



Media

FENOMEEN E-MAILNIEUWSBRIEVEN

TinyLetter

Zelf een nieuwsbrief beginnen? Dan is TinyLetter de beste optie. En het is nog gratis ook. Het bedrijf heeft ruim 100 duizend gebruikers die samen 9,3 miljoen abonnees bereiken. Het afgelopen jaar zag TinyLetter een toename van 15 procent in het aantal nieuwsbrieven ten opzichte van het jaar daarvoor. Het is bepaald geen amateuristische tool: uit de getipte nieuwsbrieven hieronder blijkt dat ook serieuze bloggers als Caitlin Dewey, Ann Friedman en Alexis Madrigal gebruikmaken van TinyLetter.

Ze golden als afgezaagd, maar de nieuwe generatie nieuwsbrieven via e-mail trekt weer volop abonnees. V selecteert de beste.

Door **Haro Kraak** Illustratie **Irene O'Callaghan**

Briefgeheim

Terug van nooit helemaal weggeweest: de e-mailniewsbrief. Nee, niet denieuwsbrief die je ontving van dat bedrijf waar je ooit wat kocht en waarvan je, nadat je je had uitgeschreven, toch nog een paar mailtjes kreeg. Dat is geen nieuwsbrief, maar een spambrief. Bedoeld wordt de nieuwsbrief die je daadwerkelijk op de hoogte brengt, de dagelijkse e-mail met de vijf of tien beste artikelen van het moment.

De opmars van de nieuwsbrief werd onlangs gesignaleerd door *The New York Times*. 'Nieuwsbrieven zijn populair omdat lezers moe worden van de eindeloze stroom informatie online', schreef David Carr. 'Een kort en herkenbaar mailtje in je inbox kan orde in die chaos scheppen.'

Nieuwsbrieven komen tot ons in lijstjes - de vorm waarin nieuws steeds vaker wordt geconsumeerd. Zie hier,

de vijf verhalen die u niet mag missen. *Curatie* heet dat, al jaren het toverwoord op het internet en in de journalistiek. Een ander, de curator, neemt de moeite het zoekwerk te verrichten en jij krijgt de opgedoken parels voorgeschoteld uit de diepzees van internet.

Met curatie is geld te verdienen. Omdat een nieuwsbrief een betrokken en vaak een duidelijke doelgroep heeft, kunnen merken er gericht in adverteren. De Amerikaanse site *Politico* verdient met *Playbook*, de invloedrijke politieke nieuwsbrief van Mike Allen, per jaar 1,3 miljoen euro. En een mail blijft precies waar hij is: in je inbox. Zowel voor de lezer als de adverteerder fijn.

Nieuwsbrieven zouden niet alleen een manier zijn om op te vallen in de ruis, maar ook om een zekere intimiteit te creëren. Het dagelijkse ritme is immers bij veel mensen hetzelfde: eerst mail, dan sociale media, dan krant en vervolgens de hele dag online. Mail is aan jou persoonlijk gericht. Het



Het heeft iets exclusiefs om met een incrowdnetwerk samen op de hoogte te zijn - als een verborgen genootschap

heeft iets exclusiefs om samen met een incrowdnetwerk op de hoogte te worden gebracht - als een verborgen genootschap.

Maar hoe die verborgen genootschappen te vinden? V tipt de beste, leukste en interessantste nieuwsbrieven uit binnen- en buitenland. Inder-

daad, het cureren van de curatoren. We beperken ons tot nieuwsbrieven van individuen, tamelijk onafhankelijke gidsen dus. In willekeurige volgorde:

Brain Pickings

Maria Popova, een Bulgaarse blogger in New York, is al jaren een curator. Haar nieuwsbrief *Brain Pickings*, omschreven als een 'digest of interestingness', komt elke zondag uit en behandelt prikkelende en inspirerende onderwerpen op het snijvlak van literatuur, kunst, media, design en wetenschap. Popova leest naar verluidt twaalf tot zestien boeken per week en spendeert 450 uur per maand aan haar site en nieuwsbrief. Bijvoorbeeld: 'De zin van het leven volgens Hunter S. Thompson toen hij 20 jaar oud was.' Brainpickings.org

De Bicker

De Bicker wordt gemaakt door Michiel Bicker Caarten, oud-hoofdredacteur

van BNR Nieuwsradio. Elke ochtend om half acht ploft een pakketje interessante artikelen in je inbox, over wetenschap, technologie, media, gezondheid en onderwijs - zolang je er maar iets van leert, de focus ligt op vernieuwing. De Bicker heeft geen opiniestukken, want 'daar zijn er al te veel van'. Er wordt geen vast aantal artikelen aangehouden, want het gaat immers om het aanbod: als er maar drie goede artikelen te vinden zijn, blijft het daarbij. De Bicker is zeven maanden geleden begonnen en heeft 2.750 abonnees. Elke nieuwsbrief heeft één adverteerder, bijvoorbeeld een wijnwinkel. Ook KPMG is een vaste partner. Debicker.eu

Lefsetz Letter

Bob Lefsetz is een Amerikaanse expert op het gebied van de muzikindustrie. Zijn nieuwsbrief *The Lefsetz Letter* heeft 10 duizenden abonnees en gaat over de veranderingen in de industrie, zoals de