

Online berichtgeving anno 2011

Hoe zorg je voor doeltreffende en efficiënte online publicatie



Erwin van den Boogaard
Eindhoven, 8 juni 2011

Eindhoven, 8 juni 2011

Auteur:

Erwin van den Boogaard
Studentnummer: 2115930

School:

Fontys Hogeschool Eindhoven
ICT Media & Design
Rachelsmolen 1,
5612 MA Eindhoven
0877 875 522

Stagebedrijf:

Eindhovens Dagblad
Begijnenhof 4-6,
5611 EL Eindhoven
040-2336336

Stagebegeleider:

Frans van Alebeek

Bedrijfbegeleidster:

Fleur Besters

Versie:

1.0 Compleet 8 juni 2011

Voorwoord

Na 3,5 jaar zit mijn studie ICT Media & Design aan de Fontys Hogeschool er bijna op. Er volgt nog één grote meesterproef in de vorm van een afstudeerstage van een half jaar. De periode duurt van 7 februari tot 1 juli 2011. Hiervoor heb ik lang gezocht naar een leuke en geschikte stageplaats met een leuke sfeer en een sterke opdracht waar ik iets mee kon. Dit is dankzij vorige studies alweer mijn zevende stage en ik wist nu goed wat ik níet wilde qua bedrijf en werksfeer.

Uiteindelijk kwam ik via school bij toeval uit bij Project Nero van het Eindhovens Dagblad (ED), wat mij direct enorm aansprak toen ik de beschrijving las. Ik ben direct verder gaan informeren naar het bedrijf en de mogelijkheden van een afstudeeropdracht. Na de sollicitatieprocedure en enkele gesprekken is er een goede opdracht uitgekomen. Namelijk het onderzoeken hoe het ED in de toekomst het beste meerdaagse evenementen en calamiteiten digitaal kan presenteren. Het ED is niet de officiële bron van informatie bij calamiteiten. Als krant willen ze echter wel zo goed mogelijk de lezers op de hoogte brengen.

Deze scriptie is geschreven voor de opleiding IMD maar dit rapport is ook bestemd voor medewerkers van het ED die de website beheren. Zij hebben baat bij mijn bevindingen die in deze rapportage besproken worden. Maar ook voor iedereen die geïnteresseerd is in het verbeteren van nieuwspublicaties.

Graag zou ik hierbij ook iedereen willen bedanken die mij heeft geholpen met het tot stand komen van de afstudeeropdracht en scriptie. In het bijzonder mijn bedrijfsbegeleider Fleur Besters voor alle hulp, advies en steun tijdens mijn stage.

Daarnaast bedank ik Paul Vereijken, Anke Verbakel en andere leden van de digitale redactie van het ED die mij geholpen hebben met cijfers en informatie.

Tenslotte wil ik docentbegeleider Frans van Alebeek bedanken voor zijn goede begeleiding, feedback en ondersteuning tijdens de rit naar mijn afstudeerzitting.



Inhoudsopgave

Samenvatting	4
Summary	5
Verklarende woordenlijst	6
1. Inleiding	8
2. Het bedrijf	9
2.1 Missie & Visie	9
2.2 Organigram	10
3. De opdracht	11
3.1 Probleemstelling	11
3.2 Opdrachtoomschrijving	11
3.3 Eisen aan de opdracht	11
4. Het onderzoek	12
4.1 Welke digitale mediavormen zijn er in het verleden gebruikt en wat waren de resultaten hiervan?	12
4.2 Welke vormen van moderne communicatie zijn er op dit moment beschikbaar?	12
4.3 Welke vormen van moderne communicatie worden er gebruikt door de doelgroep van het ED?	13
4.4 Welke vorm van moderne communicatietechniek kan er het beste toegepast worden bij de online berichtgeving?	13
5. Gebruikte digitale mediavormen	14
5.1 Verschillen tussen calamiteiten en gewone gebeurtenissen	14
5.2 Brand bij Timco plastics	14
5.3 Live Bloggen	14
5.4 Berichtgeving bij meerdaagse evenementen	15
5.5 Verbeteringen website	15
5.6 Augmented Reality	15
5.7 Augmented Reality met QR codes	16
6. Gebruik van social media door het ED	17
6.1 YouTube	17
6.2 Twitter	17
6.3 Hyves	17
6.4 Facebook	18
7. Nieuwe mobiele applicatie	19
7.1 STIR cijfers	19
7.2 ComScore cijfers	19
7.3 De resultaten van de metingen	19
8. Conclusies en aanbevelingen	20
Trajectbeschrijving	22
Evaluatie	24
Literatuurlijst	26
Digitale bijlage	28

Samenvatting

Deze scriptie doet verslag van de stage bij het Eindhovens Dagblad (ED). Het ED is een krant die al sinds 1911 bestaat. De krant heeft een oplage van 110.000 en een bereik van 350.000 lezers door dubbellezers en dergelijke.

Het ED heeft ook een website, in 1994 waren ze zelfs de eerste krant in Nederland met een eigen website. Sinds die tijd is er ontzettend veel gebeurd in de digitale wereld. Een bedrijf zonder website is ondenkbaar en de technologie is ontzettend veel verder. De website van het ED is op sommige punten ook niet zo sterk meer als hij zou moeten zijn.

Volgens de medewerkers van het ED en via reacties van lezers is er bekend dat de berichtgeving bij evenementen en meerdaagse evenementen beter kan. Zo is de complete berichtgeving rondom een bepaald groot evenement, de 'special pagina', niet goed terug te vinden, er zijn enkel losse berichten. Ook zijn de pagina's onoverzichtelijk en hebben ze een aantal verbeterpunten. Op een pagina staan naast de gerelateerde nieuwsberichten ook de bijbehorende video's en dergelijke van het evenement.

Daarom bestond de opdracht uit het onderzoeken hoe deze berichtgeving verbeterd kon worden. Vervolgens zullen de verbeteringen doorgevoerd worden. Er is besloten eerst de huidige berichtgeving te onderzoeken, inclusief alle voor- en nadelen hiervan. Vervolgens zijn de nadelen omgezet in verbeterpunten, afgeleid van de berichtgeving op andere websites en ervaringen van de medewerkers.

Er is ook onderzocht of het nuttig zou zijn als het ED een mobiele applicatie zou hebben om hiermee de lezers op de hoogte te houden bij calamiteiten of grote evenementen. Dit zou een extra toegevoegde waarde kunnen hebben voor het ED. Hiermee kunnen de lezers snel op de hoogte gehouden worden van nieuwe ontwikkelingen bij calamiteiten of evenementen.

Bovendien is het huidige gebruik van social media door het ED bekeken. Er is gekeken of er plaats is voor aanvulling of verbetering. Dit zal in de toekomst ook beter toegepast worden bij de berichtgeving rondom evenementen en calamiteiten.

Bij elke calamiteit of groot nieuwsitem wordt door het ED gekeken wat het beste gebruikt kan worden om het nieuws zo goed mogelijk te presenteren. Bij een grote calamiteit

wordt vaak gebruik gemaakt van een liveblog, bij kleinere calamiteiten met minder ontwikkelingen wordt het nieuwsbericht op ED.nl bijgewerkt. Bij liveblogs zijn er voor de bezoeker nog onduidelijkheden over privé berichten. Deze werden niet allemaal beantwoord of geplaatst in het blog. Dat zorgde voor frustratie.

Er is onderzocht hoe andere nieuwssites de berichtgeving rondom calamiteiten en evenementen geregeld hebben en wat het ED hiervan kan leren. Hier is een analyse uit gekomen met een aantal verbeterpunten. Deze hebben te maken met overzichtelijkheid, gebruikersgemak en dergelijke.

Uit onderzoek is gebleken dat nog te weinig online bezoekers van het ED gebruik maken van een smartphone. Het is daarom verstandig nog even te wachten met een mobiele applicatie. Wel is er voor in de toekomst alvast een ontwerp gemaakt met alle aanbevelingen.

Het ED maakt al veel gebruik van social media. Tijdens deze project-periode is de digidesk begonnen met het gebruik van Hyves en Facebook. Dit was overigens een keuze van de digidesk zelf. Van Twitter en YouTube maakte de redactie al goed gebruik.

Er zitten veel voordelen aan het gebruik van social media, denk aan het bereik dat je ermee hebt. Nadeel is dat het erg arbeidsintensief is en dat je discussies over een onderwerp op deze manier op verschillende plaatsen start. Het gebruik van social media zal bij het verbeteren van de berichtgeving op een efficiënte manier toegepast worden. Het wordt beter betrokken bij de berichtgeving.

Door het onderzoek is gebleken dat het verstandiger is de huidige berichtgeving te verbeteren in plaats van een mobiele applicatie te ontwikkelen. Dit zal gebeuren aan de hand van de analyse die heeft plaatsgevonden. Er wordt hiervoor een speciale pagina ontwikkeld waarop alle verbeteringen zijn toegepast.

Summary

This paper reports the internship at the Eindhoven Dagblad (ED). The ED is a newspaper that exists since 1911. Every day 110,000 copies are printed. The ED has a reach of 350,000 readers through double readers and similar.

The ED has a website, in 1994 they were the first newspaper in the Netherlands with its own website. Since then a lot has happened in the digital world. A company without a website is unthinkable and the technology has developed much further. The website of the ED is at some points not as strong anymore as it should be.

According to the staff of the ED and through readers' comments is known that the coverage of events and multiple day could be better. The complete report about a given large event, the so called 'special page', can't be found in some cases, only scattered reports. The special pages are also disorganized and they have some more improvements. These pages containing besides the news reports all the related things around the item. The related video's, reactions and so on.

The task consisted investigating how these reports could be improved and after that, improving the current reporting. It was decided to start investigating the current way of reporting, including all the positive and negative aspects of it. Next, change these negative aspects into improvements, looking at the positive aspects on other news websites and experiences of ED employees.

The study investigated whether it would be helpful if the ED would have a mobile application for the readers to keep up in emergencies or major events. This would be an extra added value to the ED. It will help to inform readers quickly of new developments in emergencies or events.

Also, the current use of social media by the ED is analyzed. The study tested whether there is room for additions or improvements. In the future this will be applied to improve the news about events and calamities.

In each case of an incident or (big) event, the digidesk of the ED decide what the best possible way is to present the news. In a large disaster a live blog is used in the past, with smaller developments with fewer accidents the news report on the ED.nl website will be updated. In case of a live blog the visitor is still unclear about private messages. These

were not all answered by the ED crew or placed in the blog. This caused frustration at the viewers.

The study investigated how other news websites reported incidents and events and what the ED can learn from them. A good analysis come up from this investigation with some points improvement for the ED.

Research has shown that too few online visitors to the ED are using a Smartphone. It is therefore wise to wait with a mobile application. However, there is made a design with all the recommendations that can be used in the future.

The ED uses social media on a very big scale. During this project period the digidesk started using Hyves and Facebook. This was a choice of digidesk itself, not a recommendation after this investigation. The ED already used Twitter and YouTube.

There are many advantages of using social media, think of the range is has. You can reach very much people with it. Disadvantages are that it is very labor intensive and you start debates on a topic at different places. Social media must be used in an efficient manner around incidents and big events. It must get more involved at the reporting.

The investigation has shown that it is wiser to improve the current coverage instead of developing a new mobile application. This will be done on the basis of the analysis that has taken place. A special page will be developed which has all the found improvements implemented for the future use at incidents and big events.

Verklarende woordenlijst

Android

Besturingssysteem ontwikkeld voor smartphones door Google.

Augmented Reality

Letterlijk vertaald 'toegevoegde werkelijkheid'. Hiermee kan je met een videocamera je omgeving filmen en daarbij op je scherm dingen toevoegen aan de beelden. Het is de realiteit combineren met virtuele informatie. Er zijn ontzettend veel toepassingen voor mogelijk.



CMS

Content Management System, vertaald naar het Nederlands is dat letterlijk 'inhoudbeheersysteem'. Dit is een programma waarmee je, zoals het woord al zegt, eenvoudig de inhoud van bijvoorbeeld een website kan beheren. Dit zonder enige kennis van programmeren of iets dergelijks.

Cover It live

Programma waarmee het ED doet aan livebloggen.

CSS

Cascading Style Sheet, een programmeertaal om websites grafisch vorm te geven. Je hebt verschillende versies: CSS2 is de standaard, CSS3 is nieuw en wordt nog niet zoveel gebruikt

DDW

Dit staat voor Dutch Design Week. Het is een negendaags evenement dat elk jaar in oktober plaatsvindt in Eindhoven. In deze periode vinden er veel evenementen, congressen, lezingen en workshops plaats die te maken hebben met design.

Digidesk

Digitale redactie van het ED. Ze beheren de (mobiele) website, social media enz.

Dubbellezer

Een kopie van een krant wordt ooit door meerdere mensen gelezen, bijvoorbeeld burens die samen een krant delen. Hierdoor ligt de verkoop of aantal abonnees lager dan het totale bereik van de krant. Deze mensen worden dubbellezers genoemd.

ED:

Afkorting/naam Eindhovens Dagblad.

Eindhovens Dagblad:

Regionaal dagblad, regio Eindhoven/Helmond. Onderdeel van uitgeverij Wegener.

GPS

Global Positioning System, een systeem dat gebruik maakt van satellieten of in geval van mobiele telefoons ooit het telefoonnetwerk. Hiermee wordt de huidige positie van het apparaat bepaald. Heeft meerdere doeleinden.

HD

High Definition, zeer hoge kwaliteit videobeeld.

Liveblog

Een weblog (berichtenreeks) die live wordt bijgehouden. Bij elke nieuwe gebeurtenis wordt er een nieuw bericht geplaatst om iedereen op de hoogte te houden.

Mobiele applicatie

Een programma speciaal ontwikkeld voor op een mobiele telefoon of ander mobiel apparaat zoals een iPad of PDA.

Moderator

Zo wordt een persoon genoemd die iets modereert/aanpast. Dit wordt vooral bij online toepassingen gebruikt als naam.

PDF

Een documenttype, geschikt voor Adobe Reader. Deze kunnen zowel tekst als multimedia bevatten en is niet te wijzigen zoals dat wel bij Word documenten het geval is. Ideaal om mensen een document te sturen dat enkel geprint hoeft te worden.

Project Nero:

Samenwerkingsproject tussen Fontys journalistiek uit Tilburg en het Eindhovens Dagblad. Een groep journalisten van de Fontys opleiding houdt zich hier telkens voor een periode van 12 weken op projectmatige basis bezig met journalistiek. Fontys ICT stagiaires werken bij Nero samen om de studenten te helpen met het ontwikkelen van applicaties en websites om het nieuws te presenteren.

QR

Dit staat voor 'Quick Response'. Het is een vorm van augmented reality, maar dan door afbeeldingen in te scannen met een videocamera op een smartphone die beschikt over een applicatie die deze QR afbeeldingen (codes) kan scannen. Na het scannen is het mogelijk om nieuwe tekst, afbeeldingen of dergelijke te laden of de gebruiker door te verwijzen naar een website. Dit gebeurt allemaal via het internet.

RSS

Dit staat voor Really Simple Syndication, wat in feite 'eenvoudige gelijktijdige publicatie' betekent. Berichten, bij het geval van het ED nieuwsberichten, worden in deze feed gezet die op verschillende plekken gepubliceerd kunnen worden. Denk aan Social Media, websites of Outlook.

Smartphone

Een mobiele telefoon die veel overeenkomsten heeft met een PC. Deze beschikt bijvoorbeeld over email, internet, navigatie en dergelijke.

Social Media

Een verzamelnaam voor online platformen waar de gebruiker zelf de inhoud kan bepalen. Vooral gericht om in contact met anderen te komen.

Timco Plastics

Een bedrijf uit Valkenswaard dat in juli 2010 helemaal afgebrand is. Momenteel is het weer opnieuw opgebouwd en in bedrijf.

Twitter Feeds

Met Twitter worden er zogenaamde 'hashtags' gebruikt. Dit zijn soort zoekwoorden. Het ED gebruikt bijvoorbeeld #ed, Project Nero #ednero of #bdnero (Brabants Dagblad). Alle berichten die gebruik maken van eenzelfde hashtag kunnen opgevangen worden en in een tijdlijn gepresenteerd worden, dit is een feed.

URL

Het staat voor 'Uniform Resource Locator', al wordt de afkorting als term gebruikt. Een URL is de link naar een webpagina. De URL naar het ED is www.ed.nl

VNU

Groot Nederlands mediabedrijf. Een aantal jaren geleden behoorde het Eindhovens Dagblad hier toe, voordat het verkocht werd aan Wegener.

Wegener:

Uitgeverij, bezit naast het ED meerdere dagbladen: Brabants Dagblad, BN/DeStem, De Stentor, De Gelderlander, PZC, De Twentsche Courant Tubantia. Allemaal samen hebben deze een oplage van 800.000 per dag.

1. Inleiding

Het doel van een krant is om zo snel mogelijk het nieuws te brengen. Tegenwoordig is het als krant moeilijk te concurreren omdat deze één keer per dag verschijnt en vaak al met oud nieuws komt. Dit komt vooral door de komst van het internet. Logische stap is dan ook dat de krant digitaal gaat om de lezers op de hoogte te houden van de laatste nieuwsfeiten binnen de regio. Het ED was in 1994 de eerste Nederlandse krant met een website.

Er is in de tussentijd veel veranderd en tegenwoordig is het ondenkbaar dat een krant geen website heeft waarop deze het nieuws presenteert. Het Eindhovens Dagblad kent ondertussen een aantal dingen die de redactie verbeterd wil zien aan de website, met name de manier waarop meerdaagse evenementen en grote calamiteiten gepresenteerd worden. Het ED is niet de officiële bron van informatie bij calamiteiten. Als krant willen ze echter wel zo goed mogelijk de lezers op de hoogte brengen.

Dit wordt momenteel gedaan via liveblogs en 'special' pagina's op de website. Deze pagina's kennen, naast dat ze wat lastig terug te vinden zijn en bovendien niet overzichtelijk genoeg zijn, een aantal verbeterpunten. Deze feedback komt van medewerkers van het ED en een aantal reacties van lezers. Ook moet de zoekfunctie verbeterd worden. Als u op de website zoekt naar 'Timco' of 'carnaval' krijgt u niet de juiste resultaten. Hierover leest u later meer.

Het ED is een regionale krant die in de regio Eindhoven/Helmond verspreid wordt. Het heeft 104.000 abonnees en een bereik van circa 350.000 lezers door dubbele lezers en dergelijke. Het ED is net als het Brabants Dagblad en vele andere regionale dagbladen onderdeel van uitgever Wegeener. Naast meerdaagse evenementen als carnaval heeft het ED afgelopen jaar ook uitgebreid verslag gedaan over het Serieus Request Glazen Huis in Eindhoven.

In opdracht van het ED is onderzocht hoe de berichtgeving van calamiteiten en meerdaagse evenementen te verbeteren is. Het onderzoek bestaat uit een analyse van zowel de eigen website als die van andere kranten, nationaal en internationaal. Aan de hand hiervan is een verbeterrapport geschreven.

Ook is de verslaglegging van de grote brand bij Timco Plastics in Valkenswaard op 23 juli 2010 geanalyseerd. Deze calamiteit werd destijds via een liveblog online verslagen. Re-

acties van lezers en redacteuren leerden dat deze vorm van berichtgeving niet ideaal was. De lezers hebben namelijk de mogelijkheid om te reageren op de berichten, hierdoor stroomden er honderden reacties binnen. De redacteuren hadden echter geen tijd om deze allemaal te lezen, op te reageren of openbaar te maken. Dit zorgde weer voor irritatie bij sommige lezers. Er werd namelijk ook veel gespeculeerd door de lezers terwijl het ED de berichtgeving duidelijk en juist wil hebben.

Tijdens het onderzoek is er gekeken naar de mogelijkheid tot het uitbereiden van de verslaggeving door een mobiele applicatie te lanceren of mensen op de hoogte te houden via social media. Twitter en YouTube worden al enige tijd gebruikt om nieuws te brengen.

Na het onderzoek zijn de verbeteringen technisch gerealiseerd aan de hand van de onderzoeksresultaten.

Hoofdstuk 2 beschrijft het bedrijf Eindhovens Dagblad waar dit project is uitgevoerd. Hoofdstuk 3 beschrijft de opdracht in detail, de huidige situatie en het probleem dat zich voordoet. In hoofdstuk 4 wordt beschreven hoe dat het probleem en de oplossing is onderzocht. In hoofdstuk 5 is het onderzoek naar de huidige berichtgeving beschreven. Gevolgd door hoofdstuk 6 waar het onderzoek naar het gebruik van social media door het ED beschreven staat. Hoofdstuk 7 beschrijft het onderzoek naar de mogelijkheden voor een mobiele applicatie. Hierna komen nog de hoofdstukken conclusie en aanbevelingen, trajectbeschrijving en evaluatie.

2. Het bedrijf

Op zaterdag 23 december 1911 verscheen het allereerste nummer van het Eindhovens Dagblad. Deze krijgt vanaf 1915 flinke concurrentie van de “Eindhovensche en Meijerijsche Courant”. Een abonnement kostte in die tijd 1,30 gulden per kwartaal.

In de jaren '30 telde het Eindhovens Dagblad ±8000 abonnees, de Eindhovensche en Meijerijsche Courant ±18.000.

Na de oorlog verkeert het Eindhovens Dagblad in hevige concurrentie met “Oost-Brabant”, een ander dagblad dat dan in Eindhoven verschijnt. Oost-Brabant, in feite een poging tot voortzetting van de slecht draaiende Eindhovensche en Meijerijsche Courant, verliest abonnees aan het Eindhovensche Dagblad. In 1963 koopt de eigenaar van Oost-Brabant het Eindhovensche Dagblad op. Een half jaar later fuseren de twee kranten en gaan verder als ‘Eindhovens Dagblad, dagblad voor Oost-Brabant’.

Binnen een jaar, in april 1964 wordt er gefuseerd met de Nieuwe Eindhovensche Krant, de gezamenlijke naam wordt ‘Eindhovens Dagblad’.

In 1967 wordt het Eindhovens Dagblad een dochteronderneming van VNU uit Haarlem. VNU koopt in datzelfde jaar ook het Helmonds Dagblad. Deze titel verdwijnt echter in 1993. Eindhovens Dagblad maakt vervolgens zijn intrede in Helmond.

In 1994 is het Eindhovens Dagblad de eerste krant in Nederland met een eigen website.

In 2000 verkoopt VNU haar dagbladengroep, waar het ED onder valt, aan Wegener.

Wegener is de grootste uitgever van regionale dagbladen en huis-aan-huis-kranten in Nederland. Dagelijks bezorgt Wegener zeven regionale dagbladen met een oplage van circa 800.000 exemplaren in een groot deel van Nederland, die iedere dag door gemiddeld 2,6 miljoen personen worden gelezen. Het Eindhovens Dagblad is een van die zeven regionale dagbladen die onderdeel uitmaken van het uitgeefconcern Wegener.

Naast het Eindhovens Dagblad vallen de volgende regionale dagbladen onder het concern Wegener:

- Brabants Dagblad
- BN / DeStem
- de Stentor
- De Gelderlander
- PZC
- De Twentsche Courant Tubantia

Bij het Eindhovens Dagblad werken 104 mensen, van wie 40% parttime. Het hoofdkantoor is gevestigd in Eindhoven, daarnaast heeft het ED nog een kantoor in Helmond. Hier wordt de editie Helmond Plus, een apart katern in het ED, gemaakt. De drukkerij van het ED zit in Best waar dagelijks 110.000 dagbladen worden gedrukt. Door dubbellezers en mensen die de krant bijvoorbeeld op het werk lezen zijn er in totaal circa 350.000 lezers.

Project Nero

Vanaf september 2010 werkt het ED samen met Fontys Hogeschool voor journalistiek, samen hebben zij ‘Project Nero’ opgezet. Een groep journalisten van de Fontys opleiding houdt zich hier telkens voor een periode van 12 weken op projectmatige basis bezig met journalistiek. Fontys ICT stagiaires werken bij Nero samen om de studenten te helpen met het ontwikkelen van applicaties en websites om het nieuws te presenteren.

2.1 Missie & Visie

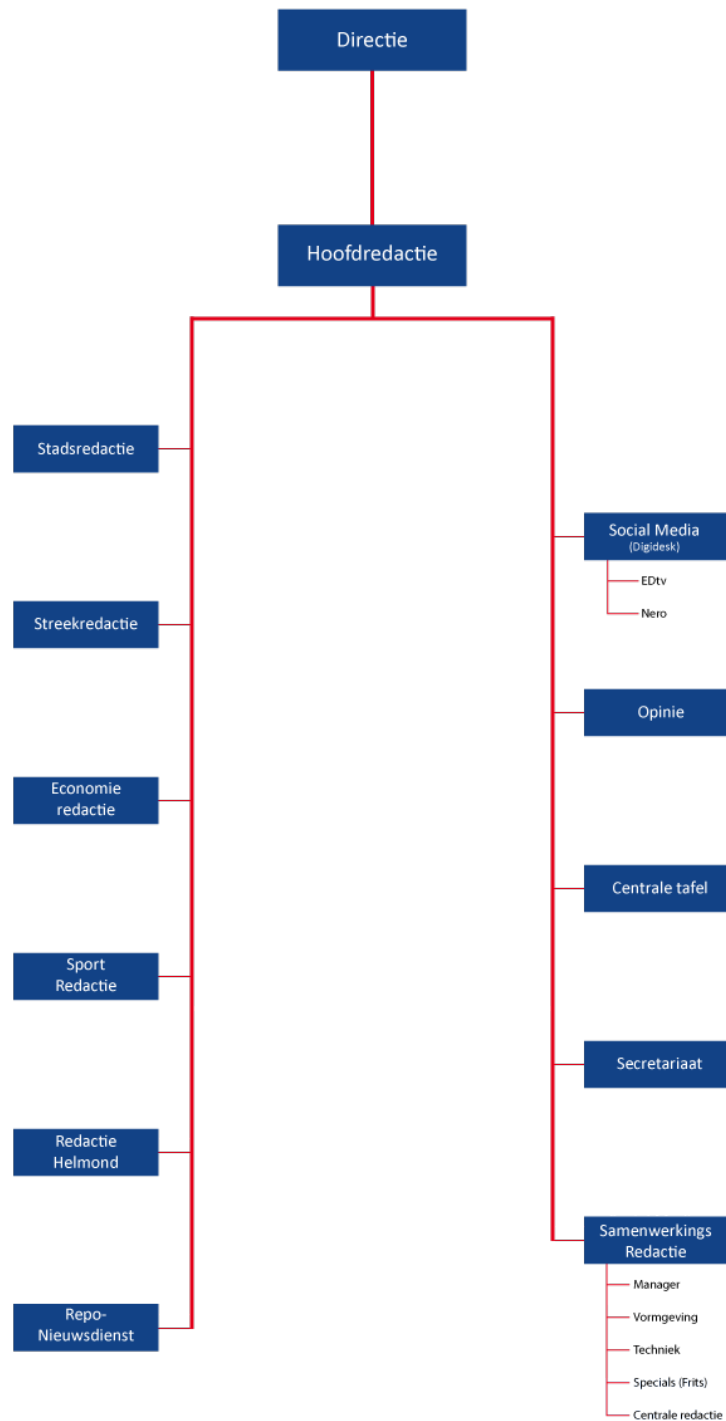
Missie

Het doel van het Eindhovens Dagblad is dé informatiebrenner van Zuidoost-Brabant te zijn waarbij de hoofdredactie de nadruk legt op kwaliteit en betrouwbaarheid.

Visie

Het Eindhovens Dagblad wil als regionaal verankerd bedrijf op een betrokken, betrouwbare en kwalitatief hoogstaande manier via de krant en andere uitingen voorzien in de nieuws- en informatiebehoefte in Zuidoost-Brabant door met gedreven medewerkers op een vernieuwende en servicegerichte wijze de markt te bewerken, om zo een slagvaardige en goed renderende onderneming te vormen.

2.2 Organigram



3. De opdracht

3.1. Probleemstelling

Beginsituatie

Eindhovens Dagblad is een krant die 6x per week verschijnt. Sinds 1994 is het ED ook online te vinden op www.ed.nl. Deze wordt bijgehouden door de Digidesk, de digitale redactie van het ED. Zij zorgen dat al het nieuws juist weergegeven wordt, gaan over het plaatsen van reclamebanners en het algemene onderhoud. De website speelt een almaar groter wordende rol binnen het bedrijf. Ook niet-abonnees bezoeken de website. Op de website staan veel nieuwsberichten te lezen, velen met een verwijzing naar de krant voor het volledige verhaal.

Wat is er niet goed/is een probleem?

De berichtgeving bij calamiteiten en meerdaagse evenementen is nog niet optimaal. Dit blijkt uit gesprekken met werknemers van het ED. Zij weten dit uit eigen ervaringen en via reacties van lezers. Deze zijn overigens nergens gedocumenteerd of iets dergelijks. Per evenement/calamiteit verschijnen er meerdere berichten, aangevuld met foto- en video materiaal. De structuur hiervan dient verbeterd te worden om het klantvriendelijker en overzichtelijker te maken. Ook is de complete berichtgeving rond een evenement/calamiteit lastig terug te vinden wanneer deze alweer even geleden is. Er zijn via de zoekfunctie wel enkele losse artikelen te vinden maar nooit het complete overzicht.

Wat zijn de niet gewenste gevolgen?

De website kan op enkele punten verbeterd worden voor meer duidelijkheid, eenheid en structuur. Bezoekers zouden immers om die reden naar andere nieuws sites kunnen gaan om daar aan nieuws te komen. Hier zijn echter geen harde cijfers of lezersreacties van.

Wat is het doel van het project?

Het doel van dit project is om de informatievoorziening rondom calamiteiten en meerdaagse evenementen te verbeteren. Dit zal gaan door de huidige website te verbeteren of een nieuwe mobiele applicatie te creëren. Het is bedoeld voor de toekomstige calamiteiten en evenementen, de eerdere nieuwsitems worden niet omgezet naar het nieuwe format. De nieuwe omgeving zal ook alleen gebruikt worden door de redactie van het Eindhovens Dagblad. De stagiair zal na voltooiing het systeem niet meer onderhouden of vullen met content.

Wat wil de opdrachtgever ermee bereiken?

Zowel de opdrachtgever als de lezers zijn niet helemaal tevreden zoals de nieuwsberichten nu geplaatst worden rondom een grote calamiteit of evenement. Door dit te verbeteren wil het Eindhovens Dagblad de lezers meer tevreden stellen. Er zijn echter geen concrete cijfers bekend over de tevredenheid van de lezers of andere vormen van feedback. Met een goede website en berichtgeving worden nieuwe lezers geworven en uiteindelijk nieuwe abonnees aangetrokken.

3.2 Opdrachtomschrijving

Het Eindhovens Dagblad doet verslag van alle gebeurtenissen en evenementen in de omgeving van Eindhoven en Helmond. Bij meerdaagse evenementen of calamiteiten zijn er verschillende berichten over hetzelfde item. Hierbij horen ook foto's en video's die ermee in verband staan. Momenteel wordt alles op een 'special' pagina geplaatst. Dit is in feite een uitgebreide nieuwspagina waar alle gerelateerde berichten, foto's en video's geplaatst en gelinkt zijn. Bij calamiteiten is in het verleden ook al gebruik gemaakt van liveblogs, deze worden dan toegevoegd aan een nieuwsbericht op de website zodat deze up-to-date blijft.

De opdracht bestaat uit het onderzoeken naar de beste manier van berichtgeven bij calamiteiten en meerdaagse evenementen. Er wordt gekeken of dat dit gedaan moet worden door het verbeteren van de huidige website, het gebruik van een extra mobiele applicatie of het beter gebruik maken van social media in deze gevallen.

Vervolgens worden er aan de hand van de onderzoeksresultaten verbeteringen gemaakt aan de huidige website, een mobiele applicatie ontwikkeld of een social media campagne opgezet.

3.3 Eisen aan de opdracht

Bij de persoonlijke leerdoelen is er een doel opgesteld om bij de realisatie van de opdracht gebruik te maken van Cascading Style Sheets (CSS) 3.0. Dit is de nieuwste versie van een programmeertaal om websites grafisch vorm te geven. Door het gebruik hiervan wordt er kennis gemaakt met deze nieuwe programmeertaal en nieuwe kennis opgedaan.

4. Het onderzoek

Voordat er begonnen kan worden met de uitvoering van de eindoplossing, dient er goed onderzoek gedaan te worden naar de manier waarop dit het beste te doen is.

Hoofdvraag

Aan de hand van de probleemsituatie, die in het vorige hoofdstuk uitgebreid beschreven is, is er een hoofdvraag opgesteld:

Op welke manier kunnen grote meerdaagse evenementen of calamiteiten het beste online gepresenteerd worden aan het publiek terwijl de doelgroep ermee overweg kan?

Deelvragen

Om deze hoofdvraag goed te kunnen beantwoorden, is deze onderverdeeld in meerdere deelvragen om deze specifiek te krijgen:

- Welke digitale mediavormen zijn er in het verleden gebruikt en wat waren de resultaten hiervan?
- Welke vormen van moderne communicatie zijn er op dit moment beschikbaar en wat zijn de mogelijkheden hiermee?
- Welke vormen van moderne communicatie technieken worden er gebruikt door de doelgroep van het Eindhovens Dagblad?
- Welke vorm van moderne communicatietechniek kan er het beste toegepast worden bij de nieuwe vorm online berichtgeving?

Door deze vragen één voor één te beantwoorden wordt er gewerkt naar de oplossing van de hoofdvraag.

4.1 Welke digitale mediavormen zijn er in het verleden gebruikt en wat waren de resultaten hiervan?

Na het schrijven van een PID en het beter leren kennen van het Eindhovens Dagblad en diens websites, is het onderzoek is begonnen met het spreken van leden van de digidesk. Hier zijn de manieren van berichtgeving die in het verleden gebruikt zijn besproken. Er is onder andere gesproken over de manier waarop berichten van meerdaagse evenementen momenteel gepubliceerd worden op de website.

Aan de hand van het gesprek is de website van het ED goed bestudeerd, met name de berichtgeving rondom het Glazen Huis en Carnaval 2011. Deze meerdaagse evenementen hebben plaatsgevonden vlak voor en tijdens de onderzoeksperiode. Ook de verslaggeving rondom de grote brand bij Timco Plastics in Valkenswaard op 21 juli 2010 is geanalyseerd. Dit was een grote calamiteit binnen het verspreidingsgebied van het Eindhovens Dagblad. Alle mogelijkheden die er zijn met het programma dat hiervoor gebruikt is, Cover It Live, zijn bekeken en gedocumenteerd. Hiervan is een analyse gemaakt met alle plus en minpunten hiervan. Deze volledige analyse kunt u vinden in de bijlage 'Timco case'.

Ook zijn er andere websites van andere kranten bestudeerd; De Limburger, New York Times, NRC, Telegraaf en Volkskrant. Hierbij is gekeken naar de berichtgeving, vooral die bij grote evenementen of calamiteiten. Dit vond toevallig ten tijde van de oorlog in Libië en de aardbeving, tsunami en daaropvolgende nucleaire ramp in Japan plaats. Hiervan is een analyse en aanbevelingen rapport geschreven met daarin een lijst van verbeterpunten en suggesties. Deze kunt u vinden in de bijlage 'Onderzoek Verbeteringen'.

4.2 Welke vormen van moderne communicatie zijn er op dit moment beschikbaar?

Het Eindhovens Dagblad communiceert op veel verschillende manieren met de lezers. Naast de krant hebben ze een eigen website, een mobiele website voor mobiele bezoekers, en zijn ze erg actief via social media zoals Twitter, YouTube, Facebook en Hyves. Bovendien gebruikten ze in het verleden ooit augmented reality. Deze communicatiekanalen zijn goed bekeken en er is navraag gedaan naar het nut en doel ervan. Het Eindhovens Dagblad maakt al van alle gangbare media gebruik. In hoofdstuk 5 wordt het onderzoek uitgebreid beschreven.

4.3 Welke vormen van moderne communicatie worden er gebruikt door de doelgroep van het ED?

Dit is geanalyseerd aan de hand van de mobiele telefoons die er gebruikt worden door de bezoekers van de ED websites. Deze gegevens zijn via verschillende analyse programma's op te vragen door de digidesk redactie. Deze zijn met elkaar vergeleken om een beeld te krijgen van de door de www.ED.nl en <http://m.ed.nl> bezochte mobiele (smart) telefoons. De telefoons die momenteel op de markt zijn hebben naast bellen en sms'en ontzettend veel communicatiemogelijkheden; internet, foto- en videocamera, GPS en meer... Bovendien hebben ze de mogelijkheid om applicaties te installeren en draaien. Hierdoor zijn er direct een hoop nieuwe mogelijkheden. De telefoon is de grootste gadget van de mensen van tegenwoordig. Het is zover dat dit tegenwoordig hét communicatiemiddel is. Naast bellen en sms'en is het mogelijk om te beeldbellen, mailen, social media bijhouden et cetera.

4.4 Welke vorm van moderne communicatietechniek kan er het beste toegepast worden bij de online berichtgeving?

Deze deelvraag zou in feite al het de onderzoeksvraag beantwoorden. Na de gedetailleerde beschrijving van het onderzoek, zal in de conclusie en aanbevelingen deze vraag beantwoord worden.



Mocht er uit dit onderzoek blijken dat er voldoende gebruik gemaakt wordt van mobiele telefoons bij het bezoeken van de ED sites, kan er overwogen worden om een mobiele applicatie te ontwikkelen ter extra ondersteuning.

5. Gebruikte digitale mediavormen

Het grote onderzoek is begonnen door met Paul Vereijken van de digidesk te praten over de huidige situatie en de problemen die zich hierbij voordoen. Ook de wensen en toekomstvisie van de digidesk zijn hier besproken. De digidesk is als digitale redactie namelijk bezig met de website en weet hier het meeste over te vertellen. Ook zijn zij het beste geïnformeerd over alles wat speelt rondom de website.

Uit dit gesprek is gebleken dat de digidesk het bij voorbaat al niet wenselijk vindt om een extra mobiele applicatie te krijgen. “Bij calamiteiten moeten de mensen zo snel en simpel mogelijk geholpen worden aan informatie. Het moet niet zo zijn dat ze eerst een applicatie moeten downloaden” aldus Paul. Bovendien zal dit extra werk creëren voor de helpdesk waar ze eigenlijk geen tijd voor hebben. Momenteel hebben ze al 2 websites die voorzien worden van nieuws dat eigenlijk voor de krant bestemd was, er gaat al veel tijd zitten in de (omslachtige) manier van omzetten van de berichten. Een extra mobiele applicatie zou daarom voor de helpdesk ook niet ideaal zijn. Toch wordt het later in dit onderzoek nog bekeken of het niet interessant is voor het Eindhovens Dagblad. Op deze manier wordt de lezer namelijk iets extra’s aangeboden, goed op de hoogte gebracht en tevreden gesteld. De keuze of er een mobiele applicatie aan te bevelen is, is afhankelijk van het aantal lezers die momenteel beschikken over de juiste apparatuur. Ondanks dat, heeft de digidesk liever dat de verbeteringen gericht worden op de website zelf.

5.1 Verschillen tussen calamiteiten en gewone gebeurtenissen

Volgens Paul is er een verschil tussen de berichtgeving van een calamiteit en een evenement, maar wordt de vorm van berichtgeving per gebeurtenis bepaald. Er wordt bij een nieuwsbericht al snel duidelijk of het een calamiteit is of niet. Bij de eerste berichten die de redactie binnen krijgt wordt dit altijd beoordeeld. Denk dan aan de impact die het bericht zal hebben op het volk, duurt het langer dan een half uur, zijn er veel mensen betrokken, wat is de complexiteit, zijn er meerdere partijen bij betrokken, zal er nog nieuws volgen, en hoeveel? Hierna wordt er gekozen voor de berichtvorm. Wanneer er veel berichten elkaar op zullen volgen en het publiek nauw betrokken is bij de ontwikkelin-

gen, wordt gekozen voor een liveblog.

5.2 Brand bij Timco Plastics

Dit was ook het geval bij de grote brand op 21 juli 2010 bij Timco Plastics in Valkenswaard. Deze blog is toen aan het einde van de dag gesloten, maar nog altijd terug te vinden op de ED website. Bij deze brand waren meerdere bedrijven betrokken, waren er veel onduidelijkheden over de aanwezigheid van vuurwerk, aanwezigheid van mensen in de panden, gewonden etc. Bovendien was er ontzettend veel rookontwikkeling die tot ver van de brand zichtbaar was. Dit zorgde ook voor veel geïnteresseerden die via de website van het ED.nl de ontwikkelingen bijhielden.

5.3 Live bloggen

Het Eindhovens Dagblad maakt voor live blogging gebruik van Cover It Live. Dit is een gratis online tool die hier speciaal voor ontwikkeld is. Tijdens het onderzoek zijn alle mogelijkheden van dit programma bekeken en blijkt het ook echt ideaal voor liveblogging. Zo goed als alles is mogelijk, ook met de gratis versie. Denk aan het invoegen van tekst, foto's, video's, Twitter berichten/feeds, statistieken, polls, lezersreacties en meer. Bovendien werkt het programma met een super uitgebreid maar toch overzichtelijk CMS systeem en is de blog te plaatsen in elke website, zoals bijvoorbeeld die van het Eindhovens Dagblad.



De lezers hebben de mogelijkheid om een privé bericht te versturen naar de beheerders van de blog, in dit geval de digidesk van het ED. Deze zien de berichten vervolgens in het CMS systeem. Hier hebben ze de keuze om de lezers privé te beantwoorden of de berichten in de liveblog online te plaatsen. Dit is gemakkelijk om veelgestelde vragen te beantwoorden en door lezers geschreven nieuwsfeiten te publiceren wanneer deze geverifieerd zijn.

Deze reactie mogelijkheid is ook wat live bloggen voor het Eindhovens Dagblad onaantrekkelijk maakt. Tijdens de brand is de weblog vier uur en een kwartier open geweest. In deze periode heeft het ED 1011 reacties gekregen van lezers, slechts 104 hiervan zijn publiekelijk geplaatst. Dit zijn gemiddeld 4 reacties per minuut die allemaal gelezen, beantwoord of inhoudelijk geverifieerd moesten worden. Dit was allemaal voor rekening van Paul Vereijken, digidesk medewerker. Hij had eigenlijk ook zijn dagelijkse werkzaamheden nog tussendoor maar die kwamen hierdoor niet af. “Het direct blijven updaten zoals de Liveblog is erg arbeidsintensief en duur voor het ED. Toch verwacht de lezer dat en wordt het ’t Eindhovens Dagblad verweten wanneer het niet gebeurt.”. Veel lezers waren achteraf ook gefrustreerd omdat ze niet altijd reactie kregen op de verstuurde privé berichten. Dit zal simpel op te lossen zijn met een duidelijke mededeling aan de lezers maar hier zal later dieper op ingegaan worden.

Ten tijde van de brand zijn er ook veel lezersfoto’s gemaakt die geupload zijn naar de ed.nl website. In de liveblog wordt hier ook naar verwezen door middel van ‘ED-Moderator: Lezersfoto’s kunnen naar <http://www.ed.nl/lezersfoto>’ berichten. Deze optie is erg mooi en heeft goede toegevoegde waarde, maar achteraf zijn de foto’s niet terug te vinden. Dit omdat er één algemene lezersfoto album is waar alle foto’s geplaatst worden. Wanneer je op de bovenstaande url klikt krijg je daarom niet de foto’s van de Timco brand te zien, maar foto’s het laatst zijn geupload. Deze kunnen over een heel ander onderwerp gaan.

5.4 Berichtgeving bij meerdaagse evenementen

Naast calamiteiten krijgt het ED ook te maken met meerdaagse evenementen. Denk hierbij aan carnaval of de 3FM Serious Request actie van december 2010. De berichtgeving rond evenementen heeft enkele punten die verbeterd kunnen worden. Dit is bekend bij het ED en deze wil dit dan ook verbeteren. Er zijn ook meerdere reacties van lezers ontvangen over de website. Toen er tijdens het onderzoek gevraagd werd naar lezersbeoordelingen kwam er als antwoord: “Hier zijn geen cijfers en reacties van bekend. Wel zijn we ervan op de hoogte dat veel bezoekers de reclame net een kleurige knipperende kerstboom vinden die enorm storend is.”

Aan de hand van de berichten van de digidesk, het overige ED personeel en de meningen van de lezers is er wel bekend dat er iets veranderen moet. Daarom is er onderzoek gedaan naar de huidige website van het ED, met de focus op de meerdaagse berichtgeving. Wat zijn de plus- en verbeterpunten hiervan? En hoe doen andere nieuws websites dit? Wat kan het ED hiervan leren? Met deze visie is er een analyse gemaakt van verschillende nieuwswebsites.

5.5 Verbeteringen website

Iedere website heeft goede en minder goede punten. In de ideale situatie is de ED website dusdanig verbeterd dat het alle sterke punten van de andere websites bezit.

Het grootste struikelblok van de lezers blijkt, aan de hand van de algemene feedback waar het ED zich van bewust is, de hoeveelheid en plaats van de advertenties. Dit is dan ook een punt dat echt verbeterd moet worden. Simpelweg verwijderen is geen optie gezien het feit dat de website ook inkomsten nodig heeft om te blijven bestaan.

De ED special pagina’s, met name die van het Glazen Huis, zijn wat onoverzichtelijk. Het is ingewikkeld om dit specifiek te maken, gezien het feit dat dit per item of special pagina verschilt. Andere websites hebben hierin meer structuur en werken bijvoorbeeld met kleurverschil tussen de verschillende nieuwsberichten binnen het onderwerp. Er zijn op dit gebied verschillende verbeteringen mogelijk wanneer u een voorbeeld neemt aan andere websites, deze zijn te vinden in de paragraaf conclusie & aanbevelingen.

Door de concurrentie analyse zijn er naast de twee bovengenoemde punten een aantal kleinere verbeteringen en mogelijkheden aan het licht gekomen. Deze zijn allemaal in detail terug vinden in de eerdergenoemde bijlage of paragraaf met aanbevelingen.

5.6 Augmented Reality

Van 23 tot 31 oktober 2010 vond de Dutch Design Week (DDW) plaats in Eindhoven. Project Nero heeft hier toen samen met Mijke Hurkx van de digidesk een extra activiteit omheen georganiseerd. Er zijn verschillende audioroutes gemaakt voor verschillende doelgroepen. Hoofdlijn in dit

project was dat er routes gemaakt waren voor ouderen, invaliden, jongeren etc. De routes waren in verschillende toepassingen gebruiksvriendelijk uitgewerkt. Mensen die liever een papieren versie wilden konden een PDF uitprinten. Andere gebruikers konden de route lopen met diens smartphone als audiotour. Hiervoor was augmented reality de beste oplossing volgens Mijke.

Voor de audiotours is gebruik gemaakt van het programma Layar, te gebruiken door smartphones met Android besturingssysteem of een Apple iPhone. Het doel was om iets extra's toe te voegen. Door de applicatie was het mogelijk om audio en beeld toe te voegen aan de werkelijkheid, dat wat je via de camera van je mobiele telefoon zag. Hierdoor konden mensen door de stad lopen of bij exposities informatie beluisteren via de smartphone. Het is vergelijkbaar met het huren van een porto in een museum.

De toegevoegde waarde was dat het ED unieke informatie had, omdat ze samenwerkte met spelers van de DDW. Zij stelden de routes samen en motiveerden de keuzes. Hiermee konden bezoekers van de DDW zichzelf informeren op eigen gekozen tijden en tempo. Het ED heeft hiermee het voordeel dat ze op een servicegerichte en gebruiksvriendelijke manier journalistieke verhalen aan konden bieden.

Augmented reality wordt maar incidenteel door het ED toegepast. Per onderwerp wordt namelijk gekeken welke toepassing het meest geschikt is om mee te werken bij het brengen van nieuws. Mijke zegt hierover: "Op internet is alle mogelijk, maar wat betekent het voor ons? Door te spelen met toepassingen wanneer we meerwaarde zien, helpt ons deze vraag te beantwoorden."

5.7 Augmented Reality met QR codes

Er was ook mogelijk om afbeeldingen van Quick Response (QR) codes te scannen. Deze waren te vinden op posters die bij DDW activiteiten opgehangen waren. De meerwaarde hiervan was de routes extra gepromoot konden worden.

Wanneer de QR code afbeeldingen ingescand werden met een applicatie op de mobiele telefoon, werden de mensen doorverwezen naar de website. Hierop was informatie over de routes te vinden zodat deze gepromoot werden.



6. Gebruik van social media door het ED

Een krantenbedrijf is lang niet meer zo papier gericht als vroeger, ook zij gaan met de tijd mee. Dit is ook nodig om bij te blijven en lezers te blijven trekken. Het ED heeft naast de krant nog verschillende media kanalen waarover ze communiceren naar de lezers. Hieronder vallen bijvoorbeeld EDtv, dit is de internet televisie van het ED, en alle social media kanalen die het ED gebruikt.

Tijdens dit onderzoek is er niet direct uitgezocht hoe bruikbaar het zal zijn voor het ED, maar op welke manieren het ED momenteel gebruik maakt van social media. Ook wat de bedoelingen ermee zijn. Het is goed om te weten wat de bedoelingen van het ED zijn met Social Media. Zo is het goed te integreren met de berichtgeving bij calamiteiten en meerdaagse evenementen wanneer dit verbeterd wordt.

6.1 YouTube

EDtv, de videoredactie van het ED, zorgt voor beeldmateriaal ter ondersteuning van het nieuws. Dit wordt niet uitgezonden via TV maar geplaatst op YouTube om vervolgens toegevoegd te worden aan nieuwsberichten op de website. EDtv, bereikbaar via www.youtube.com/edtvnl en www.edtv.nl, heeft inmiddels zo een 2250 video's geproduceerd.



6.2 Twitter

Het ED is voornamelijk actief op Twitter. Bijna de gehele redactie Twittert, bovendien er zijn verschillende accounts actief die berichten over bijvoorbeeld voetbal, EDtv, regio Helmond en de Zjonnie's. Op de website van het ED is er een lijst van alle 10 Twitteraccounts van het ED en 8 actief Twitterende redacteuren is te vinden. Deze zijn te vinden via http://www.ed.nl/algemeen/media_internet/6247806/ED-op-Twitter.ece. Hier staan overigens alleen de grotere mensen binnen de organisatie en verschillende subgroepen in. Niet alle Twitterende redactieleden.

Veel van deze Twitter accounts werken nu nog via een RSS

feed. Dat houdt in dat ze automatisch berichten versturen wanneer er nieuwe nieuwsitems zijn geplaatst op de ED website. Dan wordt de titel van het bericht met de link naar het betreffende artikel op de website getweet. Actief Twitterende mensen worden op deze mensen automatisch op



De Twitterende redacteuren plaatsen zowel werk gerelateerde als persoonlijke Tweets. Op deze manier worden de lezers nauw betrokken bij ontwikkelingen bij het Eindhovens Dagblad als bedrijf. Dit is veel persoonlijker en schept een band.

Vanaf half mei worden alle algemene Twitter accounts van het Eindhovens Dagblad persoonlijk gevuld. De RSS feed gaat eruit en de berichten worden voortaan handmatig ingevoerd door verslaggevers. Op deze manier word de lezer op een veel persoonlijker manier op de hoogte gehouden.

6.3 Hyves

Ook op Hyves is een Eindhovens Dagblad profiel te vinden via <http://eindhovensdagblad.hyves.nl>. Deze is op 22 april gerealiseerd maar pas 2 weken daarna actief in gebruik genomen. Deze is netjes in de stijl van het ED vormgegeven en voorzien van een mooie achtergrondfoto van de stad Eindhoven. Op dit profiel worden zowel lezersfoto's als redactiefoto's geplaatst, video's van EDtv of verwijzingen hiernaar. Bovendien worden er via de WieWatWaar (www.wiewatwaar.nl) berichten geplaatst om discussies te starten. Lezers reageren hier dan weer op via de reacties. Op de 'over' pagina wordt uitgelegd wat de bedoeling is van deze Hyves pagina en wat de toekomst erin voor de toekomst euk te houden.



6.4 Facebook

Op Facebook is het Eindhovens Dagblad ook actief. Deze is te vinden via www.facebook.com/eindhovensdagblad. Zoals op Twitter wordt op deze Facebook pagina tot half mei nieuws geplaatst met een RSS feed. Lezers die deze pagina 'liken' krijgen hierdoor automatisch nieuw geplaatste berichten op hun homepage te zien. Facebook wordt, net als de Twitter accounts, handmatig bijgehouden. Het is niet bekend of dat deze profielen gekoppeld zijn en daardoor allemaal dezelfde berichten gaan ontvangen en gebruiken, of dat deze per profiel handmatig toegevoegd moeten worden.

Social media wordt goed geïntegreerd met de krant en het nieuws op de website. Hier zijn echter nog wel een aantal mogelijkheden en plaats voor verbetering.

Het is enerzijds wel jammer dat op Twitter, Hyves en Facebook vaak hetzelfde te vinden is. Het voordeel van deze verschillende kanalen is dat je meer mensen kunt bereiken, het nadeel is dat je veel discussies over hetzelfde bericht start op verschillende plekken. Dit laatste zal je echter niet tegen kunnen gaan wanneer je meerdere (social) media kanalen gebruikt.

The image shows the Facebook logo, which consists of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font, followed by a registered trademark symbol (®). The logo is centered on a solid blue rectangular background.

7. Nieuwe mobiele applicatie

Het is belangrijk dat de krant goed communiceert met zijn lezer. Hoe kan het ED het beste het nieuws brengen, via welke communicatie kanalen? De oudere generatie leest nog het vaakst de krant, jongere mensen lezen dit sneller via het internet of tv. Om deze laatste groep te bereiken zijn er al verschillende nieuwe media aangeroepen. Deze worden hierboven al besproken.

De mobiele telefoon is sinds een jaar of 15 flinke in opmars. De ontwikkelingen en technieken volgen elkaar in een rap tempo op. Momenteel is het zo ver dat de telefoon HD kwaliteit beeldscherm en videocamera bevat, GPS, internet en alle voordelen en mogelijkheden die daarbij horen. Het is een mobiele computer geworden met alles erop en eraan.

Het is dan ook voor de hand liggend dat het ED zich hier op gaat focussen om op deze manier de mensen te bereiken en zo snel mogelijk op de hoogte te stellen bij calamiteiten en evenementen. Er is onderzocht of dat er momenteel genoeg bezoekers zijn van de gewone en mobiele website met een smartphone. Zo is er onderzocht of het verstandig is om een mobiele applicatie te ontwikkelen en lanceren die toegevoegde waarde heeft voor de krant.

Er zijn statistieken beschikbaar die met 2 verschillende programma's/methoden gemaakt zijn. Hier is duidelijk te zien hoeveel unieke bezoekers er zijn geweest, hoeveel bezoeken er zijn geweest en het aantal pageviews. Ook een goed en duidelijk overzicht met welke besturingssystemen de websites zijn bezocht. Hiermee is dus ook af te lezen of bezoekers de website met een mobiele telefoon hebben bezocht en met welk besturingssysteem. Beide overzichten tonen zowel de gewone website als de mobiele website, netjes gescheiden van elkaar.

7.1 STIR cijfers

Deze cijfers komen via een panel tot stand. Het bereik ligt vanaf 13+ omdat kinderen jonger dan 13 te duur zijn om te vragen. Dit komt doordat er toestemming nodig is van de ouders. In de cijfers zijn het aantal unieke bezoekers, het totaal aantal bezoekers en de pageviews te vinden van de gemeten periode. Het nadeel van deze meting is dat het een soort van steekproef is bij een bepaalde groep mensen waarvan de resultaten verhoudingsgewijs doorgetrokken worden. Dit overzicht is niet accuraat en bovendien per

duizendtallen afgerond. In de bijlage staat het complete overzicht met de STIR cijfers.

7.2 ComScore cijfers

Deze cijfers komen tot stand via browser cookies, zoals Google Analytics dat doet. Bij deze meting weet je niet of dat een persoon op meerdere computers of vergelijkbare apparaten inlogt wat een vertekend beeld geeft van het aantal unieke bezoekers. Dit zorgt voor wat minder betrouwbare gegevens en tevens het nadeel van deze vorm van meten. In de bijlage staat het complete overzicht met de ComScore cijfers.

Beide systemen hebben zowel voor- als nadelen maar gecombineerd komen er goede resultaten uit.

De ComScore cijfers zijn eigenlijk als enige gebruikt voor dit onderzoek. Het is altijd gemakkelijk om de STIR cijfers achter de hand te houden, maar deze geven niets weer van de verschillen tussen mobiel bezoek of bezoek met een vaste computer.

7.3 De resultaten van de metingen

De ComScore cijfers geven aan dat er in de periode van 1 januari 2011 tot 28 februari 2011 3.626.931 pageviews geweest zijn op de www.ed.nl website. Hiervan is 10,1% afkomstig van mobiele bezoekers, blijkt uit dezelfde ComScore cijfers.

Helaas is niet helemaal na te gaan hoeveel procent van de www.m.ed.nl bezoekers deze met een mobiele telefoon bezocht hebben. Deze is dan speciaal bedoeld voor mobiele telefoons, toch wordt deze ook ooit door vaste computers met Windows bezocht. De mobiele website heeft in de gehele periode 311.880 pageviews gehad vanuit mobiele telefoons, exclusief de Apple iPhone gebruikers.

Dit is maar een klein aantal in verhouding met het totaal aantal pageviews van de gewone website.

In de bijlage is de volledige analyse van de cijfers te vinden onder de naam cijfers applicatie.

8. Conclusies en aanbevelingen

Na het eerste gesprek met een medewerker van de digidesk is er al veel duidelijk geworden. Zo wil de digidesk liever geen applicatie voor een smartphone bij calamiteiten of meerdaagse evenementen. Dit geeft de digidesk nog meer werk bovenop al het werk dat ze al hebben. Bovendien moet het niet nodig zijn dat de mensen eerst een applicatie dienen te downloaden voordat ze op de hoogte gehouden kunnen worden. De digidesk heeft liever dat de huidige website verbeterd wordt. Er is daarom gekeken naar het gebruik van een mobiele telefoon bij het bezoeken van de website en speciale mobiele website. Hieruit is gebleken dat 1 op de 10 bezoekers van de gewone website deze vanuit een smartphone bezocht hebben. Van de mobiele website is het iets lastiger na te gaan maar er zijn 311.880 pageviews geweest vanuit een smartphone, de iPhone bezoeken niet meegerekend. Deze zijn namelijk niet duidelijk te vinden.

De mobiele bezoeken liggen vrij laag in verhouding met het totaal aantal bezoeken van de website. Deze lage cijfers in combinatie met de wensen van de digidesk hebben ervoor gezorgd dat ervoor is gekozen om geen speciale mobiele applicatie te ontwikkelen. Er worden op dit moment nog te weinig mensen bereikt. Wel wordt er rekening gehouden met het feit dat de smartphone in opmars is en de verhoudingen over een jaar al heel anders zouden kunnen liggen. Daarom is er besloten om wel alvast een concept te bedenken en te ontwerpen voor een mobiele applicatie. Het ED zou deze in de toekomst nog kunnen gebruiken.

De ED website, met in het bijzonder de 'special' pagina's, zijn bestudeerd waarbij gekeken is naar plaats voor verbetering. Ook zijn andere nieuwssites en diens berichtgeving geanalyseerd. Aan de hand hiervan zijn een aantal verbeterpunten en aanbevelingen gedaan voor de website van het ED.

Hieronder valt bijvoorbeeld het maken van een lezersfotoalbum per evenement of calamiteit in plaats van één lezersfoto album in het algemeen. Zo kan er in een nieuwsbericht of dergelijke gelinkt worden naar het fotoalbum en krijgen de lezers ook na verloop van tijd nog de juiste foto's te zien.

Het zou mogelijk moeten zijn dat lezers zichzelf 'abonneren' op een bepaald evenement. Wanneer er dan nieuwe ontwikkelingen zijn rondom dit evenement en er berichten bijgeplaatst zijn, worden de lezers hierop geattendeerd door

middel van een gratis sms of mail. Zo hoeft de lezer niet zelf op zoek naar meer nieuws over dit onderwerp maar komt deze naar hen toe.

De verbeteringen zijn niet allemaal geschikt voor de huidige ED website. Deze werkt namelijk met een Wegener CMS systeem dat restricties oplegt. Het wordt daarom aanbevolen om voor de specials en calamiteiten een aparte pagina te maken waarop alles verzameld wordt. De calamiteiten en nieuwsberichten worden toch al op de ED.nl website vermeld, dit moet ook zo blijven. Je wilt de mensen namelijk niet van het ED vandaan lokken.

Er is bij calamiteiten al een aantal keer gebruik gemaakt van een liveblog. Dit was ook het geval bij de brand van Timco Plastics, juli 2010. Toen zijn er door de lezers in vier uur en een kwartier 1011 privé berichten gestuurd naar de redactie. Deze stonden uit vragen, opmerkingen en nieuwsfeiten. Na deze tijd is de blog gesloten. Er waren veel voordelen aan deze manier van nieuws brengen. Nadelen waren echter dat het ontzettend arbeidsintensief was en de lezers verwachtte allemaal reacties terug op de privé berichten. Dit was echter niet mogelijk waardoor er veel frustraties waren. De lezers in geval van een calamiteit op de hoogte houden door middel van een liveblog lijkt nog altijd de beste oplossing. Er kunnen real-life updates toegevoegd worden terwijl alles netjes overzichtelijk in een tijdlijn weergegeven wordt. Het is echter belangrijk dat het ED de volgende keer nadrukkelijk vermeld dat niet alles beantwoord of in de tijdlijn geplaatst kan worden. Dit zou simpel op te lossen zijn met een opvallende tekstregel die de lezers hierop attendeert.

Social media wordt door het ED al erg goed gebruikt via verschillende kanalen. YouTube wordt door EDTv al goed gecombineerd nieuwsberichten met zelf gemaakte video's te ondersteuning. Social media als Hyves, Twitter en Facebook wordt gebruikt om de lezers te bereiken. Hierdoor wordt bekendheid gecreëerd en de lezer betrokken bij het nieuws en het bedrijf. Het komt ook weleens voor dat lezers het ED wijzen op nieuws door middel van reacties via de social media. Het nadeel van verschillende social media is dat de discussies op verschillende plaatsen gestart wordt. Dit moet ook niet het geval zijn bij de nieuw te ontwikkelen applicatie.

Er wordt niets gewijzigd aan manier waarop het ED momenteel social media gebruikt, wel wordt het bij evenementen en calamiteiten beter ingezet op de verbeterde website. Er

wordt dan ook aanbevolen om de lezers de mogelijkheid te geven om berichten de 'Liken' of delen via de eigen social media.

Het eindproduct zal bestaan uit een website speciaal voor calamiteiten en grote (meerdaagse) evenementen. Deze staan per stuk overzichtelijk op de beginpagina gepresenteerd waarna hiertussen genavigeerd kan worden. Alle (lezers)foto's, video's en berichten staan per item netjes gepresenteerd op de pagina, compleet aangevuld met alle berichten op social media van het ED. Omdat het CMS systeem dat door het ED gebruikt wordt veel restricties oplegt, maakt dit het onmogelijk om dit te realiseren. Daarom zal er op een externe website een demo gemaakt worden. Deze zal de startpagina van het ED, de verzamelpagina van alle calamiteiten/evenementen, een overzicht van een evenement, een overzicht van een calamiteit en een nieuwsbericht bevatten. Alles compleet volgens de verbeterpunten aan de hand van het onderzoek.

De medewerkers van de digidesk zijn erg geïnteresseerd in de aanbevelingen en zullen deze meenemen bij de opzet van het nieuwe CMS systeem.

Tijdens deze afstudeerstage is er ontzettend veel gedaan en gebeurd.

Door het uitgebreide onderzoek, professioneel handelen, ontwerpen van een mobiele applicatie, ontwikkelen van een demo website, schrijven van een zakelijke scriptie en het geven van presentaties zijn alle poten van de HBO ICT Media & Design opleiding aangetoond.

Trajectbeschrijving

De allereerste stagedag is begonnen met het ontmoeten van Bas Timmers en een rondleiding door het bedrijf. Bas is een docent van de Fontys hogeschool voor journalistiek die Project Nero mee begeleid. Tijdens de sollicitatieprocedure is er alleen contact geweest met Fleur Besters. Dit was tevens de eerste week dat het ED dit pand betrok, er werd nog druk gewerkt door verhuizers en andere mensen om alles in gereedheid te brengen voor de volledige redactie. Deze betraden het pand pas die woensdag. De eerste dag bestond verder vooral uit het ontmoeten van de Project Nero journalisten, het inrichten van de werkplek en het bespreken van alle regels en manier van werken bij het ED en Project Nero.

De stageperiode begon een week voordat de overige IMD studenten begonnen met de stage, omdat het ED dit liever had. Later is er een week vakantie geweest waardoor deze voorsprong kwam te vervallen. De eerste week is er direct al begonnen aan het PID. Tijdens het opzetten hiervan werd er meer en meer specifiek en duidelijk. Er werd direct al op een projectmatige manier gewerkt, door gesprekken met Fleur en de huidige situatie al voorzichtig te bekijken werd er een zo goed beeld gevormd van de opdracht en invulling daarvan.

Het onderzoek is begonnen met een gesprek met Paul Vereijken, digidesk medewerker. Tijdens dit gesprek is er veel duidelijk geworden, waaronder het feit dat de digidesk liever geen mobiele applicatie erbij heeft. Hiervoor was het al de vraag of het voor het ED nuttig zou zijn om een extra mobiele applicatie te ontwikkelen voor betere digitale berichtgeving. Dit werd tijdens dit gesprek al afgeschoten, wat direct de eerste drempel vormde voor het onderzoek. Het zou het onderzoek al direct flink afbakenen en restricties opleggen. Toch is er, ondanks de mededeling van Paul, besloten door te gaan met het onderzoek of er vraag is naar een mobiele applicatie. Het is namelijk zo dat het ED elke kans moet grijpen om groter te groeien, mensen te bereiken en de lezers tegemoet te komen.

Met Paul is er de berichtgeving van carnaval en de Glazen Huis actie besproken, net als de berichtgeving rond de grote brand bij Timco Plastics in Valkenswaard, juli 2010. Vooral de manier waarop de berichtgeving destijds gebeurde en wat ervaring van de digidesk hiermee was.

Vervolgens is het programma dat voor de liveblog bij de

Timco brand gebruikt werd, Cover It Live, geanalyseerd. Hierbij zijn alle mogelijkheden gedocumenteerd en ook gekeken hoe dat het ED deze toegepast heeft. Het komt er op neer dat dit het ideale programma is voor liveblogging, alle bedenkbare mogelijkheden zijn geïntegreerd in dit programma. Ook dit zorgde voor een drempel... Paul zei immers dat het ontzettend tijdrovend is en de bezoekers teveel van de redactie verwachtte. Wat kon er dan aan verbeterd worden terwijl het ideaal leek?

De conclusie uit dit deelonderzoek is dan ook dat het verstandig blijft om in geval van grote calamiteiten zoals deze brand, gebruik te blijven maken van een liveblog. De lezers kunnen direct op de hoogte gebracht worden en de blog kan netjes geïntegreerd worden in de ED website. De lezers hebben echter ook de mogelijkheid om privéberichten te sturen naar de redactie. Dit zorgde voornamelijk voor het meeste werk en problemen. Binnen de 4 uur dat het blog open was, zijn er 1011 berichten verstuurd, omgerekend bijna 4 per minuut. De lezers verwachtte ook allemaal reactie terug of dat het bericht in de tijdlijn geplaatst werd, zichtbaar voor iedereen. Paul suggereerde het tijdens het gesprek ook al, maar het lijkt het verstandigst om heel duidelijk aan te geven aan de lezers dat privé berichten niet altijd beantwoord of geplaatst kunnen worden. Dit omdat de feiten wel moeten kloppen voordat het in de tijdlijn geplaatst kan worden en het ED niet alle vragen kan beantwoorden.

Het onderzoek naar de berichtgeving bij meerdaagse evenementen van andere nieuwssites ging lekker en vlot, ook al was het veel werk. Doel hiervan was om te kijken waar de berichtgeving bij het ED verbeterd kon worden. Hier zijn ontzettend veel bruikbare dingen uitgekomen. Het analyseren en verbeteringsrapport hiervan is goed en uitgebreid.

Verder is het gebruik van social media door het ED bekeken, hieruit is gebleken dat dit al zeer breed toegepast wordt. Het kan echter geïntegreerd worden met de berichtgeving. Nu staat het nog teveel los van elkaar. Facebook en Hyves staan los en zijn bedoeld om daar mensen te bereiken en discussies te starten. Twitter wordt ook intensief gebruikt met meerdere accounts. Dit is een medium om snel veel mensen te bereiken. EDtv gebruikt YouTube om de video's te verspreiden. Deze zijn vervolgens terug te vinden via ED.nl, Twitter, Hyves, Facebook etc. Dit wordt op een zeer goede manier gedaan.

Mario Bouwmans, adjunct hoofdredacteur, is een aantal keer gemaïld voor vragen over het bedrijf. Denk dan aan de missie, visie, aantal abonnees etc. Ook dit contact verliep op een gemakkelijke en goede manier.

Er is met Mijke Hurkx gemaïld over het gebruik van augmented reality en QR codes door het ED. Zij is ook zeer behulpzaam geweest en heeft zeer uitgebreid alle benodigde informatie verstrekt.

De ED website maakt gebruik van een CMS systeem, hierin worden de nieuwsberichten, reacties etc. beheerd en kunnen deze bewerkt worden. Dit systeem levert enorm veel beperkingen op. Gesprekken met Anke Verbakel van de digidesk hebben ook uitgewezen dat er vrijwel niets mogelijk is qua verbeteringen op de website. Het CMS systeem levert zoveel restricties dat zelfs zij met de handen op de rug gebonden zitten. Dit is een grote drempel in het project, het zou inhouden dat het ICT gedeelte niet uitgevoerd kan worden. Dit omdat een mobiele applicatie ook al niet nodig is, zoals het onderzoek heeft uitgewezen.

Daarom is er in overleg met Anke voor gekozen om een demo website te creëren op een externe host, projectnero.nl. Op deze demo website zijn alle aanbevelingen en verbeteringen uitgevoerd en gepresenteerd.

Een aantal pagina's van het ED zijn zo goed mogelijk nagemaakt met alle gebruikte afbeeldingen en inhoud. Er is maar een korte tijd geweest om de website met alle verbeteringen te realiseren, maar door flink hard te werken en veel tijd erin te steken is ook dit goed gekomen. Er is op enkele plekken ook gebruik gemaakt van CSS3 om de website vorm te geven. Dit was een van de persoonlijke leerdoelen waaraan voldaan moest worden.

Ook is er alvast een ontwerp gemaakt voor een mobiele applicatie. Deze zou in de toekomst gerealiseerd zou kunnen worden wanneer de online bezoekers van het ED meer gebruik maken van smartphones. Hierbij zijn alle aanbevelingen meegenomen.

Evaluatie

Het was een lange en zware stageperiode. Ik ben er mezelf van bewust geworden dat onderzoeken echt niet mijn ding is. Ik ben meer van het uitvoeren. Gelukkig kon ik aan het einde van de stageperiode flink aan de gang met mijn ICT werkstuk. Dit was echter weer haasten en stressen omdat ik veel langer bezig ben geweest met mijn scriptie dan de bedoeling was.

Het onderzoek verliep in het begin goed maar naar mate de tijd verstreek ging het stroever. Ik kon mijn aandacht er niet altijd even goed bij houden en was snel afgeleid. Dan ging ik kijken waar de andere stagiaires mee bezig waren en of ik ze ergens mee kon helpen. Of ik ging kijken bij de Nero's die bezig waren met video bewerken. Deze dingen vind ik veel leuker om te doen, videobewerking is bijvoorbeeld een hobby van me. Het kwam ook vooral omdat onderzoeken mij niet ligt en mezelf er niet altijd even goed toe kon zetten. Toch heb ik het zo volledig mogelijk gedaan en op een manier waarop ik dacht dat het goed was. Er zijn een aantal momenten geweest waarop ik getwijfeld heb over de diepgang, manier van onderzoeken en mijn eigen functioneren. Dit heb ik ook met Fleur, klasgenoten en docenten overlegd die soms een beetje gestuurd hebben maar verder vonden dat ik op de juiste manier bezig was.

De analyse van de ED website en de in het verleden gebruikte manieren van berichtgeving ging gelukkig goed en lekker vlot. Dit was leuk werk en niet zo eentonig. Dat werd het wel toen ik van meerdere websites de berichtgeving ging bekijken bij calamiteiten en meerdaagse evenementen. Hierbij had ik het geluk bij een ongeluk dat dit ten tijde van de aardbeving in Japan en de oorlog in Libië was. Hierdoor hadden veel websites hier specials over die ik goed met elkaar kon vergelijken. Hier is een grote analyse uit geschreven met meerdere verbeterpunten voor de eigen ED website. Aan dit onderzoek heb ik dan ook het meeste gehad. Dit onderzoek is uiteindelijk ook veel uitgebreider geworden dan aanvankelijk de bedoeling was. Tijdens het onderzoeken kwam ik erachter dat ik er veel aan zou hebben en heb het toen uitgebreider gedaan en gedocumenteerd.

Ik heb het tijdens het onderzoek vooral lastig gehad met het bekijken van de statistieken. Ik kon mijn aandacht hier wel erbij houden maar het overzicht vinden was lastig. Bovendien was het lastig om de juiste conclusies uit de cijfers te kunnen trekken. Er moest hier en daar nog wat gerekend worden voordat je dingen met elkaar kon vergelijken. Dit

heeft me flink wat denkwerk bezorgd.

De resultaten van het onderzoek vallen zeker niet tegen. Ik vind zelf dat ik een goed onderzoek gehouden heb en vooral erg breed gekeken heb. Ik heb met meerdere mensen gesproken en dingen nagevraagd om iets zeker te weten en dingen uit te kunnen sluiten waar nodig. Ik heb dan ook veel aan mijn resultaten, ze zijn erg bruikbaar en correct.

De realisatie is een iets ander verhaal. Omdat het ED gebruik maakt van een CMS systeem waar vrijwel niets aan te wijzigen is. De digidesk en ook ik zitten daardoor met de handen en voeten op de rug. We kunnen aan opzet en opmaak niets wijzigen op de website. Daarom is in overleg met Anke besloten om op het domein van project Nero een demo website te maken. Hierbij heb ik alle hulp gekregen van Anke en overige helpdesk medewerkers bij het opsporen van bronnen en onduidelijkheden over nieuws berichtgeving en dergelijke. Ik was zo blij dat ik eindelijk weer eens bezig kon zijn met technische realisatie. Onderzoeken en het schrijven van een scriptie is niet iets wat mij goed ligt.

Als ik dit project nogmaals zou moeten doen, zou ik deze op dezelfde manier uitvoeren. Er zijn een aantal dingen die ik wellicht te laat beseft heb tijdens het onderzoek. Een voorbeeld hiervan is het op tijd contact opnemen met bepaalde personen, maar dit kwam vaak doordat het onderzoek dit aan de late kant uitwees. Dan wachtte ik soms op antwoord voordat ik met dat deel van het onderzoek weer verder kon. Gelukkig hoefde ik nooit stil te zitten en kon ik ergens anders mee vooruit.

Dit is de zevende stage in mijn leven. Dit komt omdat ik hiervoor al VMBO en MBO gedaan heb waar ik een aantal keer stage gelopen heb. Ook heb ik vorig jaar al mijn oriënterende stage gelopen. De aansluiting van de opleiding met het bedrijfsleven verschilt per opleiding en vooral per bedrijf. Hoe goed ze op school ook proberen om de opleiding aan te laten sluiten bij het bedrijfsleven, dit zal nooit goed lukken naar mijn mening. Dit omdat op school toch een schoolsfeer hangt. De leerlingen en sommige docenten zijn bijvoorbeeld veel meer ontspannen, er hangt een hele ontspannen sfeer en meer is toegestaan. Hier bij Project Nero wordt er ook samen gewerkt tussen de Fontys en het ED. Er hangt hier daardoor ook een vrij ontspannen en goede sfeer, bovendien is alles ook vrij informeel. Toch heb ik altijd een professionele houding gehad, ook qua kleding

en dergelijke

Het contact hebben met mensen binnen het ED via mail of door er langs te gaan geeft toch een goede bedrijfsfeer. Je bent hier bij een vreemd bedrijf, werkt met volwassenen en binnen een omgeving waar je ooit merkt dat er gestrest wordt. Het blijft natuurlijk een krantenbedrijf met veel deadlines en de druk om als eerste bij het nieuws te zijn.

Tijdens mijn stage heb ik gedaan wat mij de afgelopen 4 jaar op deze opleiding is geleerd, aangevuld met een stuk eigen mening en ingeving. Ook zijn hier 2 IMD stagiaires die bezig zijn met hun oriënterende stage, ik heb ze al vaak geholpen op verschillende gebieden. Pas toen besepte ik hoeveel ik zelf de afgelopen jaren geleerd heb. In de klas heb je daar weinig besef van omdat je allemaal hetzelfde onderwijs krijgt en dus ongeveer op hetzelfde niveau zit.

Mijn bijdrage binnen het bedrijf is vooral mijn eigen project geweest, hier ben ik bijna altijd mee bezig geweest. Het ED zal veel hebben aan mijn aanbevelingen en uitvoerende opdracht. Verder heb ik de Nero's veel en vaak geholpen met problemen op de computers en vooral tijdens video bewerking. Ook de overige IMD'ers met hun opdrachten voor het ED en project Nero.

Literatuurlijst

Brabants Dagblad

De berichtgeving rondom carnaval 2011.

Bezocht in maart 2011 via URL:

<http://www.brabantsdagblad.nl/regios/brabant/carnaval>

Cover It Live

Applicatie van de liveblog van de Timco brand

<http://www.coveritlive.com>

De Limburger

De berichtgeving rondom carnaval 2011.

Bezocht in maart 2011 via URL:

<http://www.limburger.nl/section/REGIONIEUWS19>

De Telegraaf

Berichtgeving rondom oorlog in Libië.

Bezocht in maart 2011 via URL:

<http://www.telegraaf.nl/buitenland/doelwitlibie>

De Volkskrant

Berichtgeving rondom oorlog in Libië.

Bezocht in april 2011 via URL:

<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2/Home/707974229/Odyssey-Dawn-de-aanval-op-Libie/actualiteit/index.dhtml>

ED

De eigen website van het Eindhovens Dagblad.

Bezocht vanaf begin februari 2011 via URL:

<http://www.ed.nl>

ED, carnaval

De 'special' pagina met alle items rondom carnaval.

Bezocht in maart 2011 via URL:

<http://www.ed.nl/ed/carnaval>

ED, Dutch Design Week

Special over de Dutch Design Week 2010.

Bezocht in mei 2011 via URL:

<http://www.ed.nl/ed/specials/ddw>

ED, Dutch Design Week

Handleiding bij DDW audioroute in Layar (2010).

Bezocht in mei 2011 via URL:

<http://www.ed.nl/specials/ddw/DDWaudiotour>

ED, Dutch Design Week

Honderden bezoekers #DDW routes (2010).

Bezocht in mei 2011 via URL:

<http://www.ed.nl/specials/ddw/7552796/Honderden-bezoekers-DDW-routes.ece>

ED, Glazen Huis

De pagina met alle items rondom het 3FM Serious Request Glazen Huis van december 2010.

Bezocht in maart 2011 via URL:

<http://www.ed.nl/specials/glazenhuis>

ED, Timco brand

De complete berichtgeving rondom de brand bij Timco.

Bezocht in februari 2011 via URL:

<http://www.ed.nl/regio/7013015/Liveblog-van-de-brand-in-Valkenswaard.ece>

ED, mobile

De mobiele website van het Eindhovens Dagblad.

Bezocht vanaf begin 2011 via URL:

<http://m.ed.nl>

EDtv

De website van EDtv, de video verslagen van het ED.

Bezocht vanaf februari 2011 via URL:

<http://www.edtv.nl>

ED, Twitter

Verschillende Twitter kanalen van het ED, complete lijst.

Bezocht vanaf februari 2011 via:

http://www.ed.nl/algemeen/media_internet/6247806/ED-op-Twitter.ece

Facebook

De Facebook pagina van het ED.

Bezocht in mei 2011 via URL:

<http://www.facebook.com/eindhovensdagblad>

Hyves

De Hyves pagina van het ED.

Bezocht in mei 2011 via URL:

<http://eindhovensdagblad.hyves.nl/>

New York Times

Opbouw van de website en berichtgeving.

Bezocht in april 2011 via URL:

<http://www.nytimes.com>

New York Times, Libië

Berichtgeving rondom oorlog in Libië.

Bezocht in april 2011 via URL:

<http://topics.nytimes.com/top/news/international/countriesandterritories/libya/index.html>

NRC

De berichtgeving rondom oorlog in Libië.

Bezocht in maart 2011 via URL:

<http://www.nrc.nl/nieuws/trefwoord/libie>

Pieter van den Ploeg

Obama in Chili: "Humanitaire crisis moet worden voorkomen" (2011).

Bezocht in maart 2011 via URL:

<http://www.nrc.nl/nieuws/2011/03/21/live-tweede-nacht-van-geallieerde-aanvallen-op-libie-gebouw-gaddafi-gebombardeerd>

Wikipedia

De geschiedenis van het Eindhovens Dagblad.

Bezocht in februari 2011 via URL:

http://nl.wikipedia.org/wiki/Eindhovens_Dagblad

Wikipedia

Achtergrond informatie over QR (Quick Response) code.

Bezocht in mei 2011 via:

<http://nl.wikipedia.org/wiki/QR-code>

YouTube

Het YouTube kanaal van EDtv met alle video's.

Bezocht vanaf februari 2011 via

Digitale bijlage

