

Just Another Network: hoe je jongeren wél bereikt

02-12-2021 11:00



Media worstelen met de vraag hoe ze in contact kunnen komen met jongeren. Die laten kranten links liggen, kijken bijna geen tv meer. Toch hebben ook zij behoefte aan nieuws. Hoe bereik je ze? Just Another Network denkt daarop sinds deze zomer het antwoord te hebben. Het jongeren netwerk bestaat uit twaalf verschillende platformen en voegt daaraan binnenkort het nagelnieuwe platform de Nieuwskamer toe: goede journalistiek en opinie, voor en door jongeren.

Just Another Network. Gewoon weer een ander netwerk of net even anders? Je kunt het op twee manieren lezen. Duidelijk is in ieder geval dat dit nieuwe jongeren netwerk niet al te veel pretenties wil hebben, maar het tegelijkertijd heel anders aanpakt dan de oude garde. In tegenstelling tot traditionele media, die zich het hoofd breken over hoe ze de jonge doelgroep - ook wel de generatie Y en Z, moeten bereiken, weet Just Another Network hun aandacht wél te trekken.

Netwerk van titels voor jongeren

Het jongeren netwerk startte op 15 juli van dit jaar met bekende jongerentitels als RUMAG, VKMag, DailyBuzz, Axed, Convo, First en ParraTV. Eind oktober werden ook RapNieuwsTV, Instavandaag, Streamwijzer, Chicklit.nl en SkofTen onderdeel van Just Another Network.

“Met ons netwerk brengen we talent, content, bereik, data en sales samen onder één dak. We zetten in op

journalistiek, entertainment en talentontwikkeling en richten ons daarbij op de doelgroep van 5,6 miljoen jongeren. Daarnaast kloppen veel andere partijen, zoals mediabedrijven en adverteerders, bij ons aan voor een oplossing om jongeren te bereiken,” vertelt Marko van Kampen, oprichter van Just Another Media Company, de overkoepelende organisatie van Just Another Network.

De resultaten zijn veelbelovend. Just Another Network bereikt 6 miljoen unieke bezoekers per maand, met ruim 42 miljoen videoviews en zo’n 300 miljoen paginaweergaven. Jongeren weten het netwerk dus inderdaad te vinden.

Goed en betrouwbaar nieuws voor jongeren

Van Kampen maakt zich al langer sterk voor de jongere doelgroep. In 2016 verkocht hij zijn jongeren-videoplatform Makers Channel (nu MyChannels) aan DPG Media en werd er creatief directeur. “Ik constateerde toen al dat we de jongere lezers misten. De gemiddelde leeftijd van de doelgroep van AD.nl was 47 jaar en bij de papieren krant 56 jaar. Ik vond dat we ons toch eens druk moesten gaan maken om die 5,6 miljoen jongeren in Nederland. Waarom was daar nog geen goede journalistiek voor? Ook zij zijn op zoek naar goed en betrouwbaar nieuws, maar dan meer gericht op hun belevingswereld. Daar had ik veel ideeën over, maar nadat DPG Media Sanoma Media overnam, kwam jongerenmarketing op een laag pitje te staan en schoven de plannen naar de achtergrond. Ik ben vervolgens eens om de tafel zitten met Ferdi Buijsrogge en Danny Membre van RUMAG, die dezelfde soort ideeën hadden over nieuws voor jongeren. Zo ontstond Just Another Media Company, waarvan Just Another Network een onderdeel is.”

Jonge makers

Just Another Media Company is een verzameling media-ondernemers, platformeigenaren en investeerders. Behalve oprichters Marko van Kampen en Fares Masharawi behoren ook Danny Membre (RUMAG) en Ferdi Buijsrogge (DGI, RUMAG), Humberto Tan (RTL) en Kees de Koning (TopNotch) tot dit netwerk.



Zij sturen met hun senioriteit slechts aan en ondersteunen bij bijvoorbeeld het ondernemerschap, maar bepalen niets ten aanzien van de inhoud. De redacties van de verschillende platforms bestaan uitsluitend uit jonge makers, die affiniteit hebben met de doelgroep van 18 tot 24 jaar en 25 tot 34 jaar. “Ze werken slim samen en leren van elkaar. We hebben bijvoorbeeld een jong talent van 24 jaar in huis, die met Streamwijzer het grootste streamingplatform van Nederland heeft. Hij kent veel nuttige tricks en weet precies hoe je slim gebruik maakt van trending topics. Met zijn kennis kan hij andere makers tips geven,” legt Van Kampen uit.

Doordat alleen jongeren de inhoud bepalen, kunnen zij onderwerpen aan de orde stellen die hen bezig houden op de manier en met de toon die daarbij past, zo is het idee. Toen de nieuwe coronamaatregelen werden afgekondigd deed Just Another Network bijvoorbeeld een onderzoek onder 10.000 lezers op alle platformen. Zij kregen twaalf vragen zoals ‘Hoe kijk je tegen de coronaregels aan?’ ‘Overweeg je vaccinatie als je nog niet ingeënt bent en er 2G komt?’ ‘Zou je een derde prik nemen als je al gevaccineerd bent?’

“De uitslag deelden we op de platformen. Op deze manier geef je jongeren een stem. Het stuk werd dan ook veel gelezen. Een ander voorbeeld is de reportage van Thalita Muusse over het woonprotest. Dat is tot nu toe het best bekeken onderwerp.”

Behoeftte aan duiding

Daaruit blijkt volgens Van Kampen dat er onder jongeren behoefte is aan duiding van een probleem dat hen aangaat. “Met alle respect, maar bij een talkshow als Op1 zitten vooral oudere mensen te vertellen hoe de wereld in elkaar zit. Te vaak denken ze voor jongeren in plaats van ze zélf aan het woord te laten. Thalita

Musse schuift soms aan als woordvoerder van de jongeren, maar verder krijgen ze vrijwel geen stem. En dat is wel belangrijk, omdat jongeren de coronacrisis bijvoorbeeld heel anders beleven dan veertigers of vijftigers, die kinderen hebben en naar het werk gaan. Dat vraagt om een andere invalshoek. We weten uit onderzoek ook dat veel jongeren teleurgesteld zijn in de media en overheid. Daar willen wij verandering in brengen. Wij sturen niet hun politieke visie, maar bieden een platform waarop ze wél aan het woord komen.”

Nieuw platform: Nieuwskamer

Hoewel Van Kampen zich niet met de inhoud bemoeit, geeft hij toch hier en daar wel wat sturing. “We vinden de content soms iets te makkelijk en te veel gericht op leuke nieuwtjes en juice. Het zou iets meer journalistiek mogen zijn. Binnenkort starten we daarom met een nieuw platform: Nieuwskamer. We trekken daarvoor jonge opiniemakers en journalisten aan. Zij krijgen een eigen domein met een content safe space. Spookaccounts en trollen hebben geen toegang, zodat er ruimte is voor vrije discussie. Op sociale media loopt het soms helemaal uit de hand en wordt het steeds onguurder. Nieuwskamer biedt jongeren straks de mogelijkheid om op een goede en veilige manier te discussiëren. Zo willen we de kwaliteit van Just Another Network nog verder verbeteren. Het sluit goed aan op onze missie om jongeren een stem te geven en te laten deelnemen aan het (politieke) debat.”

Marloes de Moor