

Jongeren hebben geen tijd om kranten te lezen



Meer dan de helft van de jongeren leest geen kranten. De voornaamste reden is 'geen tijd', een andere belangrijke oorzaak is dat veel jongeren het nieuws al op tv zien. Ruim een derde van de jongeren leest geen krant, omdat het nieuws hen niet interesseert. Dat blijkt uit Dagblad Monitor 2005, een onderzoek van Newcom Research & Consultancy. Aan het onderzoek deden 561 jongeren mee van 12 tot en met 24 jaar.

De televisie is de belangrijkste bron voor jongeren bij nieuwsvergaring: 62 procent kijkt meerdere keren per dag om op de hoogte te blijven. Vier op de tien jongeren surft op internet om aan nieuws te komen en 36 procent luistert naar het nieuws op landelijke radiozenders.

Een kwart van de respondenten leest een landelijke krant en 20 procent leest een regionaal dagblad. Er zijn ook jongeren die nooit een krant lezen: 13 procent zegt nooit een landelijk dagblad te lezen en 19 procent kijkt nooit een regionale krant in. De intentie om in de toekomst zelf een krant te gaan lezen is overigens wel aanwezig: 40 procent zegt 'zeker' een krant te gaan lezen en 45 procent zegt 'waarschijnlijk' een krant te gaan lezen.

Aan de jongeren die aangeven later niet van plan te zijn een krant te gaan lezen (15 procent), is gevraagd onder welke voorwaarden ze dit wél zouden gaan doen. De meest genoemde antwoorden zijn: bij meer tijd (48 procent), als een krant op tabloidformaat verschijnt (41 procent) en bij goedkopere abonnementen (36 procent).

Uit recent Amerikaans onderzoek blijkt dat daar 45 procent van de [internetters online nieuws](#) leest. Yahoo is koploper met een maandelijks bereik van 33 procent van de internetters. In Nederland is [nu.nl koploper](#) met een bereik van 24 procent.

Van de consumenten wil 30 procent wel een [gepersonaliseerde krant](#) en we kunnen lezen dat Google News inmiddels de uitgevers [heeft omgekocht](#). Ondertussen bouwt Google vrolijk verder aan de grootste news agregator ter wereld met al 10.000 [geïndexeerde nieuwsbronnen](#).

Een marketingdeskundige beweerde onlangs dat er in Nederland over vijf jaar nog maar drie kranten over zijn: een algemene landelijke krant, een financieel-economische krant en een regionale krant met verschillende versies per regio.

Bronnen: www.moblog.nl en www.dutchcowboys.nl (dit zijn geen wetenschappelijke bronnen).

Bovenstaande tekst heeft betrekking op kranten met een betaalde oplage.



Vragen

1. Ga binnen je eigen team na of jullie kranten lezen. Zo ja, welke en waarom? Maak onderscheid tussen algemene redenen om een krant te lezen en specifieke redenen om juist deze krant te lezen. Zo nee, waarom niet?
2. Beantwoord vraag 5 nogmaals maar nu voor mensen van boven de 40 jaar, bijvoorbeeld je ouders.
3. Maak mede op basis van de antwoorden op vraag 5 en 6 een overzicht van redenen waarom mensen wel of niet een krant lezen. Leeftijd lijkt een rol te spelen, maar misschien zijn er ook andere kenmerken van belang. Welke? Waarom zijn deze van belang en welke invloed hebben zij?
4. Jouw team is door een krantenuitgever gevraagd om als marketingadviseurs op te treden. Stel een advies op hoofdlijnen op voor het beleid voor de komende vijf jaar. Maak gebruik van je antwoorden op de vragen 5 t/m 7 en van datgene wat in hoofdstuk 1 van *Principes van marketing* staat.