

Online videoplatform Telegraaf VNDG start 1 mei

18-04-2017 16:14



De Telegraaf introduceert op 1 mei Telegraaf VNDG. Met de introductie van Telegraaf VNDG wordt een compleet nieuw online videoplatform gelanceerd met content op het gebied van nieuws, sport en entertainment die waar, wanneer en hoe de consument dat maar wil te bekijken is.

Telegraaf-abonnees hebben daarnaast gratis toegang tot het premium aanbod op het platform. Op 1 mei gaat Telegraaf VNDG live en het platform wordt vanaf dat moment gaandeweg gevuld met video's en programma's zodat het aanbod steeds groter wordt.

De Telegraaf krijgt er met Telegraaf VNDG naast de papieren krant en de website een compleet nieuw platform bij dat via verschillende apparaten beschikbaar is. Op desktop via www.telegraafvandaag.nl en op mobiel en tablet via de Telegraaf VNDG app (iOS/Android). Op Telegraaf VNDG vindt de gebruiker video's en programma's op het gebied van nieuws, sport en entertainment. De hele dag door en in allerlei vormen. De programma's zijn zowel via een programmering te bekijken als on demand.

Nieuws, sport en entertainment

Op Telegraaf VNDG wordt een mix van nieuws, sport en entertainment aangeboden. Zo zijn er nieuwsbulletins, voetbal- en hockeysamenvattingen maar ook diverse programma's waaronder 'Estavana in het echt – het verhaal achter de sportvrouw', 'Dagboek van een Minnares' en 'Van den Heuvel haalt recht'. De programma's worden gepresenteerd door herkenbare en vertrouwde Telegraaf-gezichten en nieuwe gezichten. Het nieuws wordt onder andere gebracht door Pim Sedee, Maarten Steendam en Wilson Boldewijn. Monique Smit is één van de gezichten van Privé VNDG en het populaire VROUW feuilleton 'Dagboek van een minnares' is verfilmd met rollen voor Eva Laurensen en Viggo Waas. Vanaf het startmoment op 1 mei zijn nieuwsbulletins en een

aantal programma's te bekijken. Gaandeweg wordt het aanbod steeds verder uitgebreid door steeds meer video's en programma's toe te voegen.

Strategische stap

Het is de ambitie van TMG om hoogwaardige, gepersonaliseerde en relevante content op het gebied van nieuws, sport en entertainment te bieden, 24 uur per dag en 7 dagen per week. In de 24/7 strategie van TMG staat de wens van de consument centraal. De consument bepaalt de vorm, het kanaal en het moment. Op het nieuwe videoplatform wordt gebruik gemaakt van de kracht van de merken De Telegraaf, DFT, Telesport, Privé, Autovisie en VROUW. Telegraaf VNDG bouwt verder op het fundament van bijna 24,5 miljoen videoviews die De Telegraaf nu al maandelijks realiseert. Met de introductie van Telegraaf VNDG zet TMG een belangrijke strategische stap.