STUK 804 (2021-2022) – Nr.1

VLAAMSE GEMEENSCHAPSCOMMISSIE

DE RAAD

ZITTING 2021-2022	17 MEI 2022

HOORZITTING

over de resultaten van het tevredenheidsonderzoek van *Bruzz*

SAMENVATTEND VERSLAG

namens de Commissie voor Algemene Zaken, Financiën & Begroting en Stedelijk beleid uitgebracht door de heer Dominiek LOOTENS-STAEL

Hebben aan de werkzaamheden deelgenomen:
Vaste leden: de heer Fouad Ahidar, voorzitter, de heer Mathias Vanden Borre, de heer Arnaud Verstraete
Plaatsvervanger: mevrouw Carla Dejonghe
Andere leden: de heer Jan Busselen, de heer Dominiek Lootens-Stael
Verontschuldigd: mevrouw Hilde Sabbe

Dames en heren,

Op dinsdag 17 mei 2022 organiseerde de Commissie voor Algemene Zaken, Financiën & Begroting en Stedelijk beleid een hoorzitting over de resultaten van het tevredenheidsonderzoek van *Bruzz*. De toelichting werd gegeven door mevrouw Ineke Le Compte, commercieel directeur en de heer Kristof Pitteurs, hoofdredacteur.
De presentatie is als bijlage toegevoegd aan het verslag.

De heer Dominiek Lootens-Stael werd aangeduid als verslaggever.

1. Toelichting door mevrouw Ineke Le Compte, commercieel directeur en de heer Kristof Pitteurs, hoofdredacteur

In zijn inleiding benadrukt **de heer Kristof Pitteurs** dat *Bruzz* geen kopie wil zijn van andere media en vertrekt vanuit de mensen voor wie ze werken. Die doelgroep is vastgelegd in de beheersovereenkomst. De belangstelling van de journalist is ondergeschikt aan de interesse van het doelpubliek.

Bruzz werkt crossmediaal, er is maar 1 redactie die instaat voor de *content* die weergegeven wordt op de verschillende platforms, die complementair zijn aan elkaar. Op die manier wordt de *content* afgestemd op de verschillende doelgroepen: de radio en sociale media focussen zich op een jong publiek, terwijl tv en magazine voornamelijk een ouder publiek bereiken. Tegelijk brengt *Bruzz* steeds meer eigen materiaal en doet minder beroep op bv. Belga-berichten.

Deze manier van werken heeft als gevolg dat de diverse platforms van het medium de afgelopen jaren een grote evolutie hebben doorgemaakt. Het grootste voorbeeld hiervan is het magazine. Toen het nog een stadskrant was, werden voornamelijk harde nieuwsberichten gebracht. Die vindt men vandaag terug op de website die de actualiteit op de voet volgt. Het magazine brengt eerder analyses, interviews of reportages.

Televisie is dan weer geëvolueerd van een nieuwsuitzending aangevuld met andere programma's tot een avondvullend programma: *Bruzz 24*. Op basis van de resultaten van het jaarlijks waarderingsonderzoek van de Vlaamse Gemeenschap over regionale zenders, heeft *Bruzz* zijn aanpak bijgestuurd. Daar waar een paar jaar geleden de resultaten onder 7/10 scoorden, zijn de resultaten vandaag sterk verbeterd.

Mevrouw Ineke Le Compte vangt haar uiteenzetting aan met de situering van het onderzoek. Het betreft een waarderingsonderzoek dat liep van begin november tot midden december 2021, waarbij de tevredenheid over het merk *Bruzz* gemeten werd. Parallel hiermee werd een bereiksonderzoek gevoerd, waarin werd vastgesteld dat het bereik van *Bruzz* binnen het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en in de Rand met 38 % gestegen is. Deze stijging bevestigt de positieve waardering die de tevredenheidsstudie aantoont.

Het waarderingsonderzoek is opgezet via een open bevraging om een zo breed mogelijke steekproef op te bouwen; 1.788 respondenten hebben de enquête volledig ingevuld. Per medium werden ongeveer 300 antwoorden gegeven. Om te vergelijken, verduidelijkt ze dat in de Nortv-studie over alle regionale zenders, slechts 130 respondenten werden bereikt voor *Bruzz* en slechts 42 voor *Bruzz 24*.

Bij de respondenten valt op dat er meer mannen geantwoord hebben dan vrouwen, meer ouderen dan jongeren, eerder hoogopgeleiden en dat 70 % van hen uit het Brussels Hoofdstedelijk Gewest komt en 30 % van daarbuiten. Wat de resultaten betreft, blijkt dat Facebook als sociaal medium door 81 % van de respondenten gevolgd wordt en Instagram door 45 %.

In de waarderingscijfers valt op dat 68 % van de respondenten *Bruzz* quoteert met 8/10 of meer. De neutralen geven gemiddeld 7/10 als score. Een kleinere groep van 9 % is kritischer en geeft lagere cijfers, waarvan 4 % nog 5/10. Over het algemeen is er een positief beeld van *Bruzz*, met toch nog een kleine groep critici. Van de groep respondenten geven vrouwen een significant hogere score dan mannen, net zoals mensen van buiten het Gewest.

Alle media van *Bruzz* scoren minstens 7,3/10, behalve *Bruzzket.be*. Dat laatste richt zich tot een heel specifieke doelgroep en kreeg weinig respons in het onderzoek. De nieuwsbrieven en het magazine krijgen meer dan 8/10.

Het onderzoeksbureau *WHY5?* analyseerde 4.303 unieke uitspraken over *Bruzz*. Alle uitspraken werden geclusterd in 6 thema's: kwaliteit van de berichtgeving, voeling met de stad, inclusie en verbinding, toegankelijkheid van de berichtgeving, taal en stijl.

Bruzz wordt vooral geapprecieerd omdat het de stad positief in beeld brengt. Sommige mensen vinden evenwel dat bepaalde aspecten dan weer te weinig belicht worden of dat er te weinig voeling mee is. Dit betekent dat over alle thema's een gebalanceerd beeld geschetst wordt. Over de kwaliteit van de berichtgeving kan men een dergelijke genuanceerde conclusie trekken. Een klein deel van de respondenten vindt *Bruzz* niet objectief en stelt zich vragen bij de journalistieke kwaliteit en diepgang of vindt *Bruzz* soms niet voldoende toegankelijk voor iedereen. Een minderheid is van mening dat er te veel aandacht gaat naar andere talen dan het Nederlands. Een andere groep vindt dan weer dat er te weinig aandacht gaat naar andere talen. Deze tegenspraken vindt men in het hele onderzoek terug.

De spreker gaat dieper in op de resultaten van het magazine, dat een gemiddelde haalt van 8/10 en door 5 % van de respondenten kritisch belicht wordt. Hier wordt de meertaligheid over het algemeen geapprecieerd, net zoals dat het gratis is en op papier. De kritische noot gaat dan weer over de andere talen of omdat de cultuurkalender niet meer bijgevoegd is. Een aandachtspunt is dat het magazine onder plasticfolie naar de abonnees wordt gestuurd.

In de powerpoint (als bijlage bij dit verslag) worden alle resultaten grondig toegelicht.

Uit de resultaten blijkt voorts dat het redactionele aanbod van *Bruzz* gebalanceerd is: geen enkel thema komt te veel of te weinig aan bod. Slechts 3 thema’s komen, volgens sommigen, te veel aan bod: politiek, cultuur en mobiliteit. Wanneer dan gevraagd wordt welke thema's te weinig aan bod komen, worden dan weer dezelfde thema's genoemd. Dat wijst op de eerder individuele voorkeuren of interesses van de respondenten.

De commercieel directeur onthoudt uit deze studie dat *Bruzz* positieve scores krijgt omwille van de voeling met de stad en de positieve berichtgeving. *Bruzz* is een uniek medium dat geen kopie wil zijn van andere media. De kwaliteit, stijl en toegankelijkheid van de berichtgeving worden eveneens geapprecieerd door de respondenten. Bij de kleine groep critici wordt *Bruzz* dan weer als partijdig en links gecatalogeerd en is er te weinig diepgang.

2. Bespreking

De heer Dominiek Lootens-Stael (Vlaams Belang) wil weten wie de opdrachtgever is van dit onderzoek, wie het gefinancierd heeft en hoeveel het gekost heeft. Het valt hem op dat meer dan 50 % van de respondenten hooggeschoold is. Dat komt volgens hem niet overeen met het profiel van de Brusselse bevolking. Hij vraagt zich af hoe zich dat verhoudt tot het profiel van de lezers en kijkers van *Bruzz*. Volgens critici zou *Bruzz* links georiënteerd zijn en geen objectieve berichtgeving brengen. Nochtans is de objectiviteit decretaal vastgelegd. Sommige opinies komen weinig of niet aan bod. De sprekers nuanceren dit door erop te wijzen dat er slechts een kleine groep kritiek levert. Hij vraagt of er in de loop der jaren een groot deel van deze mensen heeft afgehaakt en op welke manier *Bruzz* aan de verzuchtingen van deze groep tegemoet wil komen.

Voor **commissielid Arnaud Verstraete (Groen)** en zijn partij is *Bruzz* een heel belangrijk medium omdat andere - vnl. Vlaamse - media vaak te weinig over Brussel berichten. Hij wijst op de controlefunctie van de media die ervoor moet zorgen dat de democratie op een gezonde manier functioneert. *Bruzz* vult deze rol op voortreffelijke wijze in. De spreker wil een verduidelijking over de plaats dat dit onderzoek krijgt in de werking van *Bruzz* en wat er met de resultaten ervan zal gebeuren. Tegelijk wijst hij erop dat dit onderzoek niet de enige leidraad mag zijn om de werking van *Bruzz* al dan niet bij te sturen. Hij pleit ervoor om voorzichtig om te gaan met het begrip objectiviteit. Sommige groepen maken er immers een sport van om media aan te vallen omdat ze te links of te activistisch zouden zijn. Hij benadrukt dat de onafhankelijkheid van de journalistiek moet gewaarborgd blijven.

De heer Dominiek Lootens-Stael (Vlaams Belang) verduidelijkt dat hij het heeft over de aandacht die bepaalde ideologische strekkingen al dan niet krijgen. Hij verwijst in dat verband naar een studie van een student waarbij kwantitatief is onderzocht welke ideologische strekkingen aan bod komen en hoeveel keer. Daarbij werd vastgesteld dat bepaalde strekkingen 0 keer aan bod komen. Dat wekt bij hem vragen op.

Er zijn maar weinig verschillen in de waarderingscijfers over de verschillende kanalen van *Bruzz*, merkt **commissielid Mathias Vanden Borre (N-VA)** op. Hebben de respondenten hiervoor verklaringen aangebracht en hoe gaat de redactie met deze resultaten aan de slag? Het onderzoek is afgenomen bij mensen die regelmatig met *Bruzz* in contact komen. Volgens de spreker kan dit een vertekend beeld opleveren. Hij vraagt of *Bruzz* oplossingen zoekt om dat deel van het publiek aan te spreken dat momenteel niet bereikt wordt. Hij vernam eveneens dat *Bruzz* op zoek is naar een nieuwe drukkerij en vraagt hoever het hiermee staat en welke impact dit zal hebben op het magazine. Ook verwijst hij naar de appreciaties en opmerkingen m.b.t. al dan niet objectieve berichtgeving. In dat verband suggereert hij de mogelijkheid voor een objectiviteitsonderzoek. Er wordt immers vaak geopperd dat de gemiddelde journalist zichzelf aan de linkerkant van het politieke centrum situeert. Tot slot, wijst hij op het belang van het Nederlands. Er zijn weinig of geen alternatieven voor *Bruzz* in de Nederlandstalige media. De intentie om meertalig te zijn, kan wel drempelverlagend werken, maar dat gaat onvermijdelijk ten koste van het Nederlands. Dat is onaanvaardbaar. *Bruzz* moet een kwaliteitslabel zijn voor het Nederlands in Brussel.

Mevrouw Carla Dejonghe (Open Vld) sluit zich aan bij de tussenkomst van de heer Arnaud Verstraete en vraagt welke plaats *Bruzz* de resultaten van het tevredenheidsonderzoek zal geven in de werking. Welke conclusies worden er getrokken? Het valt haar op dat een van de positieve punten de voeling met de stad is. De ingewikkelde structuren van het Brussels Hoofdstedelijk

Gewest zijn niet altijd evident voor jonge journalisten. Zij wil weten hoe *Bruzz* jonge journalisten vormt en begeleidt om die zaken onder de knie te krijgen. Zij wijst er eveneens op dat er vroeger meer contact was met de journalisten en vindt het jammer dat dit vandaag niet meer het geval is. Daarnaast polst ze naar de criteria die *Bruzz* hanteert om laagdrempelig en toegankelijk te zijn voor een breed publiek.

Mevrouw Ineke Le Compte antwoordt dat *Bruzz* de opdrachtgever en financier is van dit onderzoek. Er is gekozen voor *WHY5?* omdat dit bureau de methodiek van het onderzoek *Nortv* beheerst. Zij wijst erop dat de beheersovereenkomst verwacht dat *Bruzz* een dergelijk onderzoek opzet. Het project heeft 14.600 euro gekost.

Voorts verduidelijkt zij dat een voorwaarde om te kunnen deelnemen aan een dergelijke studie is dat men minstens 1 keer per maand *Bruzz* gebruikt. Mensen die volledig hebben afgehaakt kunnen zich geen oordeel vormen over wat *Bruzz* doet.

Raadslid Dominiek Lootens-Stael (Vlaams Belang) wijst erop dat het nuttig kan zijn om in de toekomst te onderzoeken waarom mensen afhaken of geen interesse hebben in *Bruzz*.

In de bereikstudie wordt gemeten hoeveel mensen *Bruzz* effectief bereikt. In dat kader is het de ambitie om verder te groeien, vult **mevrouw Ineke Le Compte** verder aan.

Voorts merkt ze op dat het een kenmerk is voor dergelijke studies dat voornamelijk hoogopgeleiden hieraan deelnemen. Tot slot, deelt ze mee dat heel wat aandachtspunten aan bod komen in het beleidsplan. Zij verwijst o.m. naar de focus op kwaliteit, de meerstemmigheid, helder taalgebruik, aanwezigheid in en voeling met de stad. Corona heeft in dat verband parten gespeeld.

Hoofdredacteur Kristof Pitteurs verduidelijkt dat, niettegenstaande de resultaten over het algemeen positief zijn, er hoofdzakelijk gekeken wordt naar de kritische punten en gezocht wordt naar oplossingen om daarop een antwoord te bieden. Heel veel punten komen overeen met datgene waarvoor er al extra aandacht was en die terugkomen in het werkingsprogramma voor dit jaar.

Hij verwijst in dat verband naar het aspect kwaliteit. Kwaliteitsvolle journalistiek is niet eenvoudig te definiëren, daarom zal dit jaar een kwaliteitscharter worden opgesteld. Vorig jaar werd een taalcharter opgesteld. Daarin wordt vastgelegd wanneer een andere taal dan het Nederlands gebruikt wordt. Voorts is er, samen met de VUB, een studie opgestart naar de impact van *Bruzz*. In dat onderzoek zit een luik kwaliteitscontrole.

Tevens is er dit jaar een personeelsherschikking doorgevoerd die het mogelijk maakt om alle onlineartikels door een eindredacteur te laten nalezen. Dit vermijdt fouten tegen de kennis van het Brusselse terrein en de structuren.

De hoofdredacteur verduidelijkt dat objectiviteit iets anders is dan te meten hoeveel keer iemand aan bod komt. De journalisten berichten over datgene wat er gebeurt in de stad. Wanneer er veel acties zijn die te maken hebben met mobiliteit, dan wordt daar veel aandacht aan besteed. Dat is iets anders dan vooringenomen zijn. Als mensen daar problemen mee hebben, dan is er de klachtenprocedure die terug te vinden is op de website. Hij benadrukt dat elke klacht wordt opgevolgd.

Voorts verduidelijkt hij dat *Bruzz* de ambitie heeft om te groeien, maar dat dit niet mag gebeuren ten koste van kwaliteit. *Bruzz* wil verschillend zijn van andere media en eigen accenten leggen. De focus ligt op wat er leeft in Brussel en waar de mensen mee bezig zijn.

Bruzztv heeft mag dan wel de laagste score hebben in vergelijking tot de andere kanalen van *Bruzz*. De hoofdredacteur merkt evenwel op dat uit de *Nortv-studie* blijkt dat *Bruzztv* vandaag de eerste plaats bekleedt, terwijl die vroeger aan de staart bengelde van de regionale televisiezenders.

Om de toegankelijkheid voor een breed doelpubliek te garanderen, is een project opgezet i.s.m. het Huis van het Nederlands. De journalisten krijgen er vormingen en cursussen om eenvoudig Nederlands te gebruiken.

Meer dan 90 % van de communicatie is in het Nederlands. Alleen in het luik cultuur wordt soms gebruikgemaakt van een andere taal. Frans en Engels blijft heel beperkt. Bovendien leert de ervaring dat op die manier anderstaligen toegeleid worden naar *Bruzz* en naar het Nederlands. Het is geenszins de bedoeling om een drietalig medium te worden.

Bruzz werkt met heel veel jonge mensen en stagiaires. Voor hen organiseert *Bruzz* heel wat vormingen. Tegelijk worden de redacteurs naar de gemeenteraden uitgestuurd, maar de afgelopen 2 jaar heeft de coronacrisis dat verhinderd. Het is de bedoeling dat de mensen op het terrein aan de slag gaan. Daarnaast is er een soort van buddysysteem ontwikkeld, waarbij jonge journalisten begeleid worden door mensen met ervaring. Een activiteit organiseren met het Nederlandstalig werkveld zou een manier kunnen zijn om de onderlinge contacten met journalisten te bevorderen.

Commercieel directeur Ineke Le Compte bevestigt dat *Bruzz* op zoek is naar een nieuwe drukkerij omdat de huidige drukkerij de deuren sluit. Momenteel loopt er een openbare aanbesteding. Na de zomerstop zou het magazine ergens anders moeten gedrukt worden.

De verandering van drukkerij is de aanleiding om het concept van het magazine te herbekijken, legt **de heer Kristof Pitteurs** uit. Er worden nieuwe maquettes ontwikkeld om de vormgeving te vernieuwen en de cultuurbijlage maandelijks te laten verschijnen. Het weekmagazine zal zich in de toekomst focussen op cultuuractualiteit.

Het is **de heer Jan Busselen (PVDA)** opgevallen dat de berichtgeving van *Bruzz* soms te activistisch links genoemd wordt. Hijzelf krijgt vaak het tegenovergestelde te horen. Dat stelt hem gerust, want dat betekent dat de verslaggeving voldoende genuanceerd is. Hij wijst erop dat België gedaald is in de rangschikking van persvrijheid. Daarnaast is er de negatieve evolutie waarbij er steeds meer druk uitgeoefend wordt op journalisten.

De kritiek over de objectiviteit uit de resultaten van de studie blijkt uit de resultaten van de studie, benadrukt **de heer Dominiek Lootens-Stael (Vlaams Belang)**. Tellen hoeveel keer deze of gene partij aan bod komt, is niet de bedoeling. Maar wanneer een bepaalde politieke strekking geen enkele keer aan bod komt, dan is er wel een probleem.

Tot slot, meent **commissielid Mathias Vanden Borre (N-VA)** zich te herinneren dat er vroeger op de website te zien was hoeveel keer een stuk gelezen werd.

Op de huidige site, die bestaat sinds 2017, is dat nooit het geval geweest, antwoordt **de heer Kristof Pitteurs**. De redactie volgt wel op hoeveel keer een stuk gelezen wordt, maar dat is geen garantie om een stuk als kwaliteitsvol te labelen. Soms spelen andere zaken mee om een stuk te lezen, zoals bv. sensatie, de titel of zelfs het tijdstip waarop het gepubliceerd wordt.

De heer Jan Busselen (PVDA) geeft mee dat radicale partijen wel een plaats krijgen bij *Bruzz* en dat het niet aan hem is om te zeggen hoe journalisten hun job moeten doen.

Ten slotte vraagt **mevrouw Ineke Le Compte** aan de raadsleden om voldoende aandacht te hebben voor het gewicht van de verschillende meningen dat gegeven wordt in de studie. Het is een robuuste studie, met positieve punten en kritische noten.

De verslaggever,
Dominiek Lootens-Stael

De voorzitter,
Fouad AHIDAR

Bijlage 1

5/31/2022

WHY? research
IT'S ALL ABOUT PEOPLE

BRUZZ

Waarderingsonderzoek

Presentatie

KLANT | Bruzz DATUM | 24/01/2022 SN | BRUZZ21073

01 Achtergrond & Doelstelling

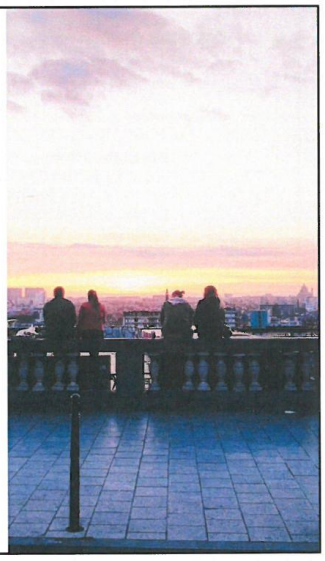
Achtergrond

De **Nortv-waarderingsmonitor** evalueert het **nieuwsaanbod**, eerder dan het merk in al haar uitingen mee te nemen.

Doelstelling

Een **meer omvattend waarderingsonderzoek, dat inzicht geeft in:**

1. De **waardering** voor **alle platformen** waarop **Bruzz** actief is
2. **Hoe Bruzz als mediamerk** vandaag **beleefd** wordt **en waarom** dat zo is
3. **Wat** Bruzz **kan/moet doen** om het **merk te versterken** en te doen **groeien**



5/31/2022

01 Onderzoeksvragen

- **Overkoepelende waardering** van **Bruzz als merk** (score op 10)
- **Open bevraging** van **argumenten** die de score onderbouwen
- **Waardering** van **Bruzz** op verschillende **platformen** door mediagebruikers die deze platformen ook zeggen te kennen en gebruiken (score op 10)
  - De Week van Bruzz, de websites BRUZZ.be en BRUZZket.be, BRUZZ nieuwsbrief, BRUZZ app, BRUZZ magazine, BRUZZ op sociale media, BRUZZ TV en BRUZZ radio
- **Open bevraging** van **positieve en negatieve** feedback op deze **platformen**
- **Open bevraging** wat Bruzz volgens de ondervraagden **teveel of te weinig aandacht** aan geeft

01 Opzet

Steekproef

- Doelpopulatie: **Nederlandstalige**, **Franstalige** en **anderstalige** gebruikers van Bruzz uit Brussel en Vlaanderen
- **Gebruikers** moeten (1) het merk Bruzz uiteraard **kennen**, en (2) **recent gebruik gemaakt** (min. in de afgelopen maand) hebben van het platform of de platformen die ze zullen evalueren
- We hanteerden een **streefdoel** van **N=300 per platform**, waarbij 1 respondent meerdere platformen kon evalueren
- Platformen: Bruzz tv, Bruzz radio, Bruzz website (BRUZZ.be + BRUZZKet.be), Bruzz app, De Week van Bruzz, Bruzz nieuwsbrief, Bruzz magazine, Bruzz op sociale media

Dataverzameling

- **Open recrutering** via de verschillende kanalen van Bruzz om zo optimaal het publiek te bereiken.
- Volgehouden duidelijke **aankondiging en reminders** van het onderzoek **door Bruzz** op alle platformen met **open link** naar de **online vragenlijst**
- Vragenlijst was in te vullen op **smartphone, tablet of computer**
- Naar keuze in te vullen in het **Nederlands, Frans of Engels**
- Veldwerkperiode van **6 weken** (begin november – mid december 2021)
- **Respons** was hoog, **in totaal 1788 respondenten** die de vragenlijst invulden met **3210 evaluaties** van de **platformen**

5

Inhoud

01 Achtergrond en doelstellingen
02 Steekproefbeschrijving
03 Bekendheid en gebruik
04 Waardering BRUZZ
05 Waardering BRUZZ platformen
06 Waardering BRUZZ - Argumentenanalyse
07 Waardering BRUZZ platformen – Spontane associaties
08 Waardering BRUZZ onderwerpen
09 Take-out

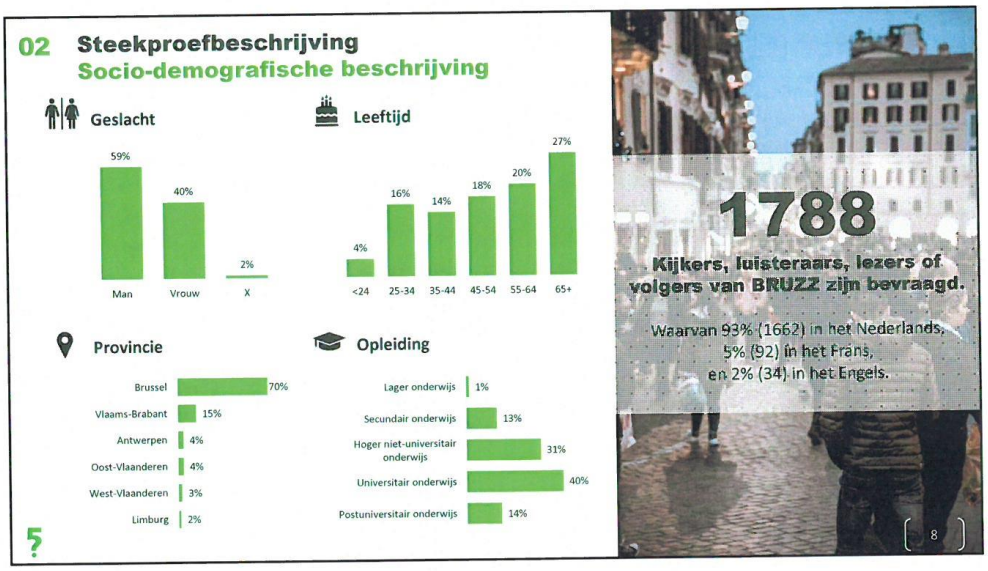
6

02

Steekproefbeschrijving

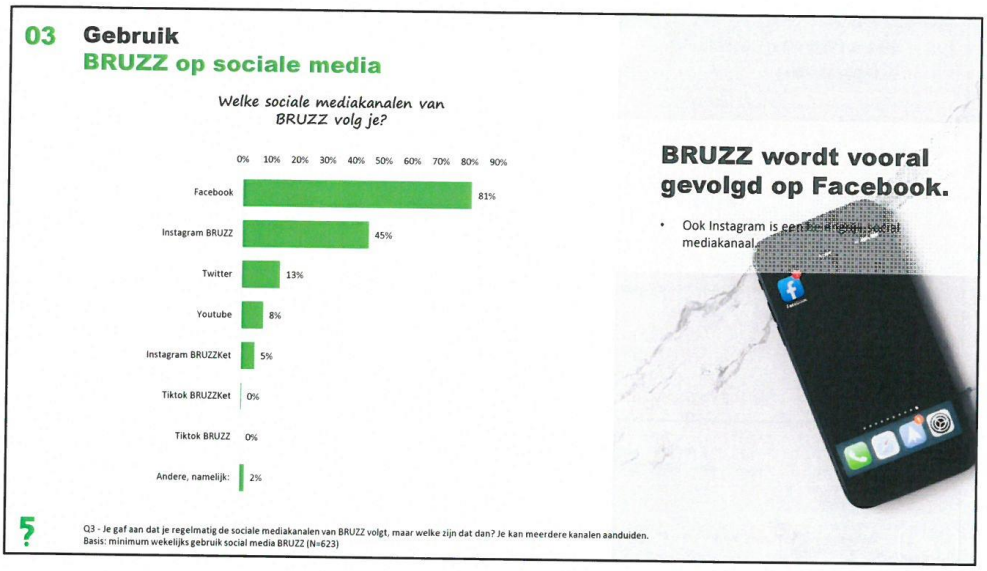
7

5/31/2022


02 Steekproefbeschrijving
Socio-demografische beschrijving
Geslacht
59%
40%
2%
Man
Vrouw
X
Leeftijd
4%
16%
14%
18%
20%
27%
<24
25-34
35-44
45-54
55-64
65+
Provincie
Brussel 70%
Vlaams-Brabant 15%
Antwerpen 4%
Oost-Vlaanderen 4%
West-Vlaanderen 3%
Limburg 2%
Opleiding
Lager onderwijs 1%
Secundair onderwijs 13%
Hoger niet-universitair onderwijs 31%
Universitair onderwijs 40%
Postuniversitair onderwijs 14%
1788
Kijkers, luisteraars, lezers of volgers van BRUZZ zijn bevraagd.
Waarvan 93% (1662) in het Nederlands,
5% (92) in het Frans,
en 2% (34) in het Engels.
8

03
Bekendheid & gebruik
11

5/31/2022

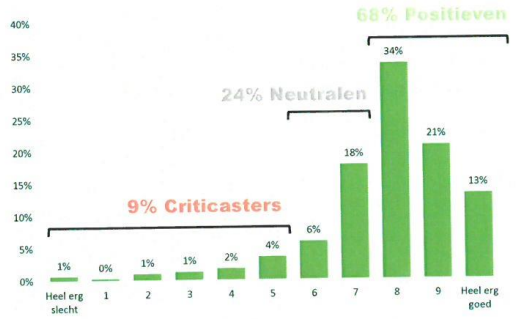

03 Gebruik
BRUZZ op sociale media
Welke sociale mediakanalen van BRUZZ volg je?
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90%
Facebook 81%
Instagram BRUZZ 45%
Twitter 13%
Youtube 8%
Instagram BRUZZKet 5%
Tiktok BRUZZKet 0%
Tiktok BRUZZ 0%
Andere, namelijk: 2%
BRUZZ wordt vooral gevolgd op Facebook.
Ook Instagram is een
mediakanaal.
Q3 - Je gaf aan dat je regelmatig de sociale mediakanalen van BRUZZ volgt, maar welke zijn dat dan? Je kan meerdere kanalen aanduiden.
Basis: minimum wekelijks gebruik social media BRUZZ (N=623)

04
Waardering BRUZZ
16

5/31/2022

04 Waardering BRUZZ
Algemeen

In het algemeen, hoe goed - of slecht - vind je BRUZZ?



Q5 - In het algemeen, hoe goed - of slecht - vind je BRUZZ? Geef hiervoor een score van 0 tot 10
Basis: allen (N=1788)

17

04 Waardering BRUZZ
Algemeen - split

Er zijn enkele significante verschillen in de waardering van BRUZZ tussen verschillende socio-demografische groepen.

- **Vrouwen** geven een significant **hogere score** dan mannen.
- **55+'ers** geven een significant **hogere score** dan 35-54 jarigen. 25-34 jarigen geven een significant hogere score dan 35-44 jarigen.
- **Lager geschoolden** geven een significant **hogere score** in vergelijking met hoger geschoolden.
- Mensen die **elders in België** wonen, geven een significant **hogere score** dan inwoners van Brussel.

In het algemeen, hoe goed - of slecht - vind je BRUZZ?

	Geslacht			Leeftijd						Opleiding		Taal enquête ingevuld			Woonplaats	
	Man	Vrouw	X	<24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Lager	Hoger	Nederlands	Frans	Engels	Brussel	Elders in België
Waardering BRUZZ (gemiddelde score)	7.6	8.1	7.2	7.8	7.7	7.4	7.6	8.0	8.1	8.0	7.8	7.8	8.0	8.0	7.7	8.1
		A			c			C d	b C D	b						A
N	1,039	705	27	71	285	253	313	361	479	251	1,530	1,655	92	34	1,239	518
	A	B	C	A	B	C	D	E	F	A	B	A	B	C	A	B

Q5 - In het algemeen, hoe goed - of slecht - vind je BRUZZ? Geef hiervoor een score van 0 tot 10
Basis: allen (N=1788)

A/B/C Significant hoger dan andere kolom
Hoofdletters wijzen op een sterker significantieniveau (betrouwbaarheidsniveau 95%)

18

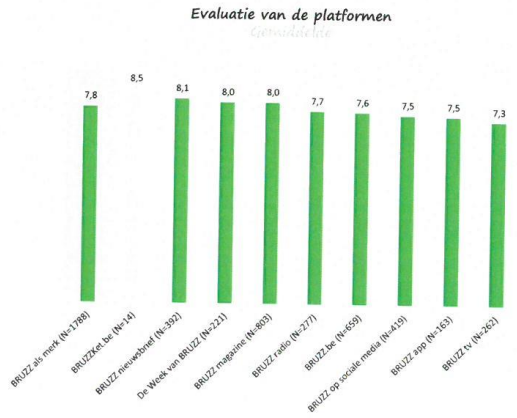
5/31/2022

05

Waardering BRUZZ platformen

19

05 Waardering BRUZZ platformen
Algemeen



Welke score zou platform X geven? (Gemiddelde)
Basis: allen

Met een gemiddelde score boven 7/10, scoren alle platformen van BRUZZ vrij goed.

- BRUZZ nieuwsbrief, De Week van BRUZZ en BRUZZ magazine zijn de best scorende platformen van BRUZZ.

20

06

Waardering BRUZZ
Argumentenanalyse

47

06 Waardering BRUZZ
Argumentenanalyse

Wat zijn de argumenten die het publiek van BRUZZ gebruikt om hun waardering te staven?

48