

Vlaanderen PR en influencer whitepaper 2020

Internationaal medialandschap

Onderstaande medialandschappen zijn geschreven in het voorjaar van 2020* en zijn bedoeld om te worden gebruikt als een basisgids voor het werken met media uit de volgende landen:

België

China

Frankrijk

Duitsland

Verenigd Koninkrijk

Verenigde Staten van Amerika

Ze kunnen worden gebruikt als gids voor het werken met traditionele media en influencers, voornamelijk voor persbezoeken naar Nederland. De informatie die in de bestanden wordt aangeboden, deelt niet alleen kennis van het medialandschap in de afzonderlijke markten maar ook ervaringen met het werken met de media en geeft adviezen over the do's and dont's tijdens persbezoeken.

Voor zover relevant, bieden zij gesegmenteerde informatie: een algemeen overzicht, de traditionele media, travel media, culturele pers en social influencers. Dit zijn de sectoren van de media waarmee op dit moment in de bovengenoemde markten het meest wordt gewerkt. De medialandschappen tonen duidelijk culturele verschillen en verwachtingen maar benadrukken ook de overeenkomsten tussen sectoren en landen.

*Het is belangrijk op te merken dat deze medialandschappen zijn geschreven tijdens de Covid-19-pandemie en dat het daarom duidelijk mag zijn dat het medialandschap, de voorkeuren voor perstrips en voor reizen in het algemeen de komende jaren in het post-corona-tijdperk aanzienlijk zullen veranderen.



Verkenning van het medialandschap

Vlaanderen heeft drie grote multimediatelevisiebedrijven: DPG Media, Het Mediahuis en Roularta Mediagroup. DPG Media richt zich op commerciële televisie (VTM en Q), kranten (Het Laatste Nieuws, de grootste krant van België, en De Morgen, een opinieblad), commerciële radio (Qmusic, Joe en Willy) en tijdschriften zoals Dag Allemaal en Goed Gevoel. Het Mediahuis heeft toonaangevende kranten zoals Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg en het opinieblad De Standaard. Zij richten zich op regionale televisie (ROB en ATVR) en op radiokanalen (Nostalgie en NRJ). Roularta Media Group is marktleider in tijdschriften (N/F) (algemene, zakelijke en sportmagazines, lifestyle-tijdschriften als Libelle, medische en vakbladen), lokale media in Vlaanderen (huis-aan-huis bladen en regionale kranten (Krant van West-Vlaanderen), zondagskranten (De Zondag), financiële krant De Tijd, lifestyle-tijdschriften en zakelijke televisie.

Telenet is een commerciële tv-groep die uitzendt op kanaal 4, 5 en 6. De VRT is de publieke omroep/staatsomroep in Vlaanderen en heeft een sterk deel van de kijkers met de zenders: Eén, Canvas, Studio Brussel, MNM en Ketnet. De radio-omroepen van de VRT zijn Radio 1, Radio 2 (de grootste zender in België met 1,3 miljoen luisteraars per dag) en Klara. Digitaal luisteren vertoont een stijgende lijn dankzij de groei van DAB+ en het steeds populairder van podcasts.

Digitale abonnementen voor kranten en tijdschriften zijn op dit moment populairder dan abonnementen op gedrukte media. Online krantenartikelen hebben gratis inleidingen maar voor het lezen van het volledige artikel moet worden betaald. Digitale reisartikelen zijn identiek aan gedrukte versies. Kranten die geheel Vlaanderen bestrijken, zijn onder meer Het Laatste Nieuws en Het Nieuwsblad. De Krant van West-Vlaanderen, de Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg zijn meer regionaal gericht. Deze kranten publiceren allemaal dezelfde reisartikelen omdat ze niet langer over een eigen reisredactie beschikken.

Traditionele media

- Specifieke travel editors verdwijnen uit de grote kranten.
- Vlaamse kranten zijn artikelen gaan kopen uit Nederlandse kranten.
- Kranten stoppen al hun reis gerelateerde content in 'een vergaarbak' die wekelijks wordt geanalyseerd en waaruit iedere editor kan putten. Mede daarom is het voor Nederland soms lastig te concurreren tegen de lange-afstandstripjes, skivakanties, cruises etc.
- Tijdschriften verkleinen hun redacties.
- Er wordt steeds meer gebruik gemaakt van freelancers.
- Vaste medewerkers moeten vakantiedagen opnemen om mee te kunnen met een persreis.
- Mede hierdoor mag een persbezoek aan Nederland slechts 2 à 3 dagen duren.



Reispublicaties en journalisten

- Travel journalisten zijn zeer goed geïnformeerd over wat er gaande is in Nederland.
- Trends zijn onder andere pagina's waarop tips uit verschillende landen (waarvan NL er dus een is) worden gedeeld zoals "Waar te slapen in een hangmat of in een boomhut"?

Tip: Houd perstrips beperkt tot binnen een bepaald gebied. De mix en diversiteit van activiteiten in één gebied is erg belangrijk, niet het aantal kilometers dat u kunt afleggen in Nederland.

Cultuurpublicaties en journalisten

- Cultuurjournalisten uit Vlaanderen waarderen persreizen in een groep.
- Ze reizen functioneel; ze geven er de voorkeur aan om kort vóór de persconferentie te arriveren, de expositie te bezoeken en vervolgens weer terug te keren naar België.
- Het is aan te raden om niet twee exposities op te nemen in één trip, omdat ze alleen maar over één expositie zullen publiceren.
- Ze publiceren waarschijnlijk niet over de maaltijden die zij tijdens de trip nuttigen: ze verwachten echter een goede lunch vooral als het een één-dag bezoek betreft. Zorg ervoor dat ze goed worden verzorgd. Ze vinden een lunch met broodjes prima maar hebben er graag een glas wijn bij in plaats van een glas melk.

Social influencers

- Vlaamse social influencers zijn het meest aanwezig op Instagram (Stories) en Facebook.
- Veel influencers hebben naast hun social activiteiten een andere baan, dus moet u ze ruim van tevoren te boeken zodat ze vakantie kunnen nemen/aanvragen.
- Het betalen van social influencers wordt ook in Vlaanderen steeds normaler.
- Social influencers reizen alleen of in een groep naar Nederland.
- Schets van te voren duidelijk wat u verwacht van een influencer en zorg voor een heldere briefing waarin afspraken staan vastgelegd.

Tip: social influencers zijn wettelijk verplicht om op het moment van publicatie aan te geven of het een betaalde/gekochte publicatie betreft. Informeer altijd even naar de mogelijkheden wanneer u met een social influencer gaat samenwerken.



Deze whitepaper is samengesteld door:
Esther Rijke - PR & Influencer manager - NBTC België
Vragen of opmerkingen?
Stuur een mail naar erijke@holland.com

