het projectmatiger, wat de betrokkenheid weer vergroot.”

Welke uitstraling heeft www.tros.nl volgens jou?

“Hij is wat mij betreft niet ouderwets. Alhoewel het pas drie jaar oud is en uit onderzoek blijkt dat de achterban tevreden is, is de website wel toe aan een update gezien de

huidige tijd en inzichten. In 2009 gaan we werken aan een nieuwe site, aangezien we steeds vaker vanuit een merkgedachte werken en de behoefte van de consument in de tussentijd enorm is veranderd.”

Hoe vind je dat de publieke omroepen met internet omgaan?

“Je ziet wel dat de nieuwe Mediawet nu al een grote rol speelt, hoewel we nog niet precies weten hoe die er concreet uit zal zien. Het verschil tussen hoofd- en neventaken zal verdwijnen en het zal meer over content dan distributie gaan. Dat zie ik als een posi-

omroepen wordt onderschat”

tief punt. Dat onderscheid is in de huidige Mediawet ook niet meer van deze tijd. In de afgelopen jaren zijn we bij de TROS vaak tegen deze beperking aangelopen, zoals recentelijk met sinterklaasavond.nl; een website met foto's, gedichten en verhalen van bezoekers. Het Commissariaat voor de Media (CvdM) heeft hier de stekker uitgetrokken. (Het financieren van deze - niet kostendekkende - nevenactiviteit uit omroepmiddelen, heeft volgens het CvdM een nadelige invloed op de uitvoering van de hoofdtaak van de omroep, aangezien het geld hierdoor niet ten goede kon komen aan tv-programma's, red.) Alle 'web only'-projecten lopen hier tegen aan. De nieuwe wet biedt wellicht wat meer flexibiliteit.”

In het jaarverslag van 2007 staat dat de TROS een voorkeur heeft voor verbreding binnen de portals, boven het vergroten van het aantal thema's.

“Klopt. Sommige collega-omroepen maken gebruik van veel verschillende sites. Wij werken liever met een aantal platforms met sterke merken in plaats van alles constant maar een eigen site te geven. Jaren geleden had elk programma, zoals *TROS Muziekfeest* en *Voor alle Fans* een eigen website. We hebben enige tijd geleden dan ook besloten om deze te bundelen op *Sterren.nl*, het crossmediale platform voor de Nederlandstalige muziek.”

“Innovatie is voor ons geen doel op zich”

Geldt dit ook voor de jeugdsites?

“Ja. We gaan die doelgroep wel verdelen in de jonge Studio 100-kijkers en de oudere kinderen. Naast het Studio 100-geluid hebben we namelijk ook veel andere jeugdprogramma's. En als familieomroep willen we graag alle jeugd, op een veilige manier, bij internet betrekken. Alle content die nu niet op *www.dewereldismooi.nl* staat - een website waarop alle Studio 100 programma's zijn verzameld -, willen we een goede plek geven, met een duidelijke link naar *Z@pp*.”

Wil de TROS op internetgebied graag voorop lopen?

“Innovatie is voor ons geen doel op zich, het moet een constante factor zijn. Daar waar de VPRO de naam heeft om als eerste dingen te doen, haken wij pas aan als ontwikkelingen zich hebben bewezen. We werken desondanks voortdurend aan innovatie, maar ons uiteindelijke doel is om zoveel mogelijk mensen te bereiken.

Hoe ga je daarbij te werk?

Met mijn oud-collega Idse de Pree spraken we destijds al veel met anderen tijdens werkgroepen. Zo zaten we bijvoorbeeld vrij snel met de VARA om de tafel, omdat we dezelfde CMS-techniek (TYPO3, red.) deelden. We wilden op die manier van elkaar profiteren. Wij waren ook de eerste publieke omroep die met MSN samenwerkte en het als tool inzette binnen tv-programma's als *Radar*, *EénVandaag* en *Vermist*. Hierdoor konden we bijvoorbeeld bepaalde onderwerpen extra onder de aandacht brengen. We zijn momenteel met de NPO in gesprek over het aanbieden van video met een andere systematiek en format, H.264 genaamd (een nieuwe standaard die zorgt voor een sterke compressie van videobeelden, red.). Bestanden worden hierdoor geschikt voor een breed platform, zoals Flash, en voor mobiele toepassingen. We hebben ook een Flash-tool ontwikkeld, itemizer geheten, waardoor een redactie zelf video-items kan knippen. In die zin zijn we wel weer vernieuwend.”

Waarop ben je jaloers als je naar collega-omroepen kijkt?

“Het opzetten van communities. De VPRO loopt hiermee voorop en bereikt door sites als *Café de Liefde* (VPRO's Virtuele Love Cafe) en *Landroof* (Victoria Koblenko en Puck Kniesmeijer nemen bouwplannen in Nederland onder de loep, red.) specifieke doelgroepen. Dat is wel heel mooi. Binnen de TROS ligt de focus meer op de breedte, het moet voor iedereen zijn.”

In april kozen jullie naast forums ook voor weblogs op de Radar-site.

“Intern hebben we heftige discussie of dat nou ons doel dient. Het forum van de *Radar*-site is wel heel erg belangrijk, gezien het een eigen dynamiek heeft. Zo biedt de site aller-

lei tools, als RSS-feeds, VOD-cast, voorbeeldbrieven en achtergrondinformatie. Het gaat veel verder dan het televisie-item. Maar hier zie je dat we soms op de grens opereren en worden teruggefloten door het Commissariaat. Een voorbeeld hiervan was de samenwerking met *www.independenter.nl*. (Waarbij het CvdM van mening is dat het TROS-programma mogelijk dienstbaar is geweest aan het maken van winst door financiële dienstverlener The Independent, hetgeen in strijd zou zijn met de beginselen van non-commercialiteit, die het uitgangspunt zijn bij het handelen van een publieke omroep, red.) Dit project staat inmiddels dan ook on hold.”



FOTO: JULIAN VAN ROOIJ

“In tegenstelling tot radio en televisie is er bij internet veel meer sprake van interne samenwerking.”

Wat vind je van het internetbeleid van de Nederlandse Publieke Omroep?

“Soms lag de focus te veel op zelf content maken, dat zie ik niet helemaal als rol van de NPO. Ik vind dat er meer aandacht zou moeten zijn voor omroepbrede technieken en systemen, zoals nieuwsbrieven, videoplatforms en het sterker maken van Uitzending Gemist. In de laatste jaren is deze organisatie wel sterker geworden. Zo is er binnen de werkgroep internet goed onderling overleg. We zoeken elkaar veel meer op. In tegenstelling tot radio en televisie is er bij internet veel meer sprake van interne samenwerking.” >>

Cijfers TROS online

TROS.nl

Totaal aantal bezoekers 2006	29.435.251
Totaal aantal bezoekers 2007	34.351.382

Top 5 aantal bezoekers van TROS-gerelateerde websites over 2007:

1	www.trosradar.nl	6.567.650
2	www.tros.nl	2.419.165
3	Uitzendinggemist / tros	2.221.244
4	www.vermist.nl	2.018.646
5	www.eenvandaag.nl	1.953.464

William Valkenburg sprak tijdens het congres Onder de knop (zie pagina 46-49, red.) over innovatieve projecten bij de NPO, zoals de grote successen rondom de Olympische Spelen.

“Ik vond zijn verhaal helemaal goed. Mensen gebruiken media tegenwoordig anders. Of zoals hij het zij, je hebt ‘primetime’ en ‘my time’. Aan het einde van zijn betoog pleitte hij terecht voor meer trotsheid binnen de publieke omroep. Het mobiele platform van de NOS heeft namelijk veel bijgedragen aan de acceptatie van het gebruik van mobiele toepassingen in Nederland. Ook met Uitzending Gemist is veel bereikt.”

Is de publieke omroep innovatiever dan iedereen misschien denkt?

“Ondanks de huidige discussie rondom de zeventien themakanalen heeft de publieke omroep daarvoor wel de weg geëffend. Ook naar de kabels toe. Het digitale archief is ook een goed voorbeeld. Ik vind dat innovatie vanuit de publieke omroepen wordt onderschat.”

De bezoekcijfers beleven bij jullie een enorme groei. Geven deze cijfers je binnen de TROS-directie een soort carte blanche?

“We kijken met grote trots naar onze cijfers. Het geeft aan dat steeds meer mensen ons weten te vinden. Ook voor 2008 is de verwachting dat deze groei zich heeft doorgezet. Internet doe je echter niet alleen, de cijfers zijn mede tot stand gekomen door een zeer goede samenwerking met de afdelingen radio en televisie.”

Welke innovaties zijn er op radiogebied te verwachten?

“We ontwikkelen op dit moment voor het Radio 1-programma *TROS Kamerbreed* een site binnen het nieuwe TROS-radioplatform, <http://radio.tros.nl>. We bieden de luisteraars daar de mogelijkheid om een eigen voorpagina samen te stellen en via thema's het nieuws te lezen of terug te luisteren. Dat

“Ik pleit ervoor om websites nog beter naar elkaar te laten verwijzen”



geldt uiteindelijk voor alle TROS-radioprogramma's. Ook de *TROS Nieuwsshow* en *Radio Online* zullen binnenkort binnen hetzelfde platform worden ondergebracht. We ontsluiten hiermee onze content.”

Begin 2009 zal ook de nieuwe site van EénVandaag.nl online gaan.

“Inderdaad. We willen op een thematische manier met die content omgaan, dus minder klikken naar een uitzending en forums (zie afbeelding). Zo kiezen we bijvoorbeeld voor een aantal thema's die volop informatie bieden. Daarnaast kunnen bezoekers hun eigen dossiers samenstellen, waaraan interessante items kunnen worden toegevoegd, zelfs zonder registratie. Tevens kan de redactie beslissen om elk item met relevante content, van bijvoorbeeld YouTube, Google News, *NOVA* of *Netwerk*, binnen te halen en beschikbaar te stellen. Deze combinatie van links en video's rond een item maakt de site sterker. Ik pleit er niet voor om alles samen te voegen, maar om

websites met de huidige technieken nog beter naar elkaar te laten verwijzen. Het op deze manier aanbieden van content vervangt de eenvoudige links en zou een goede blauwdruk kunnen zijn voor andere sites.”

Ik begreep dat intern de suggestie is gedaan om de website grootstefamilievannederland.nl op te zetten?

“Dat klopt. Dit idee heeft te maken met de verdere ontwikkeling van TROS.nl, in combinatie met de eerder genoemde communities. Wij willen ‘de grootste familie van Nederland’ online graag sterker neerzetten. Het idee is vergelijkbaar met communitysites zoals Hyves, voor je vrienden, en LinkedIn, voor je zakelijk relaties. TROS-leden en bezoekers - van kinderen tot opa's en oma's - krijgen een profiel, waarbinnen wij allerlei tools en hulpmiddelen willen gaan aanbieden. In de komende maanden zullen we dit verder uitwerken, in 2009 zal deze site online komen.”

The screenshot shows the EénVandaag website interface. At the top, there's a navigation bar with 'EénVandaag' logo and date '6 juni 2008'. Below that, a search bar and user options like 'Inloggen' and 'Aanmelden'. The main content area is divided into several sections: a left sidebar with 'EénVandaag home' and 'Archief'; a central news section with a headline 'Tot dusver 22 ernstig gewonden in Uruzgan, Den Haag' and a sub-headline 'MISSIE URUZGAN NIET ZINVOL?'; and a right sidebar with 'Uitslagen opiniepanel' showing a bar chart for 'Vertrouwen Van Basten sterk gedaald' and 'Enquetes opiniepanel' with questions like 'Speelt Balkenende onder een hoedje met Wouter Bos?'. The bottom of the page has a 'Stuur uw nieuws in' section and a 'Vodcast' section.

Een screenshot van de nieuwe website van EénVandaag die vanaf begin 2009 live zal gaan.

**DOE
MEE!**
WWW.DETEGEL.INFO

PRINT
TELEVISIE
RADIO
TALENT
INNOVATIE*



DE HOOGSTE WAARDERING

VOOR DE BESTE JOURNALISTIEK

INITIATIEFNEMERS
NDP - NVJ - NOS - RTL
Nederland - Genootschap
van Hoofdredacteurs



JAAPRIJZEN VOOR DE JOURNALISTIEK

Inzenden kan uitsluitend digitaal. Kijk op www.detegel.info voor de details.
Deelname is gratis. De inzendtermijn sluit vrijdag 16 januari 2009.

www.kronenburg.tv



**KRONENBURG.tv wenst
u fijne feestdagen toe.**

Specialist in media
Werving & Selectie | E&E (Detachering)

info@kronenburg.tv
Ruth Kronenburg | Thorbeckelaan 13 | 1412 BL Naarden | Tel: 06-53 823 523

Viditech
AV-faciliteiten



LDK 300 | **6 Camera** | **32 CH Audio**

074 2 59 59 59 | www.viditech.nl