

Toekomstige trends

in de online nieuwssector 2022-2025

Algemeen

De belangrijkste trends en ontwikkelingen in 2022 en de toekomst op basis van analyse in de online nieuws sector zijn: de volgende trends komen het meest nadrukkelijk uit;

- E-(in)motion & nieuws-connect: De consument heeft definitief de oude media ingewisseld voor de nieuwe (online) als het gaat om nieuws, info, beïnvloeding en aanzet tot informatie en aanschaf.
- Duurzaamheid: Duurzaam is niet meer alleen voor het alternatief. Inmiddels is de keuze voor het 'bewuste' acceptabel geworden, soms zelfs heel aantrekkelijk en de 'beste keus'.
- Van leeftijdloos naar functies: werkelijke leeftijden, groepen & functies vormen niet langer de meetlat van segmentatie binnen de verschillende online website/shop/platform-omgevingen.
- Van probeer- naar 'beslisconsumentisme': de klant van morgen is niet langer een zakelijke probeerconsument, maar een zakelijke beslisconsument.
- Small is beautiful, de nieuwe niche. Klanten willen op het juiste moment met nieuws worden bediend. Voor een landelijke player is dat geen probleem, maar kleinere regionale bedrijven hebben hier vooral moeite mee.
- Selectief en dissonant: de consument gaat bewuster dan ooit om met zijn rol. Alle informatie benodigd voor het doen opwekken van de aanschaf wordt geanalyseerd en gefilterd.
- New life: de consument geeft vorm aan een new life dat draait om één ding: het maximale halen uit wat beschikbaar en haalbaar is.

Online nieuws, Internet & websector

De onlinesector beleefde enkele succesvolle jaren, waarin ook wel flinke schommelingen te zien waren. 2021 begon matig, maar de zomermaanden - waren nog slechter als verwacht - hebben voor zeer negatieve impulsen gezorgd, aldus de google en overige zoekmachines nieuwsforums.

Het devies luidt, net als in andere sectoren: beter met meer nieuws. De klanten informeerde online naar nieuws met relatief weinig handelingen. De klant wenst nieuws items en niet het gedwongen aanmelden d.m.v. het inbrengen van persoonlijke gegevens, men vindt dit uitermate vervelend, storend, en voldeed alleen bij hoge uitzondering aan dit verzoek.

Consumentengroepen veranderen sterker dan ooit in hun gedrag en weten ook beter dan ooit de keuze te maken tussen accepteren en negeren.

Dit eist veel van de onlinesector. De nieuwssector of het nu gaat om huidige of toekomstige nieuws-aanbieders/leveranciers moeten investeren om te kunnen beantwoorden aan de behoefte van de moderne consument.

Dit alles vergt een geheel nieuwe strategieaanpak binnen de algemene online nieuwssector.