

*VUB-onderzoek in het kader van FLEET (FLEmisch E-publishing Trends):*

## West-Europese krantensites komen terug op betaalstrategieën

In 2007 veranderden een aantal internationaal toonaangevende kranten hun Internet-strategie. Zo werd de site van *The New York Times* volledig gratis toegankelijk en krijgen surfers van de *Financial Times* nu 30 artikels per maand gratis en voor niets. Zelfs de *Wall Street Journal* overwoog even om zijn betalend model over boord te gooien.

Een grootschalig vergelijkend onderzoek van de sites van 82 (nationaal verspreide) kranten uit 8 landen bevestigt nu dat een zelfde trend zich ook aftekent in West-Europa:

- in vergelijking met 2006 is het aantal volledig gratis krantensites gestegen van 19,5% naar 25,6%;
- bij de kranten die wel iets tegen betaling aanbieden is het opvallend dat een toenemend aantal terugplooit op 'lichtere' en vrij traditionele betaalstrategieën: het aandeel van de kranten die enkel een betalende PDF-versie van de krant aanbieden is gestegen van 23,2% van het totaal naar 34,1%. Tegelijk is het aandeel van de kranten die ofwel iets anders aanbieden dan een PDF-versie, ofwel iets meer (abbonementen b.v., of betalende columns), afgenomen van 57,3% naar 40,2%;
- opvallend is ook dat het vooral de 'ontbundelde' toegangsopties - zoals pure pay-per-view - zijn die sneuvelen: bedroeg het aandeel van de kranten die én online abonnementen én ontbundelde toegangsopties aanbieden in 2006 nog 43,9%, dan is dit in juli 2008 al teruggevallen tot 31,7% - of een daling met meer dan 12 procentpunten. Tegelijk blijven er nog nauwelijks kranten over die uitsluitend opteren voor ontbundelde toegangsopties (daling van 3,7% naar 1,2%). De conclusie is duidelijk: veel kranten zijn ontgoocheld in pay-per-view en worden óf volledig gratis (cf. supra) óf bieden enkel nog online abonnementen aan (een toename van 32,9% naar 43,9%);
- zowat de belangrijkste meerwaarde van een krantensite in vergelijking met de gedrukte versie is het archief. En zelfs dat gooien meer en meer kranten 'te grabbel': meer dan de helft heeft nu een gratis archief (52,4% om precies te zijn - vs. 47,6% twee jaar terug).

BRUSSEL, 13 augustus 2008 - In het kader van het FLEET (FLEmish E-publishing Trends) onderzoeksproject bestudeert de vakgroep ECON van de Vrije Universiteit Brussel nu al een tweetal jaar de online business modellen van West-Europese kranten. In de periode juni-juli 2006 werden de sites van 82 kranten uit 8 landen (België, Nederland, Luxemburg, Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje en het Verenigd Koninkrijk) een eerste maal bezocht. In de periode juni-juli 2008 – twee jaar na onze oorspronkelijke analyse – werden alle 82 sites opnieuw geanalyseerd met als doel belangrijke trends en evoluties op te lijsten.

En we anticipeerden effectief veranderingen: de voorbije jaren zijn de reclame-uitgaven op het Internet weer sterk gestegen, wat het gratis model opnieuw aantrekkelijker maakt. Op internationaal niveau gaat de slinger effectief terug in de richting van gratis content, gefinancierd door reclame-inkomsten. Grote spelers zoals de

*Financial Times* en *The New York Times* b.v. zijn geëvolueerd van 'fee' naar 'free'. Ook de *Wall Street Journal* heeft even een dergelijke koerswijziging overwogen.

Een van de doelstellingen van ons onderzoek was om na te gaan of deze trend zich ook aftekent in West-Europa. Dit blijkt effectief het geval te zijn: een substantieel aantal van onze kranten hebben hun betaalstrategie herzien - en dit in meerdere opzichten.

## Free or fee?

Over de periode 2006-2008 is het aantal gratis krantensites gestegen van 19,5% naar 25,6%; zie Tabel 1. Gelet op het feit dat wij een enge definitie van 'free' hanteren - van zodra er ook maar iets qua content betalend is op de site wordt de site als 'fee' gecatalogeerd - is dit toch wel frappant. De gratis sites zijn echt volledig gratis, inclusief b.v. het archief (als er tenminste een is). Bij de kranten die wel nog iets tegen betaling aanbieden is het opvallend dat een toenemend aantal terugplooit op 'lichtere' en vrij traditionele betaalstrategieën: het aandeel van de kranten die enkel een betalende PDF-versie van de krant aanbieden - de zgn. 'fee light'-kranten - is gestegen van 23,2% van het totaal naar 34,1%. Tegelijk is het aandeel van de 'fee+'-kranten, kranten die ofwel iets anders aanbieden dan een PDF-versie, ofwel iets meer (abonnementen b.v., of betalende columns), afgenomen van 57,3% naar 40,2%. Globaal zijn er dus twee evoluties merkbaar: een tendens van 'fee' naar 'free', en binnen de categorie 'fee' van 'fee+' naar 'fee light'.

Tabel 1 - Het aandeel van gratis vs. betalende krantensites

in % van het totaal	2006			2008		
	FREE	FEE LIGHT	FEE+	FREE	FEE LIGHT	FEE+
BE	11,1	33,3	55,6	22,2	33,3	44,4
NL	25	37,5	37,5	12,5	37,5	50
LU	33,3	16,7	50	33,3	66,7	0
FR	9,1	9,1	81,8	18,2	18,2	63,6
DE	20	40	40	10	40	50
IT	30	15	55	35	30	35
ES	0	25	75	25	25	50
UK	20	20	60	40	40	20
TOTAAL	19,5	23,2	57,3	25,6	34,1	40,2

Op landenbasis bekeken, is het aantal gratis toegankelijke sites gestegen in België, Frankrijk, Italië, Spanje en het V.K. (In België gaat het wel maar om 1 krant die van betalend naar gratis ging). Eigenaardig genoeg doet zich tot op zekere hoogte het tegenovergestelde fenomeen voor in Nederland en Duitsland. Globaal gaan echter 23 van de in totaal 32 wijzigingen in strategie in de richting van 'free', terwijl maar 9 kranten opschuiven in de richting van betalend.

## Abonnementen en/of 'ontbundelde' toegangsopties?

We hebben al genoteerd dat heel wat kranten opschuiven in de richting van gratis oftewel naar 'lichere' vormen van betalende content. Opvallend hierbij is dat het vooral de 'ontbundelde' toegangsopties - zoals pure pay-per-view - zijn die sneuvelen: bedroeg het aandeel van de kranten die én online abonnementen én ontbundelde toegangsopties aanbieden in 2006 nog 43,9%, dan is dit in juli 2008 al teruggevallen tot 31,7% - of een daling met meer dan 12 procentpunten. Tegelijk blijven er nog nauwelijks kranten over die uitsluitend opteren voor ontbundelde toegangsopties (daling van 3,7% naar 1,2%). De conclusie is duidelijk: veel kranten zijn ontgoocheld in pay-per-view en worden óf volledig gratis (cf. supra) óf bieden enkel nog online abonnementen aan (een toename van 32,9% naar 43,9%). In België nam het aandeel van de kranten die én online abonnementen én ontbundelde toegangsopties aanbieden af met 11,1% - wat perfect spoort met de globale trend.

Om een nog duidelijker beeld te krijgen, geeft Tabel 2 een rechttoe-rechtaan overzicht van het percentage kranten dat online abonnementen, c.q. ontbundelde toegangsopties aanbiedt, zonder rekening te houden met mogelijke combinaties. Kranten die opteren voor het aanbod van beide opties komen m.a.w. in de twee categorieën voor.

Tabel 2 - Het aanbod van online abonnementen en ontbundelde toegangsopties

in % van het totaal	2006	2008	2006	2008
	ONLINE ABONNEMENT		ONTBUNDELDE TOEGANGSOPTIE(S)	
BE	88,9	77,8	55,6	44,4
NL	62,5	87,5	62,5	50
LU	66,7	66,7	33,3	0
FR	81,8	72,7	63,6	63,6
DE	80	90	40	40
IT	70	65	35	20
ES	87,5	75	75	37,5
UK	80	60	30	10
TOTAAL	76,8	73,2	47,6	32,9

Tabel 2 illustreert dat vooral ontbundelde toegangsopties aan populariteit hebben verloren. Dit is het geval in alle landen, op Frankrijk en Duitsland na (waar het aanbod stabiel blijft). Blijkbaar is dit type van toegangsopties geen rendabele inkomstenstroom voor kranten. Noteren we terloops ook dat het relatief belang van abonnementen in twee landen is gestegen, nl. in Nederland en Duitsland - niet toevallig de twee enige landen waar een lichte verschuiving richting 'fee' merkbaar is (zie hoger).

Kijken we een niveau lager naar de aard van de ontbundelde toegangsopties, dan valt vooral op dat 2 Belgische kranten (of 22,2%) zijn dagpas heeft afgeschaft, terwijl 1 krant met pure pay-per-view is begonnen.

## Gratis vs. betalend archief?

Zowat de belangrijkste meerwaarde van een krantensite in vergelijking met de gedrukte versie is het archief. En zelfs dat gooien meer en meer kranten nu 'te grabbel': meer dan de helft heeft in 2008 een gratis archief (52,4% om precies te zijn - vs. 47,6% twee jaar terug). Een en ander gaat uiteraard gepaard met een afname van het aantal betalende archieven (een daling tot 39%). Verder is er een minieme stijging in de beschikbaarheid van een online archief (van 90,2 naar 91,5%); t.t.z. 8,5% heeft momenteel gewoon geen archief.

Globaal is het opvallend dat kranten blijkbaar niet goed weten welke richting ze uit moeten met hun online archief: over de onderzochte periode gingen 8 kranten van gratis naar betalend, 11 van betalend naar gratis, 6 kranten startten met het aanbod van een (al dan niet betalend) archief, en 4 kranten schaften hun online archief volledig af. Twee van deze laatste 4 zijn ten andere Belgische kranten.

## Samenvattend

Samenvattend kunnen volgende trends in de online strategieën van West-Europese kranten worden opgemerkt:

- er is een verschuiving van fee naar 'free' en binnen 'fee' naar de 'lichtere' betaalvorm van de betalende PDF-versie. Voor kranten is dit een low-cost, minimal effort strategie. Immers, de print content wordt gedigitaliseerd 'as is';
- met een kleine uitzondering voor de dagpas neemt de aversie voor ontbundelde toegangsopties toe en de kranten die toch nog opteren voor een 'fee+'-strategie beperken zich meer en meer tot simpele abonnementsformules;
- krantensites twijfelen blijkbaar wat nu de beste strategie is om hun online archief te gelde te maken: een gratis archief om bezoekers en dus advertentie-inkomsten aan te trekken, dan wel een betalend archief.

## Geïnteresseerd in meer gedetailleerde resultaten?

Een uitgebreid document, getiteld "Evolutie in de online strategieën van West-Europese kranten: trendwatching document (periode 2006-2008)" is beschikbaar via de auteurs.

### Contactpersonen

Valérie-Anne Bleyen

vbleyen@vub.ac.be

Tel: 02.629.21.93 – Fax: 02.629.20.60

Prof. Dr. Leo Van Hove

Leo.Van.Hove@vub.ac.be

Tel: 02.629.21.25 – Fax: 02.629.20.60

FLEET is een multidisciplinair onderzoeksproject naar Vlaamse e-publishing trends, dat wordt gefinancierd door het IWT in het kader van het programma ter ondersteuning van Strategisch Basisonderzoek (SBO). FLEET is een vierjarig project (2006-2010), dat wordt uitgevoerd door verschillende Vlaamse en Nederlandse kennisinstellingen. Meer info: <[www.fleetproject.be](http://www.fleetproject.be)>