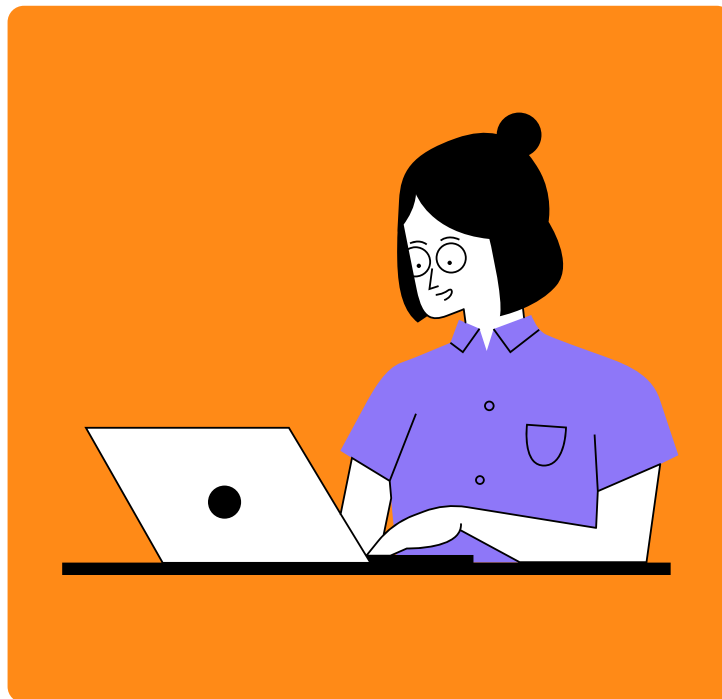




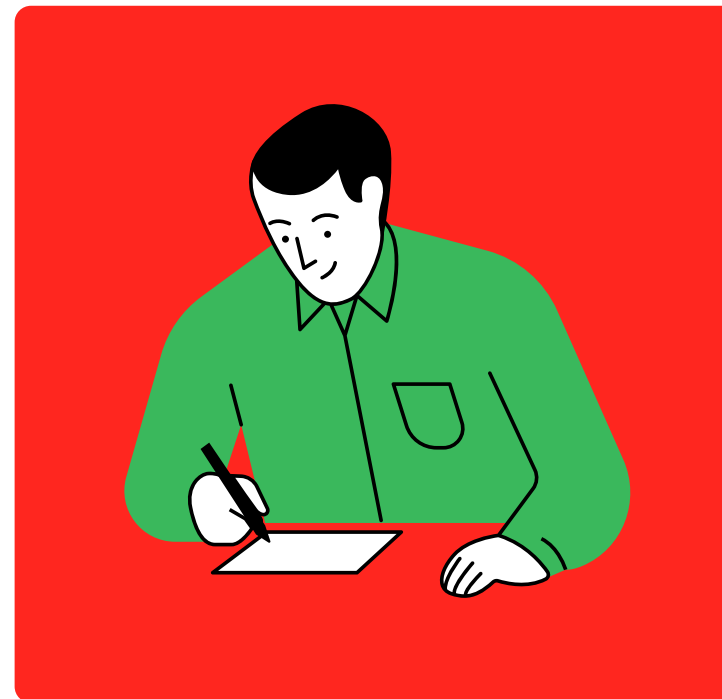
MEDIAHUIS

Ons team

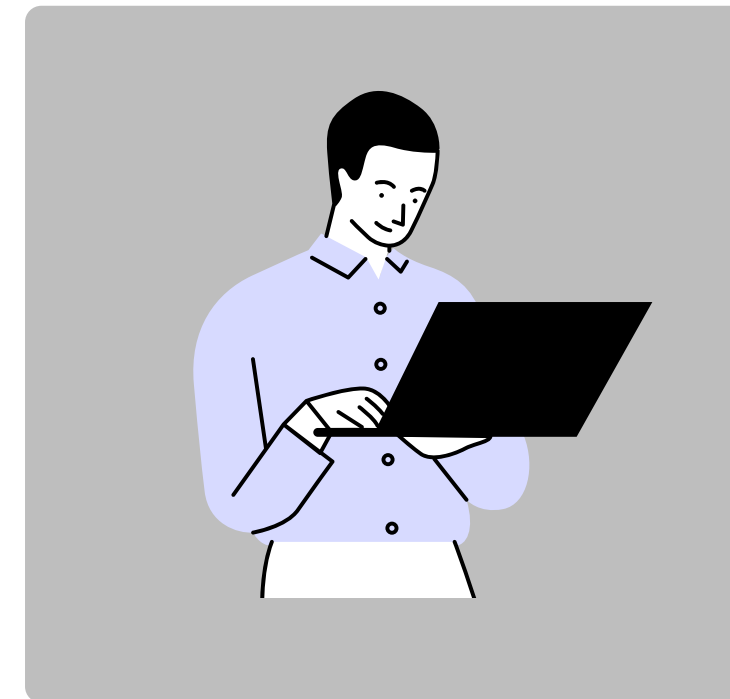
Gebruikersonderzoekers



Jo



Mathijs



Brian-Chun

Ons team

Data-analysts



Chakir



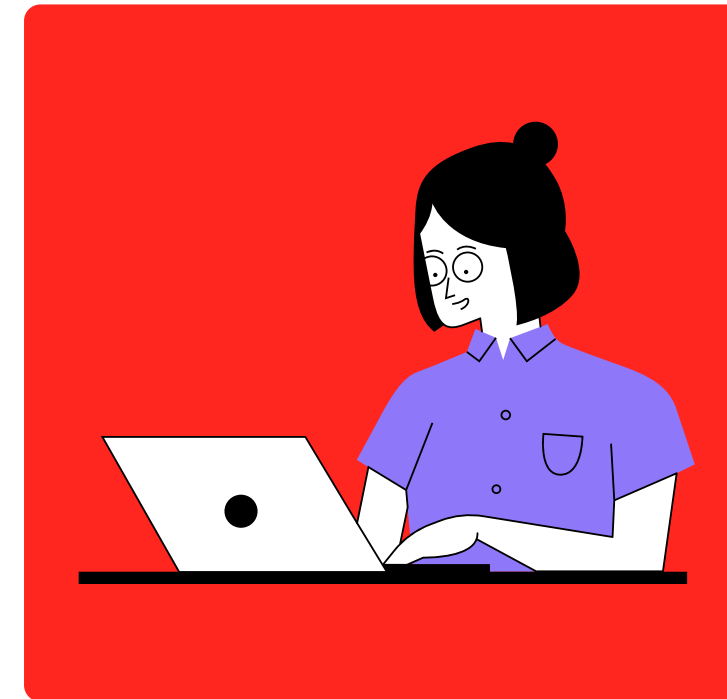
Brikke

Ons team

Communicatiespecialisten



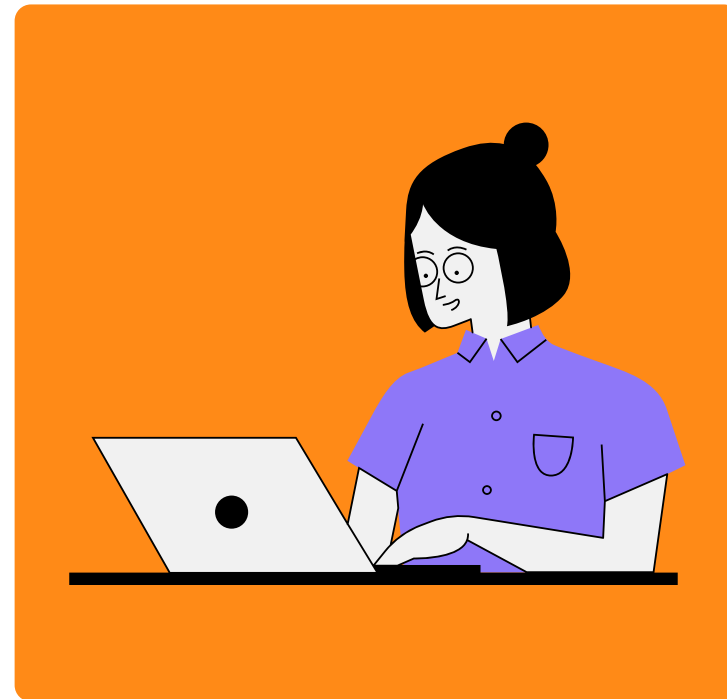
Anouk



Britt

Ons team

Projectmanager en timekeeper



Britt

ZAAK-REUZEGOM

+ **Wat staat nu eigenlijk in het Reuzegom-arrest?**

1 juni 2023



OPINIE SANDA DIA

+ **Het arrest-Reuzegom toont aan dat justitie moet worden hervormd**

6 juni 2023



Doek valt definitief over Reuzegom-proces: niemand trekt naar cassatie

12 juni 2023





Wie heeft deze video gezien?

Problematiek

Meeting met mediahuis

1

Veranderende nieuwsconsumptie

2

Waarde van journalistiek

3

Concurrentie en positionering

4

Dialogoog en interactie

5

Abonnementen

Wat we leerden

Verzamelde kennis

1

Vertrouwen in nieuws is lager bij jongeren (37%) dan bij 35-plussers (57%)

2

Vlaamse nieuwsmedia zijn zeer afhankelijk van socialemediaplatformen

3

Lage willingness to pay door gratis alternatieven

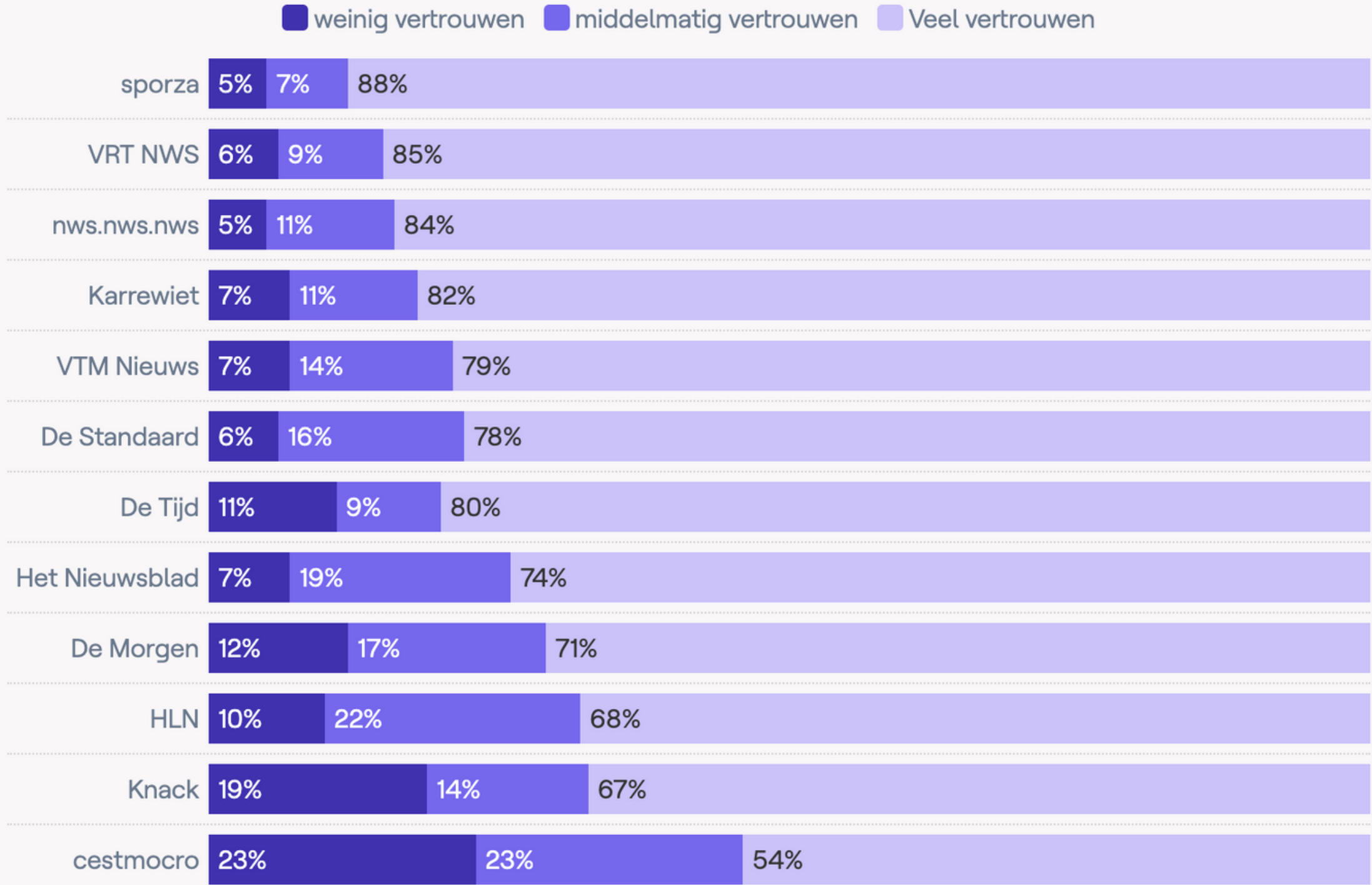
4

Jongeren consumeren nieuws in korte fragmenten

5

Jongeren geven de voorkeur aan visuele formats

Vertrouwen in nieuwsmedia



Probleemstelling

Vlaamse jongeren halen hun nieuws steeds vaker uit sociale media en alternatieve kanalen, omdat het sneller gaat, vaker gebaseerd is op meningen en men meer interactie kan aangaan.

Daardoor wordt het steeds moeilijker voor jongeren om onafhankelijke journalistiek te onderscheiden van meningen, waardoor de rol en het belang van mediabedrijven zoals Mediahuis onder druk komen te staan.

Onderzoeksvraag

Hoe belangrijk vinden Vlaamse jongeren (18–30 jaar) onafhankelijke journalistiek en hoe weerspiegelt zich dat in hun nieuwsconsumptie?

Hoe kan Mediahuis inspelen op deze percepties om hun journalistiek aanbod beter af te stemmen op deze doelgroep?

Doelgroep



Studenten
(18–30 jaar)



Starters
(18–30 jaar)

Planning

Week 1: Focusgroep voorbereiden

Week 2 – Week 3: Focusgroepen uitvoeren

Week 4: Analyseren focusgroepen

Week 5: Diepte-interviews voorbereiden

Week 6–7: Diepte interviews afnemen

Week 8: Analyse diepte interviews,
conclusie, presentatie