

Adformatie

WEEKBLAD OVER RECLAME, MARKETING EN MEDIA

11 maart 2004, JAARGANG 32 **NUMMER 11**

Vernieuwing krant levert geen lezers op

[MEDIA] De innovaties die momenteel bij dagbladen worden doorgevoerd, lijken eerder de bestaande lezers te bedienen dan nieuwe lezers aan te trekken. Dat blijkt uit Onderstroom, een continu onderzoek naar merken en media van het mediabureau Stroom, onder ruim zehonderd respondenten in de leeftijd van 15 tot 55 jaar.

Het onderzoek toont dat een verlaging van de prijs een groot deel van de huidige niet-lezers wel zou doen besluiten de krant te kopen. Inhoudelijke en technische aanpassingen, zoals een tabloid-

formaat, blijken echter minder relevant.

Ook de belangstelling voor een krant op zondag is groter onder de huidige krantenlezers dan onder niet-lezers (40 pct tegenover 21 pct). Zo'n zondagseditie leidt dan ook niet snel tot een grote aanwas van niet-lezers. Degenen die geen interesse hebben verwachten dat een zondagskrant hen niets nieuws zal opleveren (36 pct) of men wil er niet extra voor betalen (16 pct). In mindere mate worden redenen als tijdgebrek en de dikte van de zaterdagkrant opgevoerd.

Tijdgebrek is echter wel een van de redenen waarom men minder of zelfs helemaal geen krant leest. Zo geeft 32 pct aan dat ze steeds minder tijd hebben om de krant goed te kunnen lezen. Er is dan ook best animo voor een initiatief als van de Volkskrant, een abonnement waarbij de lezer doordeweeks de krant kan downloaden in PDF-formaat en de zaterdageditie in de bus ontvangt: bijna 18 pct heeft hiervoor belangstelling.

Aan de respondenten is ook gevraagd wat men direct zou willen veranderen aan de krant. **[ZIE VERDER PAGINA 6]**

Adfocus
BUREAU
FRANCLIN 2003
31-46



Vernieuwing kranten

[VERVOLG VAN VOORPAGINA]

Een tabloidformaat, een lagere prijs en meer nieuws uit de regio worden het meest genoemd. Ook de grotere flexibiliteit richting adverteerders (onder meer grotere advertenties op redactionele pagina's) is onderzocht. Degenen die niet tenminste eenmaal per week een krant lezen blijken zich meer aan de advertenties te storen dan degenen die er daadwerkelijk mee geconfronteerd worden. Bijna tweederde van de lezers zegt zich niet te storen aan de hoeveelheid advertenties, noch aan het formaat ervan. Eenderde geeft aan zich soms te ergeren en slechts 2 pct ergert zich enorm.

Uit het onderzoek blijkt ten slotte ook dat voor 30 pct van de respondenten de krant niet zomaar een informatiekanaal is, maar onderdeel uitmaakt van hun leven. En bijna eenderde van de dagbladlezers beschouwt de krant nog steeds als de meest onafhankelijke bron van nieuws. Bijna 60 pct van dagbladlezend Nederland vindt dan ook dat de dagbladen in Nederlandse handen moeten blijven, ook al betekent dit dat daardoor één uitgever een te groot marktaandeel krijgt.