

# HEMA

## Persbericht

### ONDERZOEK: JONGEREN WILLEN CARRIÈRE OP YOUTUBE

*71% middelbare scholieren maakt YouTube video's*

Amsterdam, 28 juni 2017 – Met het huidige schooljaar bijna achter de rug opende HEMA gisteren haar vlog academy, een summer school waar scholieren door acht bekende YouTubers opgeleid worden tot de nieuwe YouTuber of vlogkoning(in). Het is een droom die uitkomt voor jongeren tussen de 12 en 18 jaar, blijkt uit onderzoek onder 1000 middelbare scholieren: 71 procent maakt geregeld YouTube-video's en 53 procent plaatst zelfgemaakte video's op hun eigen YouTube-kanaal. Meer dan een derde (39%) van de jongeren is zelfs al klaar voor een volgende stap, zij zien een professionele carrière achter de vlog-camera helemaal zitten. HEMA geeft middelbare scholieren vanaf vandaag de kans zich hierin verder te ontwikkelen door in haar winkels en via een wekelijkse livestream gratis YouTube lessen te bieden. Jongeren maken met hun deelname aan de vlog academy en de bijbehorende huiswerkopdrachten kans op een officieel contract bij een influencer agency. Alle informatie is te vinden op [www.hema.nl/vlogacademy](http://www.hema.nl/vlogacademy).

Bijna alle middelbare scholieren (98%) kijken YouTube video's, blijkt uit het onderzoek van HEMA. Die video's bieden 38 procent van de Nederlandse jongeren inspiratie voor hun eigen video's, maar kopiëren doen ze niet: 87 procent geeft aan helemaal zichzelf te zijn op social media en 69 procent geeft zelfs aan al een eigen stijl te hebben in het maken van social media content.



Desiree Vernie, Marketing Communicatie manager bij HEMA: “We weten dat je eigen identiteit ontdekken belangrijk is voor tieners en dat YouTube en vlogs hierin een belangrijke rol spelen. Daarom bieden we met de vlog academy de ultieme vorm van zelfexpressie; het maken van video's en vlogs. Samen met een aantal van de grootste en creatiefste YouTubers bieden we een platform waar we jongeren de ruimte geven om de kneepjes van het vak te leren en een eigen stijl te

ontwikkelen.”

### **Middelbare scholieren willen meer YouTube-kennis**

YouTube is naast een vrijetijdsbesteding een serieuze toekomstdroom voor een flink aantal Nederlandse middelbare scholieren; meer dan de helft (52%) van de jongeren wil meer leren over het maken van goede YouTube-content. Jongens blijken hierin iets ambitieuzer: 61 procent van de jongens -tegenover 43 procent van de meisjes- staat te trappelen om meer YouTube-kennis op te doen. 36 procent van de scholieren zou zich daarnaast ook daadwerkelijk willen aanmelden voor een speciale YouTube-opleiding. Ouders groeien voorzichtig mee met dat idee; bijna een derde (30%) van de 500 ondervraagde ouders binnen het onderzoek zou hun dochter of zoon op dit moment een YouTube-opleiding laten volgen.

### **Bijna helft ouders vindt YouTube video's leuk**

Opvallend is dat ouders van middelbare scholieren erkennen dat YouTube een mooie invulling van de carrière van hun zoon of dochter kan zijn, maar dat ze nog niet snappen hoe hun kind zich daarin kan ontwikkelen. 58 procent van de ouders zegt bijvoorbeeld niets te begrijpen van de fascinatie voor YouTube van hun kinderen en maar een vijfde (21%) van de ouders denkt dat het maken van video's creativiteit stimuleert. Daar tegenover geeft bijna de helft van de ouders (42%) aan dat ze de video's die hun kinderen kijken stiekem heel leuk vinden en zelfs 46 procent van de ouders zou heel trots zou zijn als hun zoon of dochter een bekende YouTuber zou worden.

### **Uit het onderzoek van HEMA komen nog meer opvallende resultaten naar voren:**

- Jongeren volgen gemiddeld vijf YouTube-kanalen per dag en 10 kanalen per week;
- Jongeren kijken het liefst vlogs (33%), gaming YouTube-video's (21%) en pranks (12%);
- 21 procent van de jongeren vlogt zelf;
- 67 procent van de middelbare scholieren gebruikt YouTube video's als hulp bij schoolopdrachten;
- 65 procent van de jongeren denkt dat geld verdienen met YouTube een flinke uitdaging is tegenover 37 procent van de ouders.

### **Over de vlog academy**

De officiële lessen aan de vlog academy starten 1 juli a.s. en zijn elke week via een livestream te volgen op [hema.nl/vlogacademy](https://hema.nl/vlogacademy) en vanuit verschillende pop-up klaslokalen in HEMA winkels door het hele land. De acht docenten zullen de leerlingen onder andere leren hoe zij een populair YouTube kanaal kunnen opzetten, hoe zij een fanbase opbouwen en hoe zij zelf creatief aan de slag kunnen gaan met thumbnails en clickbait titels. Leerlingen bouwen op hun beurt zelf een kanaal met de daarbij behorende abonnees op. Na acht lessen en huiswerkopdrachten maakt de laatste docent de eindexamenopdracht bekend. Iedere leerling die minimaal aan twee huiswerkopdrachten heeft deelgenomen kan meedoen aan de eindchallenge en maakt kans op het contract bij een Influencer agency. Voor meer informatie zie [hema.nl/vlogacademy](https://hema.nl/vlogacademy)

### **Toelichting op het onderzoek**

Het onderzoek is in opdracht van HEMA uitgevoerd onder 1001 jongeren tussen de 12 en 18 jaar en 501 ouders met kinderen tussen de 12 en 18 jaar en is representatief op geslacht. Het onderzoek is uitgevoerd door Novioresearch. Het veldwerk is uitgevoerd tussen 7 en 16 juni 2017. Novioresearch werkt uitsluitend met gecertificeerde (internationale) onderzoeks- en veldwerkbureaus die zich committeren aan Esomar-richtlijnen en zijn aangesloten bij de Nederlandse Marktonderzoeksassociatie (MOA). Dit borgt de garantie voor onafhankelijkheid en kwaliteit van de dataverzameling.

**EINDE**

## **Over HEMA**

Sinds 1926 maakt HEMA het dagelijkse leven van haar klanten makkelijker en leuker. Met producten die opvallen door een goede kwaliteit, een goed ontwerp en een scherpe prijs. HEMA heeft meer dan 700 winkels in 7 landen, 17.000 medewerkers en circa 32.000 producten en diensten. Echt HEMA.

---

## **Noot aan de redactie:**

Voor meer informatie of beeldmateriaal kunt u contact opnemen met:

HEMA B.V.  
Afdeling Marketing PR  
Marry Jansen-Kin  
T: 020-3114083  
E:[perskamer@hema.nl](mailto:perskamer@hema.nl)