Mindshakes: nieuw mediamerk voor millennials

01-10-2015 10:27

Niet alleen in de hoeveelheid beeld zal te zien zijn dat Mindshakes zich op de millenials gericht is: de artikelen worden heel kort (Mindsnack), kort (Mindshake) of - voor wie echt geïnteresseerd is in de achtergronden – lang (Mindfood). Naast het nieuws is er ruimte voor onderwerpen als mode, lifestyle en de digitale wereld.

Er is plaats voor branded content en andere gesponsorde mededelingen. Deze zijn goed herkenbaar omdat het platform transparant wil zijn en wil laten zien uit welke bronnen een gratis toegankelijke site dan wel gefinancierd wordt.