

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 157
van **KARL VANLOUWE**
datum: 23 februari 2018

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Bruzz - Bereik

Van 10 februari 2017 t.e.m. 7 maart 2017 liet Bruzz door TNS Media een telefonisch onderzoek doen naar het bereik van Bruzz. De studie geldt als een nulmeting voor het bereik van Bruzz. Van de 1700 gecontacteerde personen in het tweetalig gebied Brussel-Hoofdstad en de Vlaamse Rand, bleek bijna een derde Bruzz te kennen. Gemiddeld haalde Bruzz zo'n 229.000 bezoekers in die maanden. De studie toonde ook aan dat de inwoners van de randgemeenten niet ondervertegenwoordigd waren in de bereikcijfers.

1. Hoeveel unieke kijkers die in 2017 naar Bruzz tv keken, maakten gebruik van ondertitels? Graag een onderverdeling tussen Nederlandstalige, Franstalige en Engelstalige ondertitels. Graag ook procentueel weergegeven hoe hun aantal zich verhoudt tot het totaal aantal kijkers.
2. Kan per medium van Bruzz weergegeven worden wat de profielen zijn van de gebruikers (leeftijd, sociale klasse, geslacht)?
3. Op welke manier wil Bruzz meer inzetten op de jongste doelgroep, aangezien de studie aantoonde dat Bruzz voor hen 'aselectief' is?
4. Hoeveel unieke bezoekers haalde de website van Bruzz sinds maart 2017? Graag cijfers per maand.
5. Zal Bruzz de nulmeting gebruiken om jaarlijks een nieuwe meting uit te voeren en zo te vergelijken of het bereik al dan niet groeit? Gebeurde een dergelijke nieuwe meting al in 2018? Zo niet, wanneer staat die gepland?

op vraag nr. 157 van 23 februari 2018
van **KARL VANLOUWE**

Uit de bevraging bleek dat bijna een derde BRUZZ kent. Gemiddeld haalde BRUZZ ongeveer 229.000 bezoekers in die maanden. De studie toonde ook aan dat de inwoners van de randgemeenten niet ondervertegenwoordigd waren in de bereikcijfers.

- Vanuit de BRUZZ bereikstudie (TNS Media, 2017) kan er wel een gedeeltelijk antwoord aangereikt worden op de vraag naar de taalachtergrond van de BRUZZ-kijkers. BRUZZ heeft zich in de studie op het taalprofiel van de kijkers gebaseerd. Respondenten van de studie kregen bij aanvang van de bevraging een taalkeuze: Nederlands, Frans of Engels. Meer dan een derde van de BRUZZ televisiekijkers kiest voor het Nederlands (37,3%) als voertaal voor de studie. Iets minder dan twee derden kiest voor Frans (61,7%). In 1% van de gevallen werd de studie uitgevoerd in het Engels. BRUZZ televisie is met een index van 147 zeer selectief voor Nederlandstaligen en Nederlandskundigen. De selectiviteitsindex geeft weer in welke mate bij BRUZZ, in vergelijking met de algemene populatie, een profielkenmerk méér (selectiviteit hoger dan 100) dan wel minder (selectiviteit lager dan 100) voorkomt.

De tabel geeft voor BRUZZ en de verschillende BRUZZ media zowel de profielgegevens als de selectiviteit (voor wat betreft de interpretatie van de selectiviteitsindex zie vraag 1).

[illegible]

3. BRUZZ streeft er in de eerste plaats heel hard naar om alle berichtgeving zo toegankelijk mogelijk te maken. Dit geldt trouwens niet alleen voor de jongste doelgroep.

Daarenboven beschouwt BRUZZ de sociale media als een apart communicatiekanaal om nieuwsberichten te verspreiden. Niet alleen vertaalt het Social Media-team nieuwsberichten naar Twitter, Instagram of Facebook, daarnaast maken ze ook specifieke content die uitsluitend voor de sociale media bedoeld is.

Bovendien kwam er voor de jongste doelgroep het afgelopen jaar BRUZZKET.be, een nieuw digitaal mediaplatform voor en door Brusselse kinderen van 9 tot 13. BRUZZKET is een onderdeel van BRUZZ.be. Het is een interactief platform dat steunt op de inbreng, mening en bijdragen van de ketten. Op de jongerensite vindt men artikels met verhalen uit de stad, recensies en opinies van jongeren, games gemaakt door jonge Brusselaars, polls en stellingen, boeiende video's en een uitkalender op jongerenmaat. In het najaar van 2017 werd een 30-koppig jong redactieteam (de BRUZZKET X-perten) samengesteld.

Tijdens de zomermaanden is BRUZZ erg actief op de festivals, en richt BRUZZ zich met een team van jonge promo-mensen specifiek naar een jongere doelgroep. Tijdens de festivalzomer van 2017 zette BRUZZ een ludieke actie op met plak-tattoos. Op die manier waren ze aanwezig op onder meer Couleur Café, Vlaanderen Zingt, Bal National, Brussels Summer Festival en Jospop.

In het najaar werd er met de acties rond 'De Brusselse 100' en de BRUZZ Crush-list speciale promo gevoerd voor radio, social en online. De BRUZZ- bereikstudie toonde immers aan dat die media de 'jongste' media van BRUZZ zijn en dus verantwoordelijk voor de instroom van jonge gebruikers.

Ook in het najaar werd BRUZZVILLE gelanceerd, een party-concept dat ook een platform biedt aan de BRUZZ DJ's.

4. Unieke bezoekers op BRUZZ.be sinds maart 2017 (bron: Google Analytics)

Deze tabel omvat ook cijfers van de unieke video-plays. Die cijfers worden sinds de herlancering van de website op 13 december apart in rekening genomen. Sinds de herlancering zitten die gegevens immers niet meer in Google Analytics. (Video's worden rechtstreeks op homepagina of in video-zone bekeken en genereren dus niet langer een aparte url).

	Unieke bezoekers	Unieke Plays video
Maart 2017	224.357	30.896
April 2017	226.362	45.318 (*)
Mei 2017	256.480	34.985
Juni 2017	268.378	31.167
Juli 2017	207.301	22.792
Augustus 2017	227.630	86.661 (**)
September 2017	231.709	31.600
Oktober 2017	257.271	34.845
November 2017	265.978	75.691 (***)
December 2017	215.587	36.484
Januari 2018	229.723	42.313
Februari 2018	236.029	36.222

(*) piek door video over wedstrijd RWDM, massaal gedeeld en overgenomen door andere media

(**) piek door video van Manneke Pis massaal gedeeld en overgenomen door andere media

(***) piek door video over rellen in centrum, massaal gedeeld en overgenomen door andere media

5. De BRUZZ-bereikstudie werd opgezet als een structurele meeting die moet toelaten de naambekendheid en het bereik op regelmatige basis in kaart te brengen. Na een aanbestedingsprocedure werd daartoe een contract afgesloten met TNS Kantar voor de komende drie jaar.

De studie van 2018 zal voor het eerst de resultaten van het nieuwe eengemaakte magazine meten. De bevraging loopt tijdens de maand maart 2018. BRUZZ verwacht de eerste resultaten in de tweede helft van april, de volledige conclusie (met inbegrip van de profielgegevens van de verschillende BRUZZ-media) in de loop van de maand mei.