



1. Referentie

Referentie	Raeymaeckers, K. (2000). DeMix: een marketingtool voor krantenleesgedrag bij jongeren? <i>Tijdschrift voor communicatiewetenschap</i> , 28, (3), 214-229.
Taal	Nederlands
ISSN	/
Publicatievorm	Tijdschriftartikel.

2. Abstract

In dit artikel worden de belangrijkste resultaten van een lezersonderzoek, dat peilde naar de beoordeling van de jongerenbijlage DeMix, naar voren gebracht. DeMix, is een succesvolle jongerenbijlage van de links-progressieve krant De Morgen. De resultaten zijn positief en tonen aan dat de bijlage er in slaagt de jonge doelgroep te bereiken en tevens voor een deel fungeert als een ingroeimogelijkheid voor het regelmatig lezen van de gewone krant. De beslissing van het management van De Morgen om de bijlage grondig te restylen wordt dan ook kritisch bekeken.

3. Trefwoorden

Thema('s)	Media
Trefwoord(en)	Jongerenbijlage, krant, leesgedrag

4. Onderzoeker

Opdrachtgever	De Morgen
Onderzoeker(s)	Karin Raeymaeckers Vakgroep Communicatiewetenschappen Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen UGent Korte Meir 7-9-11 9000 Gent Tel: 09/ 264 68 90 Fax: 09/ 264 69 92 http://www.psw.ugent.be/comwet/

5. Onderzoeksvraag

Onderzoeksvraag	/
Hypothesen	/

6. Methode

Onderzoeksmethode	Inhoudsanalyse, lezersonderzoek door middel van een survey en kwalitatief luik. De gegevens van het lezersonderzoek werden verkregen na een lezersenquête die gepubliceerd werd in DeMix. Om de respons te vergroten werden onder de inzenders van een ingevulde enquête een aantal dubbele cd-pakketten verloot.
Onderzochte groep	438 bruikbare enquêtes waarvan 49.8% ingevuld door mannen en 50.2% door vrouwen z. De jongste respondent is 10 jaar, de oudste 64. De grootste groep respondenten (36%) is tussen

	16 en 20 jaar oud.
Bereik	Lezers van DeMix

7. Resultaten

Leesgedrag van de DeMix-lezer	Op een gewone weekdag besteedt de meerderheid van de lezers (35%), 16 tot 30 minuten tijd aan het lezen van de krant. Tijdens het weekend is dat gemiddeld 31 tot 60 minuten voor 34% van de respondenten. DeMix wordt door 47% van de respondenten gedurende 6 tot 15 minuten gelezen. Cultureel nieuws mag zich in een grote belangstelling verheugen: 56% leest het vaak. De aandacht voor politiek nieuws en voor de opiniebladzijde is eveneens groot. De interesse voor het binnenlandse politieke nieuws is iets groter en meer uitgesproken dan de interesse voor het buitenlandse nieuws. Het minst interesse blijkt er te zijn voor het economische nieuws, wat gelet op de overwegend jeugdige samenstelling van de populatie begrijpelijk is. Ook de interesse voor sportnieuws is eerder aan de lage kant.
Gebruik van audiovisuele media	Opmerkelijk resultaat is dat 21% van de respondenten beweert geen televisie te kijken op weekdays. Dit hoge percentage valt voor een deel echter toe te schrijven aan het feit dat kotstudenten een belangrijk deelsegment van de respondentengroep vormen en aan het feit dat heel wat respondenten uit het secundair onderwijs in de kantlijn te kennen geven dat zij in de week, door te grote studiedruk, geen tijd hebben om televisie te kijken. Wat betreft televisiegebruik wordt vastgesteld dat 3% van de respondenten meer dan drie uur en 13% meer dan 2 uur per dag televisie kijkt. Inzake zendervoorkeur duidt meer dan 60% van de respondenten VRT aan als meest favoriete zender. Wat de favoriete radiozenders betreft, draagt Studio Brussel de grote voorkeur weg.
Evaluatie van de artikels in DeMix	Vooraf de uitspraken dat DeMix vernieuwend (67%), interessant (78%) en actueel (87%) zijn, mogen rekenen op een uitgesproken positieve evaluatie. Er zijn ook weinig problemen met het gehanteerde taalgebruik: 82% van de lezers is het oneens met de uitspraak dat het een moeilijk taalgebruik is.
Inhoudelijke desiderata	De respondenten vragen voornamelijk meer aandacht voor muziek, informatie over jongerengerelateerde onderwerpen, politieke thema's die raakpunten vertonen met de persoonlijke leefwereld van jongeren en meer actuele onderwerpen, in een begrijpelijke taal en met meer aandacht voor achtergronden en samenhangen.
Evaluatie van de vormkenmerken van DeMix	De respondenten werden gevraagd het formaat, de voorpagina, de illustraties, de strips, het lettertype, het kleurgebruik en de overzichtelijkheid van de bijlage te scoren (positief-neutraal-negatief). Hierbij overheerste de positieve toon van de beoordelingen. Het meest positief scoorde het formaat, het minst de overzichtelijkheid.
Brugfunctie van DeMix?	De overgrote meerderheid van de respondenten (70%) beweert altijd zowel DeMix als De Morgen te lezen. Slechts 2% geeft aan deze combinatie nooit te maken. Met toename van de leeftijd stijgt het percentage respondenten dat elke dag De Morgen leest.

8. Publicaties op basis van hetzelfde onderzoek

/

9. Beleidsaanbevelingen

Nee

10. Samenvatting

De Morgen is de enige krant die een jongerenbijlage publiceert. Het doelpubliek zijn jonge adolescenten tussen 14 en 25 jaar. In het academiëjaar 1997-1998 werd met de hulp van een aantal studenten van de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de Universiteit Gent onderzoek uitgevoerd naar deze jongerenbijlage. Door middel van een lezersenquête trachtte men een overzicht te krijgen van socio-demografische kenmerken en het mediagebruik van de lezers.

Een analyse van de leeftijdsfactor duidt op een ruimer bereik dan de beoogde doelgroep. De meerderheid van de lezers is wel jonger dan 21 jaar. Het aandeel van mannen en vrouwen is ongeveer gelijk. De lezers vinden de artikels interessant, vernieuwend en actueel en er is aansluiting met hun leefwereld. De jongerenbijlage vervult een belangrijke brugfunctie: jongeren gaan regelmatig ook De Morgen lezen, en niet enkel DeMix.

Men besluit het artikel met te wijzen op het gevaar dat de doorgevoerde vernieuwingen binnen De Morgen de belangrijke brugfunctie van DeMix misschien zal verzwakken.