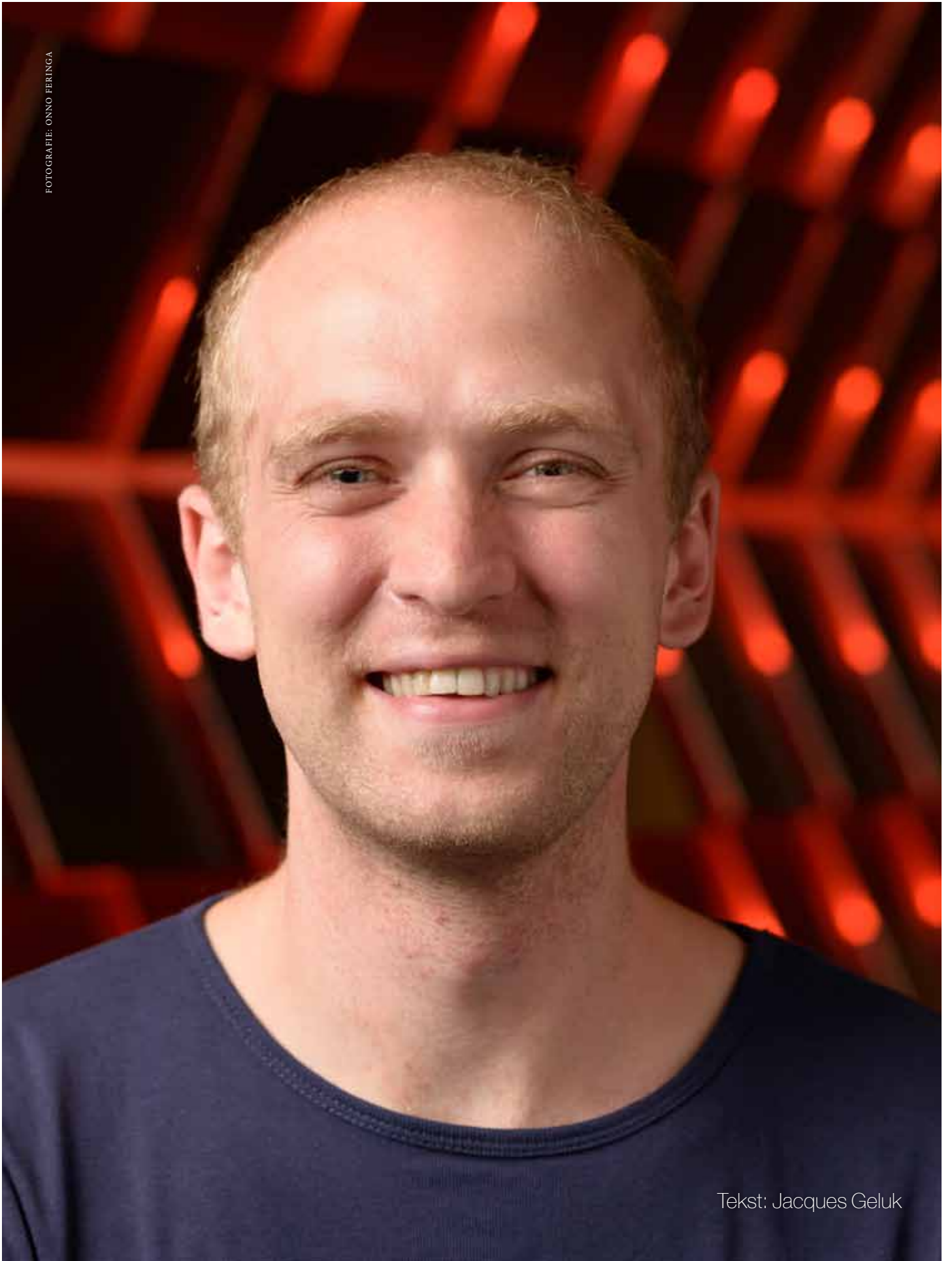


FOTOGRAFIE: ONNO FERINGA



Tekst: Jacques Geluk

# ‘Elke letter zit in Blendle’

Marten Blankesteijn

*Het heeft Blendle veel moeite gekost Nederlandse uitgevers zover te krijgen dat ze hun losse artikelen én bladen tegen betaling van enkele dubbeltjes beschikbaar stellen aan de gebruikers van de digitale kranten- en tijdschriftenkiosk. De New York Times daartegen heeft zelf aangeboden te investeren en, samen met de Duitse Axel Springer Verlag, voor drie miljoen euro een belang van 25 procent genomen in het bedrijf van Marten Blankesteijn en Alexander Klöpping. Dat kan nu uitbreiden naar het buitenland. Te beginnen in Duitsland, waar Blendle sinds september live is.*

“**D**e New York Times heeft nooit eerder in een Nederlands bedrijf geïnvesteerd. Best wel vet dat ze voor ons hebben gekozen, dat maakt ons toch wat specialer”, zegt Marten Blankesteijn, bedenker en oprichter van de digitale kiosk Blendle. “Mijn compagnon Alexander Klöpping had een uitnodiging gekregen om te komen praten. Hij dacht dat het zou gaan over een contract voor het beschikbaar maken van hun artikelen via ons platform in Nederland, maar hij zat daar in dat kantoor in New York ineens met tien man die wilden onderhandelen over een belang in Blendle.” Bij de Wall Street Journal gaat het wat minder gemakkelijk. Marten: “Daar kregen we eerst twee keiharde afwijzingen. Gelukkig konden we de CEO zelf spreken tijdens een bezoek aan Nederland. Nadat hij had gezien hoe het werkte kreeg het middenkader, dat ons had afgewezen, de opdracht te zorgen voor een contract.” Inmiddels is ook content van The Washington Post en The Economist beschikbaar.

“Qua product en organisatie zijn we nu al veel beter en groter dan ik ooit had verwacht. Op mijn eerste begroting stonden vier programmeurs en een designer. Twee jaar geleden waren Alexander en ik met z’n tweeën. Nu hebben we zo’n zestig medewerkers, van wie de helft IT-er is. In Nederland hebben we contacten met vrijwel alle uitgevers – met samen tachtig à negentig titels – en is het aantal gebruikers in anderhalf jaar tijd gegroeid van 12.000 tot bijna 360.000. Het is grappig hoeveel mensen ons, ook internati-

onaal al kennen. Op congressen hoeven we nauwelijks meer uit te leggen wat Blendle is. We zijn zelfs al een industriestandaard waartegen andere bedrijven zich afzetten”, vertelt

## **‘Nu zie ik pareltjes, waarvan ik niet wist dat ze er waren’**

Marten, terwijl een monteur druk in de weer is om te zorgen dat hij overal internet heeft in en rond zijn nieuwe huis. Dat is wel zo handig als je de baas bent van een digitaal platform.

### **HET BEGIN**

In antwoord op de vraag hoe het allemaal is begonnen, duikt Marten eerst de geschiedenis in. “Voor het gratis dagblad De Pers mocht ik als journalist flink wat reizen. Op weg van Amsterdam naar Kaapstad konden we gewoon praten met de man die nu president van Zambia is”, zegt hij nog steeds een beetje verbaasd. “Dat was ons als gewone toeristen niet gelukt. Het leuke van reizen is dat er altijd een excuus is om met boeiende mensen te spreken. Ik heb ook een reis gemaakt langs twaalf dictaturen in het Midden-Oosten en Centraal-Azië en daarover samen met Irene de Zwaan het boek ‘De grote dictatortour’ geschreven.” Hij vertelt dat hij, als hij nog voor De Pers werkt, in het tijdschriftenschap in de supermarkt leuke artikelen in veel verschillende bladen ziet.

“Ik wilde ze niet allemaal kopen. Dat zette me aan het denken: zou het niet gaaf zijn een eigen tijdschriftje samen te stellen? Daaruit ontstond het idee voor de digitale kiosk. Het kostte vervolgens vier jaar om alle uitgevers mee te krijgen. Hun aarzeling was terecht. Nu vind ik het irritant als mensen mij op die manier benaderen, maar ik had geen uitgewerkt plan en geen goede begroting. Nadat ik geld bijeen had weten te schrapen kon ik uitgevers, die bang waren voor abonneeverlies, met een proefversie over de streep trekken.”

Voor het zover is spreekt Marten met honderden mensen. “Het voordeel van een slecht uitgewerkt plan is dat je heel veel verschillende reacties krijgt op je idee. Driekwart is onzin, maar het resterende kwart is super waardevol. Ik heb met een allegaartje aan mensen gesproken, onder wie internetverslaafden en ‘die hard’-uitgevers, maar ook bladendokter Rob van Vuure én Alexander Klöpping. Hij vond de naam die ik had bedacht, My Magazine, belachelijk en de opzet te ingewikkeld, waardoor uitgevers niet zouden meedoen. Maar het klikte wel tussen ons. Nadat hij de demoversie van Blendle had gezien was hij om en zijn we er vanaf 2013 samen vol voor gegaan.”

### **SOCIAAL NETWERK**

Blendle is nog steeds het sociale netwerk en online platform voor mensen die de boeiendste artikelen uit kranten en tijdschriften willen selecteren of een heel tijdschrift of dagblad online willen lezen en opslaan in hun persoonlijke archief. Voor later gebruik.

Ze kunnen ook bijvoorbeeld Marten of Frits Wester volgen en afgaan op hun aanbevelingen. “Ze hoeven natuurlijk niet per se alle 25 door ons en vele anderen geselecteerde stukken te lezen. Als je er twee boeiend vindt is het ook goed. Gebruikers kunnen natuurlijk ook zelf op zoek gaan door op de covers van de kranten en tijdschriften die in onze databank zitten te klikken. “Toen we begonnen zag ik pareltjes waar ik niet bij kon, maar nu blijkt dat er ook pareltjes zijn waarvan ik niet wist dat ze er waren”, zegt Marten, die ook zelf nog steeds geregeld op zoek gaat naar de voor hem boeiendste artikelen. De column van Nico Dijkshoorn uit Voetbal International of een groot interview uit het Volkskrant

## ‘Vet dat de New York Times voor ons heeft gekozen’

magazine. Op de dag van het interview is een artikel uit Runner’s World populair. Het is al duizenden keren gelezen. “Veel mensen wisten niet eens dat het blad bestond, maar dankzij Blendle maken ze er kennis mee. Wij helpen mensen te vinden wat zij interessant vinden.” Uitgevers zijn er volgens Marten Blankesteijn altijd vanuit gegaan dat mensen niet willen betalen voor journalistiek en geen abonnement willen afsluiten om de krant online te lezen. “Mijn punt dat ze dat wel willen, als je het maar leuk en gemakkelijk maakt, is nu bewezen. Veel artikelen kun je lezen voor 19 cent of een kwartje, grote artikelen kosten 79 cent. De hele Volkskrant op zaterdag (89 cent voor de ‘gewone’ krant

en 89 cent voor het magazine) kun je bijvoorbeeld lezen voor 1,78 euro. Zonder abonnement en zonder dat je een formulier hoeft in te vullen. Er is zelfs een geld terug-optie voor als het artikel niet aan je verwachtingen voldoet of niet oké is, waarvan mensen – ook ik – echt gebruik maken. Van de opbrengst gaat 70 procent naar de uitgevers en dertig procent naar ons.”

### COLLECTIEVEN

Op Blendle zijn ook artikelen te vinden van freelancers. “Niet rechtstreeks, want we willen geen politieagentje spelen om te voorkomen dat een schoolkrantredacteur van 13, een neo-nazi of andere mensen met verkeerde bedoelingen of zonder schrijftalent hun stukken op Blendle zetten. Een collectief waarin freelancers samenwerken onder leiding van een gerespecteerde hoofdredacteur kan wel artikelen aanbieden. De vergoeding maken we dan over naar hem en hij verdeelt dat weer onder de journalisten. Een voorbeeld is TPO Magazine dat voortkomt uit De Pers. Oud-hoofdredacteur Jan Jaap Heij leest de stukken en voert de eindredactie. Voor ons zijn daardoor kwaliteit en administratie gewaarborgd.”

### JONGEREN

Blendle richt zich niet op een bepaalde doelgroep, maar tweederde van de gebruikers is hoger opgeleid en jonger dan 35 jaar. “Er is ook een ruime groep boven die leeftijd, het is niet alleen een jongemensendingetje, maar zij hebben wel vaak als eerste door dat wat in de krant staat beter is dan wat ze op nieuwssites kunnen vinden. Ik hoop via Blendle ook mensen die het normaal vertikken te lezen te bereiken. Leden van mijn voetbalteam kunnen bij ons de Voetbal International of de Panorama of de Revu inkijken. Voor iedereen geldt: elke let-

ter zit in Blendle en als je een hele krant wilt lezen en papier je niet boeit, kun je het beter bij ons doen. Bovendien is dat heel duurzaam. Er hoeft geen vrachtwagen voor heen en weer te rijden en het is niet nodig papier te bedrukken.

### DE TOEKOMST

Begin 2014 weten Marten en Alexander dat ze financieel gezien tot augustus van dat jaar doorkunnen. Tegelijkertijd geven ze allerlei mensen jaarcontracten die ze misschien weer moeten verbreken, maar ze weten dat het zonder die medewerkers in elk geval niets wordt. “We moesten wel meer mensen aannemen dan we konden betalen en hopen dat het zo goed zou gaan dat er investeerders zouden komen. Dat is gelukt. Dankzij de injectie van de New York Times en Springer hebben we een paar jaar extra om ons ideale ding te bouwen, waarna moet blijken of dat goed genoeg is om onszelf te kunnen bedruipen. Het aantal gebruikers in Nederland, die overigens niet allemaal betalen en bij registratie zelfs 2,50 euro cadeau krijgen, is op weg naar de 400.000. Dat aantal kan nog verdubbelen. Veel potentieel geïnteresseerde mensen weten immers nog niet van ons bestaan. Uiteindelijk is de markt in eigen land te klein om onszelf te kunnen bedruipen. Daarom zoeken we uitbreiding naar het buitenland. Twee jongens reizen de wereld rond om contracten te sluiten, maar welk land na Duitsland volgt weet ik nog niet. Er zijn bijvoorbeeld al contracten met enkele Franse uitgevers, maar je moet zaken doen met een meerderheid voordat je Blendle daar kunt lanceren.” Hoe de toekomst er exact uit gaat zien? Marten Blankesteijn heeft geen idee, maar is optimistisch: “Een jaar geleden zeiden uitgevers nog dat ze het knap zouden vinden als we 20.000 gebruikers zouden halen.” 🎓



Journalist Marten Blankesteijn (1987) is samen met de evenoude Alexander Klöpping directeur van Blendle. Daarnaast is hij rector magnificus van de online Universiteit van Nederland (hoogleraren geven gratis colleges op internet). Blankesteijn is mede-auteur van het boek ‘De grote dictatortour’ en veelgevraagd spreker. [martenblankesteijn@speakersacademy.nl](mailto:martenblankesteijn@speakersacademy.nl)

