



Rapport Dutch Media Week 2023



Onderzoeksopzet



Methode

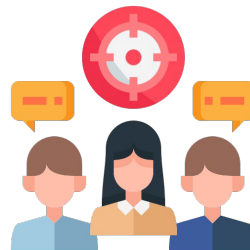
Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een online vragenlijst bestaande uit 19 vragen ([Link naar vragenlijst voor workshops](#))

Het veldwerk is uitgevoerd van 12 oktober tot en met 31 oktober 2023.

Voor een overzicht van alle kruistabellen en open

antwoorden, zie [Tabellenset](#)

Dutch Media Week 2023



Doelgroep

De doelgroep bestaat uit **professionals en particulieren** die de Dutch Media Week 2023 hebben bezocht, waarvan de emailadressen zijn verzameld in Eventbrite.

In totaal hebben n=338 respondenten meegedaan aan het onderzoek, na opschoning van de data bleven er **n=338** over om verder te analyseren.

Samenvatting

Kanalen

Bijna de helft van de bezoekers (45%) hebben gehoord van de Dutch Media Week via een nieuwsbrief, website of social media. 1 op de 3 was op de hoogte van de Dutch Media Week omdat ze al eerder een keer een editie van de Dutch Media Week hadden bezocht. Onder de nieuwsbrief lezers kwam 36% via de Dutch Media Week-nieuwsbrief en 28% via de nieuwsbrief van B&G.

Soort bezoekers

Dit jaar heeft 51% van de bezoekers al eens een eerdere editie van Dutch Media Week bijgewoond, terwijl dit in 2021 slechts 30% was. Het merendeel van de bezoekers waren particulieren, meer dan in 2021 (64%, was 39%). Terwijl er minder media-professionals (20%, was 41%) en (media) studenten (4%, was 9%) 20%, was 41%) waren. Opvallend is de verschuiving in leeftijdsgroepen, met minder jonge bezoekers (12-34 jaar, 14%, was 28%) en ouder dan 50 jaar (35%, was 52%). En waren er logischerwijs meer 35-54 jarige dan in 2021 (51%, was 21%).

Locaties

De overgrote meerderheid van de bezoekers zijn geweest bij B&G in Hilversum (92%). Terwijl 7% ook andere locaties, zoals het centrum van Hilversum of David's Bar & Restaurant, hebben bezocht.

Redenen bezoek

De meeste bezoekers kwamen hebben de Dutch Media Week bezocht, omdat kennis en inzichten op te doen over de media (39%), het bijwonen van speciale evenementen of premières (29%) en zich te verdiepen in specifieke onderwerpen binnen media (24%).

Ervaring & verwachting

Bezoekers waren erg te spreken over de Dutch Media Week, met gemiddelde beoordeling van 7,6 (vergelijkbaar met 2021, 7,6 en in 2020 een 7,5). Particulieren geven het evenement een 7,6 en professionals een 7,5.

Van meer dan tweederde is de verwachting, die ze vooraf aan het bezoek aan de Dutch Media Week hadden, uitgekomen, van slechts 17% is de verwachting niet uitgekomen. Opvallend is dat de verwachtingen van particulieren vaker werden waargemaakt dan die van professionals (68% vs. 58%).

De particulieren zijn tevreden over het aantal dingen en de diversiteit aan activiteiten die er te doen waren, de soepele organisatie en vonden de onderwerpen boeiend en vernieuwend. Echter het ontmoeten van nieuwe mensen is hierin een verbeterpunt. Professionals waarderen met name de kennisdeling, de innovatieve onderwerpen en de totale organisatie en planning. Er valt nog wel wat te verbeteren in de diversiteit aan activiteiten en evenementen.

Aanbevelingen

Promotie kanalen:

Gezien het feit dat bijna de helft van de bezoekers de Dutch Media Week via nieuwsbrieven, websites of sociale media heeft ontdekt, is het aan te bevelen de diversiteit van deze kanalen te vergroten. Overweeg het benutten van andere platforms en samenwerkingen met diverse mediakanalen om een breder publiek te bereiken.

Faciliteer interactie voor professionals en studenten:

Organiseer interactieve sessies, bijvoorbeeld roundtable-discussies of speednetworking-evenementen, om de betrokkenheid van media-professionals en studenten te vergroten. Zet mentorprogramma's in om de connectie tussen ervaren professionals en aspirant-talent te versterken, waardoor de Dutch Media Week niet alleen een evenement wordt, maar ook een katalysator voor groei in de sector.

Spreidt het aantal programma locaties strategisch:

Overweeg het inzetten van verschillende locaties, hierdoor kunnen bezoekers een breder scala aan ervaringen opdoen en wordt de lokale gemeenschap actief betrokken. Het kan ook een kans zijn om samen te werken met lokale bedrijven en deelnemers te laten kennismaken met de diverse aspecten van de mediawereld. En zorg dat er meer omroepen participeren.

Versterk de professionele programma diversiteit:

Zet een breed scala aan workshops, masterclasses en interactieve sessies in om aan de diverse behoeften van professionals te voorzien. Daarnaast, moedig de deelname van professionals aan om de agenda vorm te geven, dit kan een extra relevante programmering creëren.

Creëer innovatieve netwerkevenementen:

Om het netwerken voor particulieren te bevorderen, creëer innovatieve netwerkevenementen zoals matchmaking-apps of thematische meet-ups. Dit biedt bezoekers de mogelijkheid om gericht te netwerken op basis van hun interesses en draagt bij aan een verrijkende ervaring.

Resultaten



LIVE
HILVERSUM

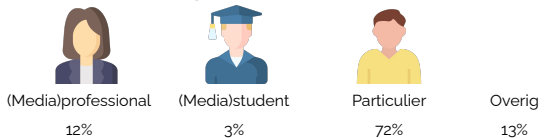
M
DUTCH
MEDIA



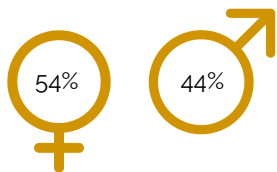
Profielen respondententen

Particulieren

Type bezoeker



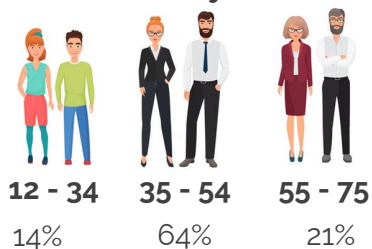
Geslacht



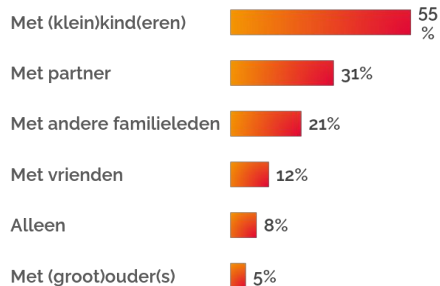
Eerder Dutch Media Week bezocht



Leeftijd

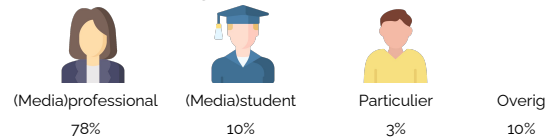


Bezocht met

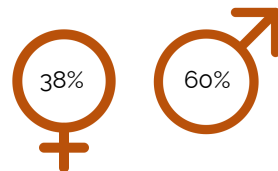


Professionals

Type bezoeker



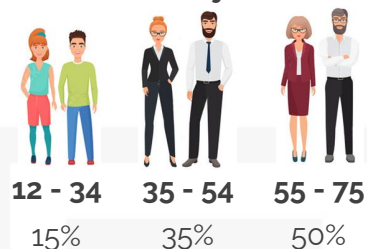
Geslacht



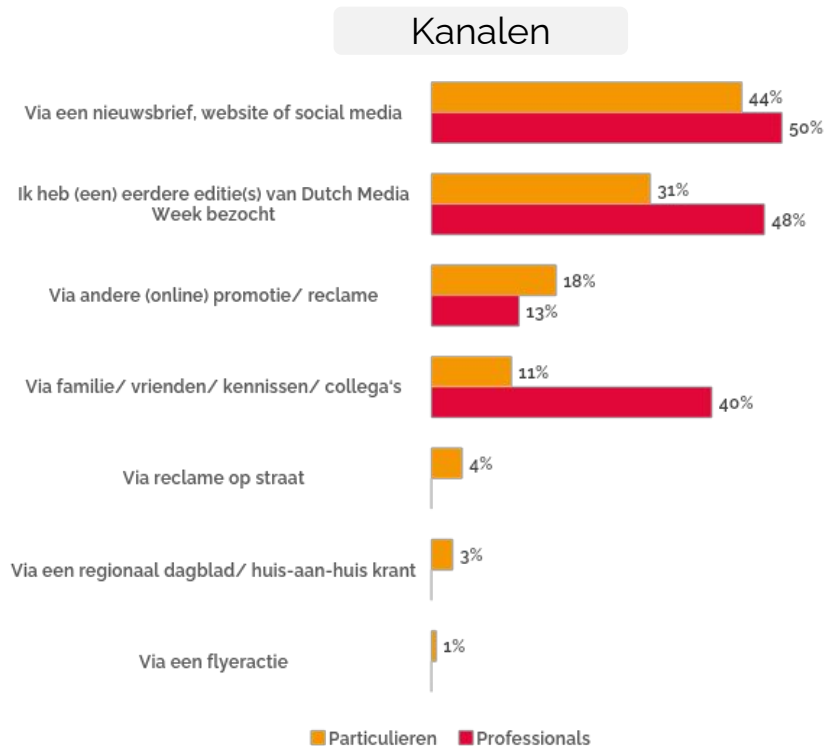
Eerder Dutch Media Week bezocht



Leeftijd



Nieuwsbrieven, websites of social media zijn de belangrijkste kanalen



Bezoekers hebben minder vaak via familie of vrienden gehoord van de Dutch Media Week (15%, was 38%). Terwijl bezoekers vaker eerdere edities van de Dutch Media Week bezocht hebben dan in 2021 (33%, was 15%).

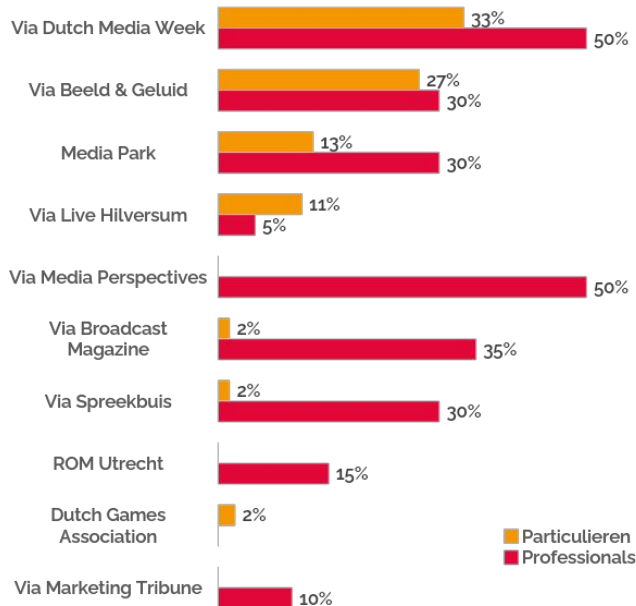
Vrouwen hebben vaker gehoord van Dutch Media Week via de nieuwsbrief dan mannen (53% vs. 36%).

Professionals vaker via de familie vrienden of collega's (40% vs 11%) en hadden eerdere edities van Dutch Media Week bezocht dan particulieren (48% vs. 31%)

Q. Kun je aangeven via welke kanalen je, voorafgaand aan bezoek, over Dutch Media Week hebt gehoord? Meerdere antwoorden mogelijk. (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

De Dutch Media Week nieuwsbrief en die van B&G zijn populairst

Nieuwsbrief



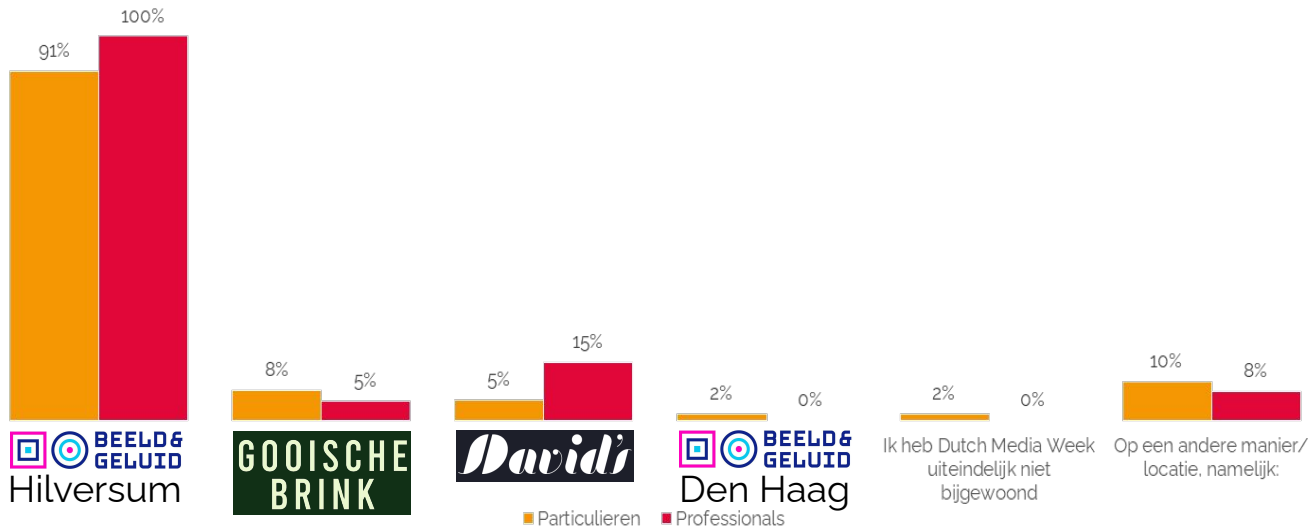
2023 vs. 2021

Bezoekers hebben minder vaak via de nieuwsbrief van B&G gehoord van de Dutch Media Week (28%, was 54%). Terwijl bezoekers vaker via nieuwsbrief van Hilversum Live gehoord hebben van de Dutch Media Week dan in 2021 (11%, was 3%).

Vrouwen hebben vaker gehoord van Dutch Media Week via de nieuwsbrief van B&G dan mannen (77% vs. 45%). Net als herhaalbezoekers van Dutch Media Week (83 vs. 44%).

Q. Via welke nieuwsbrief, website of social media account hoorde je over Dutch Media Week? Meerdere antwoorden mogelijk. (Professionals, n=20; particulieren, n=132)

Bijna iedereen is wel bij B&G in Hilversum geweest

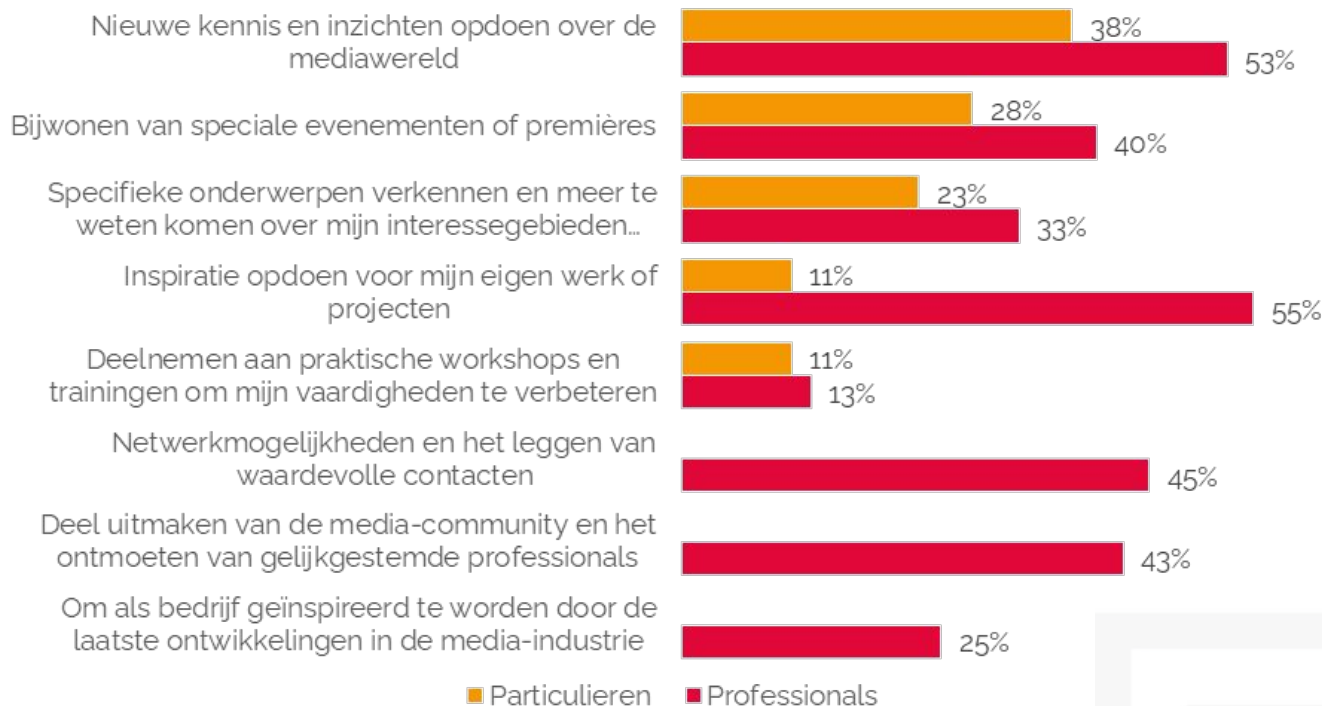


2023 vs. 2021

Bezoekers hebben vaker B&G Hilversum bezocht dan in 2021 (92%, was 44%), dit komt natuurlijk omdat in 2021 een groot deel online de Dutch Media Week gevolgd (34%). Terwijl het aantal bezoekers dat in het centrum van Hilversum is geweest minder is dan in 2021 (7%, was 28%).

Q. Op welke locatie(s) van Dutch Media Week heb je één of meerdere onderdelen bijgewoond? Meerdere antwoorden mogelijk. (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

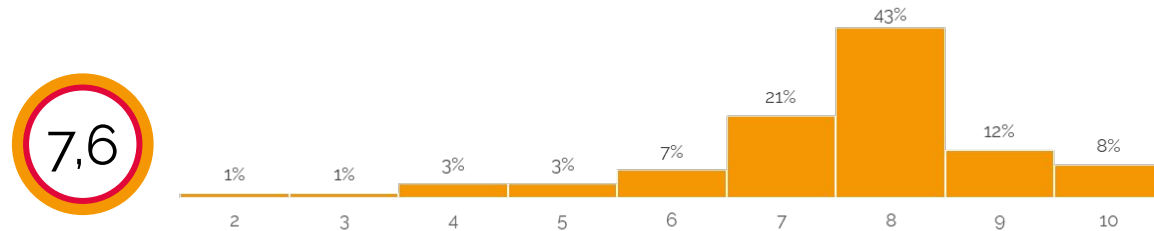
Opdoen van nieuwe kennis belangrijk voor zowel particulieren als professionals



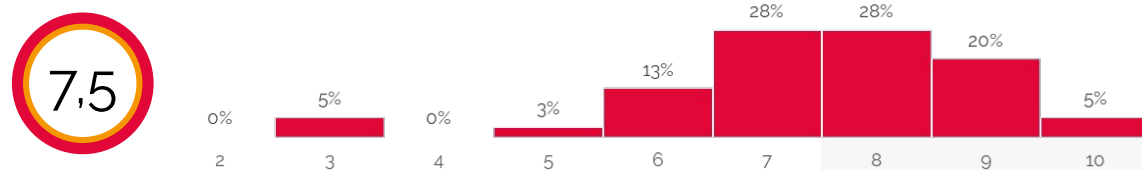
Q. Wat zijn de belangrijkste reden(en) waarom je naar Dutch Media Week bent gekomen? Meerdere antwoorden mogelijk. (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

Het rapportcijfer is vergelijkbaar met eerdere edities, 2020: 7,5 en 2021: 7,6

Particulieren

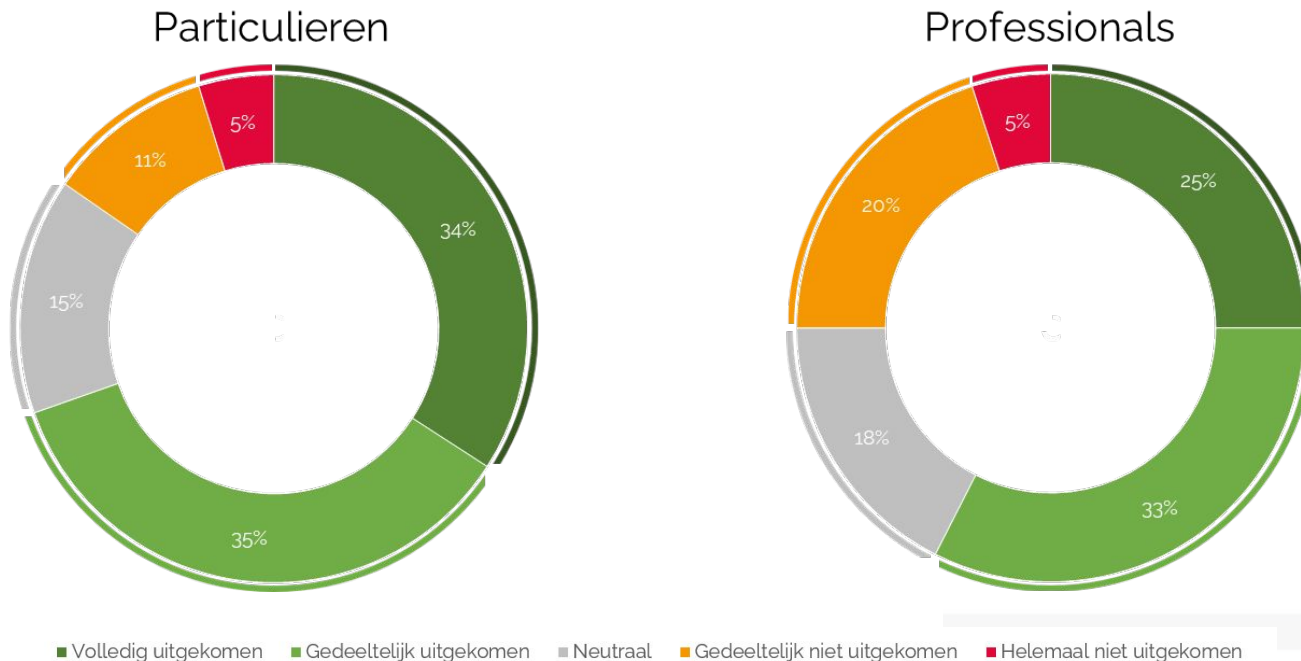


Professionals



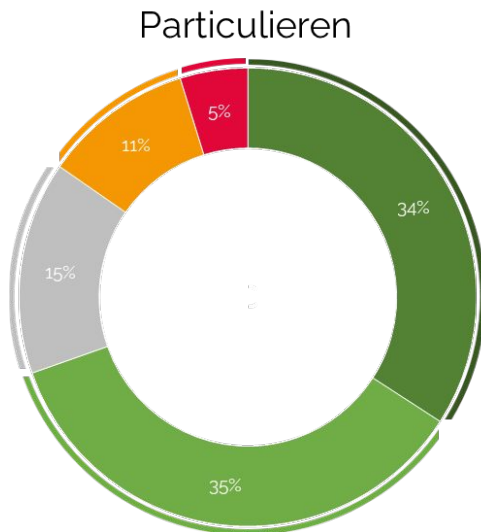
Q. Welk rapportcijfer geef je jouw bezoek aan Dutch Media Week als geheel? (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

De verwachtingen van particulieren (68%) sluiten vaker aan op de ervaring dan bij professionals (58%)



Q. In hoeverre zijn de verwachtingen die je voorafgaand aan je bezoek aan de Dutch Media Week had, uitgekomen? Meerdere antwoorden mogelijk. (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

Verwachtingen toelichting: Particulieren



Met name op kinderen gericht (te weinig voor volwassenen)

Onduidelijkheid over looproutes, locaties, programmering

Te weinig omroepen doen mee/
Veel (omroep) gebouwen dicht

Te klein opgezet/te weinig te doen

Weinig bezoekers

Veel studio's gesloten of leeg

Het was een stuk kleiner dan eerdere jaren

Veel (interactief) aanbod voor kinderen

Geweldig/leuke sfeer

Optredens waren leuk

Veel geleerd

Veel mensen gesproken

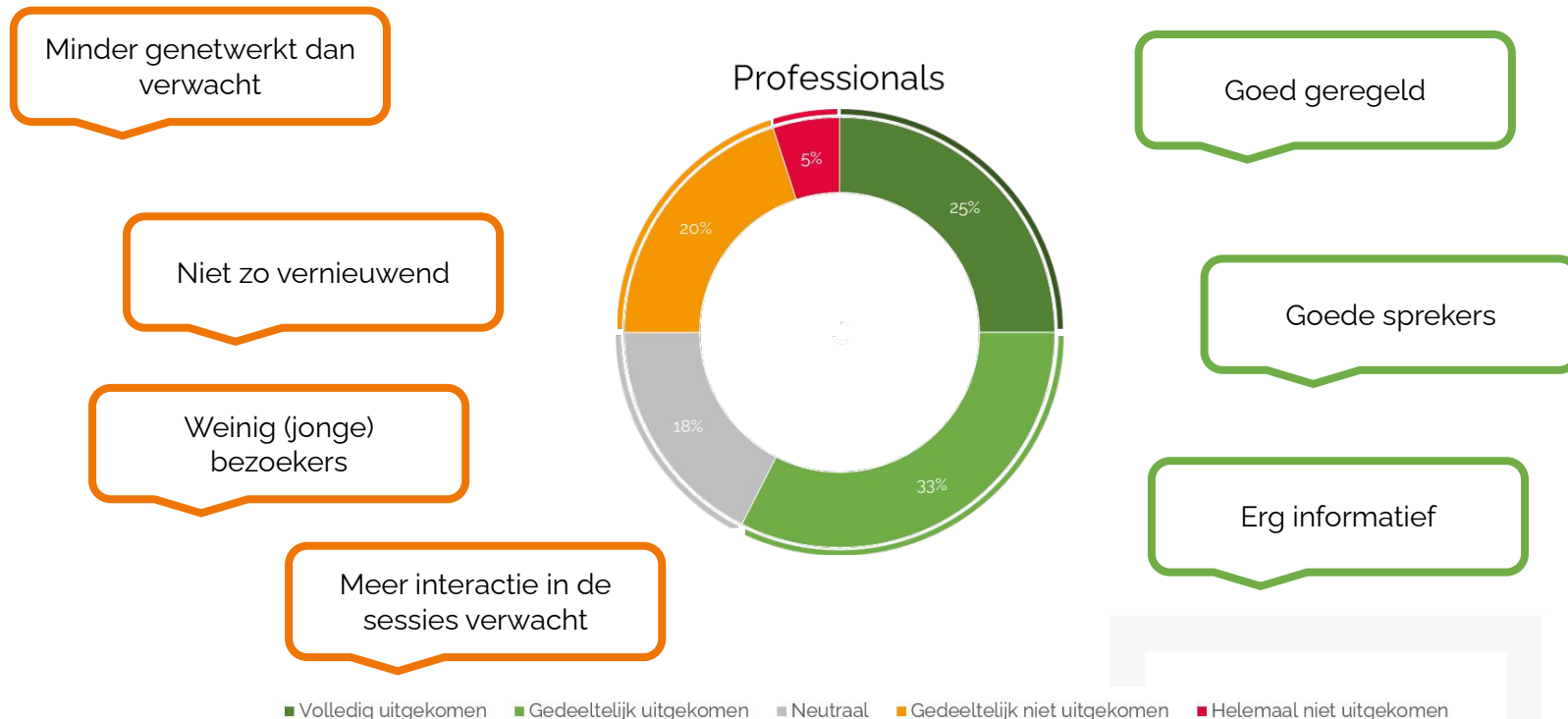
Goed geregeld

■ Volledig uitgekomen ■ Gedeeltelijk uitgekomen ■ Neutraal ■ Gedeeltelijk niet uitgekomen ■ Helemaal niet uitgekomen

Q. In hoeverre zijn de verwachtingen die je voorafgaand aan je bezoek aan de Dutch Media Week had, uitgekomen? Meerdere antwoorden mogelijk. (Particulieren, n=298)

Q. Waarom zijn jouw verwachtingen wel/niet uitgekomen? Open vraag

Verwachtingen toelichting: Professionals

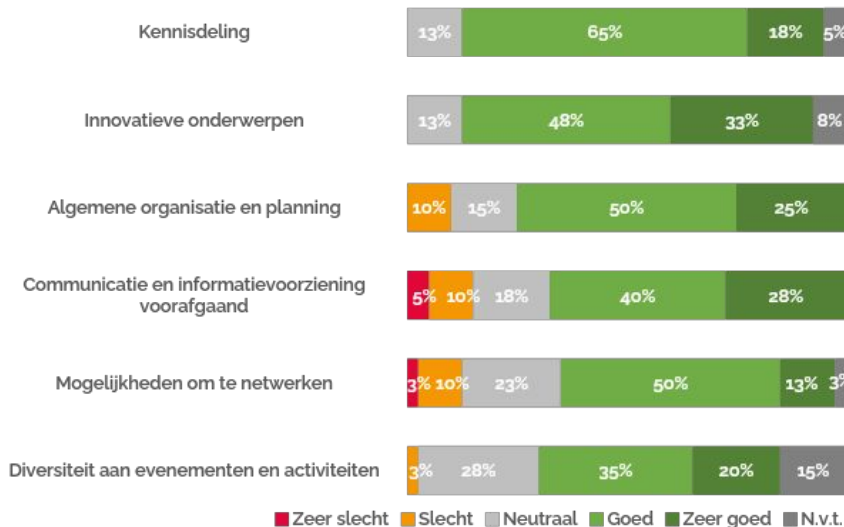


Q. In hoeverre zijn de verwachtingen die je voorafgaand aan je bezoek aan de Dutch Media Week had, uitgekomen? Meerdere antwoorden mogelijk. (Professionals, n=40)

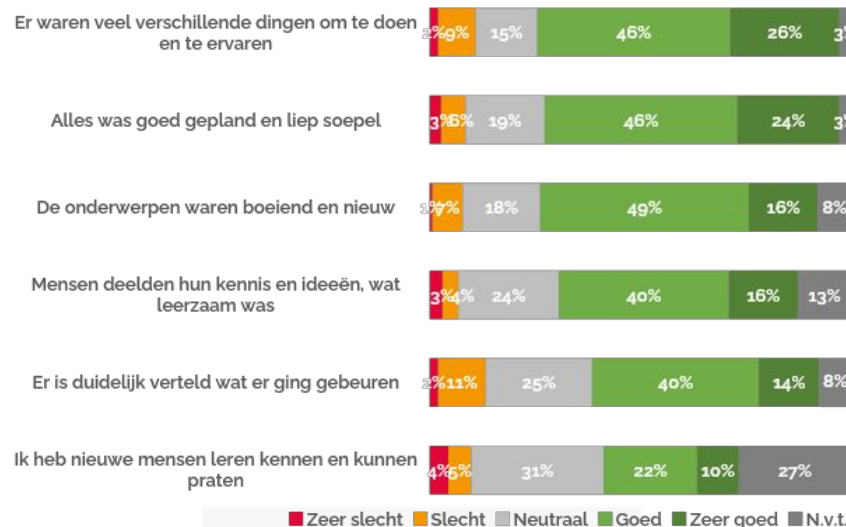
Q. Waarom zijn jouw verwachtingen wel/niet uitgekomen? Open vraag

Aspecten

Particulieren

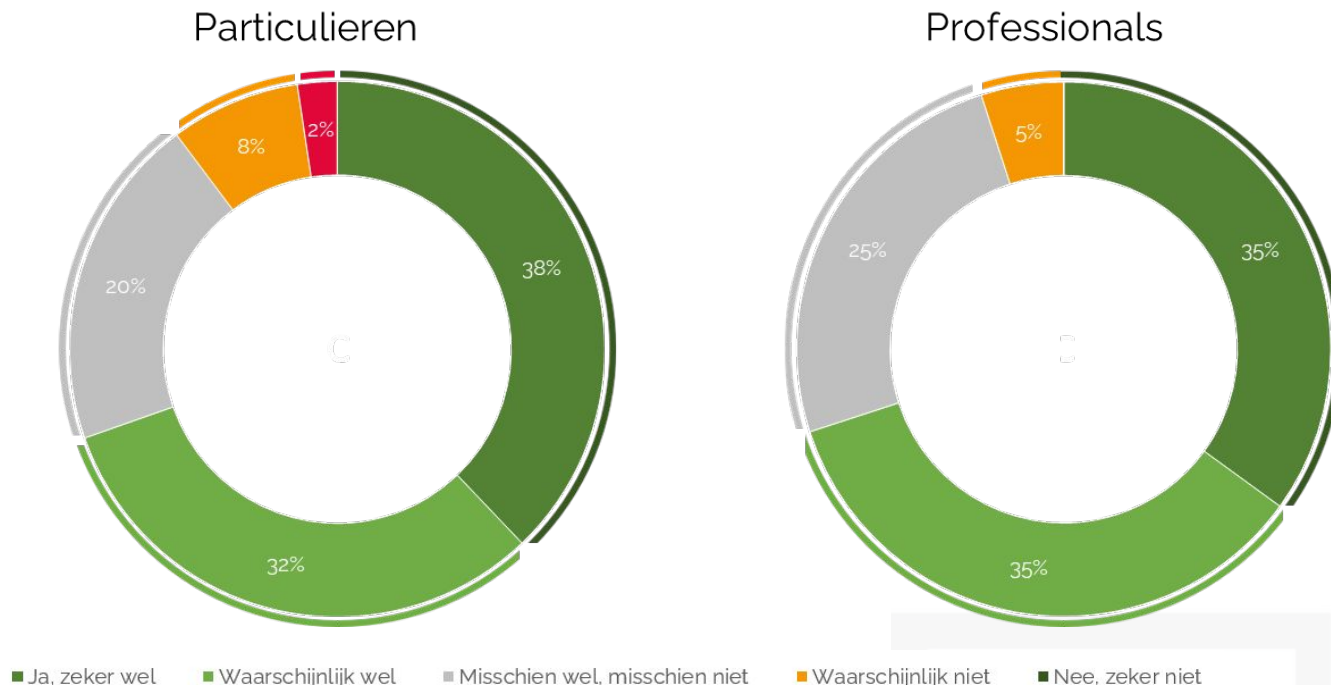


Professionals



Q. Hoe zou je de volgende aspecten beoordelen van Dutch Media Week? Meerdere antwoorden mogelijk. (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

Bezoekers die eerdere edities van de Dutch Media Week hebben bezocht verwachten vaker toekomstige edities te gaan bezoeken



Q. In hoeverre overweeg je om toekomstige edities van Dutch Media Week te bezoeken? (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

Onderwerpen

Particulieren

Impact media op maatschappij

Geschiedenis media

Meer focus op AI, VR en
AR

Kijkje achter de schermen

Radio en podcasts

Techniek (regie en montage)

Professionals

Jonge mediabedrijven podium geven

Ontwikkelingen AI en multimedia

Streamingdiensten

Archief herbeleven

Social media en social content

Q. Welke specifieke onderwerpen binnen de mediawereld zouden volgens jou meer aandacht mogen krijgen tijdens toekomstige edities van Dutch Media Week? (Professionals, n=40; particulieren, n=298)

Onderzoek verantwoording

De analyse is uitgevoerd op basis van een dataset van alle geregistreerde voor Dutch Media Week in Eventbrite voor de events in Hilversum (*Open Studio's, Gaming & E-sports, Joop's Masterclass, Zang Workshop, met Babette Labeij Music Academy, IMTC, Business & Innovation Days, Vakbroedersavond, Cross Media Café: Spatial computing, Podcast met Wibi Soerjadi, Spot035 Inspiratie en netwerkevent*).

Dit bestand is opgeschoond door dubbelingen eruit te filteren. De bruto steekproef kwam uit op 2120 personen.

De periode waarin het onderzoek is afgenomen liep van 12 oktober tot en met 31 oktober 2023. Er hebben binnen de onderzoeksperiode 338 mensen de vragenlijst volledig doorlopen. De netto respons was daarmee 15,9%.