

ELSEVIER.NL

# CULTUUR & TELEVISIE

donderdag 5 januari 2006 17:03

## Een tweede zender John de Mol is niet in trek

**Nederlanders lopen in 2006 niet warm voor nieuwe media-initiatieven. Een tweede zender van John de Mol, nieuwe tijdschriften, tv-kijken in de McDonald's; het doet de consument weinig.**

Dat blijkt uit een onderzoek in opdracht van mediabureau [Stroom](#), uitgevoerd door onderzoeksbureau [Motivaction](#) onder zeshonderd consumenten. 'We willen de stemming die onder de consumenten heerst verkennen,' zegt onderzoeksmedewerker Titus Eikelboom van Stroom. 'Een soort van barometer, zeg maar.'

Reclameraadspelletjes blijken veel kijkers oninteressant te vinden. Tv-kijken via de mobiele telefoon met umts trekt helemaal geen consumenten. Slechts 3 procent van de ondervraagden geeft aan een umts-toestel aan te willen schaffen. Digitale televisie scoort 16 procent op de barometer.



Televisie in de trein is wel weer interessant

### **Toegevoegde waarde**

Een krant op zondag of televisie kijken in de trein vinden veel ondervraagden juist wel aantrekkelijk. Maar de mediaconsumptie lijkt over het algemeen minder te worden in 2006.

Zo blijkt dat een kwart van de ondervraagden van plan is het tijdschriftabonnement op te zeggen en 12 procent is wil het krantenabonnement de deur uit doen. Het ontvangen van kranten op tabloidformaat is juist wel weer geliefd.

'Mensen geven alleen geld uit als iets een toegevoegde waarde heeft,' stelt Eikelboom. 'De traditionele krant kunnen ze nu ook lezen op internet, dus het abonnement heeft geen waarde meer.'

Publicatiedatum: 5 januari 2006