



Permissie entertainment:

DE JEUGD AAN DE KNOPPEN

Den Haag Telecom 2004: Kids & Telecom

Jan-Willem Brüggewirth

Algemeen Directeur

Radio 538 & Juize.FM

RADIO=538



HET NEDERLANDSE RADIOLANDSCHAP SINDS JUNI 2003

combinatie veiling + beauty contest mèt bod =
slagveld in de ether

- > Alle partijen moeten zware investeringen terugverdienen, verhevigde concurrentie, diverse formatwijzigingen
- > Muziekprogrammering / formats zeer breed, geen echte pluriformiteit in de ether (ook niet bij winnaars beauty contest / geclausuleerde kavels)
Maar zonder de jeugd géén toekomst

TOEKOMSTIGE DISTRIBUTIE

DAB = DIGITAL AUDIO BROADCASTING

- + (bijna) CD-kwaliteit via de ether
- + mobiel medium
- + meerdere stations per frequentie / kanaal
- + extra data mogelijk
- nieuwe, dure ontvangers nodig
- achterhaalde compressietechniek
- geen wereldstandaard
- Nederland laatste in Europa met DAB

TOEKOMSTIGE DISTRIBUTIE



INTERNET

- > Radio 538 = het 1^{ste} Ned. commerciële radiostation op internet (1994)
- > Opkomst breedband
- > Inmiddels beproefd en zeer populair medium
- > Uiterst nauwkeurige targeting en bereiksmeting
- > Relatief goedkope distributie vergeleken met FM-vergunningen
- > **BINNENKORT:** GPRS en UMTS (Individueel/mobiel)
- > **TOEKOMST:** WiMAX en WLL (Wireless Local Loop)



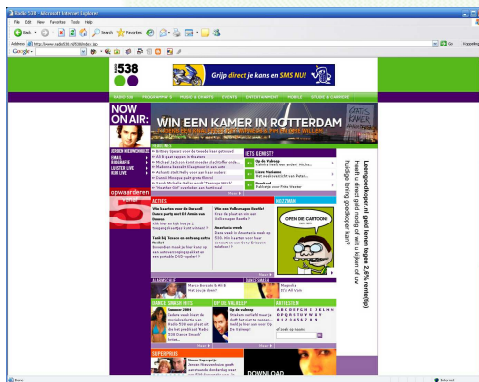
RADIO=538



JONGE INTERNETGEBRUIKERS



- > Gemiddeld 1.000 luisteraars per dag naar Radio 538 via internet
- > Totaal Nederlandse penetratie internet, 70%
- > Dialoog altijd opzoeken:



- multimediaal
- 70.000 bezoekers per dag
- Ruud roept op: 10 min/ 2.800 sms-jes
- Koninginnedag 300.000 bezoekers

Maar wat drijft ze?



RADIO=538

DRIJFVEREN JEUGD

Self-exposure & communicatie:

- > Jongeren willen zichzelf graag profileren en onderscheiden, niet alleen pubers, maar tegenwoordig ook tweens
- > **Communication = Everything:** internet, e-mail, SMS, MSN
- > mobiele netwerken + internet = het nieuwe schoolplein
- > 'Reality websites': weblogs, Fok-forum, CU2
- > 'Reality Radio': 'Op de Valreep' 
- > Continu monitoren (maandelijks 500, wekelijks 80)

DRIJFVEREN JEUGD

Nieuwe taal, nieuwe omgangsvormen:

- > rauwer, directer, korter maar ook creatiever
- > invloed van SMS, MSN maar ook van Nieuwe Nederlanders
- > invloed van muziek (bijv. rap over verbrand meisje en reacties)
- > jongeren hebben eigen normen & waarden

Les voor overheid:

- > standaard-Postbus 51 niet de manier om jongeren te bereiken,
en al helemaal niet om “Normen & Waarden” te “leren”
(ook géén JP vingertje)

DRIJFVEREN JEUGD

Multi-tasking:

- > jongeren kennen geen information overkill
- > doen alles tegelijk: entertainment, leren, hobby, gamen

Mix & Match:

- > jongeren laten zich niet in hokjes plaatsen
- > 'Knip & Plak'-generatie combineert verschillende lifestyles,
"op maat gemaakte confectie" (kleding, muziek, uitgaan)

DRIJFVEREN JEUGD

Een andere vorm van media-pluriformiteit:

- > de overheid kan trachten de media te reguleren
maar niet de wijze van mediagebruik
- > jongeren zijn mondig en creatief:
vinden hun eigen weg in het media-aanbod.
- > niet alleen eigen manier om media te consumeren,
maar vooral ook om actief te participeren en zelf te produceren

JEUGD & TELECOM: DE TOEKOMST

...is al begonnen:

- > kleine stappen i.p.v. grote sprongen
- > als marktleider en sterk jongerenmerk staat 538 vooraan bij nieuwe ontwikkelingen:
 - > mobiele sites op WAP, i-mode, Vodafone Live, Orange World
 - > muziekdownloads (web, later ook mobiel)
 - > experimenten met radio over GPRS en UMTS

RADIO=538



JEUGD & TELECOM: DE TOEKOMST

De telecom-industrie bepaalt:

- > technische randvoorwaarden
- > hardware en diensten

Maar... jongeren bepalen:

- > hun eigen telecom-behoefte en gebruik
- > succes niet voorspelbaar, en al helemaal niet gegarandeerd
 - > voorbeeld: onverwacht succes van SMS en ringtones

sinds 18 juli 2004:



www.juize.fm

- > 100% internet experimenteren met distributie
- > voorbereiden op tijdperk na FM
- > inspelen op socio-demografische ontwikkelingen
- > reageren op veranderingen in muziekvoorkeuren

RADIO=538



JUIZE.FM

- > pluriformiteit in huidig eenvormig radio-aanbod
- > voorzien in muziekbehoefte van de Nieuwe Nederlandse stadsjongeren (100.000 luisteraars)
- > interactief: 2-richting radio, luisteraar heeft invloed, continue fine-tuning muziekbeleid (2 dagen/ 2.800 aanvragen)
- > geen moeilijke gesprekken, geen politieke ondertoon (via poll, bepaling onderwerp)
- > kweken nieuw radiotalent / experimenteren

RADIO=538

juize.FM

CONTENT = LEADING

En die bepalen ze zelf

DE JEUGD AAN DE KNOPPEN ?